



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: INCIDENCIA DE LA FESTIVIDAD DEL YAMOR EN LAS
ACTIVIDADES TURISTICAS DEL CANTÓN OTAVALO**

AUTOR:

GUAIRACAJA IMBAQUINGO, EDWIN PAÚL

DIRECTOR:

MSC. JÁCOME SIMBAÑA, MARCO FERNANDO

SANGOLQUÍ

2018

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, ***"INCIDENCIA DE LA FESTIVIDAD DEL YAMOR EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DEL CANTÓN OTAVALO"*** fue realizado por el señor ***Guairacaja Imbaquingo, Edwin Paúl***, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 09 de agosto del 2018



Msc. Fernando Jácome Simbaña
C.C 171623989-0
DIRECTOR

AUTORIA DE RESPONSABILIDAD**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD****DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO****CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA****AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, ***Guairacaja Imbaquingo, Edwin Paúl***, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: "***Incidencia de la festividad del yamor en las actividades turísticas del cantón Otavalo***" es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 09 de agosto del 2018

Edwin Paúl Guairacaja Imbaquingo

C.I: 1725196719-6

AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, **Guairacaja Imbaquingo, Edwin Paúl** autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación "***Incidencia de la festividad del yamor en las actividades turísticas del cantón Otavalo***" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 09 de agosto del 2018

Edwin Paúl Guairacaja Imbaquingo

C.I: 1725196719-6

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mi padre Luis Guairacaja que a pesar de no estar a mi lado durante mucho tiempo, siempre ha confiado en mí y nunca me ha falta su apoyo económico ni moral durante toda este trayecto.

A mis tíos Balbina Guairacaja y Miguel Gavilanes que me han aguantado por mucho tiempo y con mucha paciencia han estado en todo momento bueno y malo. A mi prima que es como una hermana la cual ha escuchado mis problemas y alegrías y ha sabido darme su apoyo en la realización del trabajo.

A mi gatita “chaparra” Emy, que me ha acompañado durante las noches mientras estudiaba, Al juego de estrategia DOTA con el cual me he relajado durante la tesis y por ultimo a los chéveres que han sabido sacar sonrisas de la tristezas y sobre todo los muchos recuerdos de las tertulias.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la mano en los momentos en que pensaba rendirme, también agradezco por haberme dado salud y vida, las cuales han aportado a que tenga paciencia y fuerza de voluntad para terminar mis estudios universitarios.

Agradezco al resto de mi familia que indirecta o directamente me han apoyado, a los chéveres que a pesar de ser mis amigos son como una familia que han estado ahí durante los estudios y tertulias.

A resto de mis mascotas en especial al Bruno que han dado enojos y alegrías en cada uno de sus actos.

A los ingenieros e ingenieras con los cuales he tomado clases y perdió también, les agradezco por sus enseñanzas, al tutor que me ha apoyado en la realización del presente trabajo y por ultimo a la ESPE por abrirme sus puertas y por culminar mis estudios universitarios.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Certificado Tutor	i
Autoria de responsabilidad	ii
Autorización.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
1. Importancia del problema	xiii
2. Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación	xiv
a) Objetivo general	xiv
b) Objetivos específicos.....	xiv
3. Implicaciones teóricas y prácticas de estudio	xv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Teorías de soporte.....	1
1.2. Marco referencial	6
1.3. Marco Conceptual	18
CAPÍTULO II.....	22
MARCO METODOLÓGICO	22
2.1. Enfoque de investigación Mixto	22
2.2. Tipología de investigación	22
2.2.1. Por su finalidad Aplicada	22
2.2.2. Por las fuentes de información Mixto	22
2.2.3 Por las unidades de análisis Mixto	23
2.2.4. Por el control de las variables No experimental	23

2.2.5. Por el alcance Descriptivo	23
2.3. Hipótesis.....	23
2.4. Instrumentos de recolección de información Varios	23
2.4.1. Observación.....	23
2.4.2. Entrevista.....	32
2.4.3. Encuesta	35
2.4.4. Recolección Bibliográfica.....	38
2.5. Procedimiento para recolección de datos Varios	38
2.6. Cobertura de las unidades de análisis Muestra	39
2.7. Procedimiento para tratamiento y análisis de información Síntesis	40
CAPÍTULO III.....	41
RESULTADOS.....	41
3.1. Micro entorno cantón Otavalo.....	41
3.2. Fiestas tradicionales y culturales – Raymikuna	42
3.2.1. Pawcar Raymi o Fiesta de florecimiento (Equinoccio de primavera 21 – 22 de marzo)	44
3.2.2. Inti Raymi – Fiesta del sol y la cosecha (Solsticio de verano 21 - 22 de junio).....	46
3.2.3. Koya Raymi o Killa Raymi – Fiesta a la luna (Equinoccio de otoño 22 - 23 de septiembre).....	50
3.2.4. Kapak Raymi – Fiesta de la plenitud o abundancia (Solsticio de invierno 21 de diciembre)	51
3.2.5. Fiesta del Coraza y Pendoneros	52
3.2.6. La Fiesta del Yamor.....	55
3.3. Estudio de mercado.....	62
3.3.1. Oferta de servicios turísticos.....	62
3.3.2. Planta Turística	73
3.3.3. Demanda servicios turísticos.....	78
CAPITULO IV.....	99
DISCUSIÓN	99
4.1. Emprendimientos comunitarios.....	99
4.2. Incidencia	101
4.3. Restricción presentada en la realización del proyecto de investigación	105
Conclusión	106
Recomendación.....	107
Bibliografía	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Alojamiento en Otavalo	75
Tabla 2 Alimentación en Otavalo	77
Tabla 3 Diversión en Otavalo.....	78
Tabla 4 Género	79
Tabla 5 Edad	80
Tabla 6 Procedencia	81
Tabla 7 Pregunta 1: De acuerdo a su preferencia señale, ¿Qué actividad le atrae?.....	82
Tabla 8 Pregunta 2: ¿Cuál es el motivo de su viaje?	83
Tabla 9 Pregunta 3 ¿Con quién viaja normalmente usted?	85
Tabla 10 Pregunta 4 ¿Con qué frecuencia usted viaja fuera de su lugar de residencia?.....	86
Tabla 11 Pregunta 5 ¿Cuántos días destina para su viaje?	87
Tabla 12 Pregunta 6 ¿Cuáles son los servicios de su preferencia?	88
Tabla 13 Tipo de alimentación	90
Tabla 14 Transporte	91
Tabla 15 Pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?	92
Tabla 16 Precio Hospedaje	93
Tabla 17 Pregunta 8 ¿Conocía acerca de la festividad del “Yamor” y las actividades?	95
Tabla 18 Pregunta 9 ¿Por qué medios de información se enteró usted?	96
Tabla 19 Pregunta 10 ¿Le parece interesante conocer más del “Yamor”?.....	97
Tabla 20 Emprendimientos turísticos.....	99
Tabla 21 Ingreso Turístico	101
Tabla 22 Proyección ingreso turístico	102
Tabla 23 Capacidad instalada de servicios	103
Tabla 24 Proyección capacidad de servicios	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa turístico de Otavalo y sus alrededores.....	41
Figura 2 Calendario indígena andino	43
Figura 3 Calendario de solsticios y equinoccios	43
Figura 4 Ceremonia en agradecimiento a los frutos de la tierra	44
Figura 5 Ritual realizado por el “Chamán”	45
Figura 6 Yaya carnaval y Mama Shalva	46
Figura 7 Ritual de agradecimiento a la Pacha mama	47
Figura 8 Inti Raymi en Cotacachi	47
Figura 9 Mascara del Aya Uma (Diablo Uma)	48
Figura 10 Los Takik (músicos).....	49
Figura 11 Los Tushuk (Danzantes).....	50
Figura 12 Ritual en honor a Killa Mama	51
Figura 13 Ritual en honor al Kapak Raymi	52
Figura 14 Coraza o Kuraka.....	53
Figura 15 Pase del “El Coraza”	54
Figura 16 Los Pendoneros	55
Figura 17 Pintura del ritual de la fiesta del Yamor.....	56
Figura 18 Chicha y granos de maíz.....	57
Figura 19 Desfiles	58
Figura 20 Carro alegórico	58
Figura 21 Paola Lizeth Muñoz Burgos Reina del Yamor 2017	59
Figura 22 Promoción de la travesía Lago San Pablo.....	60
Figura 23 Festival de música del recuerdo 2017	60
Figura 24 Bendición a las cosechas	61
Figura 25 Competencia de vehículos 4 x 4	62
Figura 26 Cascada de Peguche	63
Figura 27 Cascadas de Taxopamba	64
Figura 28 Corazón del Imbabura	65
Figura 29 Lago San Pablo	66
Figura 30 Mirador El Lechero	67
Figura 31 Parque acuático.....	68
Figura 32 Wantun Raymi.....	69
Figura 33 Puesto Plaza de los Ponchos	70
Figura 34 Tren de la Libertad	71
Figura 35 Parque Cóndor	72
Figura 36 Yachacs	73
Figura 37 Hotel Riviera Sucre	74
Figura 38 Restaurante Mi Otavalito	74
Figura 39 Género de los turistas	79
Figura 40 Edad de los turistas	80
Figura 41 Procedencia de los turistas	82
Figura 42 Actividades que se realiza durante el viaje	83

	x
Figura 43 Motivo del viaje.....	84
Figura 44 Compañía durante el viaje	85
Figura 45 Frecuencia del viaje.....	86
Figura 46 Días de estadía	88
Figura 47 Servicios dentro del alojamiento	89
Figura 48 Servicio de alimentación	90
Figura 49 Servicio de transporte	92
Figura 50 Precio por la alimentación	93
Figura 51 Precio del hospedaje	94
Figura 52 Conocimiento de las actividades y festividad del “Yamor”	95
Figura 53 Medios de información	97
Figura 54 Interés del turista	98
Figura 55 Proyecciones del ingreso de turistas.....	102
Figura 56 Proyección de capacidad hotelera	104

RESUMEN

En el Ecuador al ser el turismo una nueva fuente de ingreso económico sostenible entre los diferentes actores, ha buscado maneras de incrementar su participación en los diferentes mercados y ferias turísticas, con el afán de promocionar toda la riqueza cultural, natural y étnica con la que cuenta el Ecuador en sus cuatro regiones, por lo cual al aprovechar esta característica particular, se realiza el estudio en donde indique la influencia que tienen las festividades en las actividades turísticas. El Ecuador desde el punto vista cultural se puede encontrar que cuenta con gran variedad de festividades en cada una de sus provincias, por lo cual para el estudio se ha considerado en analizar la festividad representativa del cantón Otavalo, con el fin de investigar la incidencia que tiene la Festividad del Yamor en las diferentes actividades turísticas dentro del cantón, para la comprobación de la incidencia se examinó mediante proyecciones el ingreso turístico a la población de Otavalo durante la festividad del Yamor y si la capacidad de los prestadores de servicios son suficientes para abarcar el arribo de los turistas en años venideros. Actualmente la ciudad de Otavalo ha ido incrementando la publicidad turística de esta festividad con el objetivo de atraer gran cantidad de turistas y recobrar la memoria histórica de los pobladores, con los cambios en la matriz productiva del país el cantón ve gran potencial en convertir a la festividad en un destino turístico dentro del Ecuador.

PALABRAS CLAVE:

- **INCIDENCIA**
- **FESTIVIDADES**
- **ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

ABSTRACT

In Ecuador, as tourism is a new source of sustainable economic income among the different actors, it has sought ways to increase its participation in different markets and tourism fairs, with the aim of promoting all the cultural, natural and ethnic richness with which Ecuador counts in its four regions, so when taking advantage of this particular characteristic, the study is carried out in which it indicates the influence that the festivities have on tourist activities. Ecuador from the cultural point of view can be found that has a variety of festivities in each of its provinces, so for the study has been considered in analyzing the representative festival of Otavalo canton, in order to investigate the incidence that has the Yamor Festival in the different tourist activities within the canton, for the proving of the incidence the tourism income to the population of Otavalo during the Yamor festival was examined through projections and if the capacity of the service providers is sufficient to cover the arrival of tourists in years to come. Currently the city of Otavalo has been increasing the tourist advertising of this holiday with the aim of attracting large numbers of tourists and recover the historical memory of the inhabitants, with changes in the productive matrix of the country the canton sees great potential in converting the Holiday in a tourist destination within Ecuador.

KEYWORDS:

- **INCIDENCE**
- **FESTIVITIES**
- **TOURIST ACTIVITIES**

INTRODUCCIÓN

1. Importancia del problema

La actividad turística es un proceso dinámico que constantemente cambia, ya que siempre se desarrollan nuevas tendencias y conceptos que denotan el nivel competitivo. El turismo no es una actividad aislada, puesto que el turista es el factor fundamental de este sistema. Las actividades humanas se relacionan con el ámbito turístico en función de la correlación con diferentes sistemas en los que diversos colectivos pueden participar como: económico, social, político, cultural, ecológico e tecnológico. Lo que implica el conocimiento general de diversas áreas (Vázquez Ramírez , Osorio García, Arellano Hernández, & Torres Nafarrate, 2013, págs. 6 - 7).

Las festividades han sido un medio de expresión de la cultura de los poblados, mediante este tipo de expresiones se crea varias actividades que son un preámbulo que dan realce a la festividad principal, en el cantón Otavalo siendo una de las cunas indígenas y promotor principal del turismo desarrolla varias actividades de las cuales el turista pueda disfrutar y conocer la cultura de la región (Ortega Almagro & Poveda Rosales, 2016).

Los pobladores con el pasar de los años han ido participando en las diferentes actividades expuestas por la municipalidad con el afán de atraer turismo nacional e internacional de esta forma consiguiendo ingresos extras y lo que es más importante exponiendo la cultura otavaleña (Criollo Rosero & Fichamba Lema, 2016).

La fiesta del “Yamor” se la celebra cada año en donde se presenta diferentes actividades culturales – turísticas en donde se pone de manifiesto la creencias y la fe religiosa, siendo esta fiesta en honor a la Virgen de Monserrat y a la creencia histórica de

la cosecha del maíz para la preparación de la bebida conocida como la chicha del “Yamor” (Farinango Tipanluisa, 2011).

2. Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación

a) Objetivo general

Analizar las características de las actividades que se realizan en la festividad del “Yamor”, mediante el estudio de factores socio – culturales, con el propósito de difundir la cultura otavaleña como atractivo turístico.

b) Objetivos específicos

- Reconocer los aspectos socio - culturales determinantes de las actividades turísticas presentes en el cantón Otavalo.
- Identificar las características de las actividades turísticas presentes en la festividad del “Yamor”.
- Tasar la cantidad de turísticas nacionales que ingresan al cantón por la festividad del “Yamor” a sus diferentes actividades.
- Evidenciar la incidencia que tiene el patrimonio intangible como atractivo turístico del cantón Otavalo.

3. Implicaciones teóricas y prácticas de estudio

El trabajo de investigación a presentarse se basa en la teoría del desarrollo local la cual habla del progreso social y económico de los pequeños poblados mediante el aprovechamiento de los atractivos turísticos y de las prácticas culturales con las que aún se mantienen, siendo estas presentadas a los turistas con el fin de mantener viva las tradiciones para las nuevas generaciones.

Dentro del trabajo como parte del desarrollo local se habla de su relación con el progreso cultural y turístico que se obtiene al momento de la realización de cualquier festividad, mediante el incremento turístico y la baja en el índice de desplazamientos de las nuevas generaciones a otros países o provincias; dentro del progreso cultural se habla del aprovechamiento de los pobladores en mantener la memoria histórica y transmitirla mediante el turismo.

El cantón Otavalo ubicado a dos horas de la ciudad de Quito, es uno de los lugares en donde existe presencia de festividades culturales indígenas los cuales atrae una gran variedad de turistas por ende el GAD municipal de Otavalo desarrolla varios programas para que los turistas lo disfruten, las actividades turísticas que se desarrolla dentro del cantón son diversas las cuales pasan del ámbito cultural tradicional al moderno.

En las fechas en las que se realiza la festividad del “Yamor” se presenta actividades como los pregones, la elección de la reina del maíz o “Sarañusta”, bendiciones de las cosechas entre otras, al igual que otras festividades durante el año, por este motivo se pretende analizar las actividades turísticas presentes en cada festividad; al igual que la infraestructura y los servicios que se ofrece a los turistas en general.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías de soporte

En el año de 1949 se plantea la necesidad de crear una política que mejore el estándar económico y cultural de los países menos desarrollados de occidente, la idea es presentada por el presidente de Estados Unidos Harry Truman, en la que habla que existen países desarrollados y subdesarrollados que necesitan de nuevas políticas de desarrollo, de esta manera exponiendo que existen dos etapas para el alcance del desarrollo económico y cultural de los países, pero también explica que esta etapa de subdesarrollo no es mala, más bien es una etapa embrionaria de alcance al desarrollo deseado (Jurado Estrada, 2005).

Las postulaciones del desarrollo que se ven desde el ámbito económico y social, buscan el progreso del desarrollo humano ya sea esté nacional, regional o mundial, para abordar estos puntos se entabla un desarrollo local la comunidad ve la oportunidad del uso racional y sostenible de los recursos naturales y culturales para fomentar el sistema de inclusión social en donde requieren el apoyo de organizaciones públicas que fomente la participación en actividades factibles que fortalezcan y ayuden al desarrollo local (Reyes, 2009, págs. 119,135).

Según Stiglitz el desarrollo debe realizarse en varios ámbitos de manera simultánea, tomando en cuenta el ámbito financiero, jurídico y político como bases importantes para el desarrollo económico, también se debe dar la misma importancia a la educación, sanidad, el papel de la familia, la mujer, la descentralización y la infraestructura para un desarrollo social. En este sentido el desarrollo no solo es crecimiento económico, sino

una transformación de la sociedad, contando no solo con estrategias individuales de parte del estado sino de estrategias de parte del sector privado en donde las estrategias son de desarrollo colectivo (Thiel, 2001, págs. 31-32).

A finales del siglo XX en Europa se pone en práctica un nuevo modelo de desarrollo en donde las pequeñas y medianas empresas comenzaban a demostrar sus potencialidades de un incipiente desarrollo local tomado de un desarrollo endógeno y un desarrollo económico local, en ese mismo sentido el desarrollo local busca el uso de las potencialidades no explotadas de las comunidades siendo las nuevas formas de afrontar los aspectos externos producidos por la globalización, de esta manera las aplicaciones de esta teoría en Europa son de mayor éxito que en los países latinoamericanos, en base a un desarrollo local las manifestaciones y recursos tanto naturales como culturales son de gran ventaja e importancia para potencializar una comunidad (Tejera Escull, 2006, pág. 1).

La estrategia del desarrollo local ayuda a las poblaciones en desarrollo evitando aspectos negativos de la globalización, proponiendo un programa de política de desarrollo local basado en un enfoque territorial el que establece una relación entre los actores institucionales y los sociales buscando resolver los problemas comunes y de interés compartido. Otavalo tiene varias comunidades que buscan un nuevo estilo de desarrollo y con apoyo de la participación de la política pública se proponen estrategias que dan a conocer los recursos naturales y culturales de la población (Vásquez Barquero, 2009, pág. 4).

El desarrollo local es un proceso de crecimiento económico que conduce al mejoramiento de vida de la población local, mediante este proceso se trata de crear un

ambiente para actividades empresariales innovadoras haciendo énfasis en aspectos sociales, culturales y territoriales, aprovechando los recursos generados internamente y de los diferentes actores socioeconómicos locales de esta manera se busca mantener y generar nuevas actividades y empleos aprovechando los recursos locales (Tejera Escull, 2006, pág. 3).

Este tipo de pensamiento es necesario plantearlo de diferentes maneras dependiendo de las necesidades y demandas de las localidades, para eso se requiere establecer las capacidades tanto de los habitantes, empresas y de la comunidad, estas características tienen prioridades diferentes para las políticas de desarrollo, el entablar una planificación estratégica territorial ayuda a racionalizar la toma de decisiones y gestionar de mejor manera la distribución territorial garantizando políticas y estrategias equitativas para cada uno de las comunidades o poblaciones (Vázquez Barquero, 2009, pág. 5).

El turismo al ser un eje de crecimiento y desarrollo económico a nivel mundial ha llegado a constituirse un elemento alterno de los países en desarrollo, buscando aprovechar y poniendo en desarrollo todos los conocimientos sobre la actividad turística local de esta manera investigar estrategias que ayuden a aprovechar los espacios turísticos que involucren a los actores locales, estableciendo un desarrollo equilibrado entre la comunidad receptora y los visitantes, dependiendo de la calidad del medio ambiente y la satisfacción de los servicios (Orozco Alvarado & Núñez Martínez, Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable, 2013, págs. 145-146).

La Organización Mundial de Turismo en sus prioridades aclara que el turismo este dentro de las políticas nacionales e internacionales, que ayuden a un correcto uso de los recursos ambientales, respeten la autenticidad sociocultural de las comunidades

mediante el apoyo de capacitaciones y enseñanzas; facilitando la creación e intercambio de culturas. Generar comprensión dentro de los mercados ayuda a promover políticas e instrumentos para un turismo competitivo y sostenible, de tal manera que se cumpla el crecimiento económico, desarrollo incluyente y sostenibilidad ambiental (Organización Mundial del Turismo , 2017).

Al tener presente que el turismo es una actividad de desplazamiento fuera del lugar de residencia no duradero de un destino a otro diferente; dicha actividad es una prioridad para el desarrollo de las comunidades. Se aborda el tema del desarrollo turístico como una rama del desarrollo local, en donde el progreso turístico trae en si el mejoramiento de las instalaciones y servicios que sirven para satisfacer las necesidades de los turistas (Santana Tugérano , 2003).

En el pensamiento de Vogeler Ruiz (2000: 141) participa que la política turística es el conjunto de medidas adoptadas por el gobierno para el aprovechamiento de los recursos turísticos teniendo como objetivo las dimensiones: económica, sociocultural, y medio ambiental.

La dimensión económica busca el incremento de las divisas procedentes del turismo internacional y auge del turismo nacional mediante las adopción de medidas como el impulso de las actividades de promoción, publicidad y relaciones públicas; aprovechando los recursos complementarios procurando un mayor gasto por turista; la **dimensión sociocultural** aspira a que la población local aproveche nuevos recursos e infraestructura turística para mantener y potenciar la cultura, y las tradiciones locales; algunas medidas que se proponen son el fomentar el turismo social y proteger la cultura local, impulsando la autenticidad cultural del lugar; y por último la **dimensión territorial**

y medio ambiental en contexto habla de una explotación adecuada de los recursos turísticos y exigencia de un ordenamiento territorial que suponga el aprovechamiento y ayude a procurar un desarrollo sostenible. Estos objetivos presentes en la política turística deben ser implementados para el impulso de canales de colaboración, interlocución y cooperación entre las diferentes dependencias de la actividad turística y de la economía (Orozco Alvarado, Níñez Martínez, & Virgen Aguilar, 2008, págs. 15-18).

Para la UNESCO la cultura es considerada como un tema de desarrollo humano y económico, que junto a una serie de bienes y servicios un poblado se beneficia de las tradiciones o actos que lo identifiquen como una cultura, de tal forma que se aplique y genere un desarrollo turístico dentro de la población local, al ver que la cultura es un modo de progreso la UNESCO aplica ciertas medidas en campos como el patrimonio cultural material e inmaterial, museos, industrias culturales, protección y gestión del patrimonio natural, artes, reconocimiento de la diversidad de expresiones culturales y de la promoción del diálogo intercultural para la resolución de conflictos, de esta manera dejando atrás esos conceptos ambiguos de que la cultura solo es una representación artística o estética; también se la puede tomar como un componente significativo para el desarrollo de la industria, los negocios, la educación, el desarrollo humano y la comunidad (Rish Lerner, 2005).

La convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005) resalta que las actividades, bienes y servicios culturales son de índole económica y cultural; no solo deben verse desde el punto lucrativo, teniendo en cuenta que el valor mercado produciría una selección de ciertas actividades reduciendo la variedad de otras, manifestando un incremento en la demanda y peligrando la pérdida de

la identidad cultural perdiendo el adelanto turístico sostenible provocado por culturas distintas (UNESCO La Habana, 2012, págs. 4-5).

Actualmente hablar de desarrollo es justificable cuando existe sostenibilidad cultural y ambiental que construye y parte de forma positiva la negociación entre las distintas culturas, asegurando los procesos de planeación colectivos, mostrando la identidad de los actores beneficiados, dicho avance está presente en países en vías de desarrollo en donde empiezan a valorar sus culturas y ven un activo para superación de la pobreza, lo más significativo es la recuperación de las identidades culturales dejando atrás el pensamiento que la cultura es un freno para el progreso; al ser un proceso simultaneo los conceptos de desarrollo humano y los aprendizajes de prácticas tradicionales se ven obstruidos por culturas de países socios o receptores (Martinell Sempere, 2010).

1.2. Marco referencial

El estudio del desarrollo turístico en las comunidades viene siendo un eje en el cual se basa la mayoría de las economías en desarrollo que buscan aprovechar los recursos naturales y culturales con los que cuenta. De esta manera siendo el turismo como la sustentabilidad primordial para el progreso y cuidado de los recursos, de esta manera al contar con estos aspectos no es necesario dentro de la actividad turística la creación de nuevos productos turísticos, al contar con esto las empresas privadas provocan el desplazamiento de las comunidades y dejando atrás el benéfico para las comunidades locales, con el fin de evitar este percance en necesario la creación de alianzas o asociaciones que estén involucrados en los diferentes niveles de gobierno, las organizaciones no gubernamentales y la iniciativa privada con el fin de analizar los las

estrategias a realizar, el beneficio de los diferentes actores y si la actividad es sustentable (Palafox Muñoz & Anaya Ortiz, 2006).

Dentro de la declaración del Rio de Janeiro en 1992 en donde habla del tema de Medio ambiente y desarrollo se pone en contexto los siguientes principios que son de utilidad para ver el papel que debe tener los actores para un desarrollo sustentable dentro de la comunidad, tomando en cuenta los principales principios que hacen referencia a la presente investigación.

Principio 1

“Los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza”.

Principio 3

“El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras”.

Principio 22

“Las poblaciones indígenas y sus comunidades, así como otras comunidades locales, desempeñan un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales. Los Estados deberían reconocer y apoyar debidamente su identidad, cultura e intereses y hacer posible su participación efectiva en el logro del desarrollo sostenible” (Organización de las Naciones Unidas, 1992).

La presencia de nuevos gustos y necesidades en los turistas permite el desarrollo de acontecimientos y experiencias turísticas en la innovación de nuevas tipologías dentro

del turismo en los diferentes destinos, poniendo énfasis en las características culturales de cada comunidad. En el sentido de buscar experimentar en la diversidad cultural, se han localizado nuevos lugares que estén fuera del circuito tradicional turístico que permitan potencializar el desarrollo de los recursos turísticos y culturales, permitiendo la creación de cooperativas o asociaciones los cuales sean reconocidos por parte de la sector público, estableciendo administraciones que permitan el cumplimiento de los objetivos en común de las comunidades locales (López Guzmán & Sánchez Cañizares, 2009, págs. 87-89).

En el concepto de recursos turísticos y culturales se habla de un conjunto de bienes materiales e inmateriales que son identificados como portadores de valor cultural; por parte de las personas es considerando como patrimonio cultural, siendo este conjunto, tangible e intangible (Díaz Cabeza, 2010, págs. 3-5), estos se los puede relacionar con su conservación y uso.

El turismo al ser una actividad social y que con lleva varias actividades, dejando atrás a las actividades culturales, siendo estas demandadas solo por los turistas locales que cuentan con una economía alta y con conciencia del medio ambiente y de la diversidad cultural; con el pasar del tiempo estas actividades han sido de mayor demanda a un nuevo segmento de mercado que busca experimentar con la diversidad cultural de una población. El turismo se desarrolló en un escenario, en donde el principal eje es el sector privado que indaga la obtención de beneficios económicos, poniendo en lucha a los diferentes actores involucrados que persiguen un fin distinto, convirtiendo al turismo una parte negativa para el desarrollo cultural de un poblado o comunidad (Velasco Gonzáles , 2009, págs. 239-244).

Al ser el turismo un factor responsable del deterioro de las culturas, sino se lo controla de forma sostenible, esta, siendo más delicado de proveer y controlar en el caso de las actividades culturales inmateriales, la presencia incontrolada del turismo puede transformar el valor simbólico que representan a las comunidades anfitrionas, como efectos se presentan la pérdida cultural y convirtiendo a las manifestaciones culturales en obras teatrales. Al ser variado los componentes de la oferta cultural se debe considerar las características del turismo, como, la capacidad de carga y una política turística conforme a las necesidades culturales (Grande Ibarra, 2001)

La relación entre las diferentes actividades culturales y el turismo es inevitable, el turismo puede ser beneficioso para diferentes actividades (alimentación, transporte, festividades, hospedaje, entre otras), o un grave problema para las mismas; una gestión turística debe aplicar conocimientos que se apliquen en la conservación de bienes de patrimonio cultural (Velasco Gonzáles , 2009, pág. 238).

El desarrollo local y el turismo son estrategias de mejoramiento que están en función del potencial territorial, riqueza natural, cultural y social; el turismo es una estrategia local que permitirá el progreso de la preservación del medio ambiente y riqueza cultural – social como plan de vida comunitario. Los planes estratégicos inspirados en principios y marcas metodológicas opuestas a los postulados del capitalismo neoliberal, que sean favorecidas a partir de aportes inspirados de Carlos Matus, en donde proyectaba una nueva iniciativa sobre planificación estratégica, en que hace aportes a la programación territorial local o regional (Flores Gonzáles , 2008, págs. 2-3).

Al recalcar que hay una relación entre el turismo y la comunidad receptora, se manifiesta que esta relación ejerce nuevas oportunidades de empleo comenzando con

inversiones en transporte, alojamiento, restaurantes, comercio y actividades de ocio que introduzcan a la comunidad, mejorando de esta manera la confianza sobre su propia cultura y reforzando la identidad; teniendo presente que la excesiva afluencia de turistas podría traer la erosión de ciertas actividades y lugares en donde se realizan los festejos del poblado, así, también como la pérdida de la privacidad local. Al tener presente estas características se reserva lugares fuera de las actividades masivas en donde los pobladores pueden desarrollar sus actividades y puedan ser controladas la erosión y la privacidad en comunidad y solidaridad (Boissevain & Hernandez Armas, 2005, págs. 218, 223-224).

Si las estrategias de desarrollo turístico no hacen sentir los beneficios económicos, sociales y culturales, la comunidad local perderá el interés por el turismo (Flores Gonzáles , 2008, pág. 5).

Para (Seaman, 2011) presenta tres tipos de impactos o efectos que son aplicables en las actividades:

- Los efectos directos son aquellos gastos derivados por las actividades o por la institución de eventos culturales, deportivos o festivos, como por ejemplo salarios, compras, alquileres, entre otros.
- Los efectos indirectos en estos se incluyen los gastos realizados por los gastos realizados por los visitantes en los diferentes prestadores de servicios (hospedaje, alimentación, transporte, compras, entre otros).
- Efectos inducidos son aquellos que quedaron fuera de los grupos anteriores y se aplican para el resto del sistema económico.

Las fiestas populares son una representación cultural esta se la incorpora dentro de las actividades turísticas dando una extensión mayor al turismo y de una competitividad notable frente a otras actividades, lo que, la hace apreciable dentro del territorio. Sin embargo las macro festividades o macro eventos opacan a fiestas populares que son más sencillas o modestas; provocando un bajo interés en el turismo local. Los impactos económicos que se presentan en una actividad turística es medida dentro de una zona geográfica en un periodo de tiempo establecido, se constituye su nivel de importancia, y efectos que se tienen dentro de la localidad, dependiendo del evento que se realice, ya sean estos culturales, deportivos o festivos (Perles Ribes, 2006, págs. 147-150).

Bajo el punto de vista de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2009), las expresiones culturales deben cumplir con diferentes puntos:

- Valorar y preservar la herencia cultural.
- Desarrollo económico y crecimiento del empleo.
- Regeneración económica y medio ambiental.
- Fortalecimiento y la diversificación del turismo.
- Retener la población en su lugar de origen.

Al establecer estos puntos se puede manifestar que el turismo justifica los esfuerzos de protección y del mantenimiento que hace la comunidad para el beneficio socio – económico y cultural de la población; para el cumplimiento o justificación de los esfuerzos de la población se debe tener conocimientos de monumentos histórico – artísticos (Lavín, Marinéz Bonilla, Medina Guerra, & Viteri Torres, 2015).

Una festividad hace referencia a las expresiones culturales de cada poblado, en las cuales se proponen para festejar, agradecer, conmemorar u honrar determinadas situaciones. Se considera cultural porque tiene que ver con el modo en que cada sociedad entiende el mundo, justamente se relaciona con los hábitos naturales de todos los seres humanos (Aguilar Riera, 2016, pág. 10).

Las festividades son parte del patrimonio intangible de la población en donde se puede ver y participar de la historia, la cultura, el arte, la música y la gastronomía, este diferente conjunto de representaciones son expuestas cada día, de cada año, en las poblaciones pequeñas o comunidades de acuerdo a sus tradiciones (Solis Toral, 2011, págs. 15 - 17).

Se habla de cuando uno pierde la memoria pierde la identidad, es por eso que los pueblos mediante sus tradiciones se aferran a su cultura, por ende la promoción de festividades tradicionales culturales es una forma de promover el dinamismo del poblado. En el cantón Otavalo la población en su mayoría es indígena y por lo tanto la realización de fiestas o representaciones culturales es parte del acervo cultural de toda la región por lo que atrae a propios y extraños a ser partícipes de las diferentes actividades (Porcal Gonzalo, 2006, págs. 110 - 111)

Es sin lugar a duda la festividad del “Yamor”, la actividad representante del cantón y la que atrae a una cantidad importante de turistas nacionales e internacionales, la festividad del “Yamor” al ser una representación histórico – cultural en la que se une la fe religiosa y la bebida de origen pre – inca, esta preparación es indicio de la diversidad y unión del pueblo. La festividad nació en el año de 1953 en honor a la virgen de Monserrat patrona de Otavalo y también en honor a la Pacha Mama por la cosecha del maíz, esta festividad se acompaña con la bebida tradicional de la “chicha” que es elaborada a base de

variedades de maíz, siendo un evento que se da a cabo a finales de agosto hasta la primera semana de septiembre, en la cual se le acompaña varios actos y eventos en toda la ciudad de Otavalo (Otavalo, s.f.).

La influencia de distintas actividades turísticas durante una festividad atrae a turistas que buscan formas de despejarse de las tecnologías manifestando el interés en las diferentes culturas y tradiciones que se presentan, la gran variedad de fiestas en cada uno de los cantones de Imbabura atrae a miles de turistas durante todo el año, recalcando que una de las festividades de mayor importancia se la realizan en el cantón Otavalo donde se realiza activadas en los que participan las distintas comunidades (Toapaxi Guanopatin, 2010).

Las poblaciones buscan en el turismo una nueva fuente de crecimiento económico que suplante a las economías actuales, el turismo en cada población es acompañado con artesanías, danzas, costumbres entre otras; influenciando a que los turistas aprendan y promuevan las culturas de los lugares visitados promoviendo a que las nuevas generaciones de los poblados no abandonen sus costumbres y que vean el rescate de tradiciones como un generador de riqueza espiritual y económica. A comparación con el turismo de sol y playa el turismo local, vivencial y en su mayoría el turismo que se realice en la sierra, busca el acercamiento con las personas que lo realizan (Ceilema Ninabanda, Gonzáles Banchón, & Ortiz , 2010, págs. 2,4).

Los países nórdicos germanos debido a su vasta cultura mitológica vieron en el turismo una manera de expresar los conocimientos, historias, leyendas de los dioses que veneraban en la antigüedad, para ellos Odín era considerado como un dios viajero el cual visitaba diferentes poblados aprendiendo de sus costumbres, en la publicación realizada

por (Korstanje, 2011) trata sobre la influencia de la mitología nórdica en la creación del turismo, en donde se pone a discusión sobre los orígenes de las leyendas presentadas hacia los turistas, dando a conocer desde el punto de vista antropológico leyendas que aporten a la cultura nórdica. “Las diferentes etnologías, en este punto, demuestran como los mitos, en tanto estructuras, son proyecciones de los sentimientos, miedos, expectativas de las diferentes culturas y que entonces variando la cultura cambian los mitos”.

El turismo entre los diferentes sectores rurales de la población se va diversificando con el pasar del tiempo con el fin de que los administradores y operadores de turismo tengan diversidad en las actividades que se ofrece de esta manera cautivando diferentes segmentos de mercado que aporten a una competitividad creciente de gustos y preferencias, para los estudios de marketing se debe tener presente el cumplimiento de censos actualizados de toda la oferta turística y que estos con lleven un registro de la demanda presentada. Para tener un marco teórico que analice cada una de las actividades es necesario tener en cuenta los nuevos entornos económico, social, tecnológico y sobre todo el análisis competitivo con otros poblados (Folgado Fernández, Di-Clemente, Hernández Mogollón, & Campón Cerro, 2013, págs. 4-5).

Al ser el turismo un movimiento masivo de personas, en los pueblos o lugares de vista se puede presentar cualidades negativas y positivas por lo que se plantea la pregunta ¿estoy perdiendo mi identidad cultural al recibir turistas?, para lo cual la página web Entorno Turístico en uno de sus artículos habla de los Impactos que tiene el Turismo en la Cultura siendo, La erosión de la cultura local; Transformación de la cultura; Hostilidad cultural; arrogancia cultural; Falta de autenticidad en las experiencias turísticas;

Renacimiento de formas de arte tradicionales; Violación a los derechos del patrimonio cultural; Cambios culturales; Difusión cultural; Desplazamiento cultural; Aculturación; Adaptación de la cultura; Asimilación de la cultura; Efecto de demostración y Conflictos culturales, al conocer estos aspectos ayudan que la población y los sistemas que intervienen en el turismo sean capaces de solucionarlos, el artículo es realizado en base a los criterios presentados por (Reisinger & Dimanech, 2010).

Desde un concepto de marcado carácter localista designa que un destino turístico es un espacio geográfico donde sucede la experiencia turística, según la OMT, 1998 hace distinciones entre espacio, municipio y destino turístico, entre estos la última distinción considerada como un lugar donde debe establecerse una demanda para consumir el producto turístico, teniendo en cuenta un enfoque más amplio desde la perspectiva de la oferta del destino turístico define que es un paquete facilidades y servicios turísticos que en conjunto da origen a un atractivo (San Martín Gutiérrez , 2006, págs. 4 - 5).

Los cambios notorios en los viajeros hacen que los operadores de turismos realicen modificaciones en el tipo de turismo que se ofrece; la tendencia a nuevos conceptos hace que el turismo sea sustentable para las poblaciones, el turismo local aprovecha estos conceptos en los cuales ofrece a los turistas atractivos y actividades de encuadre ecológico y cultural, la población de Otavalo aprovecha estos factores y los incrusta en las festividades las cuales tienen representación espiritual, de cosmovisión andina y de diversión (Przybylski, 1995, págs. 5 - 6).

Dentro de destino turístico debe cumplir con ciertas normas o reglamentos para ofrecer un turismo eficaz y eficiente, a esto se le conoce como patrimonio turístico lo cual lo conforma cuatro puntos:

- Atractivos turísticos
- Infraestructura
- Planta turística
- Superestructura

Cada uno de estos elementos se complementa los unos a los otros, esto quiere que son interdependientes y que cada uno de los actores debe cumplir cabalmente el papel que le corresponde con el fin de conseguir una armonía en la oferta turística (Quezada Castro, Elementos de turismo teoría, clasificación y actividad, 2010, págs. 168-169) .

Al ser estos elementos claves para el desarrollo estratégico en los diferentes destinos turísticos, la innovación y escasa competencia son bases para los distintos productos; dentro de innovación se puede presentar la diversificación en actividades y destinos turísticos, la incorporación de nuevos productos y nuevas áreas atrae nuevos mercados cada uno de ellos depende del tipo de turismo que se desee realizar, el negocio turístico de un destino cambia paulatinamente al ver que cierto producto a decaído por ende para mantenerse en pie en un mercado competitivo se debe realizar la siguiente pregunta ¿en qué momento es necesario renovar o innovar?. Por lo general los grandes destinos turísticos controlan los mercados turísticos y son los que deciden en que momento cambia o modifica el tipo de turismo (Bigné Alcañiz, Font Aulet, & Andreu Simó, 2000).

A lo antes expuesto un destino turístico maneja estándares en los cuales la globalización de la oferta y la demanda son puntos que se toma en cuenta al momento de tener alta y baja cantidad de turistas el manejar bien estos datos conllevan mantener una imagen, desde el punto de vista de Etchener y Ritchie, 1991, 1993 la imagen de un

destino turístico se establece a partir de dimensiones bipolares. La primera siendo la holística basada en los atributos; la segunda es una distinción entre las características funcionales o tangibles de las situaciones psicológicas o abstractas; por último la tercera dimensión afronta las características de las situaciones únicas o relevantes (Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, 2008, págs. 3, 8).

La planificación turística es una forma de recurrir a metodologías y técnicas con el propósito de adaptarlas o modificarlas conforme avance el tiempo con el fin de que pueda totalizar, ordenar, dirigir e impulsar de forma racional los diferentes fenómenos y avances tecnológicos. Cabe recalcar que la planificación no es aplicable a todas las poblaciones, el resultado depende del desarrollo de las actividades socio - económicas del hombre y de su capacidad de adaptabilidad, ya que el presentar y ajustarse a una planificación es de manera paulatina esperando la maduración de las estructuras organizacionales, aunque la capacidad de adaptación es conformada con elementos básicos como la informática, la flexibilidad técnica y la capacitación dependen del avance político y de la racionalidad social que vea sobre el interés particular (Hernández Díaz, 1991).

El cantón Otavalo vive una relación interétnica la cual apoya a que se fortalezcan las relaciones entre los diferentes poblados, siendo un proceso que ayuda a la interiorización cultural y a valorar el esquema nacional y local con el fin de enfrentar a la globalización, la modernización y los cambios estatales, estos factores debidamente dirigidos ayudan a facilitar la relación entre tradición y cultura propiciando soluciones económicas y políticas sustentadas en la solidaridad que ayuden a la identidad cultural de los pueblos (Narváez Rivadeneira, 2006, págs. 64 - 65).

1.3. Marco Conceptual

Patrimonio Cultural

“Todos los movimientos de personas con destino a atractivos culturales concretos, como sitios de interés patrimonial, manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de arte y teatro, en ciudades ubicadas en países que no son su lugar habitual de residencia”. (Escuela de Organización Industrial, 2013, pág. 22).

“Es considerado como el conjunto de bienes que representan simbólicamente una identidad” (García, 2008, pág. 6)

“El Patrimonio Cultural Material es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad que poseen un especial interés histórico, artístico, arquitectónico, urbano, arqueológico.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

Patrimonio

La UNESCO define como un conjunto de lugares de interés histórico y cultural los sitios y paisajes naturales y los bienes culturales, así como el patrimonio inmaterial.

Hablamos de nuestro río, como de nuestro pueblo, como experiencia colectiva. Los que nos visitan reciben individualmente esa experiencia social, del mismo modo que nosotros la recibimos cuando vamos de visita a otro lugar. Esa experiencia colectiva se forma básicamente por la tradición, los trabajos científicos o profesionales, y la forma de ver el mundo propio de cada sociedad. (Ruiz Gil, 2005)

Patrimonio procede del latín patrimonium y hace mención al conjunto de bienes que pertenecen a una persona, ya sea natural o jurídica. La noción suele utilizarse para nombrar a lo que es susceptible de estimación económica, aunque también puede usarse de manera simbólica (Pérez Porto & Gardey, 2013).

Turismo

El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa (Kraft & Walter, 2014).

En la Cuenta Satélite del Turismo de México se define al turismo como “el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual”. Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas (Instituto nacional de estadística y geografía, 2003).

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo (INEGI-SECTUR, 2003).

Festividad

La fiesta es uno de los actos o acciones colectivas que los grupos humanos realizan con mayor frecuencia, entraña muchas formas de sociabilidad y como un medio de manifestación social está ligada a las variadas esferas e intereses de poder en virtud de ser un campo propiciatorio de interacciones sociales.

Ella sirve como punto de encuentro creando, en algunos casos, un espacio de unanimidad y en otros, construyendo territorios de lo diferente de tal manera que modela lugares de diversidad. Mediante la fiesta "el hombre se acerca a la divinidad, pero también a su dimensión animal, entregándose a lo irracional," es allí donde el individuo pierde una porción de su autonomía que sólo podrá encontrar en la comunidad (González Pérez, 2008).

Las fiestas son encuentros sociales donde se presenta una conglomeración o agrupación de personas que tienen por finalidad conmemorar, homenajear o agasaja de algún evento particular. Generalmente está asociado a su carácter ritual, ya que las fiestas tienen por objetivo la exaltación de algún tipo de acontecimiento que reúne, por sus características, personas que decidan festejarlo (Ticsll_Icaballero, 2015).

Una fiesta engloba diversas características según la ocasión, y cumple con ciertos requisitos para ser denominada como tal. La característica de las fiestas es particularmente el aspecto desinhibido, que promueve la diversión y el "pasarla bien". Suele haber música alegre y alimentos y bebidas (Tipos, 2014).

El vocablo latino *festum* es el plural de *festa*: de allí proviene la palabra fiesta. Se trata de un rito social, compartido entre un grupo de personas, donde se marca un cierto acontecimiento a modo de celebración. Los cumpleaños y las bodas son dos ejemplos de ocasiones que se festejan. El hecho de que una fiesta sea un rito implica que los participantes adopten un rol para la ocasión, por lo general descontracturado y desinhibido. La fiesta puede incluir música, baile, disfraces y comida. La fiesta oficial es aquella fiesta nacional en la cual el Estado se involucra en la organización. De esta forma,

el gobierno suele decretar asueto para que la gente no tenga que cumplir con las obligaciones laborales y pueda sumarse a los festejos (Pérez Porto & Merino, 2009).

Cultura

“Conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo.” (UNESCO, 2016).

“Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Es el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de ejercitar las facultades intelectuales del hombre” (Kroeber & Kluckhohn, 1952, pág. 3).

“La cultura es una abstracción, es una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto nuestro conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento. (Herrero, 2002).

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación Mixto

El presente estudio se basará en una investigación cualitativa, debido a que se obtendrá información y explicarla a profundidad las características del tema a investigar y será cuantitativo debido a las diferentes herramientas de recolección de datos como: entrevistas, encuestas, revisión bibliográfica, que serán utilizados para obtener resultados que sustenten la investigación.

2.2. Tipología de investigación

2.2.1. Por su finalidad Aplicada

La finalidad de la investigación es aplicada ya que busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, se basa en una teoría base para la generación de alternativas que puedan ser utilizadas a largo plazo, en donde la población local busque un crecimiento y desarrollo en la calidad de vida.

2.2.2. Por las fuentes de información Mixto

La investigación utilizadora diferentes fuentes de información en donde se las ordenara de forma primaria que serían, encuestas, entrevistas las cuales estarán dirigidos directamente a los involucrados en la investigación con el fin de complementar la información obtenida de las fuentes secundarias; y las fuentes secundarias serán la recolección bibliográfica como: libros, tesis, o artículos publicados en las diferentes revistas científicas.

2.2.3 Por las unidades de análisis Mixto

La investigación de las unidades de análisis será insitu es decir a través de la visita al cantón de Otavalo en la provincia de Imbabura, se aplicara las diferentes técnicas de recolección de datos y será de laboratorio debido a la toma de información de las diferentes referencias bibliográficas que será la base para la realización del tema a investigar.

2.2.4. Por el control de las variables No experimental

Se realizará un control no experimental debido a que no se manipulara las variables, es decir solo se presentaran datos e información en un solo momento dado, mostrando datos actuales de la investigación sin modificación ni alteraciones que puedan afectar a las variables de investigación.

2.2.5. Por el alcance Descriptivo

El estudio será descriptivo ya que se investigara las características y propiedades principales de las diferentes actividades turísticas que se realizan durante la fiesta del “Yamor”, con el afán de recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables investigadas, sin analizar la relación que se tienen entre ellas.

2.3. Hipótesis

No aplica

2.4. Instrumentos de recolección de información Varios



2.4.1. Observación

La observación constituye un instrumento que ayuda a la recolección de información en el ambiente en el que se realice la investigación, mediante esta técnica el investigador no manipula las variables, registrando solo las conductas verbales y no verbales de las

objetos y lugar investigados. Este técnica es parte de la observación etnográfica o antropológica ya que registraría las particularidades de la vida social, cultural, y económica de un lugar o comunidad (Yuni & Urbano, 2006, págs. 141-143).

Para recolectar información mediante este instrumento utilizaremos la ficha de observación proporcionado por el MINTUR (Ministerio de Turismo) del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2017).

Ficha de observación atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
Código del atractivo:	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1. DATOS GENERALES								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico								
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO								
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia		
2.4 Calle Principal			2.5 Número			2.6 Transversal		
2.7 Barrio, Sector o Comuna			2.8 Sitio poblado más cercano					
2.9 Latitud (grados decimales)			2.10 Longitud (grados decimales)			2.11 Altura (metros)		
2.12 Inmerso en Espacio Turístico			SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>		
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:								
Observaciones:								



CONTINÚA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
3.1. Clima	3.2 Temperatura(°C)			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)			
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
4.1 Tipo de Ingreso (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)	<input type="checkbox"/>	4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)	<input type="checkbox"/>	4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)	<input type="checkbox"/>		
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):		a. Desde \$		b. Hasta \$			
4.1.3.2 Forma de Pago (M):		a. Efectivo	<input type="checkbox"/>	b. Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>		
		c. Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>	d. Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>		
		e. Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	f. Cheque	<input type="checkbox"/>		
4.1.4 Horario:	a. Hora de Ingreso:			b. Hora de Salida:			
4.1.5 Atención (u):	a. Todos los días	<input type="checkbox"/>		c. Fines de Semana y Feriados	<input type="checkbox"/>		
	b. Sólo días hábiles	<input type="checkbox"/>		d. Otro.	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
4.2 Temporalidad (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
b. Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

1



a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (u)	a. Primer Orden	<input type="checkbox"/>	Estado (u)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (u)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input type="checkbox"/>	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (u)	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:									

→
CONTINÚA

5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Especifique:	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones:								
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:				Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:			horas/ minutos
Observaciones:								
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual			
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

2

MINISTERIO DE
TURISMO

ecuador

ama la vida

j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	Habitaciones:	Plazas:				
b. Alimentos y Bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	Mesas:	Plazas:				
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>		a. Lat.	b. Long.	B	R	M
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CONTINÚA
→

b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Muelle <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardanía <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos <input type="checkbox"/>							
	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>					
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>		h. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:			

3



Observaciones:								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
7.1 Atractivo (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
7.1.1 Factores de deterioro (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
7.1.1.1 Naturales (M)			7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>		b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>		c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>		e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>		f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>			
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearías <input type="checkbox"/>		h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>		k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>		l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>		o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
7.2 Entorno (500 m) (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
7.2.1 Factores de deterioro (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
7.2.1.1 Naturales (M)			7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>		b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>		c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>			

CONTINÚA
→

b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)			
a. Sismos	<input type="checkbox"/>			a. Huracanes	<input type="checkbox"/>		
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>			b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>		
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>			c. Marejadas	<input type="checkbox"/>		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>			d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>		

4



Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:		<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>	
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

CONTINÚA

a. Hospital Clínica <input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico <input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
8.6 Seguridad (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Privada <input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional <input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>	
d. Otra <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> Especifique:
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> Especifique:
9.3. Nombre del Administrador:			
9.4. Tipo de Administrador (u)			
a. Público <input type="checkbox"/>	b. Privado <input type="checkbox"/>	c. Comunitario <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:
9.5. Contacto			
a. Nombre:		b. Teléfono/Celular:	
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:	
Observaciones:			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>

5



10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf <input type="checkbox"/>	e. Rafting <input type="checkbox"/>	f. Snorkel <input type="checkbox"/>		
g. Surf <input type="checkbox"/>	h. Tubing <input type="checkbox"/>	i. Regata <input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha <input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí <input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables <input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:				
10.1.2 En el Aire (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:				
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>		
j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>		
m. Fotografía <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:				

→
CONTINÚA

10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>		
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		<input type="checkbox"/>	NO		<input type="checkbox"/>	
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI		<input type="checkbox"/>	NO		<input type="checkbox"/>	
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

6



a. Local	<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>	d. Internacional	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mismo a)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)		
Observaciones:							

CONTINÚA →

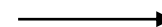
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
12.1 Afluencia (M)			12.2 Tipo (U)			12.3 Frecuencia (U)					
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
13.1. Personal especializado en turismo (U):			SI	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
13.2. Nivel de instrucción (U)											
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
a. Inglés	<input type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			

7



15. ANEXOS			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (dos)								
Fuente:								
c. Ubicación gráfica del Atractivo								

CONTINÚA



Fuente:		
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatoria)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

8

2.4.2. Entrevista

Al ser la entrevista una conversación oral en la que se involucra al entrevistador “investigador” y al entrevistado se la utiliza como un instrumento de recolección con la finalidad de obtener información de primera mano que sea de utilidad para la investigación (Pardinas, 2005, págs. 111-112), el uso del instrumento conlleva la habilidad por parte del encuestador u observador en conducir el tema de investigación de una manera dinámica; el buen uso de las preguntas abiertas da al investigador durante la conversación aportar con nuevas interrogantes que pueden ayudar a hondar y aclarar el tema investigado, de la misma manera, al no tener una buena conversación la entrevista se puede volver tediosa y aburrida, obteniendo como resultado solo respuestas vacías y sin interrogantes, dejando puntos poco esclarecidos dentro de la investigación (Huamán Valencia , 2005, pág. 20).

Entrevista al representante del GAD de Otavalo

Objetivo: Identificar la situación actual del turismo realizado en el cantón Otavalo, con el fin de conocer su interés por realizar actividades turísticas relacionadas con la festividad del “Yamor”.

Entrevistado: _____ Cargo o función: _____

Título: _____ Entrevistador: _____

Ciudad y fecha: _____

1. ¿Qué importancia tiene el sector turístico en el GAD parroquial?
2. ¿Cómo está organizado el municipio para los eventos festivos?
3. ¿Cuál es el aporte del Gobierno Autónomo Descentralizado con referencia a la asignación de recursos para el desarrollo turístico?
4. ¿Qué actividades turísticas se ofrece durante la celebración del “Yamor” y cuentan con algún precio?
5. ¿Las actividades que realiza cuenta con la participación de comunidades del sector y cuáles son las que participan?
6. ¿Ha considerado la alternativa de impulsar las actividades turísticas más representativas de la festividad?
7. ¿Cuáles son las estrategias para promocionar el turismo en Otavalo?
8. ¿Cree usted que el turismo influye en la aculturación de las comunidades?
¿Cómo?

¡Gracias por su colaboración!

Entrevista al representante del centro de información turística Otavalo

Objetivo: Recopilar información por parte del representante del centro de información turística acerca de la situación turística del cantón Otavalo durante la festividad del “Yamor”.

Entrevistado: _____ Cargo o función: _____

Título: _____ Entrevistador: _____

Ciudad y fecha: _____

1. ¿El Centro de Información Turística aporta en las actividades festivas?
2. ¿De qué forma participa el centro de información turística en la organización de las festividades de Otavalo?
3. ¿Cómo se ejecuta la promoción turística de las actividades que se realizan dentro del cantón Otavalo durante las festividades?
4. ¿Cuál la iniciativa por parte del centro de información turística en la creación de actividades rurales dentro del cantón?
5. ¿Cuál es manera de captar turistas nacionales o internacionales durante las festividades del cantón?, ¿Se cuenta con un registro o historias de entrada de turistas nacionales e internacionales?
6. Durante las festividades, ¿Qué acciones se toman por parte del centro de información turística con respecto a la seguridad de los turistas?
7. ¿Se conserva un registro de los diferentes prestadores de servicios dentro del cantón?
8. ¿Los materiales informativos acerca del cantón son modificados de alguna manera durante las festividades?

¡Gracias por su colaboración!

Entrevista al representante de la asociación hotelera

Objetivo: Establecer las decisiones y acciones que toma el representante de la asociación del sector hotelero durante las festividades turísticas en el cantón Otavalo.

Entrevistado: _____ Cargo o función: _____

Título: _____ Entrevistador: _____

Ciudad y fecha: _____

1. Como representante del sector hotelero ¿Cuáles son los puntos fuertes que tienen los hoteles del cantón Otavalo?
2. ¿El incremento de turistas durante las festividades ha generado cambios en el sector hotelero? ¿Cuáles son estos?
3. ¿De qué manera el sector hotelero se involucra en la captación de turistas durante las festividades?
4. ¿El sector hotelero aporta de alguna manera a la promoción y publicidad de las diferentes festividades turísticas?
5. ¿Se ofrece por parte de la asociación cursos o capacitaciones a los diferentes hoteles agremiados? ¿Cuáles son estos?
6. ¿Cuál es el principal problema que encuentran los hoteles durante las festividades? y ¿Cuáles son sus acciones como asociación?
7. De qué manera la asociación contribuye a eliminar el componente estacional en el turismo de Otavalo?
8. ¿La asociación hotelera ofrece seguridades a los hoteles agremiados y a los turistas durante las festividades?


¡Gracias por su colaboración!

2.4.3. Encuesta

La encuesta al ser una técnica de recolección de información acerca de un tema específico y dirigido a una cierta cantidad de personas se lo considera un método utilizados en las ciencias sociales, aparte no constituye un formulario estandarizado para su realización, las nuevas tecnologías aplicadas permiten utilizar preguntas abierta o

cerradas he incrustando interactividad con el encuestado (Alvira Martín, 2011, págs. 6-7).

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones personales de un número considerable de personas teniendo en cuenta un registro de datos, el estudiar una población a través de muestras con garantías de representatividad con conocimiento en los márgenes de error y control de factores que indiquen sobre el fenómeno a observar (Grasso, 2006, pág. 13).

									
<p>Objetivo: Determinar el interés de los turistas que visitan el cantón Otavalo durante la festividad del “Yamor”, con el motivo de participar en las diferentes actividades turísticas que se presentan.</p>									
<p>Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y elija una respuesta en cada una de las opciones del siguientes cuestionario.</p>									
<p>Género: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/></p>									
<p>Edad: 15 – 25 <input type="checkbox"/> 26 – 36 <input type="checkbox"/> 37 – 47 <input type="checkbox"/> 48 – 58 <input type="checkbox"/></p>									
<p>Procedencia: Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero <input type="checkbox"/></p>									
<p>Cuestionario:</p>									
<p>1. De acuerdo a su preferencia señale, ¿Qué actividad le atrae al realizar un viaje?</p>									
Naturaleza	<input type="checkbox"/>	Cultura	<input type="checkbox"/>	Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Religión	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
<p>2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?</p>									
Educación	<input type="checkbox"/>	Familia	<input type="checkbox"/>	Trabajo	<input type="checkbox"/>	Turismo	<input type="checkbox"/>		
<p>3. ¿Con quién viaja normalmente usted?</p>									
Solo	<input type="checkbox"/>	Pareja	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>	Familia	<input type="checkbox"/>		
<p>4. ¿Con qué frecuencia usted viaja fuera de su lugar de residencia?</p>									
Semanal	<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>	Trimestral	<input type="checkbox"/>	Semestral	<input type="checkbox"/>	Anual	<input type="checkbox"/>
<p>5. ¿Cuántos días destina para su viaje?</p>									
1 día	<input type="checkbox"/>	2-4 días	<input type="checkbox"/>	5-8 días	<input type="checkbox"/>				
<p>CONTINÚA →</p>									

6. ¿Cuáles son los servicios de su preferencia dentro de cada uno de los siguientes puntos?

Alojamiento		Alimentación		Transporte	
Áreas verdes		Comida nacional		Alquiler de autos	
TV cable		Comida típica		Trasporte público	
Internet		Comida gourmet		Trasporte turístico	
Piscina		Comida rápida		Transporte ecológico	

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios dentro del cantón?

Alimentación	Hasta \$3	
	Entre \$3 y \$5	
	Más de \$5	
Hospedaje	Hasta \$10	
	Entre \$10 y 25	
	Más de \$25	

8. ¿Conoce de la festividad del “Yamor” y las diferentes actividades que se realiza en el cantón Otavalo?

Si

No

9. ¿Por qué medios de información se enteró usted de las festividad del “Yamor” y sus diferentes actividades turísticas?

Medios de comunicación (radio, televisión, redes sociales)		Guías de turismo		Revistas, carteles, pancartas		Página web		Agencias de viaje		Otro	
--	--	------------------	--	-------------------------------	--	------------	--	-------------------	--	------	--

10. ¿Le parece interesante conocer más sobre la historia de la festividad del “Yamor” y las actividades que la complementan?

Muy interesante		Interesante		Imparcial		Poco interesante		Nada interesante	
-----------------	--	-------------	--	-----------	--	------------------	--	------------------	--

Gracias por su colaboración

2.4.4. Recolección Bibliográfica

Recopilar información de diferentes papers, tesis y entre otras fuentes escritas que sirvan como un aporte que sustente el proyecto de investigación, ayudando en la elaboración del marco teórico, referencial y conceptual.

Tema	Libro / Paper	Autor	Cita	Discusión	Pagina	Año	Web

2.5. Procedimiento para recolección de datos Varios

Las técnicas documentales serán aquellas que se obtenga a partir de paper's, libros, documentos electrónicos y de diferentes medios digitales de varias entidades las cuales sirvan para medir incidencias y determinar cambios que involucren datos del tema de investigación, esta información se mostrara en la biografía del documento realizado y previamente a la presentación se realizara el registro en fichas en donde se sintetizara los datos obtenidos.

Técnicas de campo serán obtenidos a través de la visita al lugar de estudio como la visita al Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, a la asociación de hoteles de Imbabura, y al centro de información turística de Otavalo en donde se procederá a realizar entrevistas a un representante de cada una de las instituciones antes señaladas y se realizara las entrevistas a los turistas que se encuentren de visita en el cantón Otavalo durante la fiesta del "Yamor", en donde será necesario conocer las diferentes necesidades que tiene o necesitan durante estos días de festividad con el fin de establecer conclusiones para el final del trabajo.

2.6. Cobertura de las unidades de análisis Muestra

Para la realización de las entrevistas se tomara a los turistas que ingresaron al cantón Otavalo durante el periodo de agosto y septiembre meses en los cuales se realiza la festividad las estadísticas presentadas por el Departamento de Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo – MINTUR son del año 2017.

Para la elección de cada entrevistado se utilizara el muestreo aleatorio simple, en donde cada individuo tendrá las mismas probabilidades de ser elegido dentro de una población finita, el dato estadístico se lo divide para los doce meses que comprende el periodo de realización del boletín estadístico (Coordinación General de Estadística e Investigación , 2017).

Se aplicará la fórmula de la muestra para población finita.

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

n tamaño de la muestra= ?

N elementos de la muestra = 4503

p (Éxito)= 0,5

q (Fracaso)= 0,5

e (Error permitido) = 5%

Z (Nivel de confianza) = 95%= 1,96

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 4503}{0,05^2(4503 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{4324,68}{12,22}$$

$$n = 354$$

2.7. Procedimiento para tratamiento y análisis de información Síntesis

Al concluir los métodos de recolección de datos como las encuestas se procederá a analizarlos y sintetizarlos mediante el programa SPSS, en el cual se puede ingresar las diferentes variables y presentarlas en cuadros estadísticos para una comprensión y una mejor interpretación de datos, los cuales ayudarán en la realización de conclusiones.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1. Micro entorno cantón Otavalo

El cantón Otavalo se encuentra ubicado en la zona norte del Ecuador, al sur oriente de la provincia de Imbabura, cuya superficie es de 579 kilómetros cuadrados. La ciudad ubicada al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital del país y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, la ciudad de Otavalo se encuentra a 2565 m.s.n.m encontrándose limitada por los siguientes puntos: (GAD Otavalo, 2018).

Norte: cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra

Sur: provincia Pichincha (Quito)

Este: cantones Ibarra y Cayambe

Oeste: cantones Quito y Cotacachi.



Figura 1 Mapa turístico de Otavalo y sus alrededores
Fuente: (Ecuador turístico, s.f.)

El cantón cuenta con 110461 habitantes divididos en población rural y urbana, la economía de este pueblo se basa en el comercio nacional e internacional de productos artesanales, la música, el turismo y en menor cantidad la agricultura, una característica de este pueblo es la habilidad en el conocimiento textil, la mayoría de prendas son de uso familiar o cotidiano, parte del pueblo lo ve como un ingreso adicional a su economía al promover la venta hacia los turistas que visitan este poblado, la creación de estas prendas es de manera artesanal y moderna utilizando fibras de origen natural y sintética, las prendas artesanales tienen un mayor precio debido al tiempo y mano de obra (Paredes & Auz, 2013).

Los cambios en la economía actual han provocado que el turismo sea una fuente de ingreso factible en donde se puede aprovechar de los vastos recursos naturales y culturales que tiene la población del cantón; al priorizar y proveer los diferentes actos culturales atrae turistas que buscan nueva alternativas de ocio. La alcaldía de Otavalo unida con diferentes organizaciones barriales promocionan estos actos en donde el más representativo es la festividad del “Yamor” ya que cuenta con una participación mayoritaria del pueblo, siendo la de más afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

3.2. Fiestas tradicionales y culturales – Raymikuna

Para las comunidades kichwas existe un calendario astronómico conocido como calendario indígena andino con el que se sigue un ritual agrario; en este calendario está presente durante todo el año dos solsticios y dos equinoccios los cuales se realizan en diferentes fechas dando una precepción del tiempo y el espacio que pervive en la cultura kichwa hasta nuestros días. En estos solsticios y equinoccios en los pueblos indígenas se realizan diversas actividades que acompañen al ritual agrario en donde el principal

componente de estas celebraciones es el maíz el cual es visto por la cosmovisión indígena como elemento de fertilidad y vitalidad (Maldonado , 2012).

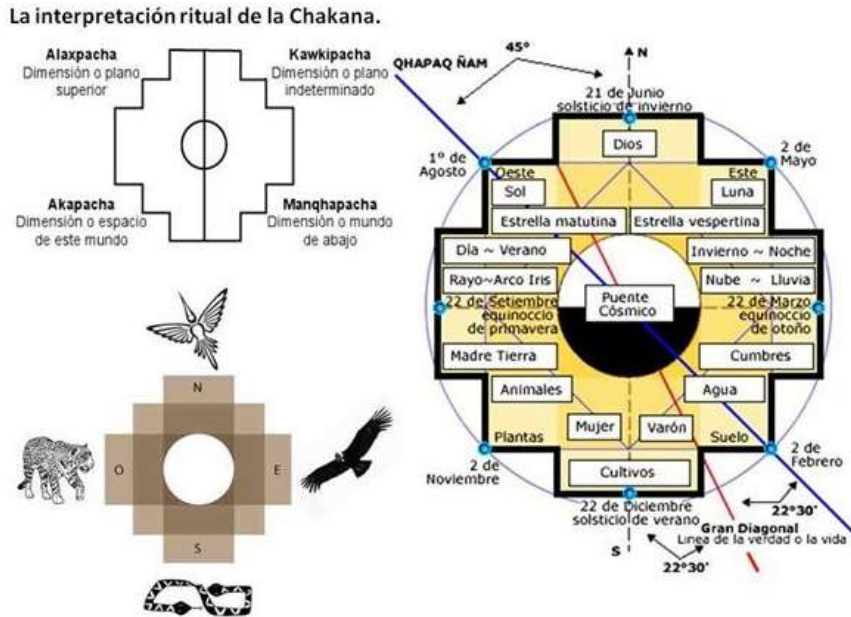


Figura 2 Calendario indígena andino
Fuente: (Educación intercultural bilingüe, 2016)

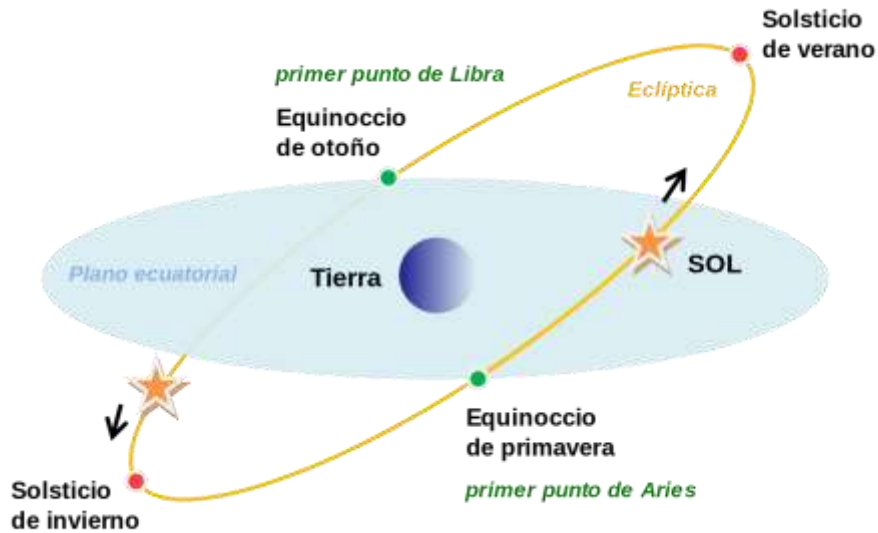


Figura 3 Calendario de solsticios y equinoccios
Fuente: (Rosenberg González, 2015)

3.2.1. Pawcar Raymi o Fiesta de florecimiento (Equinoccio de primavera 21 – 22 de marzo)

En el este tiempo también conocido como una fiesta de muchos colores se celebra la madurez de las plantas que ya ofrecen sus frutos para ya ser consumidas, se agradece a la Pacha mama (madre tierra) mediante elementos como las flores y agua, este tipo de acto se celebra en la comunidad de Peguche en donde mediante este evento se agradece al agua y a la vida; el Chamán es encargado de rociar una esencia de siete plantas (eucalipto, marco, santa maría, zorrillo, ciprés, pino, capulí) a los asistentes la cual sirve de protección ante los malos espíritus, la comida que se consume en la celebración es presentada en una “pampa mesa” la cual consiste en tender los ponchos en suelo y ahí depositar todos los alimentos traídos por los asistentes y miembros de la comunidad. (Secretaria del Agua, s.f.).



Figura 4 Ceremonia en agradecimiento a los frutos de la tierra
Fuente: (Ministerio de cultura y patrimonio, s.f.)



Figura 5 Ritual realizado por el “Chamán”
Fuente: (Ministerio de cultura y patrimonio, s.f.)

Personajes y vestimentas del Pawcar Raymi

- **Yaya carnaval**

El Yaya Carnaval es un hombre elegido por la comunidad especialmente es la persona con mayor sabiduría y respeto entre las comunidades, esta persona es vestido con un zamarro, “tzunzu” (con flecos), poncho rojo de lana, bufanda blanca y sombrero. Porta en su mano un tambor con el que llama la atención de la comunidad para que asistan a la fiesta.

- **Mama Shalva**

La Mama Shalva es una mujer al igual que el Yaya carnaval elegida por la comunidad, la mujer representa en la cosmovisión andina la apertura e igualdad que tiene ante el

hombre ya que no se la menosprecia durante la festividad, la vestimenta es un anaco, blusa blanca con bordados, rebose y fajas en donde resalta la creatividad y labor artística. Además, carga una canasta con productos que da la tierra (La Hora, 2017).



Figura 6 Yaya carnaval y Mama Shalva
Fuente: (Casa de la cultura ecuatoriana, 2018)

3.2.2. Inti Raymi – Fiesta del sol y la cosecha (Solsticio de verano 21 - 22 de junio)

Esta fiesta legada desde los tiempos del imperio Inca la cual resistió la colonización y discriminación por parte de la clase alta de blancos, criollos he inclusive de los mestizos, va teniendo mayor apertura y recuperación en los pueblos indígenas de ciertos lugares de América (Perú, Ecuador, Bolivia, Colombia y comprendido algunos lugares en Chile), esta fiesta se realiza poniendo énfasis en la enseñanza de la cosmovisión andina en donde se pone en manifiesto la armonía entre el ser humano y la madre tierra. En Ecuador viene acompaña de varias manifestaciones simbólicas entre lo andino y lo

católico (fiestas de San Pedro y San Pablo), a la celebración se le aporta con cantos y danzas representativas las cuales suelen ser de gran de atractivo turístico nacional e internacional (Soler, s.f.).



Figura 7 Ritual de agradecimiento a la Pacha mama
Fuente: (Hoy en Imbabura, 2017)



Figura 8 Inti Raymi en Cotacachi
Fuente: (Hijas del maíz Saramanta Warmikuna, 2013)

Personajes y vestimenta del Inti Raymi

- **Aya Uma**

Es el personaje de mayor importancia en el Inti Raymi, durante la evangelización a los pueblos indígenas se le dio el nombre de Diablo Uma y asociar la imagen del Aya Uma con lo malo y diabólico de la fiesta, se recalca que este personaje en la cosmovisión andina es visto como un líder espiritual. La vestimenta se basa en una máscara de dos caras representando la dualidad de los mundos, sus cabellos en cantidad de doce representa la sabiduría.

El resto de la vestidura es un conjunto de remiendos que representan el descuartizamiento realizado por los españoles, un aciel o latigo en su mano derecha representa autoridad, poder y curación en la otra mano lleva un gato disecado que significa el sometimiento en sus extremidades inferiores lleva puesto un zamarro que significa autoridad y dominio sobre el plano ancestral (Ministerio de cultura y patrimonio, 2015).



Figura 9 Mascara del Aya Uma (Diablo Uma)

Fuente: (Runakay Otavalo, s.f.)

- **Los Takik**

Son los personajes que constituyen el eje de la fiesta generando armonía y continuidad, en pocas palabras son los músicos de las festividades (El Norte, 2016).



Figura 10 Los Takik (músicos)
Fuente: (Runakay Otavalo, s.f.)

- **Los Tushuk**

Son los danzantes que se mueven al ritmo de la música los cuales representan a los movimientos de traslación y rotación de la tierra, el recorrido imita el movimiento de la serpiente que representa sabiduría (El Norte, 2016).



Figura 11 Los Tushuk (Danzantes)
Fuente: (El Norte, 2016)

3.2.3. Koya Raymi o Killa Raymi – Fiesta a la luna (Equinoccio de otoño 22 - 23 de septiembre)

Esta fiesta se hace en honor a la figura femenina y al agua debido que en tiempos antiguos las mujeres que tenían la menstruación dejaban que la sangre fluyera con el cauce del río en representación a la fertilidad de la mujer y de la tierra (Pacha Mama); se le agradece a la luna (Killa Mama) y al sol (Inti Taita) por la lluvias y por el tiempo de siembras esta estación es perfecta para las siembras por el incremento de lluvias también es un tiempo de enfermedades por lo que se pide protección a la Killa Mama mediante rituales ceremoniales que incluyen baños de purificación física y espirituales.

En prácticas ancestrales se enterraba una ofrenda ceremonial como agradecimiento a la madre tierra para que sea fecunda y produzca buenas cosechas, cabe recalcar que el

que las oraciones y ceremonias son realizadas en la privacidad del hogar con el fin de tener una buena siembra (Kichwa Hatari, 2015)



Figura 12 Ritual en honor a Killa Mama
Fuente: (El Norte, 2016)

3.2.4. Kapak Raymi – Fiesta de la plenitud o abundancia (Solsticio de invierno 21 de diciembre)

En esta fiesta o ceremonia se realiza en agradecimiento al sol, por darles un nuevo periodo de siembra en esta ocasión los sembríos de la chacra están listos para la deshierba o jayma pacha también es el inicio de una nueva liberación o renacer de fuerza tanto en lo político como en lo espiritual de la comunidad en estas fechas se hace honor al Kapakkuna conocida persona sabia este reconocimiento coincide con navidad en donde se da regalos a los niños o se pide bendición a los mayores para una buena cosecha.

Actualmente van apareciendo estas tradiciones en las comunidades indígenas en donde los adultos mayores pasaban su poncho y sombrero a las nuevas generaciones que se convertían en runas (hombres) con el fin de transmitir su energía y convertirse en líderes familiares esto venía acompañado de baños rituales con ortiga y hierbas medicinales (Runakay Otavalo, 2017).



Figura 13 Ritual en honor al Kapak Raymi
Fuente: (Runakay Otavalo, 2017)

3.2.5. Fiesta del Coraza y Pendoneros

Es un evento milenario que antiguamente duraba cuatro días y en dos fechas distintas generalmente una se realiza en semana santa fecha en la cual se da los primeros frutos de lo sembrado y en el mes de agosto fecha en la cual descansa la Pacha Mama, por lo general este personaje nace en San Rafael de la Laguna al sur de Otavalo la vestimenta se destaca por llevar una máscara, sombrero de plumas, y atuendo de colores. El representar a un Coraza o Kuraka significa ser un rey, anfitrión, dueño y patrón de la

comunidad la principal función es la de pasear sobre un caballo sosteniendo un paraguas por todos los terrenos cultivables atrayendo las lluvias y bendiciendo la tierra (El Norte, 2016).



Figura 14 Coraza o Kuraka
Fuente: (Rosales, 2016)

En esta fiesta es realizada por algunos personajes como el Hatun Kuraka o Coraza quien es el personaje principal le acompaña la Mama Coraza quien es la esposa, los yumbos quienes son los resguardan al Coraza, un Loa quien generalmente es un niño entre 10 y 15 años encargado de recitar en honor a los dioses y al Coraza y finalmente vienen los acompañantes o Ayllus quienes son los familiares (La Hora, 2016).



Figura 15 Pase del “El Coraza”

Fuente: (Macias, s.f.)

Los Pendoneros es una fiesta exclusiva del prioste en la cual se realiza una gran procesión desde la casa del anfitrión llevando banderas de color rojo las cuales significan la sangre de los guerreros caídos en batalla, los Pendoneros son danzantes que van alrededor del prioste y del santo van en forma de zigzag hasta la plaza central en donde esperan hasta que comience la misa, cada miembro de la comunidad entrega granos cocinados a la mujer del prioste con el fin de que sea repartida durante toda la fiesta una vez terminada la misa se dirigen a la casa del prioste en donde continúan con la fiesta hasta el anochecer (Obando, 1988, págs. 47 - 48).



Figura 16 Los Pendoneros
Fuente: (Cevallos, 2012)

3.2.6. La Fiesta del Yamor

Es una de las festividades histórico – culturales más representativas del cantón Otavalo en la que se conjuga la creencia religiosa y la pagana se celebra en honor a la virgen María de Monserrat y en agradecimiento a la Pacha Mama por la cosecha del maíz tal evento nace en 1952 en el barrio de Monserrat y se la acompañaba con alimentos y la chicha del yamor la cual es hecha a base de siete diferentes granos de maíz (Ecuador Travel, 2017).



Figura 17 Pintura del ritual de la fiesta del Yamor
Fuente: (Cardenas Fernandez, 2014)

Durante los banquetes de los grandes caciques se servía una bebida denominada como chicha del yamor (Yamor Tuktuy) desarrollado a partir de los granos del maíz, el significado de la palabra yamor viene de dos vocablos Yak que significa sabio y de Mur que significa grano, denominándose “chicha de la sabiduría”, el origen de esta bebida es preincaica y acompaña a la festividad, la festividad se realiza entre el mes de agosto y septiembre y se realiza una serie de actividades que atrae a propios y extraños en diferentes escenarios de la ciudad de Otavalo (El Universo, 2017).



Figura 18 Chicha y granos de maíz

Fuente: (Otavalo, s.f.)

Actividades que se realizan en la festividad del Yamor

- **El Pregón de Fiesta**

Consiste en el recorrido de carros alegóricos, comparsas, danzas y bandas musicales de diferentes delegaciones y comunidades que dan a conocer sus culturas, estas bandas pueden ser nacionales e internacionales.



Figura 19 Desfiles
Fuente: (Callejón de palabras, 2012)



Figura 20 Carro alegórico
Fuente: (Callejón de palabras, 2012)

- **Elección de la reina**

Es un evento que se realiza por la noche en donde demuestra la pluriculturalidad del cantón y la belleza otavaleña, en este evento se elige a la Reina del Yamor la cual será la preceda todos los eventos que se realicen durante las fiesta (El Comercio, 2017).



Figura 21 Paola Lizeth Muñoz Burgos Reina del Yamor 2017
Fuente: (El Comercio, 2017)

- **Travesía natatoria al Lago San Pablo**

Es uno de los eventos más importante y es organizado por la Liga Deportiva del cantón Otavalo, la travesía que consta de una distancia de 3.8 km desde la costa de Araque hasta el Muelle Costa Azul en esta competencia participan varias categorías para que participen todas las provincias de diferentes provincias (Ecuador Travel, 2017).



Figura 22 Promoción de la travesía Lago San Pablo
Fuente: (Alcaldía de Otavalo, 2016)

- **Festivales de música**

Se presentan varios artistas nacionales e internacionales es realizado en honor a las Marías.



Figura 23 Festival de música del recuerdo 2017
Fuente: (Acaldia de Otavalo, 2017)

- **Bendiciones a las cosechas**

Es un evento religioso en el que se agradece a la Pacha Mama por las cosechas y también es en honor a la virgen de Monserrat patrona de las festividades del Yamor, esta celebración convoca a personas de todas las comunidades (Otavalo, s.f.).



Figura 24 Bendición a las cosechas

Fuente: (Alcaldía Otavalo, 2017)

- **Competencia de 4 x 4**

Es una competencia en vehículos 4 x 4 por la pista La Magdalena la cual tienes una distancia de 1100 m y varios obstáculos en su trayectoria en esta valida competencia de carros participan integrantes del Club Especializado Formativo de Automovilismo Imbabura Extremo (Cefaie) (La Hora, 2017).



Figura 25 Competencia de vehículos 4 x 4
Fuente: (La Hora, 2010)

3.3. Estudio de mercado

3.3.1. Oferta de servicios turísticos

Atractivos naturales

- **Cascada de Peguche**

La cascada está ubicada en la comunidad de Faccha Llacta a 3,3 km de Otavalo, tiene una altura de 30 m y 6 m de ancho es un lugar especial para la cultura otavaleña en donde se realiza baños ceremoniales durante el Inti Raymi está cubierta por una vasta vegetación y una gran variedad de aves (El telégrafo, 2017).



Figura 26 Cascada de Peguche

Fuente: (Otavalo, s.f.)

- **Cascadas de Taxopamba**

Se encuentran ubicadas a 45 min de la ciudad de Otavalo, está conformada por 2 caídas de agua una de 15 m y otra de 8 m de altura formando piscinas naturales de agua cristalina es rodeada por vegetación y cultivos de los pobladores (El Telegráfo, 2015).



Figura 27 Cascadas de Taxopamba

Fuente: (El Telegráfo, 2015)

- **Corazón del Imbabura**

Es una formación en forma de corazón ubicada en las faldas del volcán Imbabura, cerca del sector se ubica la comunidad La Compañía la cual realiza recorridos guiados a través de senderos señalizados desde aquí se puede tener una visión clara del Lago San Pablo y por parte de los guías se puede disfrutar de las leyendas y tradiciones kichwas (El Comercio, 2017).



Figura 28 Corazón del Imbabura
Fuente: (El Comercio, 2017)

- **Lago San Pablo**

Ubicado a los pies del volcán Imbabura con una extensión de 4 km de largo y 3 km de ancho y profundidad de 48m en el centro del lago, por ser considerado uno de los más grandes del Ecuador se realiza varias competencias náuticas, antes de la llegada de los españoles el nombre de lago es Chicapán y en quichua se lo llamaba Imbacochoa (Enciclopedia del Ecuador, s.f.).



Figura 29 Lago San Pablo

Fuente: (Enciclopedia del Ecuador, s.f.).

- **Mirador El Lechero**

Ubicado en una loma conocido como Rey Loma la elevación se encuentra en la ciudad de Otavalo y el Lago San Pablo desde este lugar se puede apreciar varios lugares y sitios turísticos el nombre de mirador el lechero viene del árbol conocido como lechero que se encuentra plantado en la cima también es conocido por una serie de leyendas y rituales de purificación (El diario, 2015).



Figura 30 Mirador El Lechero

Fuente: (Otavalo, s.f.)

- **Parque Acuático**

Ubicado en la comunidad de Araque siendo una proyecto de emprendimiento de los habitantes del lugar en donde se ofrece una serie de actividades turísticas que pueden disfrutar los diferentes turistas (El Norte, 2018).



Figura 31 Parque acuático
Fuente: (Otavalo, s.f.)

- **Wantun Rumi**

Es una formación rocosa de origen volcánico de 15 metros de alto dentro de la comunidad de Quinchuquí, se puede realizar variedad de actividades incluyendo el rápel (Go Raymi, s.f.).



Figura 32 Wantun Raymi

Fuente: (Otavalo, s.f.)

Atractivos culturales

- **Plaza de los Ponchos**

Es uno de los lugares más visitados dentro del cantón Otavalo, ofrece distintos productos de confección artesanal en su mayoría tejidos de todo tipo y clase durante las ferias se puede apreciar a turistas nacionales e internacionales ya que la feria es conocida a nivel mundial por la elaboración de ponchos realizados de diferente material como algodón, acrílico y lana (La Hora, 2018).



Figura 33 Puesto Plaza de los Ponchos
Fuente: (La Hora, 2018).

- **Tren de la Libertad**

Recorrido en el cual se puede apreciar la belleza de la provincia de Imbabura en cada una de sus paradas o estaciones cada una de ellas ofreciendo música, danza, gastronomía, artesanías e increíbles paisajes (Nature Galapagos & Ecuador, s.f.).



Figura 34 Tren de la Libertad

Fuente: (Otavalo, s.f.)

- **Parque Cóndor**

Organización que se encarga del rescate y cuidado de aves rapaces, posee un mirador desde el cual se puede divisar con claridad los diversos paisajes del sector de Otavalo (Parque Cóndor, s.f.).



Figura 35 Parque Cóndor
Fuente: (Parque Cóndor, s.f.)

- **Yachaks de Ilumán**

En la comunidad de Ilumán se realiza una serie de actividades que atraen al turismo místico en este sitio se realiza limpiezas de purificación por parte de los Yachacs, personas que visten de pantalón blanco y camisa blanca en señal de purificación (La Hora, 2009).



Figura 36 Yachacs
Fuente: (Otavalo, s.f.)

3.3.2. Planta Turística

La planta turística al ser la tercera de las partes importantes dentro del patrimonio turístico debe considerar ciertos aspectos que ayuden al fácil desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos turísticos, siendo de esta manera la que cumpla con las necesidades de los turistas. La planta al ser creada con planificación debe cumplir con los aspectos de la zona y fortalecimiento de la misma, contar con servicios adicionales a los básicos los cuales darán un plus a sus actividades fundamentales obteniendo por parte de los turistas satisfacción y experiencias que harán que la planta turística registre ganancias económicas (Quezada Castro, Planta turística, 2007, pág. 195).



Figura 37 Hotel Riviera Sucre



Figura 38 Restaurante Mi Otavalito

Alojamiento en Otavalo

El sitio web Otavalo proporciona un link con el directorio de servicios el cual proporciona un listado de locales de alojamiento que pertenecen a la red de hoteles asociados.

Tabla 1
Alojamiento en Otavalo

	Nombre	Teléfono	E - mail
1	Hacienda Cusin	062 918013 / 062918316	hacienda@cusin.com.ec
2	Hostal Arauco	0999115019 / 06 2922 772	arauco.hs@gmail.com
3	Hostal Chukitos	0989959325 / 062 924959	chukitos@gmail.com
4	Hostal Doña Esther	062920739	hostalesther@yahoo.com
5	Hostal La Casa Sol – Otavalo	06 2 690 500 FAX: 593 6 2 690 448	info@lacasasol.com
6	Hostal la Playita de Monse	2926 325 – 0989263814	laplayitademonse@gmail.com
7	Hostal Mashy`s	062 921 480 / 0993 846 457	
8	Hostal Rivera Sucre	062 920 241	rivierasucre@hotmail.com
9	Hostal Samana	062 921 458 / 062 924 958	pinedaluish@hotmail.com

CONTINÚA



10	Hostal Santa Fe #1	062 923 640	hotelsantafeotavalo@gmail.com
11	Hostal Santa Fe #2	062 921 161	hotelsantefe@hotelsantafeotavalo.com
12	Hostería Cabañas del Lago	06 2 918 001 / 06 2918 108/ 06 2918143	info@cabanasdellago.com.ec
13	Hostería Casa Mojanda	0980335108 / 062 991-1010	casamojandainn@gmail.com
14	Hostería Hacienda Pinsaqui	06 2946 116 / 2946 117	info@haciendapinsaqui.com
15	Hostería La Luna	0993156082 / 0999737415	lalunaecuador@yahoo.co.uk
16	Hostería Las Palmeras	062668067 / 062668301	palmeras@cusin.com.ec
17	Hostería Medina de Lago	0992832833 0986223459 0986223462	ventas@medinadellago.com
18	Hostería Puertolago	062 635 400 / (305) 4146828	info@puertolago.com
19	Hostería Rose Cottage	0997728115	info@rosecottageecuador.com
20	Hostería Sacha Ji	0984565012	info@sachaji.com
21	Hostería Tambo Inti	0997587844	stay@tambointi.com
22	Hotel Acoma	062 926 570	hotelacoma2@gmail.com
23	Hotel Coraza	062 921 225	
24	Hotel El Indio	062 920 060	hostalelindio@gmail.com

CONTINÚA
→

25	Hotel El Indio INN	06 2920325 / 62922 922	info@hotelelindioinn.com
----	--------------------	---------------------------	--------------------------

Fuente: (Otavalo, s.f.)

Alimentación en Otavalo

El sitio web Otavalo proporciona un link con el directorio de servicios el cual proporciona un listado de locales de alimentación.

Tabla 2
Alimentación en Otavalo

	Nombre	Teléfono	E - mail
1	Ally Allpa Grill Cousine	062920289/ 0987297562	
2	Blue Rose Pizzeria	+59362922887/ 0988919688	caizavictor@hotmail.com
3	Buena Vista Restaurante		buenavistaotavalo@aoutlook.com
4	D´angelos Pizzería	062 927 364	dangelo_pizza_2008@hotmail.com
5	Leyre Restaurante	0985685780 – 0958865676	sarlis_34@hotmail.com
6	Mi Otavalito	062 920 176	miotavalitorestaurante@hotmail.es
7	Mi Viejo Café	062 926 092	miviejocafebr@hotmail.com
8	Restaurante Quino	062 924 994	quinnno12@hotmail.com
9	Sisa	062 920 154	sisarestaurante@hotmail.com
10	Sisa Terrazas	062 925 624 / 0987372269	washosisa@yahoo.es
11	La Tablita del Tártaro	06 2 927-400	littotavalo@latablitadeltartaro.com

Fuente: (Otavalo.Travel, s.f.)

Diversión en Otavalo

El sitio web Otavalo proporciona un link con el directorio de servicios el cual proporciona un listado de locales de diversión nocturna.

Tabla 3
Diversión en Otavalo

	Nombre	Teléfono	E – mail
1	La Jampa	062922-988/0999745778/ 0998188976	lajampadisco@hotmail.com
2	Mahalo Discotheque	0982858402	mahalodiscotec@hotmail.com
3	Peña Amauta	0981177762 / 09991961956	amauta64@hotmail.com
4	The Red Pub Bar	593 62 927 870 / 098 741 5497	

3.3.3. Demanda servicios turísticos

Desde las encuestas realizadas analizaremos la demanda que tiene la festividad del Yamor y sus diferentes actividades, datos conseguidos en diferentes lugares del cantón Otavalo involucrando a turistas nacionales e internacionales, el total de encuestas realizadas es de 354.

ENCUESTA

Genero de los encuestados

Es necesario conocer este dato para establecer la cantidad de hombres y mujeres que visitan el cantón Otavalo y participan de sus diferentes actividades, con el fin de saber que actividades son apropiados para cada género estableciendo un perfil en general para los hombres y mujeres.

Tabla 4
Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	173	48,8
Femenino	181	51,2
Total	354	100,0

En la tabla 1 tenemos los datos totales de los encuestados en donde se demuestra que la mayoría de los encuestados que visitan Otavalo son mujeres representados por un 51,2% en cambio los hombres un total de 48,8%, estos resultados demuestran que los turistas con mayor afluencia son las mujeres, por ende, se debe plantear estrategias que se enfoquen a este segmento de mercado y mantenerlo también establecer promociones para que los hombre se vean atraídos por las actividades del cantón.

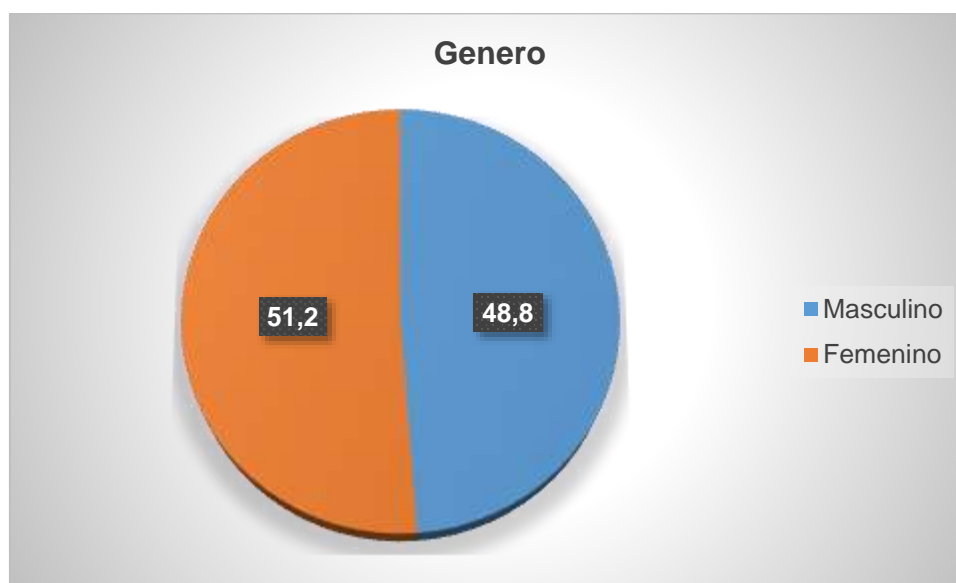


Figura 39 Género de los turistas

Edad de los encuestados

La investigación de esta variable nos ayuda a identificar el rango de edad de las personas que visitan el cantón Otavalo, dato que nos da una interpretación de conocer que las actividades son de impacto para los turistas y que atraen a nuevas personas.

Tabla 5
Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
15 - 25	190	53,7
26 - 36	100	28,3
37 - 47	47	13,2
48 - 58	17	4,9
Total	354	100,0

Del total de encuestados el 53,7% que corresponde al rango entre 15 y 25 años son las personas que más visitan el cantón Otavalo para la realización de distintas actividades, el segundo rango de edad que visita el cantón es de 26 a 36 edad en la cual viajan por motivo de ocio y representa el 28,3%, en último lugar tenemos con un 4,9% el rango de 48 a 58, se podría decir una edad adulta cuyas personas viajan sin tener ninguna responsabilidad, estos rangos ayudan a la creación de actividades en la que puedan participar todos los rangos de edad establecidos.

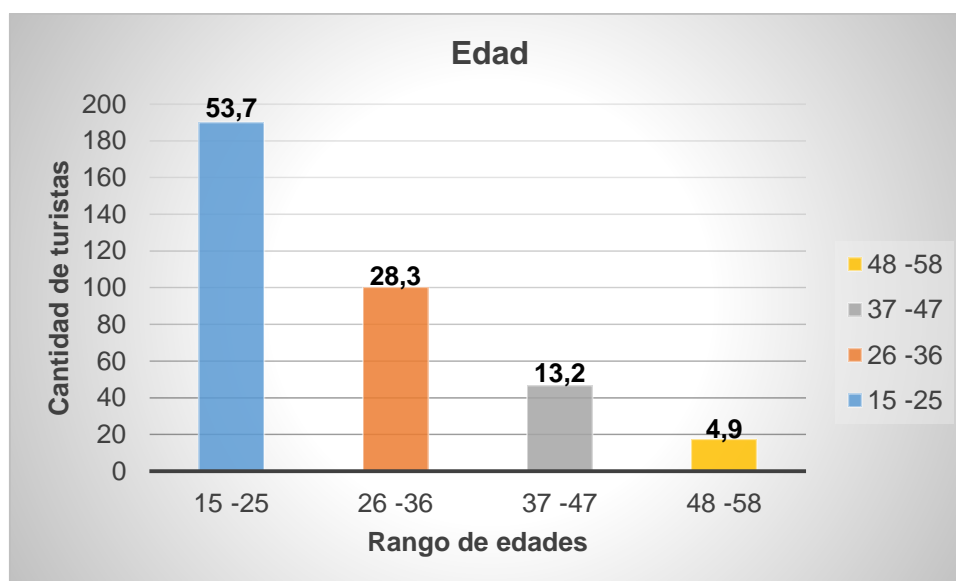


Figura 40 Edad de los turistas

Procedencia de los turistas

Con la identificación de esta variable nos permite un análisis del tipo de turista que visita el cantón ya sea por diferentes motivos, mostrando la procedencia, permite enfocar planes o estrategias que ayuden a incremento del turismo y de emprendimientos para cierto sectores.

Tabla 6
Procedencia

Procedencia	Cantidad	Porcentaje
Nacional	275	77,6
Extranjero	79	22,4
Total	354	100,0

La procedencia de los turistas en la presente tabla nos muestra que el 77,6% de los turistas que visitan son de las diferentes provincias o de la misma, mostrando que la promoción de las actividades turísticas del cantón Otavalo son de apreciación dentro del país, se puede establecer que mediante análisis del mercado y mayor promoción se puede incrementar la afluencia de turistas extranjeros superando el dato actual del 22,4%.

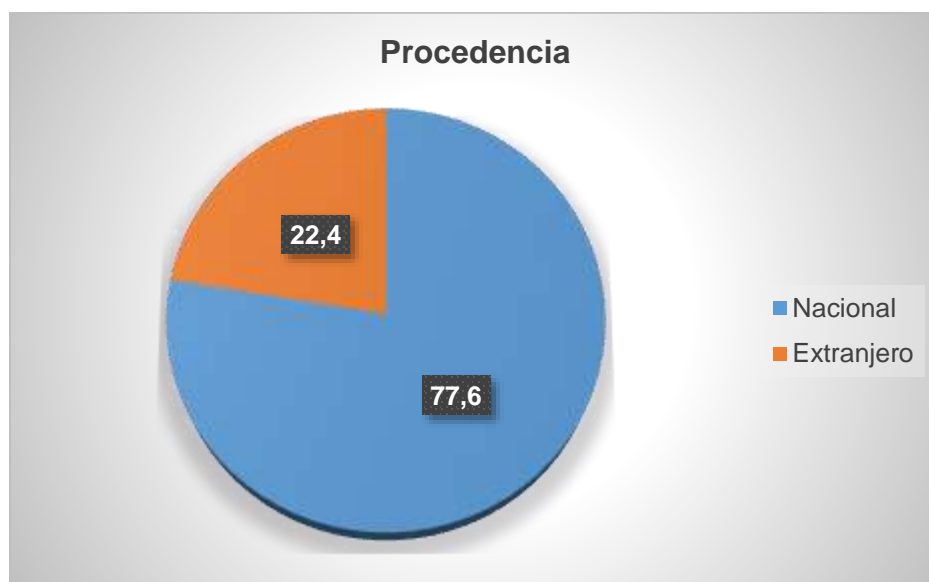


Figura 41 Procedencia de los turistas

Preferencia de la actividad que desea realizar los turistas en Otavalo.

El saber la actividad que prefieren los turistas en un análisis de demanda nos indicara que actividades pueden ofrecer a distintos tipos de mercado y mediante este cuadro podremos ver el tipo de actividad que es de mayor demanda y que puede correr peligro de sobreexplotación.

Tabla 7

Pregunta 1: De acuerdo a su preferencia señale, ¿Qué actividad le atrae al realizar un viaje?

Actividad que prefieren los turistas	Cantidad	Porcentaje
Naturaleza	149	42,0
Cultura	114	32,2
Gastronomía	52	14,6
Religión	0	0,0
Otros	40	11,2
Total	354	100,0

Las actividades que se presentan en la tabla 4 nos indican las actividades básicas que podrían desarrollar en el cantón Otavalo dando como resultado que el 42% de personas encuestadas prefieren actividades en la naturaleza, le siguen las actividades culturales

con un 32,2%, otro grupo de turistas prefieren llegar al cantón por su gastronomía con un 14,6 % y por ultimo tenemos las actividades varias con un 11,2%, lo que llama la atención del cuadro es la falta de turistas que desean visitar el cantón por un motivo religioso para lo cual la falta de información de las distintas fiestas es un factor importante.

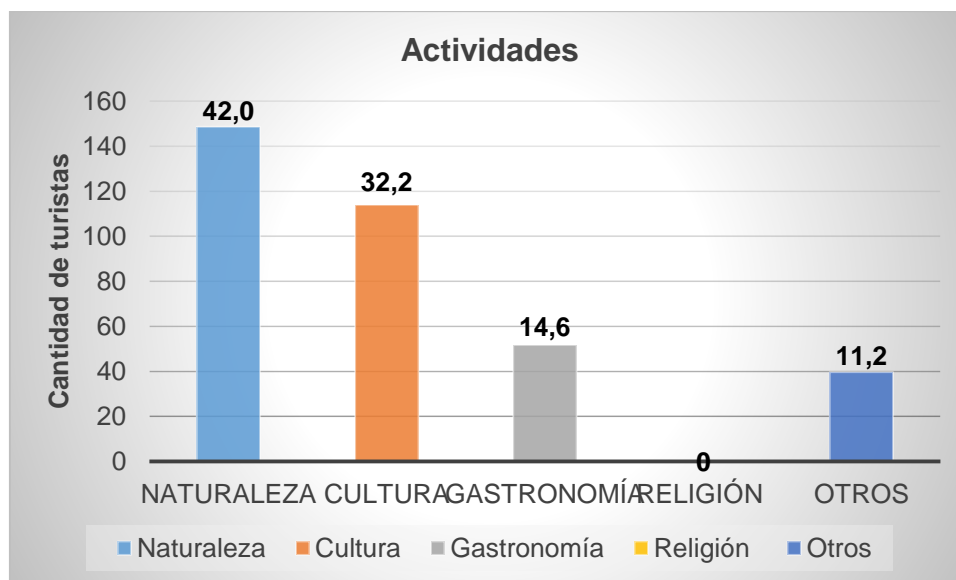


Figura 42 Actividades que se realiza durante el viaje

Motivo del viaje

Mediante la variable motivo del viaje podemos entender porque realizan viajes fuera de su lugar de origen con el fin de establecer estrategias que puedan ser aprovechadas durante cada uno de los motivos que puedan presentar para la realización del viaje.

Tabla 8

Pregunta 2: ¿Cuál es el motivo de su viaje?

¿Cuál es el motivo de su viaje?	Cantidad	Porcentaje
Educación	12	3,4
Familia	67	19,1
Trabajo	12	3,4
Turismo	262	74,1
Total	354	100,0

En la tabla 5 observaremos el principal motivo para dejar su lugar de origen, el 74,1% de los entrevistados salen del lugar de origen por motivos turísticos, el 19,1% viajan por motivos familiares, en cambio la educación y el trabajo son variables que equivalen 3,4% cada una del total de encuestados.

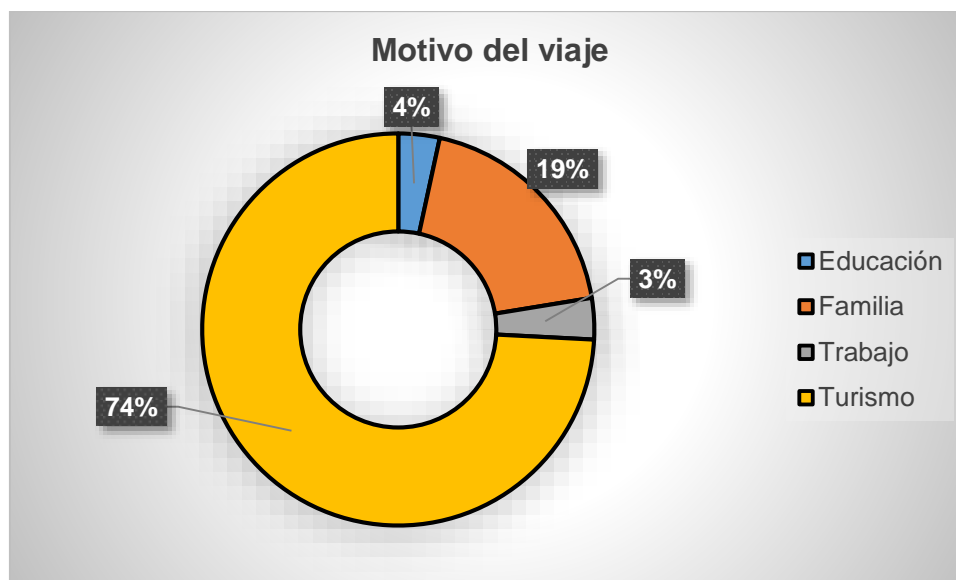


Figura 43 Motivo del viaje

Compañía durante el viaje

Para aclarar la incidencia de turistas que visitan el cantón es importante saber si el turista acostumbra a llegar acompañado o solo, el resultado infundirá en los paquetes y promociones que obtienen a través de agencias y en la capacidad hotelera con la que cuenta durante las diferentes festividades.

Tabla 9

Pregunta 3 ¿Con quién viaja normalmente usted?

Personas al momento del viaje	Cantidad	Porcentaje
Solo	41	11,7
Pareja	62	17,6
Amigos	59	16,6
Familia	192	54,1
Total	354	100,0

El cuadro da a conocer que los turistas en un 54,1% prefieren viajar en paquetes o realizar turismo de forma familiar; un 17,6 prefieren disfrutar del viaje en pareja, otro grupo de turistas viajan en compañía de sus amigos con un total de 16,6%; y para los turistas que viajan solos ya que desean vivir nuevas aventuras es un total de 11,7.

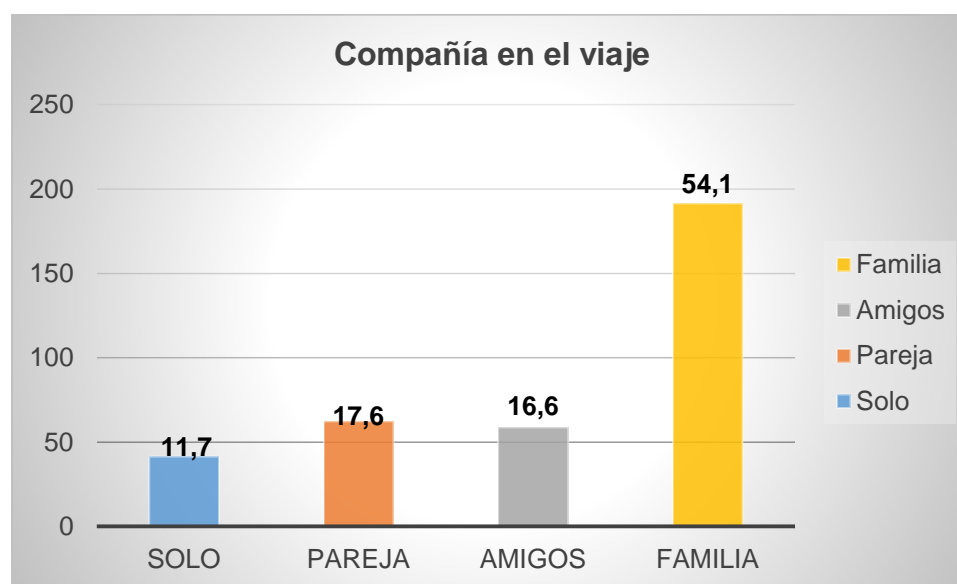


Figura 44 Compañía durante el viaje

Frecuencia del viaje

En esta variable nos proporcionara datos para entender las veces que realiza viajes fuera de su lugar de confort, esto ayuda a la frecuencia con la que se pueden realizar

paquetes o aprovechar de los eventos que suceden con esa frecuencia explotando y creando nuevas actividades.

Tabla 10

Pregunta 4 ¿Con qué frecuencia usted viaja fuera de su lugar de residencia?

Frecuencia del viaje	Cantidad	Porcentaje
Semanal	7	2,0
Mensual	62	17,6
Trimestral	81	22,8
Semestral	61	17,1
Anual	143	40,5
Total	354	100,0

Al realizar viajes anuales con un 40,5% damos por identificado que los paquetes y promociones realizables durante cada año mencionando fiestas anuales en este caso la “Yamor” atrae gran cantidad de turistas, los viajes trimestrales con un 22,8 podrían cuadrar con las festividades caídas en los solsticios y equinoccios; los viajes mensuales caen en actividades mínimas pero de aprovechamiento; los viajes semestrales aprovecha la temporalidad de vacaciones en universidades y el sector público y privado y por último los viajes semanales para un desplazamiento familiar y entre amigos.

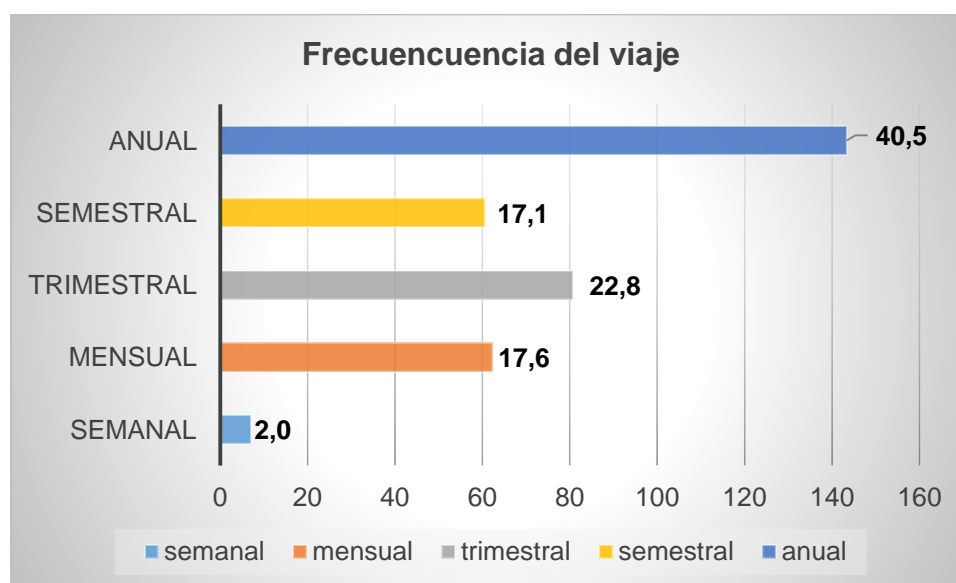


Figura 45 Frecuencia del viaje

Días destinados al viaje

Al proporcionar el dato de los días que destina para un viaje se puede armar paquetes turísticos especializados en cierto número de días y maximizar las fechas festivas del cantón Otavalo, en estos paquetes se podría exponer los atractivos turísticos poco recorridos evitando la sobre carga turística de otros atractivos.

Tabla 11

Pregunta 5 ¿Cuántos días destina para su viaje?

¿Cuántos días destina para su viaje?	Cantidad	Porcentaje
1 día	29	8,3
2 - 4 días	211	59,5
5 - 8 días	114	32,2
Total	354	100,0

El 59,5% de los encuestados dan como resultado que los días que destinan para el viaje son de 2 a 4 días, estos días son esenciales al momento de realizar paquetes turísticos durante las festividades; otro segmento de mercado desean realizar viajes que duren de 5 a 8 días, a este segmento de mercado se debería potenciar ya que este tipo de viajeros por lo general son adultos y de un poder adquisitivo alto y por último el 8,3% prefieren un full day en donde les brinden actividades de esparcimiento.



Figura 46 Días de estadía

Servicios de preferencia

Durante la realización de las encuestas saber de los prestadores de servicios que prefieren los turistas es un punto muy importante debido a que ellos brindan alojamiento, transporte y alimentación y son de conexión para diferentes actividades y dan a conocer los nuevos emprendimientos relacionados con preferencia del turista, para lo cual hemos dividido en tres tablas cada uno de los servicios.

Servicios dentro del alojamiento

El alojamiento debe cumplir una serie de servicios que pueden ayudar al crecimiento del hospedaje y del turismo de la ciudad, en la siguiente tabla se muestra algunas de los servicios que puede contar el alojamiento y que pueden ser de preferencia de los turistas.

Tabla 12

Pregunta 6 ¿Cuáles son los servicios de su preferencia dentro de cada uno de los siguientes puntos?

Alojamiento	Cantidad	Porcentaje
Áreas verdes	152	42,9
T.V cable	10	2,9
Internet	100	28,3
Piscina	92	25,9
Total	354	100,0

Dentro del alojamiento el 42,9% los turistas prefieren las áreas verdes en donde puedan salir a despejarse si se encuentran dentro del hotel; el 28,3% están de acuerdo que el lugar de hospedaje tenga internet; otro grupo prefiere la piscina con un 25,9% y por último y en menor cantidad con 2,9% ven innecesario que el hospedaje tenga T.V cable.

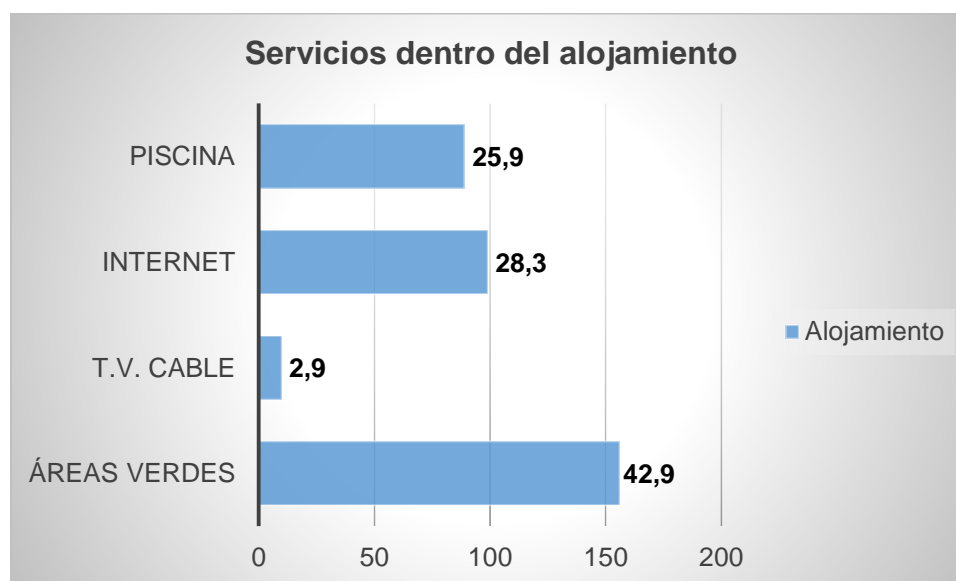


Figura 47 Servicios dentro del alojamiento

Tabla 13
Tipo de alimentación

Tipo de alimentación	Cantidad	Porcentaje
Comida nacional	107	30,3
Comida típica	223	62,9
Comida gourmet	10	2,9
Comida rápida	14	3,9
Total	354	100,0

Esta variable se la considera en todo paquete turístico debido a que los turistas durante el viaje no solo disfrutan de las actividades, aparte de este punto ellos también piensan en el alojamiento y en la alimentación, el presentar una serie de opciones dan al lugar turístico un punto a favor y con los deseos de volver.

En cuanto a la alimentación los turistas están de acuerdo con un 62,9% en contar con comida típica de la zona; un 30,3% prefieren la comida nacional, otro grupo de turistas prefieren la comida rápida con un 3,9%; y un 2,9% desean la comida gourmet.

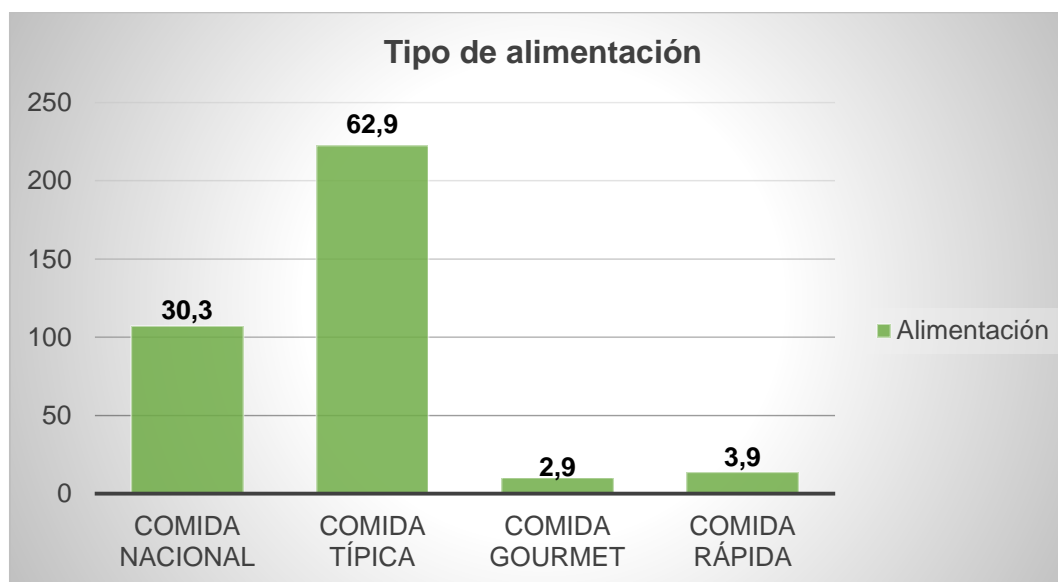


Figura 48 Servicio de alimentación

Tabla 14
Transporte

Transporte	Cantidad	Porcentaje
Alquiler de autos	65	18,5
Transporte publico	181	51,2
Transporte privado	95	26,8
Transporte ecológico	12	3,5
Total	354	100,0

Al momento de movilizarse entre los puntos se piensa en ¿cómo llegar a cierto atractivo turístico?, este punto se presenta en especial a aquellos turistas que llegan sin la oportunidad de tener un transfer o sin haber contratado un paquete turístico para lo cual en la siguiente tabla se presenta una serie de opciones que pueden ser de elección propia.

El 51,2% de los turistas prefieren trasladarse en transporte público, esto comprende los buses y taxis, en los cuales buscan en algunos casos mayor interacción con las personas; el 26,8% prefiere el transporte privado lo cual bien siendo los autos propios o transfer por parte de la agencia; el 18,5% desean el viaje en autos de alquiler los cuales les ayuden con GPS y puedan disponer del auto a la hora que deseen y un 3,5% ven en transporte ecológico una forma sencilla y de forma familiar.

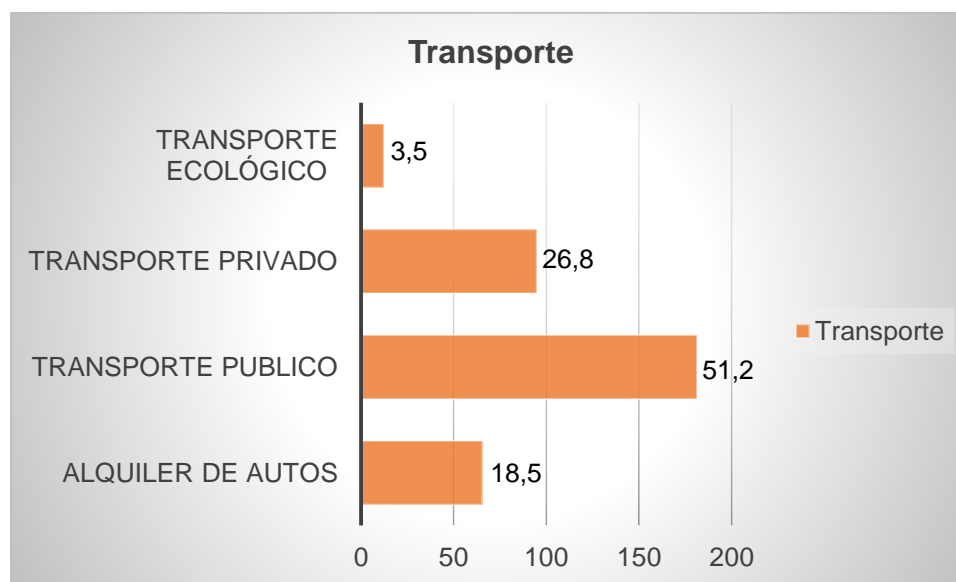


Figura 49 Servicio de transporte

Precios de servicios

El dato de conocer rangos de precios se los utiliza para armar paquetes turísticos de diferentes precios para captar la mayoría de los segmentos de mercado, entre las principales son la alimentación y el hospedaje, por ser las primeras variables a considerar durante el viaje y su llegada.

Tabla 15

Pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios dentro del cantón?

Precio de la alimentación	Cantidad	Porcentaje
Hasta \$3	22	6,3
Entre \$3 y \$5	224	63,4
Más de \$5	107	30,3
Total	354	100,0

Precios de la alimentación

El conocer los precios de la alimentación son indispensables para realizar el viaje ya que los turistas por lo general viajan sin un paquete y no tendrían garantizado la

alimentación, el elaborar un presupuesto con rangos de precios puede ayudar a disfrutar de un viaje sin convenientes.

En cuanto a los precios de la alimentación un 63,4% de los turistas prefieren pagar alimentación entre \$3 y \$5 dólares por plato, significando que la alimentación entra en un estado estándar de producción; el 30,3% de las personas que desean un plato mejor preparado están dispuestos a pagar más de \$5 dólares, y por último el 6,3% de los turistas buscan una alimentación de hasta \$3 dólares la cual sea barata y de no buscan calidad.

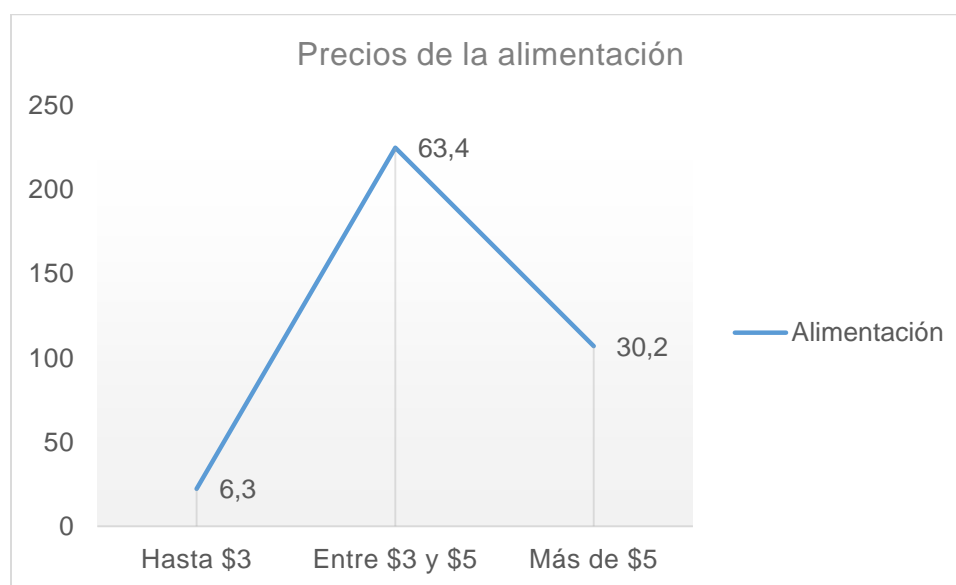


Figura 50 Precio por la alimentación

Tabla 16
Precio Hospedaje

Hospedaje	Cantidad	Porcentaje
Hasta \$10	88	24,9
Entre \$10 y \$25	221	62,4
Más de \$25	45	12,7
Total	354	100,0

Los precios del hospedaje son otra variable a considerar durante el viaje para ello los turistas desean hospedarse en lugares que por lo menos tengan servicios básicos y

sepan de atención al cliente, se destaca cada lugar de hospedaje dependiendo del precio, los servicios que ofrece y de la atención al cliente.

Dentro de los precios del hospedaje se analizó tres grupos de precios en el cual el grupo que van precios entre \$10 y \$25 dólares tuvo el 62,4% de aprobación por parte de los turistas, por lo general en este grupo se encuentra hospedaje que cumplen con servicios más allá de los básicos, en segundo con un 24,9% tenemos alojamientos que tienen un precio de hasta \$10 dólares, estos hospedaje ofrecen servicios básicos, y por último tenemos con un 12,7% hospedaje con valores más de \$25 dólares cuyos servicios son de mayor reconocimiento.

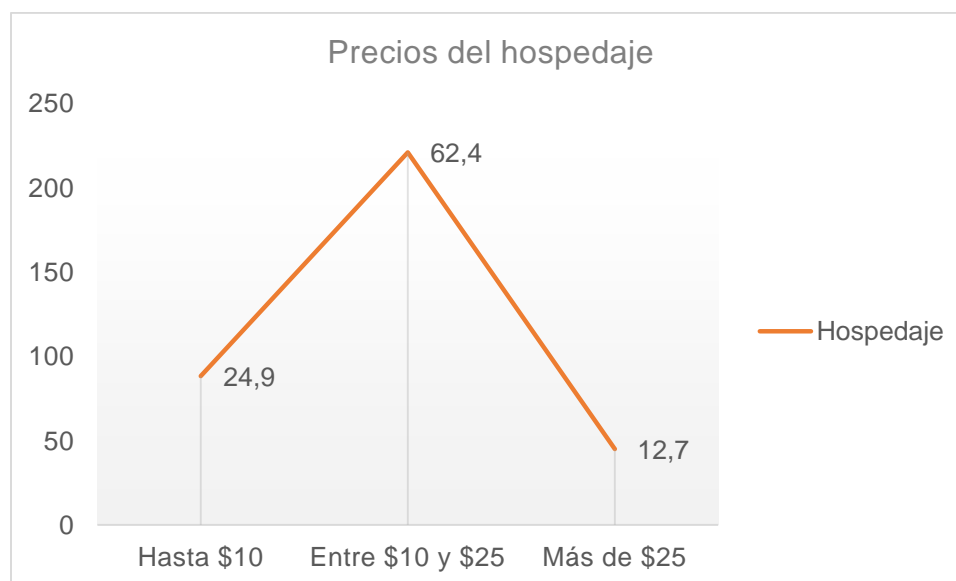


Figura 51 Precio del hospedaje

Conocimiento de las actividades turísticas y de la festividad del “Yamor”

Mediante esta pregunta se busca conocer al turista y de su conocimiento sobre las diferentes actividades turísticas durante y después de la festividad del “Yamor” dentro del cantón Otavalo, con el fin de establecer empatía con las demás festividades y creación de recorridos turísticos.

Tabla 17

Pregunta 8 ¿Conocía acerca de la festividad del “Yamor” y las diferentes actividades que se realiza en el cantón Otavalo?

Conocimiento de las actividades turísticas y de la festividad del “Yamor”	Cantidad	Porcentaje
Si	145	41,0
No	209	59,0
Total	354	100,0

La tabla demuestra el siguiente resultado que el 59% de los encuestados desconocían que existieran más actividades de las cuales puedan participar ya que solo llegaban por motivo del desfile de la festividad del “Yamor” y del cruce natatorio del Lago San Pablo, y el 41% restante conocía de más actividades aparte de las mencionadas.

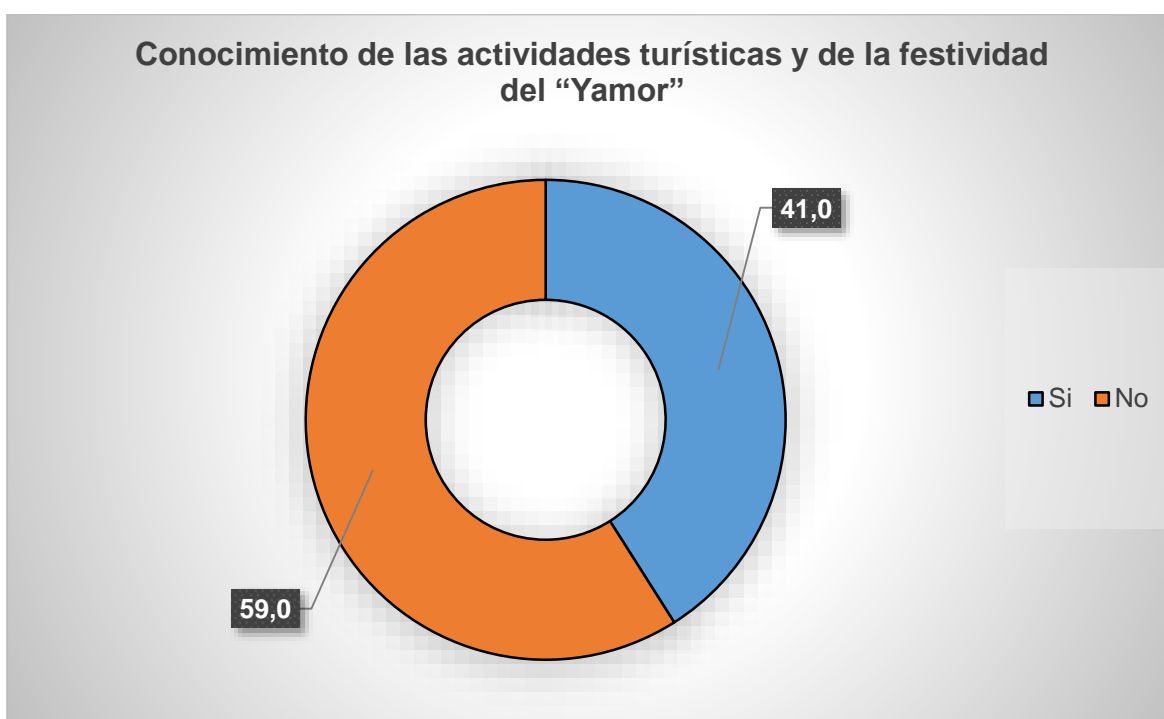


Figura 52 Conocimiento de las actividades y festividad del “Yamor”

Medios de información

Mediante este variable identificaremos las diferentes fuentes más importantes por las cuales se promociona y se publicitan los eventos durante las festividades, en esta variable no solo entenderemos que medio es más importante sino también el interés que se da a

cada uno, con el fin de obtener información fidedigna de las actividades y festividades turísticas.

Tabla 18

Pregunta 9 ¿Por qué medios de información se enteró usted de la festividad del “Yamor” y sus diferentes actividades turísticas?

Medios de información	Cantidad	Porcentaje
Medios de comunicación (radio, televisión, redes sociales)	136	38,5
Guías de turismo	17	4,8
Revistas, carteles, pancartas	19	5,4
Página web	62	17,6
Agencias de viajes	4	1,0
Otro	116	32,7
Total	354	100,0

En la tabla siguiente se puede apreciar información obtenida a través de las encuestas a los turistas demostrando que el 38,5% de estos, se enteran por medios de comunicación tradicionales como la radio, la televisión y las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, entre otros); el 32,7% de los encuestados ven otro tipo de medio de comunicación para enterarse de las actividades como lo son la prensa escrita, los comentarios de otras personas, propaganda en autobuses; otro grupo se entera de la información a través de páginas web en un 17,6%, esto incluye página web de la alcaldía, sitios turístico y blogs; en menor cantidad con un 5,4% se encuentra el grupo de revistas, carteles y pancartas las cuales son de poco interés para las personas; el 4,8% dicen que recibieron información de parte de los guías turísticos con cuales ya han realizado tours y por ultimo tenemos a las agencias de viaje con un 1% debido a que de ellos solo proporcionan información básica de un lugar o evento.

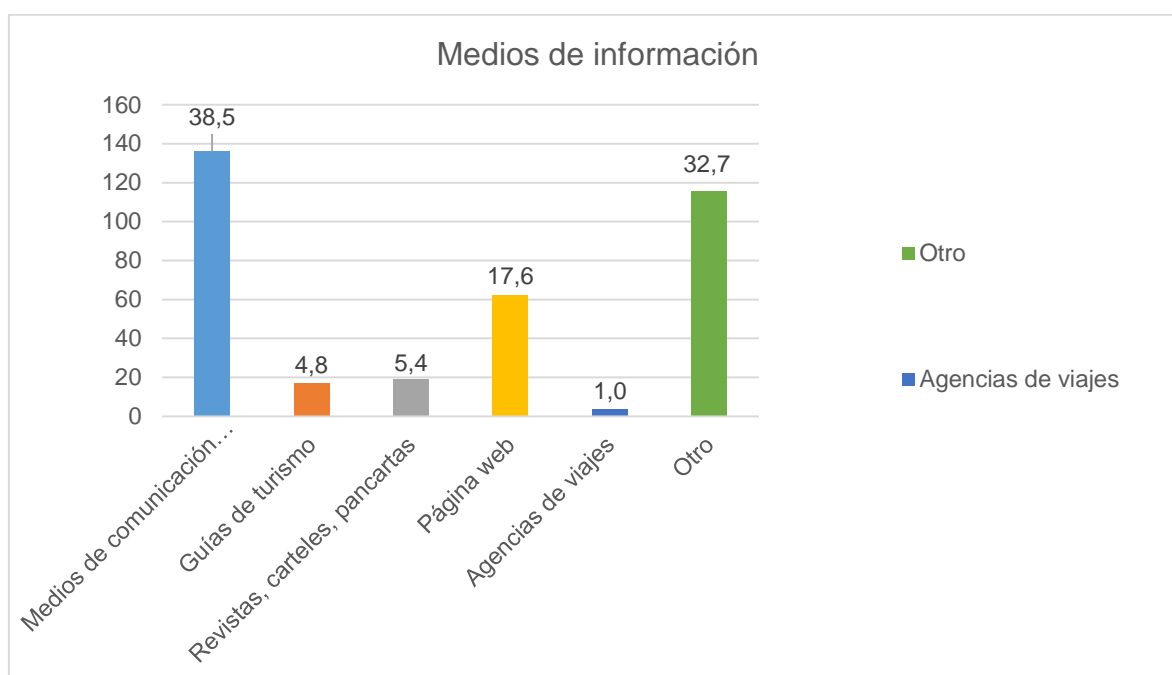


Figura 53 Medios de información

Interés sobre la festividad y las actividades

En la última pregunta investigaremos acerca del interés que tienen los turistas con respecto a que se les informe sobre la festividad del “Yamor” y las diferentes actividades que se realizan durante y después de la festividad, con el fin de saber si el turismo durante la festividad tiene incidencia en el crecimiento y desarrollo de actividades las cuales pueden estar destinadas a diferentes segmentos de mercado.

Tabla 19

Pregunta 10 ¿Le parece interesante conocer más sobre la historia de la festividad del “Yamor” y las actividades que la complementan?

Interés sobre la festividad y las actividades	Cantidad	Porcentaje
Muy interesante	195	55,1
Interesante	124	35,1
Imparcial	19	5,4
Poco interesante	8	2,2
Nada interesante	8	2,2
Total	354	100,0

El interés es importante al momento de hacer un análisis de incidencia para lo cual en el siguiente grafico podemos entender que el 55,1% el cual supera la mitad de los encuestados está muy interesado en conocer sobre la festividad y las actividades demostrando interés en participar de las mismas; el siguiente resultado también trae buenos resultados en los cuales el 35,1% está interesado en conocer los puntos antes dichos; el 5,4% se demuestra imparcial ante la pregunta; dentro del cuadro también se encuentra que el 2,2% se ven poco interesados en la información y por ultimo tenemos a los que no encontraron nada interesante en la información este grupo tiene el 2,2%.

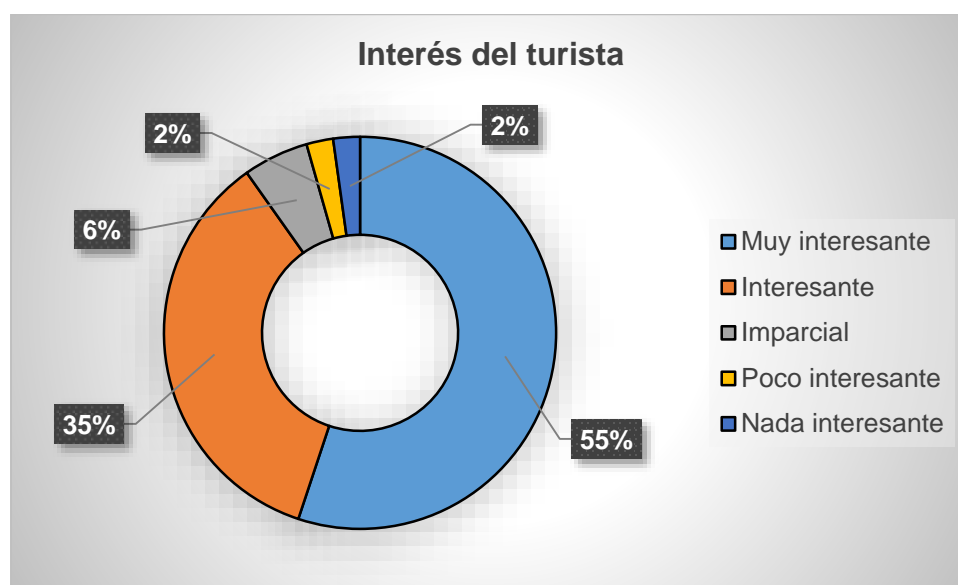


Figura 54 Interés del turista

CAPITULO IV

DISCUSIÓN

4.1. Emprendimientos comunitarios

Emprendimientos turísticos

El sitio web Otavalo proporciona un link con el directorio de servicios el cual proporciona un listado de emprendimientos turísticos realizados por las comunidades del sector.

Tabla 20
Emprendimientos turísticos

	Nombre	Teléfono	E – mail
1	Asociación Jatary	098 911 2465 / 062 690 512	asojatary@outlook.com
2	Asociación Pachamama	098 253 0105 / 098 501 0112	Pachamama@hotmail.com
3	Ayllukunapak	093 916 1458 / 099 298 2433	asocayllukunapak@hotmail.com
4	Coraza Nan	096 957 4464	asociacioncoraza@hotmail.com
5	Inka Tambo	+593 62 690 798 / 593 99 362 2058	inkatamboecuador@gmail.com
6	Inka Wasi	0994 692 721	inkawasygaleria@yahoo.es
7	Kawsaymi	+593 987684914	kawsaymi@gmail.com
8	Museo Otavalango	062 903 879 / 0993853344 / 0987269827	museovivienteotavalango@hotmail.com

CONTINÚA



9	Ñanda Mañachi	062 690 076 / 099 732 6626	paolapichamba@outlook.es
10	Nueva Semilla	099 032 7911 / 098 112 7288	mujeres_bordadoras@gmail.com
11	Pakarinka	062 690 362 / 062 690 424 / 099 214 2024	pakarinka@gmail.com
12	Peguche Wasi	(593) 2 690 0820 / 095 953 6994 / 098 639 5151	mariafar-51@hotmail.com
13	Sumak Pacha	062 618 150 / 099 758 7263	turismopijal@hotmail.com sumakpacha@hotmail.com
14	Totora Sisa	0988598926 / 0968817861	totorasisa@yahoo.com
16	Rumipungo Restaurant	096 937 9374 / 098 942 6660	

Fuente: (Otavalo, s.f.)

Los emprendimientos turísticos son por lo general son micro empresa que ayudan a resolver los problemas económicos de un país, estos pueden estar dirigidos a varios mercados y segmentos, estos por lo general buscan crear o mejorar algo que ya existe, la mayoría de emprendimientos del sector se basan en el rescate de la memoria ancestral y cuidado del medio ambiente, por lo cual el municipio apoya en la creación de nuevos emprendimientos, mediante presupuestos y capacitaciones que ayuden a la captación de turistas en esencial estos emprendimientos surge por la incidencia de las festividades en donde la afluencia de turistas es mayor y también por el deseo de realizar nuevas actividades.

4.2. Incidencia

Para comprobar la incidencia que tiene la festividad en las diferentes actividades se ha realizado proyecciones para los tres años siguientes, tomando como base los años desde el 2015, 2016 y 2017, para los datos se ha tomado información de catastros y censos proporcionados por los diferentes departamentos del Ministerio de Turismo del Ecuador – MINTUR. Mediante el resultado obtenido y con la ayuda del programa excel se puede realizar las proyecciones para el actual año y dos posteriores años.

Tabla 21
Ingreso Turístico

Año		Turistas que ingresan a Otavalo	Tasa de crecimiento anual
2015	1	50000	
2016	2	53235	0,0647
2017	3	54035	0,015027707
Tasa de inflación			0,039863854

La tabla nos ayuda con el crecimiento en el ingreso de turistas en años anteriores, estos datos ayudan a conocer la tasa de crecimiento anual de los años pasados y también nos proporciona la tasa de inflación promedio para los siguientes años. La tasa de inflación es positiva con el valor del 0,04% lo cual nos indica que el arribó de turistas se incrementara en baja cantidad, obteniendo un mayor ingreso económico y evitando la sobre explotación de los recursos.

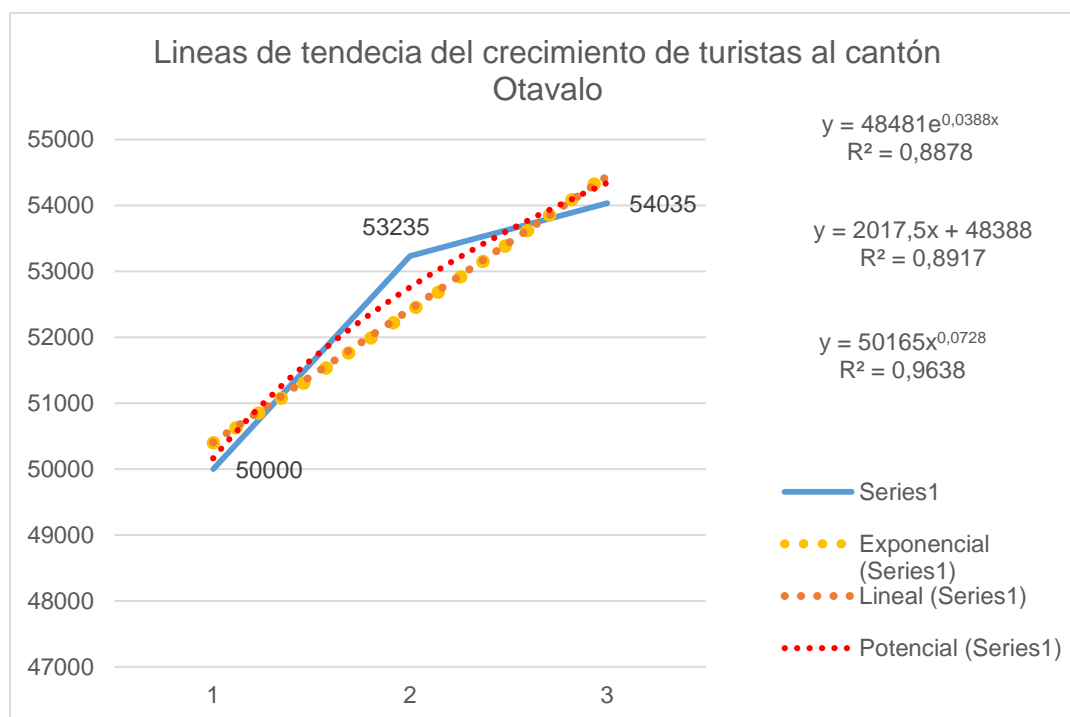


Figura 55 Proyecciones del ingreso de turistas

Tabla 22
Proyección ingreso turístico

Proyección		Exponencial	Lineal	Potencial	Monto
2018	4	56621	56458	55492	56189
2019	5	58861	58476	56401	58429
2020	6	61189	60493	57154	60758

Mediante la realización y grafica de las líneas de tendencia las cuales proporciona formulas se puede realizar las siguientes proyecciones con los siguientes resultados para el año actual y dos siguientes. Se toma varias líneas de tendencia que demuestran varias proyecciones exponencial, lineal, potencial, y de monto cada una nos mostrara el valor aproximado de los turistas que ingresen a Otavalo.

Con la ayuda de la variable de Pearson podemos identificar el valor con mayor probabilidad de que suceda en los próximos años. La proyección que tiene el coeficiente de relación más aproximado al 1 es la potencial la cual da como resultados que en el

2018 se tendrá la presencia de 55492 turistas durante el año, para el 2019 se promedia que arribaran 56401 turistas y por ultimo para el 2020 se tiene la presencia de 57154 turistas. De las cantidades presentadas por falta de un fuente exacta de la cantidad de turistas que ingresan durante la festividad se procede a dividir para cada mes del año la cantidad total, dato que ayudara a calcular un estimado de turistas que vendrán en la festividad del “Yamor” y de esta manera comprobar durante la festividad la cantidad de turistas se irá incrementando cada año.

Tabla 23
Capacidad instalada de servicios

Año		Alojamiento por plazas	Tasa de crecimiento anual
2015	1	2699	
2016	2	3277	0,21415339
2017	3	3519	0,07384803
		Tasa de inflación	0,14400071

En la tabla se analizara la capacidad de plazas que se tiene en los anteriores años y si por incidencia de la festividad este datos se han ido incrementando, los datos ayudaran de igual manera a realizar la proyección y sacar una tasa de inflación que ayudara al crecimiento hotelero de Otavalo, en este caso la tasa de inflación es positiva con un total de 0,14% lo cual nos ayuda a proveer que en los siguientes años las plazas hoteleras crecerán por diferentes motivos en especial el de la festividad.

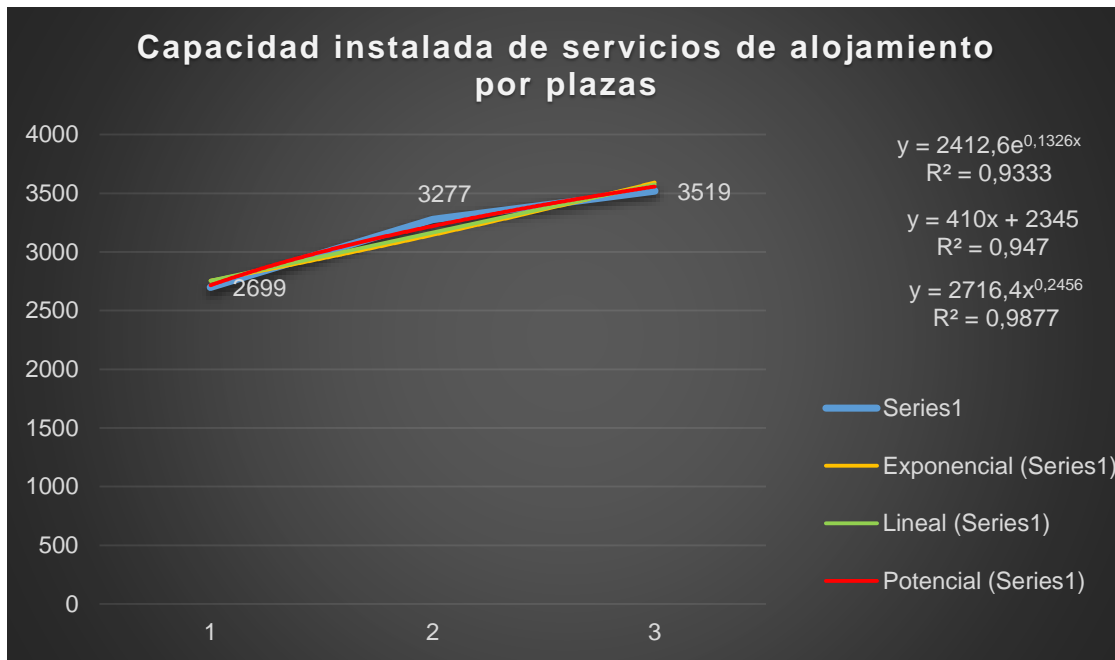


Figura 56 Proyección de capacidad hotelera

Tabla 24
Proyección capacidad de servicios

Proyección		Exponencial	Lineal	Potencial	Monto
2018	4	4100	3985	3818	4026
2019	5	4682	4395	4033	4605
2020	6	5346	4805	4218	5269

Para la realización de la tabla se tomó las diferentes fórmulas proporcionadas por las líneas de tendencia para la realización de los cálculos que dieron como resultado las proyecciones para el 2018, 2019 y 2020, en cada uno de los años se calculó la proyección exponencial, lineal, potencial y de monto dando cifras estimadas de la capacidad hotelera de los años antes dichos.

La elección del total más probable a suceder se define obteniendo el valor del coeficiente de relación de Pearson, el cual es obtenido mediante el programa excel, la proyección potencial con un coeficiente de relación cercano a 1; por lo cual para el 2018 se obtendrá la capacidad de 3818 plazas, en el 2019 un total de 4033 plazas y por último

en el 2020 se obtendrá 4218 plazas, las cuales podrán abastecer a la cantidad de turistas esperadas durante el año.

4.3. Restricción presentada en la realización del proyecto de investigación

Para el desarrollo del proyecto de investigación se tuvo varios limitantes como el tiempo, económico, interacción, entre otros. El limitante tiempo se presentó al momento de realizar la investigación sobre las diferentes actividades que se realizan durante las festividades debido a que la toma de información no se la puede realizar en un día y que se tenía que viajar constantemente a la ciudad de Otavalo para conseguir la información deseada.

Para la realización de las encuestas y las entrevistas también participo el tiempo en especial para la realización de las encuestas ya que se tenía que esperar exclusivamente la realización de la festividad que dura varios días para conseguir una información fidedigna y en las entrevistas esperar la atención de los diferentes dirigentes.

La parte económica influyo principal al momento de realizar los viajes, ya que no se contaba con el capital necesario para residir, alimentarse, y movilizarse durante la festividad del Yamor, esta parte influyo especialmente al momento de realizar encuestas a los turistas que llegaban para participar de la festividad.

Otro limitante fue la disponibilidad de los entrevistados y voluntad de los turistas, los entrevistados se manejan bajo una agenda y por motivo de la realización de las festividades lo momentos de las entrevistas eran cortos y basadas a responder lo básico y de los turistas ya que no deseaban realizarla por motivo de que están disfrutando de las vacaciones y no desean ser molestados.

La falta de información concisa sobre datos estadísticos fue un limitante ya que no se tenía datos exactos de los de los turistas que ingresan al cantón durante las festividades tanto de parte del MINTUR y del GAD de Otavalo solo se mostraba estimaciones de turistas que llegaron al cantón.

CONCLUSIÓN

Las encuestas y entrevistas realizadas a turistas y representantes de los diferentes centros que intervienen en la festividad, se puede concluir que la realización de una festividad en cualquier lugar del mundo atrae gran cantidad de turistas y por ende un ingreso económico mayor para el cantón y los prestadores de servicios.

Las festividades en especial la de los pueblos indígenas es la recuperación de la memoria cultural de cada persona, las diferentes expresiones culturales que se ponen en manifiesto en cada evento son una manera de enseñar a las nuevas generaciones una forma de mantener viva su cultura.

Los eventos son expuestos en presencia y consideración de los turistas que quieren tener nuevas experiencias durante su visita, cabe recalcar que este tipo de eventos son realizados de manera sostenible evitando el deterioro de los diferentes atractivos involucrados durante cada evento.

Durante la investigación se pudo analizar diferentes teorías que aporten a la investigación y durante el desarrollo del proyecto se pudo comprobar que las actividades respetan y compaginan con la teoría tomada para la realización del trabajo y para sustentar esta teoría se buscó diferentes estudios de otros países en donde aprovechaban esta teoría para un crecimiento sostenible.

El turismo cultural es apreciado por los turistas en su mayoría internacionales que buscan nuevas experiencias y disfrutar de algo que salga de lo convencional, por lo que los poblados de Otavalo aprovechan sus distintos rituales para generar conciencia de la conservación del medio ambiente y del origen de la cosmovisión andina.

A pesar de que los turistas llegan en su mayoría por apreciar los eventos de las festividades, no descartan el interés de conocer de cerca otras actividades culturales y turísticas que se relacionen con la vivir habitual de los otavaleños en la que puedan participar de manera conjunta.

La población de Otavalo cuenta con variedad de atractivos culturales y naturales que por falta a la información de su ubicación son poco visitados al igual los emprendimientos pierden posicionamiento por falta de publicidad y promoción causando en un futuro sobre explotación que puede destruir un atractivo.

En el momento de la realización de las proyecciones se recalca que la cantidad de turistas es mayor a la capacidad de alojamiento, dentro de la estadística no presenta problemas ya que el 100% de los turistas no se hospedan dentro del cantón o permanecen en el mismo, por lo general se hospedan con familiares, en otros cantones o en casa de hospedaje que no cuentan con los servicios de alojamiento.

RECOMENDACIÓN

La realización de las festividades trae consigo una serie de eventos o circunstancias entre las que podemos mencionar la seguridad, la falta de plazas de hospedaje, el incremento del precio entre otras; estos problemas se presentan durante las festividades más grandes y la solución no depende solo de los organizadores, por lo cual estos

problemas se deben mitigar con apoyo de las diferentes dignidades y personas que participen en la realización del evento.

La información que se presente por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados debe ser actualizada anualmente y publicados, con el fin de tenerla de primera mano para los investigadores que desean realizar nuevos temas de investigación o realización de proyectos similares.

Se recomienda que por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo y de entidades que estén a cargo de la publicidad y propaganda realicen mayores esfuerzos para que la festividad del “Yamor” sea reconocida a nivel nacional, debido a que varias personas desconocían acerca del evento y desconocían la ubicación del lugar en donde se realiza.

A las autoridades de Otavalo mantener un registro del estado y la ubicación de los atractivos turísticos y de los emprendimientos, de tal manera que sean de fácil acceso para que los turistas tengan la oportunidad de visitarlos sin ningún inconveniente.

Por último se recomienda que durante la festividad del “Yamor” exista información acerca de la cosmovisión andina y del calendario agrícola los cuales son ejes del inicio de nuevas festividades, con el fin de realizar programas o paquetes turísticos que estén enfocados a que los turistas pasen mayor tiempo en la ciudad, estos paquetes podrían hacer que el turistas puedan arribar antes de la festividad y quedarse después de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

- Criollo Rosero, D. A., & Fichamba Lema, C. G. (20 de Abril de 2016). *Estudio Del Valor Cultural Del Pueblo Kichwa Otavalo Perteneciente A La Comunidad La Companía, Parroquia El Jordan, Del Canton Otavalo, Provincia De Imbabura*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/516>
- Alcaldía de Otavalo. (05 de septiembre de 2017). *La música del recuerdo será parte del Yamor 2017*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/noticias/item/1003-la-musica-del-recuerdo-sera-parte-del-yamor-2017.html>
- Aguilar Riera, M. L. (2016). *Las fiestas populares de la parroquia el Valle y su aporte turístico*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25639>
- Alcaldía de Otavalo. (23 de agosto de 2016). *55 edición de la Travesía al Lago San Pablo se realizará el 10 de septiembre*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/noticias/item/622-55-edicion-de-la-travesia-al-lago-san-pablo-se-realizara-el-10-de-septiembre.html>
- Alcaldía Otavalo. (07 de septiembre de 2017). *Se realizó misa de bendición de los granos y la cosecha*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/noticias/item/1005-se-realizo-misa-de-bendicion-de-los-granos-y-la-cosecha.html>
- Alvira Martín, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Montalbán: CASLON.
- Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos Análisis y Estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Boissevain, J., & Hernandez Armas, R. (2005). *Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística*. Obtenido de <http://www.pasosonline.org/Publicados/3205/PASOS06.pdf#page=11>
- Callejón de palabras. (13 de septiembre de 2012). *Otavaleños celebraron las fiestas del Yamor*. Obtenido de <https://callejondepalabras.wordpress.com/2012/09/13/otavalenos-celebraron-las-fiestas-del-yamor/>
- Cardenas Fernandez, L. (08 de mayo de 2014). *Aprende de la Historia humana*. Obtenido de La bebida de los incas: <http://history-peru.blogspot.com/2014/04/la-bebida-de-los-incas.html>
- Casa de la cultura ecuatoriana. (03 de febrero de 2018). *Investidura de Yaya Carnaval y Mama Shalva*. Obtenido de https://www.casadelacultura.gob.ec/?ar_id=11&no_id=10501&palabrasclaves=investidura,%20yaya%20carnaval%20y%20mama%20shalva,&title=Investidura%20de%20Yaya%20Carnaval%20y%20Mama%20Shalva
- Ceilema Ninabanda, M., Gonzáles Banchón, J., & Ortiz, S. (2010). *Análisis de influencia cultural del turismo en la población local: Salinas-Santa Elena*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/12403268.pdf>

- Cevallos, J. C. (07 de septiembre de 2012). *Los Pendoneros*. Obtenido de <https://www.flickr.com/photos/53639241@N07/7980334009>
- Coordinación General de Estadística e Investigación . (2017). *Boletín Imbabura*. Obtenido de file:///C:/Users/master/Desktop/INFORMACION%20IMBABURA_VF.pdf
- Díaz Cabeza, M. C. (mayo de 2010). *Criterios y conceptos sobre el patrimonio cultural en el siglo XXI*. Obtenido de <http://www.ubp.edu.ar/wp-content/uploads/2013/12/112010ME-Criterios-y-Conceptos-sobre-el-Patrimonio-Cultural-en-el-Siglo-XXI.pdf>
- Ecuador Travel. (21 de agosto de 2017). *Cultura, Turismo*. Obtenido de Fiesta del Yamor: <https://ecuador.travel/es/fiesta-del-yamor/>
- Ecuador turistico. (s.f.). Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com/2014/12/mapa-de-los-atractivos-turisticos-de-otavalo.html>
- Educación intercultural bilingüe. (06 de mayo de 2016). Obtenido de <https://eibtuc.wordpress.com/2016/05/06/cruz-chakana-propuesta-pedagogica/>
- El Comercio. (10 de junio de 2017). *El corazón del Imbabura se abre al turismo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/imbabura-turismo-caminata-lacompania-intercultural.html>
- El Comercio. (04 de septiembre de 2017). *La nueva Reina del Yamor resalta la interculturalidad de Otavalo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/paolamunoz-reina-yamor-interculturalidad-otavalo.html>
- El diario. (30 de noviembre de 2015). *La leyenda del árbol*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/374764-la-leyenda-del-arbol/>
- El Norte. (19 de junio de 2016). *Aya Uma, el personaje central de la fiesta del Inti Raymi*. Obtenido de <http://www.elnorte.ec/intercultural/64366-aya-uma,-el-personaje-central-de-la-fiesta-del-inti-raymi.html>
- El Norte. (12 de abril de 2016). *Coraza es un ser de respeto*. Obtenido de <http://www.elnorte.ec/otavalo/cronica-urbana/63464-coraza-es-un-ser-de-respeto.html>
- El Norte. (06 de junio de 2018). *Parque acuático de Araque tendrá innovaciones*. Obtenido de <http://www.elnorte.ec/otavalo/parque-acuatico-de-araque-tendra-innovaciones-MYEN73806>
- El Telegrafo. (20 de noviembre de 2015). *Otavalo tiene a las cascadas de Taxopamba*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101886628/otavalo-tiene-a-las-cascadas-de-taxopamba>
- El telégrafo. (26 de agosto de 2017). *La cascada de Peguche, uno de los atractivos de Otavalo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/662/1/la-cascada-de-peguche-uno-de-los-atractivos-de-otavalo>
- El Universo. (04 de septiembre de 2017). *Otavalo vive la Fiesta del Yamor*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/09/04/nota/6365542/otavalo-vive-fiesta-yamor>

- Enciclopedia del Ecuador. (s.f.). *Lago San Pablo*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=JyqD_zfXfi8
- Escuela de Organización Industrial. (2013). *Turismo Cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Obtenido de http://www.turismoculturalun.org.ar/pdfs/El_turismo_Cultural_Patrimonio_museos_y_empleabilidad.pdf
- Farinango Tipanluisa, J. F. (18 de febrero de 2011). *Análisis histórico de las festividades del inti - raymi, en las comunidades de la corporación de organizaciones indígenas y campesinas de Cangahua (COINCCA) a partir del año 2005 hasta el año 2009*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2342>
- Flores González, C. (2008). *Desarrollo local y turismo*. Obtenido de <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/DesarrolloLocal.pdf>
- Folgado Fernández, J. A., Di-Clemente, E., Hernández Mogollón, J. M., & Campón Cerro, A. M. (2013). *INFLUENCIA DE LA IMAGEN DEL*. Obtenido de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1353/0212-7237_25_91.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- GAD Otavalo. (07 de mayo de 2018). *Situación geográfica*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/alcalde/itemlist/user/172-gadotavalo.html>
- García, A. (2008). *Patrimonio cultural: diferentes perspectivas*. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/9-2/angelica.pdf>
- Go Raymi. (s.f.). *Wantun Rumi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/doctor-miguel-egascabezas/mirador/wantun-rumi-aikajb77p>
- González Pérez, M. (2008). *El concepto de fiesta*. Obtenido de Ómnibus: <http://www.omnibus.com/n21/fiesta.html>
- Grande Ibarra, J. (2001). *Análisis de la oferta de turismo cultural en España*. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-150-2001-pag15-40-87321.pdf>
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Córdoba: ENCUENTRO.
- Hernández Díaz, E. A. (1991). *Enfoque turístico*. Obtenido de Planificación turística: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Planificaci%C3%B3n-tur%C3%ADstica-un-enfoque-metodol%C3%B3gico-de-Edgar-Alfonso-Hern%C3%A1ndez-PDF.pdf>
- Herrero, J. (2002). *PNG Language Resources*. Obtenido de <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>
- Hijas del maíz Saramanta Warmikuna. (30 de junio de 2013). *Encuentro en Cotacachi, Imbabura, Festejando el Inti Raymi y el día de la mujer*. Obtenido de

<http://www.saramanta.org/2013/06/30/30-de-junio-de-2012-encuentro-en-cotacachi-imbabura-festejando-el-inti-raymi-y-el-dia-de-la-mujer/>

Hoy en Imbabura. (10 de junio de 2017). *Tercer 'encuentro de los pueblos' marcó el inicio de la celebración del inti raymi en imbabura*. Obtenido de <https://hoyenimbabura.com/2017/06/10/tercer-encuentro-de-los-pueblos-marco-el-inicio-de-la-celebracion-del-inti-raymi-en-imbabura/>

Huamán Valencia, H. (2005). *Manual de técnicas de investigación Conceptos y Aplicaciones*. Lima: IPLADESS.

INEGI-SECTUR. (2003). *Cuentas satélite del turismo de México*. Obtenido de [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#\[Citar como\]](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#[Citar como])

Instituto nacional de estadística y geografía. (2003). *Cuenta Satélite del Turismo (CST) de México*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/Preview.aspx>

Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales. (2008). *Pasos. revista de turismo y patrimonio cultural*, 146.

Jurado Estrada, J. A. (2005). *La cuestión del desarrollo*. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/teorias-desarrollo>

Kichwa Hatari. (25 de septiembre de 2015). *Koya (o kuya) raymi*. Obtenido de <https://kichwahatari.org/2015/09/25/kuya-o-koya-raymi/>

Korstanje, M. E. (2011). *Odin, el dios viajero: La influencia de la Mitología Nórdica en la creación del turismo*. Obtenido de <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/24776/16613>

Kraft, H., & Walter, H. (16 de enero de 2014). *Definiciones de Turismo, diferentes autores, diferentes puntos de vista*.

Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *El concepto de "Cultura" en el siglo XVIII*. Obtenido de <http://www.ugr.es/~inveliteraria/PDF/CULTURA.pdf>

La Hora. (12 de diciembre de 2009). *Los Yachaks de Ilumán, un símbolo ancestral*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/970124/los-yachaks-de-ilumn-un-smbolo-ancestral>

La Hora. (29 de agosto de 2010). *Abre las fiestas del Yamor*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101009934/abre-las-fiestas-del-yamor>

La Hora. (22 de agosto de 2016). *La fiesta del Coraza, una tradición indígena*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101975762/la-fiesta-del-coraza-una-tradicin-indgena>

La Hora. (17 de septiembre de 2017). *Competencia de 4X4 por las fiestas del Yamor*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102097188/competencia-de-4x4-por-las-fiestas-del-yamor->

- La Hora. (24 de febrero de 2017). *El Yaya Carnaval y la Mama Shalva reviven con fuerza*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102033516/el-yaya-carnaval-y-la-mama-shalva-reviven-con-fuerza>
- La Hora. (01 de enero de 2018). *La tradición y el comercio en la Plaza de Ponchos*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102125201/la-tradicion-y-el-comercio-en-la-plaza-de-ponchos>
- Lavín, J. M., Marinéz Bonilla, C., Medina Guerra, F. N., & Viteri Torres, W. F. (30 de marzo de 2015). *Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso. La festividad del Señor del Terremoto en Patate (Ecuador)*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/4415/441550663012/>
- López Guzmán, T., & Sánchez Cañizares, S. M. (2009). *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/viewFile/REVE0909330085A/18701>
- Macias, P. (s.f.). *Fiestas tradicionales de la sierra*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/paul18macias/home/paisajes-de-la-sierra-ecuatoriana/fiestas-tradicionales-de-la-sierra>
- Maldonado, R. L. (20 de junio de 2012). *Los raymikuna o fiestas del sol y la luna*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/active/60336>
- Martinell Sempere, A. (2010). *Las relaciones entre cultura y desarrollo en el contexto actual*. Obtenido de http://www.campuseuroamericano.org/pdf/es/ES_Relaciones_Cultura_Desarrollo_A_Martinell.pdf
- Ministerio de cultura y patrimonio. (03 de marzo de 2015). *El Aya Uma ayuda a mantener el orden cósmico*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-aya-uma-ayuda-a-mantener-el-orden-cosmico/>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2016). *Patrimonio Cultural*. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Ministerio de cultura y patrimonio. (s.f.). *Once cosas que deberías conocer sobre el Pawkar Raymi*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/once-cosas-que-deberias-conocer-sobre-el-pawcar-raymi/>
- Ministerio de Turismo. (junio de 2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf
- Narváez Rivadeneira, E. (2006). *La fiesta del yamor -Crónica de un Testigo-*. Obtenido de <file:///C:/Users/master/Desktop/LEXTN-Narvaez-132906-PUBCOM.pdf>
- Nature Galapagos & Ecuador. (s.f.). *Tren de la Libertad II Ecuador*. Recuperado el 27 de junio de 2018, de <https://naturegalapagos.com/es/tren-ecuador/tren-de-la-libertad-ecuador/>

- Obando, S. (1988). Tradiciones de Imbabura. Abya - Ayala.
- OCDE. (2009). *The Impact of Culture*. Obtenido de <https://www.oecd.org/mexico/42040168.pdf>
- Organizacion de las Naciones Unidas. (1992). *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Obtenido de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>
- Organización Mundial del Turismo . (2017). *Acerca de la OMT*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Orozco Alvarado, J., & Núñez Martínez, P. (2013). *Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable*. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intersedes/article/view/10412/9772>
- Orozco Alvarado, J., Niñez Martínez, P., & Virgen Aguilar, C. R. (2008). *Desarrollo turístico y sustentabilidad social*. Obtenido de <http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/2008%20-%20Desarrollo%20tur%C3%ADstico%20y%20sustentabilidad%20social%20-%20interiores.pdf>
- Ortega Almagro, K. E., & Poveda Rosales, A. G. (2016). *Música y Danza Autóctona como alternativa de promoción turística en las comunidades del Valle del Chota y Otavalo*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/12493/T-ESPE-053600.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Otavalo. (s.f.). *Cascada de Peguche*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/cascada-de-peguche.html>
- Otavalo. (s.f.). *Emprendimientos turísticos de otavalo*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/turismo-rural-en-otavalo.html>
- Otavalo. (s.f.). *Fiesta del Yamor*. Recuperado el 25 de abril de 2018, de <http://www.otavalo.travel/fiestas-costumbres-y-tradiciones-de-otavalo/fiesta-del-yamor.html>
- Otavalo. (s.f.). *Fiesta del Yamor*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/fiestas-costumbres-y-tradiciones-de-otavalo/fiesta-del-yamor.html>
- Otavalo. (s.f.). *Hoteles y alojamientos de Otavalo*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/directorio-de-servicios/hoteles-hosterias-hospedaje-de-otavalo.html>
- Otavalo. (s.f.). *Mirador El Lechero*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/mirador-el-lechero.html>
- Otavalo. (s.f.). *Parque acuático*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/parque-acuatico-de-araque.html>
- Otavalo. (s.f.). *Wantun Raymi*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/wantun-rumi.html>

- Otavallo.Travel. (s.f.). *Restaurantes de Otavalo*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/directorio-de-servicios/restaurantes-de-otavalo.html>
- Palafox Muñoz, A., & Anaya Ortiz, J. S. (2006). *Reflexiones en torno a la implementación de la agenda 21 en Cozumel*. Obtenido de <file:///D:/Descargas/Dialnet-ReflexionesEnTornoALaImplementacionDeLaAgenda21EnC-2492159.pdf>
- Pardinas, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México: siglo veintiuno .
- Paredes, D., & Auz, C. (12 de abril de 2013). *Ecuador plurinacional y multiétnico*. Obtenido de <https://ecuadorplurinacionalute.wordpress.com/pueblo-otavalo/>
- Parque Cónдор. (s.f.). Recuperado el 27 de junio de 2018, de <http://www.parquecondor.com/>
- Peréz Porto, J., & Gardey, A. (2013). *Definición de patrimonio*. Obtenido de <http://definicion.de/patrimonio/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). *Definición de Fiesta*. Obtenido de <http://definicion.de/fiesta/>
- Perles Ribes, J. F. (2006). *Cuadernos de turismo*. Obtenido de Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18011/17371>
- Porcal Gonzalo, M. C. (2006). *Turismo Cultural, Turismo Religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio*. Obtenido de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/17831/17191>
- Przybylski, A. (1995). *Marketing de servicios turísticos*. Buenos Aires: SURPASS.
- Quezada Castro, R. (2007). Planta turística. En *Elementos del turismo* (pág. 195). San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quezada Castro, R. (2010). *Elementos de turismo teoría, clasificación y actividad*. San Jose: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Reisinger, Y., & Dimanech, F. (2010). *International Tourism: Cultures and Behavior*. New York: Edición Kindle.
- Reyes, G. E. (2009). *Teoría de desarrollo económico y social; Articulación con el planteamiento de desarrollo humano*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3642035>
- Rish Lerner, E. M. (diciembre de 2005). *El valor de la cultura en los procesos de desarrollo humano sustentable*. Obtenido de http://cultura.gencat.cat/web/.content/sscc/gt/arxiu_gt/desarrollo_urbano_sustentable.pdf
- Rosales, J. L. (19 de octubre de 2016). *El Coraza se pasea por las comunidades de Otavalo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/coraza-pasea-comunidades-otavalo-intercultural.html>
- Rosenberg González, A. (22 de diciembre de 2015). *Mañana, solsticio ¿de verano o de invierno?* Obtenido de <https://www.iac.es/blog/vialactea/?p=957>

- Ruiz Gil, J. A. (08 de mayo de 2005). *El Patrimonio Cultural en la encrucijada de la globalización*. Obtenido de http://www.academia.edu/1376011/Creer_y_crear
- Runakay Otavalo. (21 de diciembre de 2017). *Kapak Raymi*. Obtenido de <https://runakay.wordpress.com/kapak-raymi/>
- Runakay Otavalo. (s.f.). *Hatun puncha/ inti raymi*. Recuperado el 16 de junio de 2018, de <https://runakay.wordpress.com/inti-raymi/>
- San Martín Gutiérrez , H. (11 de octubre de 2006). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/handle/10803/10588>
- Santana Tugéranos , M. Á. (2003). *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. el caso de Maspalomas (Gran Canaria)*. . Obtenido de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5116/mast1de2.pdf>
- Seaman, B. A. (2011). Economic Impact of the Arts . En G. L. Economics, *A Handbook of Cultural Economics* (pág. 439). Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Secretaría del Agua. (s.f.). *Pawkar Raymi, la fiesta ancestral del agua y de las flores*. Obtenido de <https://www.agua.gob.ec/pawkar-raymi-la-fiesta-ancestral-del-agua-y-de-las-flores/>
- Soler, C. (s.f.). *La fiesta andina del Inti Raymi en Ecuador*. Recuperado el 16 de junio de 2018, de <https://www.vix.com/es/imj/mundo/4002/la-fiesta-andina-del-inti-raymi-en-ecuador>
- Solis Toral, M. P. (marzo de 2011). *Las festividades tradicionales cuencanas y su relación con el desarrollo turístico de la ciudad*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1663>
- Tejera Escull, P. (2006). *Objeciones a la teoría del desarrollo local (desde una perspectiva tercermundista)*. Obtenido de https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_tejera.pdf
- Tejera Escull, P. (2006). *Objeciones a la teoría del desarrollo local (desde una perspectiva tercermundista)*. Obtenido de https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_tejera.pdf
- Thiel, R. E. (2001). *Teoría del desarrollo: nuevos enfoques y problemas*. Venezuela: Nueva Sociedad.
- TicsII_Icaballero. (15 de junio de 2015). *Tipos de fiestas*. Obtenido de <http://ticsiicaballero.blogspot.com/2015/06/tipos-de-fiestas.html>
- Tipos. (2014). *Tipos de festividades*. Obtenido de <http://www.tipos.co/tipos-de-fiestas/>
- Toapaxi Guanopatin, P. S. (2010). *La fiesta de la fruta y de las flores, y su influencia en el desarrollo de los principales lugares turísticos del cantón Ambato*. Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1647/1/TU_HOT56.pdf

- UNESCO. (2016). *Líneas Generales*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- UNESCO La Habana. (2012). *Cultura y Desarrollo*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002197/219725s.pdf>
- Vásquez Barquero, A. (2009). *Desarrollo local, estrategia para tiempos de crisis*. Obtenido de http://hdrnet.org/444/1/barquero_UF2.pdf
- Vásquez Barquero, A. (2009). *Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis*. Obtenido de http://hdrnet.org/444/1/barquero_UF2.pdf
- Vásquez Ramírez, D., Osorio García, M., Arellano Hernández, A., & Torres Nafarrate, J. (Junio de 2013). *El turismo desde el pensamiento sistémico*. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turisticas_05_01.pdf
- Velasco Gonzáles, M. (2009). *Gestión turística del patrimonio cultural: Enfoque para un desarrollo sostenible del turismo cultural*. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-150-2001-pag15-40-87321.pdf>
- Yuni, J., & Urbano, C. A. (2006). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas.