



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO
Y HOTELERÍA**

CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA
PARROQUIA CARANQUI DEL CANTÓN IBARRA DE
LA PROVINCIA DE IMBABURA**

**Trabajo de investigación previo a la
obtención del título de Técnico en Guía
Nacional de Turismo**

**Autor: Jaime Rodrigo Luje Vera
Director: Ing. Wilson Villavicencio Vivar**

**Quito - Ecuador
2014**

DEDICATORIA

Dedico el siguiente trabajo a todas las personas que con su ayuda incondicional me han permitido llegar hasta este momento alegre en mi vida y principalmente a mi padre por brindarme su ayuda en todo momento bueno o malo y a mi madre por haberme brindado su amor infinito y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por haberme permitido estar aquí y al Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Hotelería ITHI por haberme instruido plenamente en la carrera y en forma sumamente especial al Ing. Wilson Villavicencio por haberme indicado el camino correcto hasta este mi trabajo final de titulación como Guía Nacional de Turismo.

Agradezco a mi madre que me ha regalado la vida y me ha consentido y apoyado en todas mis decisiones al igual que a mi padre por brindarme el apoyo incondicional y aconsejarme en mi diario vivir. A mis grandes amigos que me han acompañado en momentos alegres y tristes y a los compañeros de la carrera estudiada.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jaime Rodrigo Lujé Vera declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de monografía/tesis con tema: Diagnóstico Del Potencial Turístico De La Parroquia Caranqui Del Cantón Ibarra De La Provincia De Imbabura, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, propuestas y opiniones en el documento presentado.

Atentamente,

Jaime Rodrigo Lujé Vera

Quito, 22 de Febrero del 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERO: El Ing. Wilson Villavicencio, por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y el Sr. Jaime Rodrigo Lujé Vera, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO:

UNO; Jaime Rodrigo Lujé Vera realizó el trabajo de fin de carrera titulado Diagnóstico Del Potencial Turístico De La Parroquia Caranqui Del Cantón Ibarra De La Provincia De Imbabura, para obtener el título de Guía nacional de turismo en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría del Ing. Wilson Villavicencio.

DOS: Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique

en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI".

TERCERO: Comparecen, Ing. Wilson Villavicencio, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Jaime Rodrigo Luje Vera, como autor del mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: Diagnóstico Del Potencial Turístico De La Parroquia Caranqui Del Cantón Ibarra De La Provincia De Imbabura; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

TUTOR

AUTOR

Ing. Wilson Villavicencio Estudiante: Jaime Luje
Ing. Wilson Villavicencio Vivar
TUTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", de Quito; por lo tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Wilson Villavicencio

Fecha: Abril 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| PORTADA | I |
| DEDICATORIA | II |
| AGRADECIMIENTO | III |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | IV |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | VIII |
| ÍNDICE DE TABLAS | X |
| ÍNDICE DE FIGURAS | XI |
| RESUMEN | XII |
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 15 |
| 1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .. | 15 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 16 |
| 1.3 OBJETIVOS | 17 |
| 1.3.1 Objetivo General | 17 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos | 17 |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN | 18 |
| 1.4.1 Relevancia Social | 18 |
| SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO | 19 |
| 2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 19 |
| 2.2 MARCO TEÓRICO | 19 |
| CAPÍTULO 1 GENERALIDADES DEL CANTÓN IBARRA Y LA PARROQUIA DE CARANQUI | 19 |
| 1.1 ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS | 19 |
| 1.1.1 Extensión y límites | 19 |
| 1.1.2 Altitud y clima | 20 |
| 1.1.3 Hidrografía | 21 |
| 1.1.4 Pisos climáticos | 22 |
| 1.2 HISTORIA DEL CANTÓN IBARRA | 23 |
| 1.2.1 Primeros pobladores del sector | 23 |
| 1.2.1 Hechos históricos del cantón | 28 |
| 1.2.3 Historia de la parroquia de Caranqui | 36 |
| 1.2.4 Festividades Populares | 38 |
| 1.3 CARACTERÍSTICAS SOCIALES | 38 |
| 1.3.1 Actividades económicas | 39 |
| 1.3.2 División política | 39 |
| 1.3.3 Población de la parroquia | 40 |
| 1.4 MEDIO BIODIVERSO | 40 |
| 1.4.1 Fauna | 40 |
| 1.4.2 Flora | 41 |
| CAPÍTULO 2 DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE TURISMO Y ATRATIVOS TURÍSTICOS | 42 |
| 2.1 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO | 42 |
| 2.2 CONCEPTO DE ATRACTIVO TURÍSTICO | 51 |

| | | |
|---|---|-----|
| 2.3 | ATRATIVOS NATURALES | 52 |
| 2.4 | ATRATIVOS CULTURALES | 54 |
| 2.5 | CLASIFICACIÓN DE ATRATIVOS | 54 |
| 2.6 | JERARQUIZACIÓN | 58 |
| 2.6.1 | Factores Intrínsecos..... | 58 |
| 2.6.2 | Factores extrínsecos..... | 59 |
| 2.6.3 | Jerarquización..... | 59 |
| CAPÍTULO 3 PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA..... | | 61 |
| 3.1 | ANTECEDENTES | 61 |
| 3.2 | CONCEPTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO..... | 62 |
| 3.3 | CONCEPTO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA..... | 65 |
| 3.4 | CONCEPTO DE PLANTA TURÍSTICA..... | 65 |
| 3.5 | SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA | 66 |
| CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA DE CARANQUI..... | | 66 |
| 4.1 | ESTUDIO DE OFERTA TURÍSTICA..... | 67 |
| 4.1.1 | Concepto de oferta turística..... | 67 |
| 4.2 | ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA..... | 68 |
| 4.2.1 | Concepto de demanda turística..... | 68 |
| TERCERA PARTE - METODOLOGÍA..... | | 69 |
| 3.1 | TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | 69 |
| 3.2 | UNIVERSO Y MUESTRA | 69 |
| 3.3 | INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE DATOS | 71 |
| 3.4 | DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO | 71 |
| 3.5 | PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS | 72 |
| CUARTA PARTE - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS..... | | 73 |
| 4.1 | PRESENTACIÓN GRÁFICA DE RESULTADOS | 73 |
| 4.2 | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 85 |
| 4.2.1 | FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL..... | 85 |
| 4.2.2 | LEVANTAMIENTO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS | 87 |
| 4.2.3 | FICHA DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES..... | 97 |
| 4.2.4 | LEVANTAMIENTO DE FICHAS DE ENPRESAS DE GASTRONOMÍA..... | 98 |
| 4.2.5 | ENTREVISTA..... | 102 |
| 4.2.6 | ANÁLISIS DE ENTREVISTA..... | 104 |
| 4.2.7 | JERARQUIZACIÓN DE ATRATIVOS TURISTICOS .. | 105 |
| 4.3 | CONCLUSIONES | 108 |
| 4.4 | RECOMENDACIONES | 109 |
| REFERENCIAS | | 111 |
| APÉNDICES | | 113 |
| ANEXOS | | 119 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|------|
| TABLA N° 01 FAUNA DE LA ZONA. | .41 |
| TABLA N° 02 FLORA DE LA ZONA. | .42 |
| TABLA N° 03 CLASIFICACION DE ATRACTIVOS. | 55 |
| TABLA N° 04 DESCRIPCION DE LOS PARAMETROS DE EVALUACION. | .61 |
| TABLA N° 05 GENERO DE PERSONAS. | .73 |
| TABLA N° 06 EDAD DE PERSONAS. | .74 |
| TABLA N° 07 ATRACTIVOS NATURALES. | .75 |
| TABLA N° 08 OPCIONES ATRACTIVOS NATURALES | .75 |
| TABLA N° 09 ATRACTIVO CULTURAL. | .76 |
| TABLA N° 10 OPCIONES ATRACTIVOS CULTURALES. | .76 |
| TABLA N° 11 INVENTARIO TURISTICO. | .77 |
| TABLA N° 12 ALOJAMIENTO HOTELERO. | .78 |
| TABLA N° 13 SERVICIOS BÁSICOS | .79 |
| TABLA N° 14 VÍAS DE ACCESOS | .80 |
| TABLA N° 15 APORTE TURISTICOS | .81 |
| TABLA N° 16 TIPO DE TURISTA | .82 |
| TABLA N° 17 ECONOMÍA DE LA PARROQUIA. | .83 |
| TABLA N° 18 JERARQUIZACIÓN | .101 |
| TABLA N° 19 JERARQUIZACIÓN | .101 |
| TABLA N° 20 JERARQUIZACIÓN | .102 |
| TABLA N° 21 JERARQUIZACIÓN | .102 |
| TABLA N° 22 JERARQUIZACIÓN | .103 |
| TABLA N° 23 JERARQUIZACIÓN | .103 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| FIGURA N° 01 TABULACIÓN | .73 |
| FIGURA N° 02 TABULACIÓN PREGUNTA 1. | .74 |
| FIGURA N° 03 TABULACIÓN PREGUNTA 2. | .75 |
| FIGURA N° 04 TABULACIÓN PREGUNTA 2. | .75 |
| FIGURA N° 05 TABULACIÓN PREGUNTA 3. | .76 |
| FIGURA N° 06 TABULACIÓN PREGUNTA 3. | .76 |
| FIGURA N° 07 TABULACIÓN PREGUNTA 4. | .77 |
| FIGURA N° 08 TABULACIÓN PREGUNTA 5. | .78 |
| FIGURA N° 09 TABULACIÓN PREGUNTA 6. | .79 |
| FIGURA N° 10 TABULACIÓN PREGUNTA 7. | .80 |
| FIGURA N° 11 TABULACIÓN PREGUNTA 8. | .81 |
| FIGURA N° 12 TABULACIÓN PREGUNTA 9. | .82 |
| FIGURA N° 13 TABULACIÓN PREGUNTA 10. | .83 |

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA
ITHI**

**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA
CARANQUI DEL CANTÓN IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

Autor: Jaime Rodrigo Luje Vera
Director: Ing. Wilson Villavicencio Vivar.
Fecha: Quito, Enero

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación se realizó en la parroquia de Caranqui del Cantón Ibarra de la provincia de Imbabura que actualmente ha sido reconocida turísticamente por su historia y su entorno natural.

Los lugares donde se aplicó el estudio fueron principalmente la Plaza Central de dicha parroquia y los barrios donde existe más afluencia demográfica aplicando diferentes herramientas de estudio tales como una encuesta a los moradores y una entrevista a un morador con conocimiento de la parroquia para obtener resultados que se han podido interpretar por medio de tablas en el programa de Excel.

Después de la observación de los resultados se llega a la conclusión que la parroquia de Caranqui posee el potencial turístico para ser un lugar de paso para los turistas ya que cuenta con atractivos turísticos que son muy representativos y es el producto principal para poder obtener una afluencia de turistas alta.

INTRODUCCIÓN

Resguardada silenciosamente por el Taita Imbabura, poseedora de increíbles y mágicos lugares, cultura y tradición única en Ecuador, increíbles montañas, lagunas, y valles con un clima templado y miradores muy hermosos, Ibarra ciudad blanca a la que siempre se vuelve con sus tradicionales iglesias, parques, calles de antaño y sus parroquias llenas de historia, dan la bienvenida a la tradicional parroquia de Caranqui, lugar donde se establecerá el siguiente trabajo de investigación.

En un primer contexto el turismo siempre es una alternativa sostenible para un sector y más aún cuando sus recursos son limitados. En ciertas poblaciones el turismo se toma en un segundo plano como es en la parroquia de Caranqui la cual no aprovecha sus recursos.

El presente trabajo investigativo es un aporte acerca del potencial turístico oculto que guarda en silencio esta parroquia, conteniendo así gran historia para el lugar y por qué no para el Ecuador en general.

Siendo así dueña de un ambiente tradicional cultural, natural y gastronómico con el que obtendrá un mejor desarrollo y avance turístico y obtener mayor cantidad de afluencia turística tanto nacional como extranjera que serían de gran ayuda para el desarrollo de dicha parroquia.

Teniendo en cuenta que la finalidad de este trabajo investigativo es demostrar el gran potencial turístico que posee el sector, se logró evidenciar su hospitalidad con sitios de alojamiento que contribuyen al comfortable pleno goce de sus atractivos turísticos.

PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Al visitar la parroquia de Caranqui se ha obtenido diferentes opiniones en el ámbito turístico con el conocimiento general de la mayoría de personas, por lo general visitantes, no consiguen información exacta del sector, como guías escritas o material impreso que sirva para auto guiarse y descubrir el encanto que esta parroquia posee, por lo cual no se está haciendo un uso adecuado de los atractivos turísticos que posee.

Otro punto de análisis es la falta de motivación para que las personas aledañas al sector puedan promover al turismo y a su vez hacer uso de este, ya que no poseen información adecuada para realizar un turismo responsable y sostenible, que genere ingresos económicos para el mejoramiento de la parroquia.

Por lo expuesto se ha determinado que el descuido de dicha actividad en este caso el turismo genera el olvido y deterioro de los atractivos culturales, religiosos, naturales, gastronómicos, creando así la pérdida de identidad de esta parroquia poseedora de tanta historia del Ecuador.

Esto no permite que sea posible aprovechar los atractivos turísticos en general por la falta de promoción turística y servicio de calidad al turista y es ahí donde se genera un problema de alta magnitud y no hay manifestación alguna a dar solución a esta desventaja parroquial.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la falta de diagnóstico actualizado del potencial turístico en el desarrollo de la parroquia de Caranqui?

Se ha observado y estudiado en el sector sobre el tema de turismo y no se ha obtenido un resultado favorable por parte de los moradores de la parroquia de Caranqui.

Las personas han optado por no brindar un porcentaje de trabajo alto dedicado al turismo para el desarrollo económico de la parroquia y actualmente se han dedicado a buscar soluciones económicas realizando diferentes actividades dentro y fuera del sector. Dando a entender que la parroquia de Caranqui es usada como una parroquia de paso para los turistas sea este

nacional o extranjero que visita los alrededores de la provincia de Imbabura.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar el potencial turístico a través del levantamiento de información de la parroquia de Caranqui para contribuir a su puesta en valor

1.3.2 Objetivos Específicos

- Levantar información actualizada del sistema turístico de la parroquia de Caranqui.
- Analizar la oferta y demanda turística del sector.
- Determinar actividades turísticas a realizar en los atractivos de la parroquia.

1.1 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Relevancia Social

Aprovechando el excelente lugar de ubicación de la parroquia de Caranqui en la provincia de Imbabura que la hace poseedora de increíbles lugares no muy frecuentados por turistas nacionales y extranjeros, se logrará promocionar y mejorar el turismo de la zona.

El presente trabajo investigativo propone levantar la mayor información turística posible para facilitar al turista nacional o extranjero la visita de dicha parroquia y dar a conocer todo el potencial turístico que esta posee y así abrir sus puertas al país y porque no al mundo, tomando en cuenta que la finalidad es hacer del turismo una actividad primaria para el desarrollo social y económico de la parroquia de Caranqui y sus habitantes.

SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

No existen estudios previos o similares que ayuden con información turística de la parroquia de Caranqui, por lo cual esta investigación que se ha planteado contribuirá de una manera amplia y significativa a generar un contenido ideal para dar conocer este sitio que posee una cantidad interesante de atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados en el desarrollo de la actividad turística.

2.2 MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1 GENERALIDADES DEL CANTÓN IBARRA Y LA PARROQUIA DE CARANQUI

1.1 ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS

1.1.1 Extensión y límites

Su nombre es heredado de los primeros pobladores de esta región. Fue fundada por los Caras antes de Ibarra. Comprendía las comarcas de Pimampiro y Mariano Acosta por el Occidente; por el Norte hasta el Rio Chota; por el Occidente, Atuntaqui y demás pueblos occidentales; por el Sur, Cochicaranqui y la Esperanza. (Villareal, 1988, pág. 54)

Hoy se halla limitada al Norte con la parroquia urbana de San Francisco; por el Sur con la parroquia rural de La Esperanza. Pertenecen a Caranqui: Bella Vista de María, Cashaloma, Naranjo, Cuencushuay, San Cristóbal, Turupamba, Chorlaví. Por el Occidente hasta la quebrada de San Antonio, en este sector está el barrio Ejido de Caranqui. Por el Oriente termina con el barrio Simón Bolívar. (Villareal, 1988, pág. 54)

San Francisco de Santa Lucía y la quebrada del mismo nombre. Esta parroquia está ubicada al Sur de la urbe llegando a ella por la hermosa avenida Atahualpa. (Villareal, 1988, pág. 54)

1.1.2 Altitud y clima

Llanuras y valles de Imbabura están situadas entre los 1800 y 3000 metros sobre el nivel del mar, la zona goza de una temperatura de 10 a 18 grados centígrados, salvo en el valle del Chota donde alcanza los 25 y 28 grados. (Espinoza, 2006, pág. 28/30)

1.1.3 Hidrografía

Campos, praderas y llanuras; puentes en calma e imponente estruendo de ríos caudalosos; silencio de sus lagos. Oteros, colinas y montañas, valles bajos y ardientes y páramos helados: "En la actual provincia de Imbabura y sus alrededores inmediatos hay una armoniosa distribución de sus recursos hídricos: lagunas, ríos, riachuelos, cascadas, vertientes u "ojos" de agua (en quichua, pogyos o pokyos) y Ciénegas. (Espinoza, 2006, pág. 28)

Sobresalen las lagunas de Mojanda (Caricocha-laguna varón - que es la más grande, Huarmicocha-laguna mujer - y Yanacocha - laguna negra- Imbacucha, denominada también Chicapan y actualmente San Pablo), Yahuarcocha (anteriormente Cochacarangué), Cuicocha, Piñan, Puruhantag, San Marcos, Paracocha, Cristo Cocha, Angascocha, Cubilche. Todas ellas proveen de recursos lacustres, como patos, garzas, gallaretas, peces, hierbas comestibles, totora, carrizos, sigsigs...". (Echeverría Almeida, 2004)En (Espinoza, 2006, pág. 28)

Don Víctor Alejandro Jaramillo, en su obra Imbabura: Agua y Paisaje, señala, entre otras, las siguientes fuentes de aguas frías y termales: Yuyucocha, situada al Sur de la ciudad y solamente a un kilómetro de distancia (ahora es zona urbana); Huaracsapas o

Mamapogyo, Frías, próxima a la Hacienda Zuleta, al pie de Angochahua; Chaupi, en los páramos de La Merced; Yacucalle, junto a la ciudad, cuyas aguas son terapéuticas. En las orillas del Tahuano, junto a Ibarra, existen dos manantiales pequeños, el de Pérez y el Tres Piedras. El Colorado y El Laurel en la Florida, al Occidente de la ciudad. Santo Domingo y Santa Ana originan el riachuelo Chorlaví, afluente del Tahuano. Puyaburo, en Cahuasqui. Chachimbiro, en Tumbabiro, importante fuente de turismo; Cachipugro en la misma parroquia. El Castigo, en Salinas, fuente de agua salada, confirman la riqueza hídrica de la zona. Más alejadas, se encuentran las fuentes termales de Yanayuco en Otavalo, con aguas de 26.6 grados centígrados. (Espinoza, 2006, pág. 31)

1.1.4 Pisos climáticos

La diversidad de pisos climáticos va desde el mesotérmico húmedo y semi húmedo hasta el páramo sobre los 3.600 metros de altitud. La cuenca del Chota posee un clima temperado y tropical. La temperatura promedio oscila entre los 8 y 28 grados centígrados. Información tomada: Imbabura, datos de interés Imbabura URL: (www.imbaburaturismo.gov.ec, s.f.)

1.2 HISTORIA DEL CANTÓN IBARRA

1.2.1 Primeros pobladores del sector

Hurgando en variados textos teñidos por la incertidumbre de los vestigios arqueológicos, encontramos la posible procedencia del nombre de Imbabura: "... el nombre imba significa pez, parecido al bagre, conocido como preñadilla, y bura, criadero madre: El nombre Imbabura proviene de la importancia que tuvo este pez nativo en la vida de los antepasados Caranquis y Cayambis, como alimento y como remedio natural", señala en su obra ya citada, el arqueólogo José Echeverría Almeida. Imbaya es el antiguo nombre del Taita Imbabura; la región privilegiada que él domina ha sido conocida como la de los Imbaya. (Espinoza, 2006, pág. 33)

Según el autor citado, se encuentran en la Sierra Norte evidencias de presencia humana prehispánica,... Caranquis, Cayambis, Quitus, Otavalos eran señoríos étnicos o cacicazgos importantes cuando llegaron a la zona los incas, contra quienes aquellos pueblos mantuvieron, según la tradición, resistencia larga y tenaz. Echeverría atribuye a dichos cacicazgos una base cultural común y en el caso de los Caranquis y Cayambis, se ha confirmado que formaron juntos una confederación con el fin de resistir la incursión incaica. Digna de resaltarse es la existencia del

pueblo Caranqui o Carangue que vivió en este valle de suave clima y fecundo suelo, donde carangue fue "una de las mejores ciudades del reino de los caras". Huellas de su cultura fueron el cultivo en camellones- sistemas agrícolas contruidos a base de grandes surcos lomos en variedad de tipos, formas, patrones, dimensiones y numero con funciones múltiples, que permitían, y permiten aun, aprovechar al máximos los recursos hídricos, así como las de grandes obras de infraestructura agrícola: diques, acequias, terrazas, testifican con qué ingenio y esfuerzo estos pueblos debieron luchar contra las inclemencias del tiempo, contra sequias, periodos de malas cosechas, hambre y necesidad. También se encuentran tolas piramidales como señal de la jerarquía y el poder de los caciques. (Espinoza, 2006, pág. 33 34)

Pueblos con un ordenamiento social y político jerarquizado, no llegaron a tener un poder centralizado que abarca toda la Sierra Norte. Según Echeverría, los más importantes asentamientos se organizaron a partir de una "geografía sagrada"; en ella, los nombres de cada elemento los atribuidos a cerros, lagunas, quebradas, ríos; los de las fuentes de agua o "pogyos" eran una forma de conocimiento, a la vez que de respetuosa apropiación del entorno. (Espinoza, 2006, pág. 34 35)

Hasta hoy existe en invocaciones y rezos una simbiosis de santos y de cerros. Se invoca a San Juan, a Jesucristo, a la Virgen María y a Taita Imbabura. Los yachac de Ilumán utilizan aun en sus curaciones, con el nombre de cada uno de los cerros circundantes y en su representación, sendas piedras negras, pulidas y brillantes. (Espinoza, 2006, pág. 35)

Estos pueblos con su trabajo, sus costumbres, su organización, han sido el ancestro nativo que dio a la tierra la solera que la caracteriza, y han procurado el sustento de la memoria vinculada a las lenguas, a la religión, a la agricultura, a los antiguos ritos... (Espinoza, 2006, pág. 35)

El desarrollo de estas etnias de la Sierra Norte del Ecuador y sur de Colombia se interrumpe el ejército del Inca, que ascendía hacia el Norte en sus conquistas iniciadas desde el Cuzco a partir del siglo XIII D.C. e imponía a las poblaciones vencidas su lengua, conjuntamente con su cultura, sus costumbres y su organización, llega a territorio Caranqui estimulado por la presencia en la zona de sociedades organizadas, de economía laudable y con una "red de intercambio con grupos humanos ubicados en otras ecologías a corta,

mediana y larga distancia" pero encuentra en ellos férrea resistencia... (Espinoza, 2006, pág. 38)

Según el cronista Cieza de León, "...los de Otavalo, Cayambe, Cochasque, Pifo, con otros pueblos habían hecho liga todos juntos y con otros muchos, de no dejarse sojuzgar del Inca, sino antes morir que perder su libertad, y de ellos ser obligados de tributar". Luego de prolongada lucha, que, según distintas versiones de estudiosos van desde ocho hasta diecisiete años, una vez dominados estos pueblos, la venganza de Huayna Cápac contra su resistencia fue cruel: por orden suya no dejaron vivo, de entre los ejércitos y pueblos que se le resistieron, a varón mayor de seis años. Echaron los cuerpos a la gran laguna del norte de Ibarra, y ésta, que tomo el color de la sangre de las víctimas, perdió entonces su nombre original, Cochacarangue, Lago de los caranquis, y se llamó Yaguarcocha: Laguna de Sangre... (Espinoza, 2006, pág. 38 39)

Con el pasar del tiempo, Caranqui que había probado en la lucha que sus guerreros fueron "los más fieles, valientes y aguerridos" del Reino de Quito, recibió de Huayna Cápac, enamorado de la ciudad y de la valentía de su pueblo, considerables mejoras... en Caranqui nació el primogénito de Paccha, el desgraciado rey Atahualpa

o Atabaliba, heredero del Reino de Quito. (Espinoza, 2006, pág. 39)

Con la conquista incásica comenzó a imponerse sobre las lenguas locales, como lengua general, el quechua cuzqueño o runashimi, imposición que culminara, luego de la conquista española, con la labor de los evangelizadores cuya misión religiosa solo era posible si los individuos pertenecientes a las distintas comunidades indígenas empleaban la única lengua. La llegada de los incas procuro que calendarios, rituales, ceremonias, fiestas, conceptos y valores en torno a la religión, la moral, la estética se homogeneizaran, aunque sobrevivieron algunos idiomas y costumbres norandinos que, una vez iniciada la Colonia en el siglo XVI, lograron cierta reactivación. (Espinoza, 2006, pág. 39 40)

Más tarde, Caranqui prospero por encima de los otros pueblos, según datos aportados por Tobar Subía, además de por todas sus nobles características ya señaladas, "por los muchos españoles que se establecieron en sus alrededores, atraídos por la suavidad de su clima y la fecundidad de sus suelos". (Espinoza, 2006, pág. 40)

1.2.1 Hechos históricos del cantón

¿Por qué según un decir que aún se repite con la fuerza, se llamó a Ibarra "Ciudad Blanca"? (Espinoza, 2006, pág. 44)

¿Acaso porque fue fundada, como lo manifiesta el gran historiador Monseñor Federico González Suárez, por la razón de que "aunque por el lado del Norte, entre Quito y Pasto, se encontraba muchas poblaciones de indios, no había todavía ninguna ciudad de españoles y se experimentaba la necesidad de fundarla, así para que se estableciera en ella los blancos que andaban dispersos en los pueblos de los indígenas como para abrir al Mar Pacifico un camino más corto y expedito que pusiera en comunicación la capital del reino con Panamá"...?. (González Suárez, 1970)

Más si alguna ciudad merece hoy esta fórmula por su color, su limpieza, su gracia; por su cielo admirable, por su luz-ese humilde y enorme lujo cotidiano-es Ibarra, sin discusión alguna. En cuanto al motivo que ha enorgullecido a muchos ibarreños hasta hoy, de haber sido Ibarra ciudad de habitantes "blancos", actualmente, a la luz del tiempo y la historia transcurridos, ella se precia de una diversidad y multiculturalidad que son su verdadera riqueza. Más allá de hidalguías y matices de piel que nada esencial significan, se encuentra la fértil conciencia juvenil de nuestro mestizaje al par que las presencias indígena

y negra y hoy más visible que nunca la migración colombiana que ponen en la ciudad una multiplicidad que es, a la vez razón de su unidad y su riqueza. (Espinoza, 2006, pág. 44)

Esa ciudad real, viviente, bella: mestiza, india, negra y blanca; la Ibarra que, sin despreciar los mitos, asumiéndolos intuitiva e inteligentemente se entiende a sí misma desde una lúcida claridad histórica que no se miente, despliega su diversidad cultural, generadora, a su vez, de interculturalidad, la cual, en palabras de Enrique Ayala Mora, "no es característica natural de las sociedades complejas, sino objetivo al que debe llegar para articularse internamente. La interculturalidad se construye mediante un refuerzo expreso y permanente. Va mucho más allá que la coexistencia o el dialogo de culturas; es una relación sostenida entre ellas. Es una búsqueda expresa de superación de prejuicios, del racismo, de las desigualdades y las asimetrías que caracterizan al país, bajo condiciones de respeto, igualdad y desarrollo de espacios comunes". (Ayala Mora) (Espinoza, 2006, pág. 44 45)

El día escogido fue el 29 de septiembre por ser ese el del cumpleaños del Presidente; y se determinó que la nueva población se llamara San Miguel de Ibarra, para

perpetuar de esa manera el recuerdo de su fundador... y como en la liturgia romana las grandes festividades principian a celebrarse desde la víspera, la fundación de la Villa de San Miguel de Ibarra se hizo el día 28 por la tarde, después del mediodía. (op.cit.477-478) (Espinoza, 2006, pág. 45)

Ibarra fue, pues, fundada la víspera: bella señal sobre una fecha instaurada en el tiempo y el espacio con destino intemporal, ese que permitió a Ibarra, y a toda la provincia de Imbabura, sobreponerse al espantoso terremoto que destruyó integra la comarca en el aciago amanecer del 16 de agosto de 1868, y volver a vivir. La fundación de Ibarra instaure definitivamente el antiguo sueño de la salida al mar que ha acompañado la vida de la ciudad hasta hoy: "se fundó Ibarra 'con el propósito de abrir desde allí' el camino más breve a la mar de Panamá'". (Tobar Suvia, 1950) Su arzobispo historiador lo manifiesta en su obra citada:

A un no había pasado ni un año completo desde la fundación de Ibarra, cuando ya en marzo de 1607 Don Cristóbal de Troya salió para inspeccionar la provincia y transmontó la cordillera occidental, observando por donde podría abrirse el camino para el mar, porque la apertura de ese camino fue, ahora dos siglos y medio, el objeto de los anhelos y de las ilusiones de los primeros pobladores de Ibarra...

Aunque, "para el caso de Ibarra el terremoto de 1868 fue trágico desde el punto de vista de registros, salvándose muy pocos papeles de la total destrucción...De aquí puede comprenderse la escases de obras históricas que traten de temas anteriores a la hecatombe" (Tamayo), sabemos que el plano de Ibarra era pequeño. Entonces, "sus suelo no era más que campos de pastores o cementeras divididas con cercos y acequias"... En anotación de Don Luis F. Madera de 1926, "a la nueva villa el acta de fundación le señalo por términos e jurisdicción por la parte de la ciudad de pasto hasta el puente de rrumichaca y por la otra parte hasta el pueblo de Otavalo exclusive e por la otra parte hasta los pueblos de Lita y Quilca e Cahuaqui". (Espinoza, 2006, pág. 45/48)

Como en toda ciudad americana colonial, la religiosidad fue el fundamento de su ser y acontecer. Edificado el convento de la "Recolección de Nuestra Señora de la Peña de Francia de Caranqui", por el padre Bedón en 1605, desde 1606 Ibarra fue puesta bajo el patronato sobrenatural de San Miguel Arcángel. La construcción de la catedral que antes de que Ibarra fuese erigida en diócesis llevaba el nombre de iglesia matriz se inició en octubre de 1606; devociones, cofradías, procesiones, observancias y milagros

ocupaban gran parte del tiempo de los pobladores; se distribuían solares, llegaban continuamente viajeros provenientes del norte y sur... (Espinoza, 2006, pág. 49/51)

Hacia 1718, el cabildo dispuso que se implantara en la intersección de la primera cuadra que avanzaba hacia el sur en el espacio situado entre las casas de Don Juan Seferino y de Doña Micaela Andrade, el madero de justicia en el cual sería ahorcados los delincuentes y cuantos atente contra la autoridad del rey, así como los herejes y apostatas de la fe católica... (Espinoza, 2006, pág. 51)

Más de dos siglos después de su fundación, el 11 de noviembre de 1811, la Junta Soberana de Quito por el apoyo recibido en el movimiento liberador del 10 de agosto de 1809, concede a la villa de San Miguel de Ibarra el título de Ciudad, honor que olivar ratifica el 2 de noviembre de 1829. Ya antes de tal ratificación, en el artículo 11 de la Ley de División Territorial de la Gran Colombia promulgada en 1824, se había determinado que la provincia de Imbabura tendría como capital la ciudad de Ibarra. (Espinoza, 2006, pág. 51 52)

Doscientos sesenta y dos ha tenido Ibarra, felices o desdichados y a menudo heroicos avatares de su historia han sido señalados por historiadores y estudiosos, aunque no podemos detenernos en ellos. Pero al amanecer del domingo 16 de agosto de 1868, ocurre una de las tragedias telúricas más graves que hubo de afrontar la todavía jovencísima República del Ecuador. Es central el vigoroso testimonio de uno de sus sobrevivientes, Don Roberto Andrade:

Acaeció el terremoto de Imbabura, del cual jamás nos olvidaremos los nacidos en aquellas feraces comarcas, a la una de la mañana del 16 de agosto de 1868, cuando todo mundo dormía, todos fuimos arrojados de los hechos por un estremecimiento ciclópeo de tierra. Destruyéndose cosa de ocho poblaciones: Ibarra, Cotacachi, Atuntaqui, Caranqui, San Antonio, San Pablo, Tumbabiro, etc.; perecieron cosa de 5.000 habitantes entre ellos, personas muy distinguidas como Don José María Gómez de la Torre y parte de su familia, Don Pedro Pérez Pareja y parte de la suya, Don Máximo Rocha y todos sus deudos, Salvadores, Andrades, Subías, Peñaherreras, Grijalvas, Torres, Almeidas, y centenares más; arruinaronse grandes fábricas, bellas quintas, ricas alquerías, ornamentos de aquellas virtuosas regiones.

El expresidente Don Gabriel García Moreno, a la sazón cargo de la administración de la heredad familiar de Guachalá, en Cayambe, es comisionado por el gobierno central para tomar "in situ" las medidas extraordinarias indispensables a fin de ayudar a la población, en "la lamentable situación a que ha quedado reducida la desventurada provincia de Imbabura"... (Espinoza, 2006, pág. 53 54)

Catorce días después del siniestro, días angustiosos, de confusión y desolación en los que se atendió a los sobrevivientes, se removieron los escombros, se trató de impedir el robo y bandalaje, el 30 de agosto, Don Gabriel García Moreno informa que empiezan a recogerse frutos de los esfuerzos gubernamentales: comienza la recuperación de caminos, se restablece el puente de cabuyal, se repara el camino del Chota, renace el tráfico... (Espinoza, 2006, pág. 54)

La Esperanza se llamará el sitio en que se instalaran los pocos sobrevivientes de la destruida ciudad de Ibarra:

A los pocos días y luego de infatigable trabajo, fija la residencia provisional de los sobrevivientes en los llanos de monjas, o sea en Santa María de la Esperanza, organizando hospitales, reparando caminos, construyendo puentes, abriendo acueductos y, sobre

todo, organizando la administración pública.
(Monografía de Ibarra , pág. 57)

En aquellos días y años aciagos, cuanto se reconstruyó en Ibarra se lo hizo a partir de la arquitectura tradicional popular. Las familias mediadamente pudientes hicieron de sus casas, réplicas de arquitectura republicana. Pero de la Ibarra memorial instaurada en la colonia, poco a subsistir. (Espinoza, 2006, pág. 63)

Poco a poco se fueron creando los primeros rasgos de una ibarreñidad que daba prosapia y prestigio a la ciudad misma y a sus habitantes. Es justo apuntar esto, pues en los años 60 en que se profundiza la electrificación, la expansión de la prensa escrita, los éxodos familiares, hacia ciudades con una aparentemente más floreciente por venir, se despersonaliza las ciudades provincianas, mueren los viejos troncos, y muchas familias de raigambre se consolidan en Quito o en Guayaquil; pero así mismo, aun habiendo familias cuyos miembros no retornan hay otras que, a pesar de haber vivido y de haberse formado lejos de Ibarra, conservan el amor por el paisaje, por la casa y la tradiciones familiares, y cargados de recuerdos que tan a menudo se han hecho leyendas, retornan a su ciudad. Así, la población llega, sale, regresa, olvida; las

antiguas tradiciones se vuelven memoria nostálgica, y sus habitantes gozan en las faldas del Imbabura de un patrimonio arquitectónico de solera, edificaciones valiosas que se han logrado conservar, e incluso la casa vieja del centro de estructura tradicional, el patio central empedrado o adoquinado, el zaguán de piedra sillar con huesos, en ornamentos redondos o de figuras geométricas rectas, prolongado hacia un patio trasero, y la huerta con la higuera, el magnolio, el chihulacan; la casa de un solo piso, distribuidas las habitaciones entorno al cuadro: 'allá, el cuarto de la Justina; allí, el de los abuelos; más acá, el 'orador' u oratorio; la cocina, al otro lado... 'y hacia afuera, la textura y el color inolvidable de las paredes de adobe o de tapial, el tejado a dos aguas y si la casa antigua tenía cochera, la vieja puerta crujiente que las mulas cruzaban al entrar y salir con su carga variopinta... (Espinoza, 2006, pág. 64 65)

1.2.3 Historia de la parroquia de Caranqui

Caranqui es una parroquia muy turística digna de ser llamada la cuna de los Incas. Es un lugar que tiene marcado su historia. El nombre Caranqui se debe al apellido de la madre de Atahualpa "Princesa Caranqui" quien a su vez era esposa de Huaynacapac padre de Atahualpa y Rumiñahui, este último no sería reconocido por su padre y sería o se convertiría en

un enemigo a muerte con su hermano Atahualpa con quien mantendría conflictos que terminarían en batallas. Estas batallas darían como resultado la muerte de los 11 hijos de Atahualpa , todas sus princesas y por último el mismo Atahualpa moriría sin dejar rastro algún de su cadáver, para lo que muchos piensan que Rumiñahui después de asesinarlo en 1533 escondería el cadáver para que nunca nadie lo encuentre. La tribu de Atahualpa tenía costumbres muy raras aunque en esos tiempos muy común para las culturas, tenían la rara costumbre de a todas las chicas a partir de los 6 años les colocaban unas tablas con mucha presión en la parte superior del cráneo para que el mismo se aplastase y por consecuencia quedara plano que eso significaba belleza y posteriormente todas esas chicas serían princesas de Atahualpa desde los 12 años y sorprendentemente a esa misma edad ya mantendrían relaciones sexuales con Atahualpa.

Atahualpa sería reconocido por su tribu como un honorable Inca.

Atahualpa nació en 1500 en Caranqui en donde posteriormente se construiría una iglesia llamada "el santuario del señor del amor" resplandeciente como un sol que ilumina poderosamente el corazón de cada persona que entran para purificar su alma y llenar de amor su espíritu.

Caranqui aparte de ser conocido por su historia es también muy reconocido por crear el delicioso pan de leche típico de la parroquia acompañada de los helados que son muy famosos por su sabor haciendo de este lugar turístico un sorprendente lugar gastronómico original. (TURISMO CARANQUI, 2011)

1.2.4 Festividades Populares

En dicha parroquia se realiza el tradicional baile del "San Juan" acompañado por personajes tradicionales como el chivo y hombres y mujeres con disfraces y máscaras que realizan una coreografía muy organizada acompañados de la tradicional banda de pueblo.

Este tradicional baile se lo realiza en el mes de agosto y septiembre en dos de los barrios más populares de Caranqui: Guayaquil de piedras y El Ejido de Caranqui.

1.3 CARACTERISTICAS SOCIALES

1.3.1 Actividades económicas

En esta parroquia el turismo no es considerado como una actividad principal, las personas se dedican a realizar sus actividades de trabajo para obtener ingresos económicos en la ciudad de Ibarra o en lugares fuera de la parroquia o ciudad.

Muy pocas personas se han centrado en mantenerse laborando en la parroquia dedicándose a la agricultura, en especial al cultivo de gramíneas como el maíz y frejol para su consumo y venta a sus alrededores, otros han optado inmiscuirse en el mercado gastronómico típico de la zona como por ejemplo el helado de crema y los famosos pan de leche utilizando los ingredientes de la zona.

1.3.2 División política

La parroquia de Caranqui siendo esta urbana desde 1960 es parte del cantón de Ibarra capital de la provincia de Imbabura cuenta con 24 barrios a su alrededor y en ella habitan según datos entregados por la Junta Parroquial casi 13.000 personas del último censo a nivel nacional del año 2010.

1.3.3 Población de la parroquia

En la parroquia de Caranqui habitan alrededor de 13.000 personas con una mayor densidad de personas de mayor edad según el censo del INEC del año 2010.

1.4 MEDIO BIODIVERSO

1.4.1 Fauna

En el sector estudiado se ha podido observar diferentes especies de animales los cuales serán mencionados en el siguiente cuadro.

TABLA N°01 FAUNA DE LA ZONA

| NOMBRE COMÚN | NOMBRE CIENTÍFICO |
|--------------|------------------------|
| CABALLO | EQUUS CABALLUS |
| LLAMA | AUCHENIA LLAMA |
| LLAMINGO | LAMA GLAMA |
| PERRO | CANIS LUPUS FAMILIARIS |
| VACA | BOS TAURUS |
| BURRO | EQUUS ASINUS |

| | |
|------------------|---------------------------|
| PECES (TILAPIAS) | OREOCHROMIS AUREUS |
| ALPACA | VICUGNA PACOS |
| CÓNDOR | VULTUR GRYPHUS |
| CUY | CAVIA PORCELLUS |
| CONEJO | ORYCTOLAGUS CUNICULUS |
| CURIQUINGUE | PHALCOBOENUS CARUNCULATUS |
| GARZAS | EGRETТА ALBA |
| ZORRO DE MONTE | CERDOCYON THOUS |

Fuente: Lugar de investigación de trabajo
 Autor: Jaime Luje

1.4.2 Flora

Se ha recolectado información sobre flora de la parroquia y del sector para obtener el siguiente listado de plantas adaptadas al lugar.

Tabla N°02 TABLA BIODIVERSIDAD EN FLORA DE LA PARROQUIA DE CARANQUI

| NOMBRE COMÚN | NOMBRE CIENTÍFICO |
|--------------------|----------------------|
| CHOCHO DE PARAMO | LUPINUS PUBESCES |
| GUANTO | BRUGMANSIA SANGUÍNEA |
| AJÍ COLORADO LARGO | CAPSIUMLONGUM |
| AJÍ ROCOTO | CAPSICUMBACATUM |
| TOMATE DE ÁRBOL | CYPHOMANDRABETACEA |
| OCA | OXALIS TUBEROSA |
| MELLOCO | ULLUCUSTUBEROSUS |
| MASHUA | TROPAEOLUMTUEROSUM |
| DIENTE DE LEÓN | TARAXACUM OFICINALES |
| ARETE DE INCA | FUCHSIAPETIOLARIS |
| BROMELIA | TILLANDCIAFRACERI |
| HIGUERILLA | RICINUSCOMMUNIS |
| LECHERO | EUPHORBIALAURIPHORIA |
| CABUYA NEGRO | AGAVE AMERICANA |
| MORA ANDINA | RUBUSADENOTRICHUS |
| CAPULÍ | PRUNUSCEROTINA |

| | |
|-----------|--------------------|
| TAXO | PASSIFLORA MIXTA |
| LA QUINUA | CHENOPODIUMQUINOA |
| HIGO | FICUS CARICA |
| SAN PEDRO | ECHINOPSISPACHANOI |

Fuente: Patzelt E. 2002 Flora del Ecuador

CAPÍTULO 2 DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE TURISMO Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

2.1 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Turismo Sustentable: [OMT, 1.991 citado por Chávez]. Es la actividad que satisface las necesidades del turismo y regiones anfitrionas hoy, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. El turismo así planeado maneja todos los recursos de manera que todas las necesidades económicas, sociales y estéticas son satisfechas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostiene la vida. (Hernandez, 2010, pág. 81)

"Turismo sensible al medio ambiente. Se identifica con el mercado masivo que depende de la calidad del ambiente; sus clientes con viajeros que evalúan factores ambientales" (Hernandez, 2010, pág. 81)

Turismo orientado a la naturaleza. Son viajes motivados por ambientes naturales, donde el viajero conoce, experimenta, siente e investiga un sitio cultural. Conocido como turismo verde o bajo impacto por los sitios naturales, el número reducido de personas y la conservación de la especie. (Hernandez, 2010, pág. 81 82)

Por tanto, se considera que el término eco turismo es el idóneo para describir todos los aspectos citados y contienen las siguientes características:

- El turista es conservador, educado, responsable, con amplia condición física, activo y busca el contacto con la naturaleza.
- Significa conservación y preservación del suelo, flora, fauna, aire, agua, etc.
- Posee bajo impacto ambiental de los sitios y atractivos.
- Representa un alto respeto y responsabilidad al viajar.
- Existen códigos de ética para el turista y el prestador de servicios turísticos.
- Son pequeñas empresas turísticas operadas por la comunidad local para beneficio de la misma.

- Se utilizan etnotécnicas para el ahorro de energía, agua, etc.
- Educación cultural y ambiental.
- Prever impactos negativos por el turismo.
- Planear y operar ordenamientos ecológicos.
- Existen normas oficiales y mexicanas para practicar este tipo de turismo. (Hernandez, 2010, pág. 81 82)

Turismo religioso. Los desplazamientos del ser humano han tenido diversas motivaciones, pero no cabe duda que uno de los principales y cada una de las diversas etapas ha sido el religioso. Desde que el hombre empezó a explicarse los fenómenos naturales a través de diferentes dioses, como en la mitología griega, hasta los dioses que veneraban los aztecas para estar en tono con los diferentes fenómenos naturales, asistiendo a diversos sitios donde practicaban ritos o en su caso, sacrificios humanos en busca de favores o ayuda para determinar la causa. (Hernandez, 2010, pág. 83)

Turismo cultural. Hoy día este tipo de turismo está adquiriendo mucha importancia, ya que las corrientes turísticas internacionales están viajando por motivos culturales [costumbres, tradiciones, leguas, grupos étnicos, zonas arqueológicas, monumentos históricos, museos, teatros, conciertos, festivales, folklor,

artesanías, edificios, pueblos, ciudades, etc.]. Por tanto, los países que cuentan con estos atributos tendrán ventaja competitiva. (Hernandez, 2010, pág. 86 87)

Turismo de aventura. Clasificado como uno de los importantes del modelo alternativo. Las actividades de este turismo son peligrosas y de alto riesgo. La persona que lo practica necesita de condición física suficiente, así como el dominio de técnicas deportivas. Con frecuencia se practica en montañas, ríos, lagos, rocas, mar, como bosques, como acantilados, etc. El turista por lo general es activo, dinámico, aventurero, intenso, apasionado, en pocas palabras lo es alocéntrico o cuasialocéntrico, además conoce y maneja equipo altamente especializado, y domina los diversos tipos y formas del terreno y los espacios turísticos. Las empresas de turismo alternativo son de vanguardia y especializadas, como agencias de viaje, transportadoras turísticas, cabañas turísticas, guías especializados, cocina de alimentos y bebidas tradicionales entre otras. (Hernandez, 2010, pág. 87 88)

El turismo de aventura también se conoce como turismo deportivo, turismo de adrenalina, turismo de reto, turismo intenso, turismo extremo, turismo de alto riesgo o turismo explosivo. Algunas actividades de turismo de aventura son:

- Trekking (caminantes, expediciones de larga duración) y rafting (descenso en ríos: I y II fáciles; III de mediana peligrosidad; V y VI, peligrosos: recomendados para expertos).
- Kayak (embarcaciones ligeras de fibra de vidrio) se practica en mar, lagos y ríos
- Escalados de rocas. Escalar en paredes aprovechando sus formas, texturas, grietas y fisuras, altamente peligrosas
- Alpinismo. Incluye el ascenso de montañas bajas, medianas y altas escalando terreno arenoso. Rocoso o nevado
- Ciclismo de montaña. Se practica en diversas montañas de México, solo se necesita una bicicleta adecuada y caso.
- Parapente o Hang glider. Paracaídas grande con silla, arnés y controles, casco, altímetro y barómetro.
- Ala delta o Hang gliding.El delta se controla con estructura tubular se usa casco, altímetro y barómetro
- Buceo. Exploraciones del mundo marino con visor, snorkel chaleco salvavidas, aletas.
- Surfing. Nadar en tabla, remas con brazos, pararse en la tabla y deslizarse hasta que termine la ola.
- Paracaidismo. Saltar de un avión en paracaídas y volar durante segundos.

- Globos aerostáticos. Volar en globos gigantes acondicionados para tal fin; existen festivales.

Turismo de cruceros. Dentro del turismo náutico están comprendidos todos los desplazamientos turísticos que utilizan de alguna forma la transportación por barco, trasatlántico, crucero o similares. (Hernandez, 2010, pág. 88)

En este apartado solo se describirá el turismo de cruceros por ser el más importante y trascendente. Los cruceros son una travesía que reúne el atractivo de visitar diferentes ciudades y países con la comodidad de hacerlo a bordo de un barco convertido en un centro de recreo de lujo (hotel o ciudad flotante). (Hernandez, 2010, pág. 88)

Turismo cósmico. Ya se empieza a hablar de viajes turísticos en el espacio donde los viajes son demasiados costosos, como es el caso del primero turista que se fue al espacio y pago una cantidad exorbitante". (Hernandez, 2010, pág. 94)

Turismo aéreo. Se refiere al medio de transporte utilizado que en general es el avión." (Hernandez, 2010, pág. 94)

"Turismo acuático. Practicando por todas aquellas personas que viajen en barco, cruceros, yates, lanchas, canoas, balsas, etc.". (Hernandez, 2010, pág. 94)

"Turismo terrestre. Son el conjunto de desplazamiento efectuado por el ferrocarril, autobús, automóvil, etc. Se le conoce también como turismo carretero." (Hernandez, 2010, pág. 94)

"Turismo de descanso. "Son viajes a destino turísticos que ofrezcan actividades turísticas, recreativas, esparcimiento y de animación que rompen con la monotonía y el estrés de la vida laboral y cotidiana de los turistas". (Hernandez, 2010, pág. 96)

"Turismo artístico. "Vinculado con el turismo cultural, está enfocado a los viajes con gran interés en eventos o espectáculos como la ópera, ballet, sinfónicas, pinturas esculturas, museos temáticos, museos de sitio, monumentos, obras de arte, conciertos musicales, recitales y danzas". (Hernandez, 2010, pág. 96)

Turismo deportivo. Es el tipo de turismo donde el turista es activo, dinámico, protagonista, explorador, vivencial, participativo; cuenta con varias áreas de

diversión tales como deportes de aventura, senderismo, escalada, alpinismo, ciclismo, cabalgata motocross, rafting, espeleología, pesca deportiva, buceo, golf, caminata, carrera pedestre, excursión, etc. Pero también se incluye a los turistas que asisten a eventos deportivos como: campeonatos mundiales de fútbol, juegos olímpicos, juegos olímpicos de invierno, juegos panamericanos, juegos centroamericanos, Eurocopa de naciones, campeonato mundial de atletismo, Super Bowl, entre otros. (Hernandez, 2010, pág. 97)

Turismo de selva. Conocido también como turismo de jungla, el turista se desplaza a este ecosistema con el propósito de conocer bosques tropicales con mucha vegetación, lluvia todo el año, ríos caudalosos, abundante flora y fauna diversa y peligrosa; afortunadamente existen diversos sitios: Congo, Ruanda, Zimbabwe, Indonesia; Australia, Brasil, Costa Rica, México y Tailandia. Es un ejemplo claro al modelo alternativo aunque el modelo industrial también lo utiliza. (Hernandez, 2010, pág. 98)

Turismo histórico. Consiste en la planeación y diseño de productos turísticos con alto contenido histórico, se viaja para conocer el pasado ya sea de una cultura, civilización, de personas o de otra temática. Lo maneja

el modelo industrial y también el alternativo.
(Hernandez, 2010, pág. 98)

Turismo de patrimonio. Estos desplazamientos tienen como finalidad conocer la riqueza natural, cultural y humana de una localidad, municipio, estado, región o país; para esto se confeccionan productos turísticos integrales con servicios básicos, complementarios y periféricos. Tiene mucha relación con el turismo histórico y cultural y con el modelo alternativo y social. (Hernandez, 2010, pág. 98)

Turismo etnográfico. Forma del turismo cultural del modelo alternativo y social; es conocido también como turismo étnico o etnoturismo. Se enfoca en la visita y convivencia e interacción con comunidades para conocer lenguas, costumbres, tradicionales, comidas y bebidas propias y únicas del sitio (tarahumaras, huicholes, lacandones, mayas, zapotecos, mixtecos, etc.) Es parte del modelo alternativo y social. (Hernandez, 2010, pág. 100)

Turismo gastronómico. Son los viajes que se realizan a poblaciones, ciudades o capitales con el único propósito de saborear y beber exquisitos platillos y bebidas mexicanas tales como el mole oaxaqueño y

poblano, cochinita pibil, panuchos, barbacoa, pastes, tamales, mexcal, pulque, sotol, mosquito, charanda, sopas, tacos, tortas, etc. Forma parte de los modelos alternativo, social e industrial. (Hernandez, 2010, pág. 100)

Turismo de compras. Son los desplazamientos turísticos a países o ciudades que tienen una gran plata industrial por los que su extensa producción en serie de diversos productos manufacturados les permite ofrecer al mercado turístico una extensa gama de quipos electrónicos, muebles, automóviles, enseres diversos, ropa, zapatos, etc. También se le conoce como turismo de shopping. El turista demanda servicios turísticos de calidad, pues es de altos ingresos; ejemplo del modelo industria turística ya que su motivo principal son las compras. (Hernandez, 2010, pág. 102)

2.2 CONCEPTO DE ATRACTIVO TURÍSTICO

“Recurso turístico (monumento, paisaje, gastronomía actividad cultural, deportiva, recreativa, etc.) que constituyen la motivación básica desencadenante de movimiento o demanda turística hacia un lugar”. (Montejano, pág. 49)

Los atractivos turísticos pueden ser propios del lugar u organizados a raíz de algún acontecimiento

específico y singular. Entre los primeros destacan los parques nacionales, las fiestas tradicionales o los festivales de música así como los atractivos urbanísticos y arquitectónicos. Los segundos se refieren a eventos que no se presentan regularmente, lo que no significa que no puede repetirse, sino que responden a un hecho concreto; por ejemplo, un congreso científico, una asamblea política, o un evento deportivo. (Montejano, pág. 49)

2.3 ATRACTIVOS NATURALES

Al referirse a los recursos naturales, Solórzano, Owen y Sánchez (citados por Gutiérrez y otros, 1986) señalan que son aquellas riquezas que se encuentran en estado natural para ser utilizados racionalmente en beneficio de la humanidad. Son cualquier parte de nuestro medio ambiente como el suelo, agua, pastizales, bosques, fauna silvestre, minerales, población humana que el hombre puede utilizar para incrementar su bienestar. También el hombre es considerado como recurso, siendo este el más importante. (Hernandez, 2010, pág. 65)

Castellanos (2000) los define como aquello es elementos o bienes de la naturaleza que tienen una función específica y de utilidad al medio ambiente y al propio ser humano, tales como montañas,

volcanes, cerros, lomas, mesetas, valles, cañones, bosques, barrancas, cañadas, desfiladeros, monolitos, cavernas, grutas, selvas, dunas, islas, arrecifes, cabos, bahías, playas, lagos, lagunas, llanuras, mar, oasis, cenotes, esteros, manantiales, pesas, ríos, arroyos, caídas de agua, parques y selvas, tierra, aire, clima, flora, fauna, vegetación, suelo, sol, desierto, precipitación, fotosíntesis, etc. (Hernandez, 2010, pág. 65)

Cabe aclarar que el modelo industrial considera al recurso natural como materia prima que provoca la industrialización, modernización y urbanización de los espacios a través de los polos de desarrollo turístico de megaproyectos de centros integralmente planeados o simplemente de planes, programas, proyectos o estudios turísticos, toda vez que los propósitos del modelo industrial son la rentabilidad económica y la explotación del recurso sin importar su costo, pérdida o desaparición; mientras, el modelo alternativo el recurso natural representa un patrimonio de elemento del bienestar, de salud, de beneficios cualitativos tanto para el residente como para el visitante, más aun representa la sustentabilidad de la comunidad con un

alto respeto de conservación del medio ambiente.
(Hernandez, 2010, pág. 65 66)

2.4 ATRACTIVOS CULTURALES

Los recursos naturales se componen de las manifestaciones del ser humano en todos sus ámbitos, científico, político, social, económico, histórico, etc., donde ha intervenido el hombre para la elaboración y modificación, son un Made Man o elementos artificiales diseñados por la mano del hombre para la satisfacción de sus necesidades.
(Hernandez, 2010, pág. 66)

Los recursos culturales son el conjunto de bienes materiales y tangibles elaborados y contruidos por el hombre en su devenir histórico para satisfacer sus necesidades y requerimientos tales como zonas arqueológicas, ciudades, edificios, monumentos, pueblos, pinturas, esculturas, museos, fabricas, vestidos, artesanías, minas, iglesias, música, danza, carreteras, hoteles, etc. (Hernandez, 2010, pág. 66)

2.5 CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS

TABLA N°03 TABLA DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

| CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO |
|------------------------|----------------------------|--|
| 1. SITIOS NATURALES | 1.1 Montañas | -Altas montañas -Cordilleras -Nudos -Volcanes -Desfiladeros -Colinas -Glaciares |
| | 1.2 Planicies | -Costeros -Salitrales -Valles -Mesetas |
| | 1.3 Desiertos | -Costeros -De interior -Dunas |
| | 1.4 Ambientes lacustres | -Lagos -Lagunas -Ciénegas -Pozas -Cochas -Pantanos -Chacras estacionales |
| | 1.5 Ríos | -Manantiales o fuente -Riachuelo o arroyo -Rápidos o raudales -Cascadas o cataratas -Riveras -Deltas -Meandros |
| | 1.6 Bosques | -Vados -Remansos -Paramo -Ceja de selva oriental -Ceja de selva occidental -Nublado Oriental -Nublado occidental -Montano bajo oriental -Montano bajo occidental -Húmedo tropical amazónico -Húmedo tropical occidental -Manglar -Seco tropical -Seco interandino -Petrificado |
| | 1.7 Aguas | |

| | | |
|--|--|--|
| | subterráneas | -Aguas termales -Aguas Minerales -Aguas sulfurosas |
| | 1.8 Fenómenos espeleológicos | -Cuevas -Cavernas -Ríos subterráneos |
| | 1.9 Fenómenos geológicos | -Cráteres -Calderas -Flujos de lava -Tubos de lava -Geiseres -Escarpas de falla -Solfataras -Fumarolas |
| | 1.10 Costas y litorales | -Playas -Acantilados -Golfos -Bahías -Cabos -Ensenadas -Fondeaderos -Penínsulas -Promontorios -Puntas -Istmos -Estrechos -Canales -Dunas -Líneas de costa -Estuarios -Esteros -Palmeras |
| | 1.11 Ambientes marinos | -Arrecifes de Coral -Cuevas -Cráteres -Acantilados -Fosas -Puntos Calientes -Trincheras -Cordilleras -Bentos y Bentónicos |
| | 1.12 Tierras Insulares | -Islas Continentales -Islas Oceánicas -Archipiélagos -Islotes |
| | 1.13 Sistemas de áreas protegidas | -Rocas -Parque nacional -Reserva ecológica -Refugio de vida silvestres -Área nacional de recreación -Reserva de |

| | | reproducción faunística -Área de caza y pesca -Bosque protector -Reserva geobotánica |
|----------------------------------|----------------|---|
| CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO |
| 2. MANIFESTACIONES CULTURALES | 2.1 Histórica | -Arquitectura Civil Religiosa Militar -Zonas históricas Ciudades Sectores Conjuntos parciales -Minas antiguas -Sitios Arqueológicos Zonas arqueológicas Conjuntos aislados -Museos Religiosos Coloniales Arqueológicos Históricos Técnicos Artísticos Generales Etnográficos -Colecciones particulares |
| | 2.2 Etnografía | -Grupos étnicos -Arquitectura vernácula -Manifestaciones Religiosas Tradiciones Creencias populares -Música y Danza -Artesanías Instrumentos musicales Tejidos, indumentaria Mascara Alfarería Metales Cuero, pieles Madera Piedra Tejidos en paja Objetos rituales Pintura Imaginería Armas -Ferias y mercados -Comidas y bebidas |

2.6.2 Factores extrínsecos

Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos). Para el caso de sitios naturales se debe valorar en función a los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.

2.6.3 Jerarquización

Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales.

Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes

del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Formularios resumen

En los formularios de SITIOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES, a fin de contar con información sintetizada de los atractivos, se debe consignar la información puntual en cada casillero.

Evaluación de los atractivos

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información."

TABLA N°04 TABLA DE LA DESCRIPCIÓN DE LOS PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|---|----------------|
| CALIDAD | Valor intrínseco | 15 |
| | Valor extrínseco | 15 |
| | Entorno | 10 |
| | Estado de conservación (y/o organización) | 10 |
| | | 50 |
| APOYO | Acceso | 10 |
| | Servicios | 10 |
| | Asociación con otros atractivos | 5 |
| | | 25 |
| SIGNIFICADO | Local | 2 |
| | Provincial | 4 |
| | Nacional | 7 |
| | Internacional | 12 |
| | TOTAL | 25 |
| | 100 | |

Fuente: Gerencia Nacional de Recurso Turístico 2.004

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

Los rangos son:

- 1 a 25 puntos: Jerarquía I
- 26 a 50 puntos: Jerarquía II
- 51 a 75 puntos: Jerarquía III
- 76 a 100 puntos: Jerarquía IV

CAPÍTULO 3 PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

3.1 ANTECEDENTES

Una vez que la actividad turística permite la explotación económica de los atractivos, se establece

un proceso productivo alrededor de estos; una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística, lo cual constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes lo demandan. (Bella, pág. 52)

3.2 CONCEPTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO

“Podríamos definir los alojamientos turísticos como aquellos establecimientos (o empresas) que, de forma habitual y profesional, proporcionan el servicio de habitación, con o sin prestación de otros servicios complementarios, a cambio de una cantidad determinada de dinero.” (Villena, 2003, pág. 14)

Por servicios complementarios se entienden todos aquellos destinados al entretenimiento y deporte como piscinas, gimnasios, televisión, servicios de animación, etc. Otros menos habituales pero cada vez más frecuentes, son el servicio de lavanderías, de aparcamientos para los coches de los clientes, y de restaurantes, servicios de habitaciones, buffet, terrazas, etc. (Villena, 2003, pág. 14)

Clasificación de Alojamientos:

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante

precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

- Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

- Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

- Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamientos Extra hoteleros.

- Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

- Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

- Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

(Reglamento a la Ley de turismo, 2002)

3.3 CONCEPTO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Son todos los servicios que necesita la planta turística para su desarrollo y funcionamiento

- Energía Eléctrica
- Agua potable
- Servicio Telefónico
- Salud
- Comunicación
- Vías de acceso

3.4 CONCEPTO DE PLANTA TURÍSTICA

Son las encargadas de la producción de todos los servicios que necesitan los turistas, que constituyen los medios básicos de producción y que son los que conllevan el coste económico del viaje. Se puede distinguir en seis tipos de empresas

- Transportes
- Alojamiento
- Alimentación o Restauración
- Diversión y entretenimiento

- Información y comercialización turística
- Instalaciones

3.5 SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

Son el conjunto de instituciones públicas o privadas, así como los procesos de mercadeo del producto turístico. Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (Di-Bella, 2010, pág. 65)

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA DE CARANQUI

4.1 ESTUDIO DE OFERTA TURÍSTICA

4.1.1 Concepto de oferta turística

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios.” (Noelia, 2011, pág. 8)

“La oferta turística, por lo tanto, debería reflejar el capital directamente computable a los efectos turístico (hostelería, comunicaciones, trasportes, etc.).” (Noelia, 2011, pág. 8)

Existen dos tipos de oferta turística: la oferta turística básica y la oferta turística complementaria. (Noelia, 2011)

“**La oferta turística básica** está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico (agencias de viaje, alojamientos, trasportes, etc.).” (Noelia, 2011, pág. 8)

“**La oferta turística complementaria** está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final (restauración,

deportes, ocio, comercio, etc.).” (Noelia, 2011, pág. 8)

4.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA

4.2.1 Concepto de demanda turística

Normalmente, la demanda de bienes y servicios de consumo realizada por los diferentes tipos de turistas actúa, no solo sobre la oferta interior, sino también sobre la oferta de bienes y servicios del exterior, bien porque son adquisiciones realizadas directamente en el mercado exterior, o bien porque la oferta interior es insuficiente y es necesario incrementarla mediante importaciones. (Noelia, 2011, pág. 6)

Por lo tanto, este dato constituye el indicador más adecuado para estudiar la evolución de la demanda turística. Además de este, existe otra serie de variables que indican la demanda turística, tales como: los ingresos por turismo (decisión global de gasto) y el número de visitantes extranjeros (primera etapa de la decisión de gasto en turismo).

TERCERA PARTE - METODOLOGÍA

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En el siguiente trabajo se procedió a dar uso de una investigación descriptiva con la finalidad de obtener una identificación real acerca de las variables a utilizar.

Se hizo uso del diseño de investigación cuantitativa con el que se realizó encuestas, entrevistas no estructuradas, y también un diseño de investigación cualitativa que nos permitió realizar con datos exactos un estudio de análisis en el ámbito turístico de la parroquia de Caranqui.

3.2 UNIVERSO Y MUESTRA

Para tener un conocimiento del universo fue necesario conocer cuántas personas habitan en la parroquia de Caranqui, sean estas personas de cualquier tipo de edad, genero, residentes del lugar y visitantes que desearon colaborar, para el desarrollo de dicho trabajo investigativo.

Se realizó el cálculo de acuerdo a las personas que viven en el sector de Caranqui tomando en cuenta que existen alrededor de 24 barrios pertenecientes a la parroquia mencionada.

Dando así un universo de 13000 habitantes en dicha parroquia, cabe resaltar que este número de habitantes es un dato del año 2011 otorgado por la Junta Parroquial del sector.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula.

FÓRMULA ESTABLECIDA

MUESTRA PROBABILÍSTICA SIMPLE

$$n = \frac{N \times p \times q}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + p \times q}$$

. p= 0.50

. q= 0.50

. E= 0.05

. K= 2

N= número de turistas

n= muestra

$$n = \frac{13000 \times 0.5 \times 0.5}{(13000-1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{13000 \times 0.25}{(12999)(0.000625)+0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{3250}{8.12438+0.25}$$

$$n = \frac{3250}{8.37}$$

n = 388

Mediante esta fórmula se determinó que se realizó un total de 388 encuestas a los habitantes de la parroquia de Caranqui. Con el cual se obtuvo de forma más directa y exacta sobre las consideraciones acerca del ámbito turístico que posee la parroquia ya mencionada.

3.3 INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE DATOS

Se utilizó varias herramientas de trabajo para obtener resultados exactos reales los cuales fueron:

Una encuesta que constó de 10 ítems con preguntas tanto dicotómicas y abiertas las cuales están relacionadas con las diferentes variables dirigidas a la población de la parroquia (Véase el Apéndice A).

La Entrevista estructurada la cual constó de 11 preguntas sobre las cuatro variables utilizadas. Dirigida a la Sra. Marta Carlosama residente de 30 años en la parroquia (Véase apéndice B).

3.4 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas fueron aplicadas en el mes de octubre del año 2013 visitando la parroquia de Caranqui usando como

punto principal en parque central de la parroquia, se las realizó dos días indefinidos en una semana y los días sábados y domingos aprovechando los pequeños eventos que se realizaron para la integración de los habitantes a una vida más social, también se aprovechó los días domingos que se realizaron actos religiosos en la iglesia principal de la parroquia.

Tomando en cuenta la entrevista estructurada se la realizó a la Sra. Marta Carlosama que es moradora de la parroquia alrededor de 30 años.

3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Se realizó una tabulación de la información adquirida para analizarla e interpretarla y obtener un último resultado para luego plasmarlo en el programa de trabajo Excel.

El análisis se hizo mediante estadística descriptiva en donde se utilizó la recolección, presentación, descripción, interpretación de los datos utilizando medidas descriptivas para poder así obtener los resultados deseados.

CUARTA PARTE - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN GRÁFICA DE RESULTADOS

Sexo:

Masculino o femenino

TABLA N°05 GÉNERO PERSONAS

| SEXO | | |
|--------------|------------|-------------|
| GÉNERO | f | % |
| MASCULINO | 176 | 45% |
| FEMENINO | 212 | 55% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°05 Género personas
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Luje

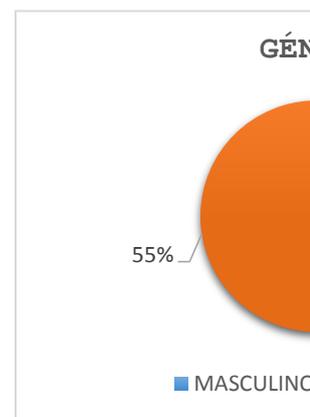


Figura N°01 Género personas
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Luje

Se ha demostrado que en la parroquia de Caranqui se ha realizado dicha encuesta a 212 mujeres demostrando un porcentaje del 55%, mientras tanto que en el género masculino existe un total de 45% de hombres.

1.- Edad en años cumplidos

TABLA N°06 EDAD DE PERSONAS

| EDAD | F | % |
|-----------------|------------|-------------|
| de 15 años | 54 | 14% |
| de 16 a 30 años | 201 | 52% |
| de 31 a 45 años | 126 | 32% |
| de 46 a 60 años | 7 | 2% |
| de 61 a 75 años | 0 | 0% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°06 Edad de personas
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Luje

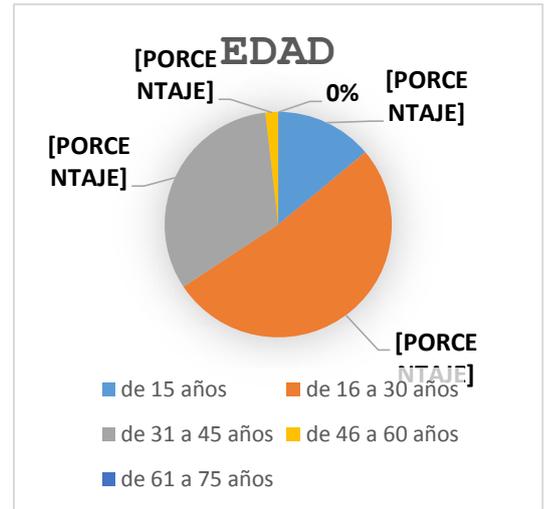


Figura N°02 Edad de personas
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Luje

Existen todo tipo de personas con diferentes edades pero en mayor cantidad personas de 16 a 30 años que representan el 52%, demostrando que el menor número de personas son de 46 a 60 años de edad con el 2%, se puede demostrar que dicha parroquia es hogar de personas jóvenes y adultas.

2.- ¿Conoce usted algún atractivo natural de la parroquia?

TABLA N° 07 ATRACTIVOS NATURALES

| ATRACTIVOS NATURALES | | |
|-----------------------------|------------|-------------|
| | F | % |
| SI | 281 | 72% |
| NO | 107 | 28% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°07 Atractivos Naturales
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

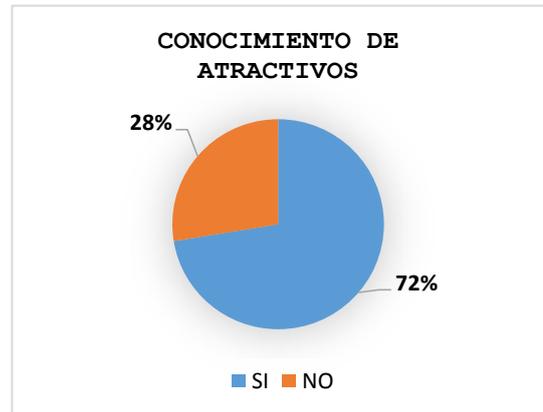


Figura N°03 Conocimientos Atractivos
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

TABLA N°08 ATRACTIVOS NATURALES

| CUALES | F | % |
|-------------------|------------|-------------|
| VOLCÁN IMBABURA | 203 | 72% |
| MIRADOR DE CIUDAD | 78 | 28% |
| TOTAL | 281 | 100% |

Tabla N°08 Atractivos Naturales
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

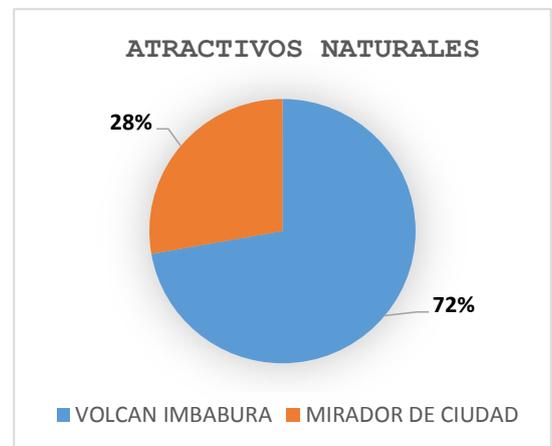


Figura N°04 Atractivos Culturales
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

De las personas encuestadas se ha obtenido que el 72% está en pleno conocimiento de atractivos naturales, mencionado así que el volcán Imbabura es el principal atractivo natural que está en la parroquia. Tomando en cuenta que dicho volcán no forma parte de la parroquia en sus limitaciones.

3.- ¿Conoce usted algún atractivo cultural de la parroquia?

TABLA N° 09 ATRACTIVO CULTURAL

| ATRACTIVO CULTURAL | | |
|--------------------|------------|-------------|
| | f | % |
| SI | 354 | 91% |
| NO | 34 | 9% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°09 Atractivo cultural
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

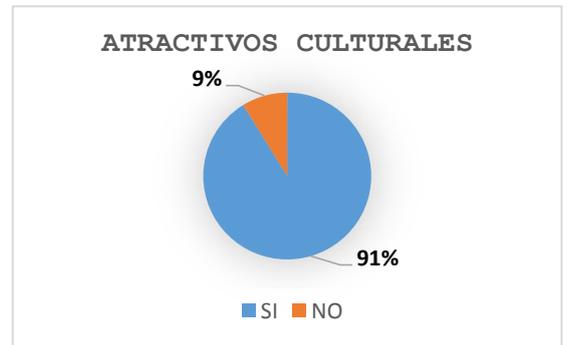


Figura N°05 Atractivos Culturales
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

TABLA N° 10 ATRACTIVO CULTURAL

| CUALES | F | % |
|----------------|------------|-------------|
| San Juanes | 306 | 86% |
| Plaza Caranqui | 48 | 14% |
| TOTAL | 354 | 100% |

Tabla N°10 Atractivo cultural
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

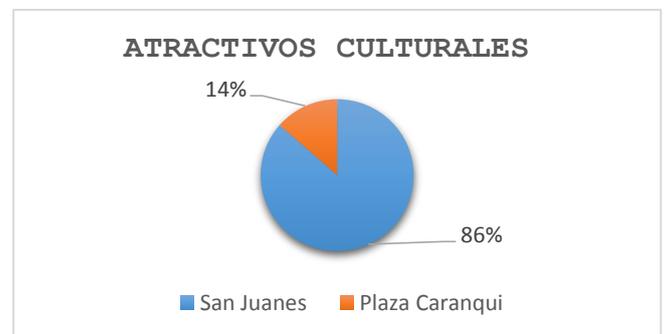


Figura N°06 Conocimiento atractivos
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

El resultado es sumamente alto ya que el 91% conocen sobre atractivos culturales y rápidamente contestando que el principal atractivo cultural son lo "San Juanes del Ejido de Caranqui" con un 86%, que son los más reconocidos a nivel de popularidad, tomando en cuenta que no existe descuido por la plaza principal de la parroquia de Caranqui, su iglesia y el museo de Atahualpa.

4.- ¿Piensa usted que es necesario realizar un inventario general sobre el turismo en la parroquia?

TABLA N° 11 INVENTARIO TURÍSTICO

| INVENTARIO TURISTICO | | |
|----------------------|------------|-------------|
| | f | % |
| SI | 354 | 91% |
| NO | 34 | 9% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°11 Inventario turístico
 Fuente: Encuestados Caranqui
 Autor: Jaime Lujé



Figura N°07 Inventario Turístico
 Fuente: Encuestados Caranqui
 Autor: Jaime Lujé

Podemos demostrar que el 91% de las personas encuestas desean que se realice un inventario turístico actual sobre la parroquia de Caranqui para saber de qué son poseedores mientras que el 9% de las personas prefieren no tomar en cuenta un inventario turístico.

5.- ¿Conoce usted los sitios de alojamiento hotelero que estén ubicados en la parroquia?

TABLA N° 12 ALOJAMIENTO HOTELERO

| ALOJAMIENTO HOTELERO | | |
|----------------------|------------|-------------|
| | f | % |
| SI | 24 | 6% |
| NO | 364 | 94% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°12 Alojamiento Hotelero
 Fuente: Encuestados Caranqui
 Autor: Jaime Lujé

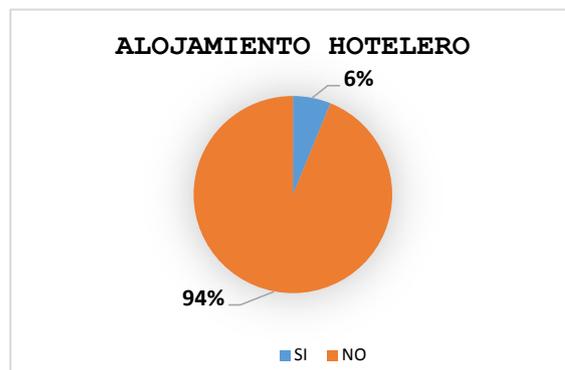


Figura N°08 Alojamiento Turístico
 Fuente: Encuestados Caranqui
 Autor: Jaime Lujé

El 94% de las personas no conocen ningún tipo de alojamiento turístico en la parroquia, más aun el 6% mencionaron dos lugares de pernoctación que no están dentro de la parroquia, la hostería Sierraventura y Casa Aida que se encuentran ubicadas en la parroquia La Esperanza.

6.- ¿Cuenta con todos los servicios básicos la parroquia?

TABLA N° 13 SERVICIOS BÁSICOS

| SERVICIOS BÁSICOS | | |
|-------------------|------------|-------------|
| | f | % |
| SI | 388 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°13 Servicios básicos
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

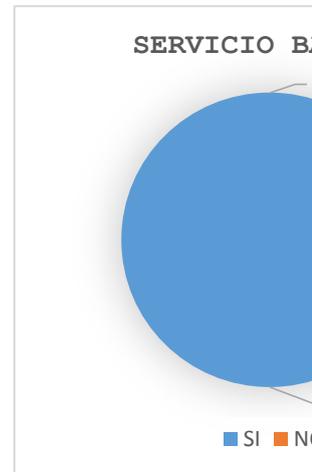


Figura N°09 Servicio Básico
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

Con el resultado obtenido la parroquia está contando con todo los servicios básicos por lo cual es un factor sumamente importante y útil para aplicar un turismo adecuado.

7.- ¿Cómo mira usted las vías de acceso a la parroquia?

TABLA N° 14 VÍAS DE ACCESO

| VÍAS DE ACCESO | | |
|----------------|------------|-------------|
| OPCIONES | f | % |
| EXCELENTE | 34 | 9% |
| MUY BUENA | 177 | 46% |
| BUENA | 157 | 40% |
| MALA | 20 | 5% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°14 Vías de acceso
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

Figura N°10 Vías de acceso
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

La parroquia cuenta con vías de acceso adecuadas al sector con un tanto del 46% muy buena y 40% buena, teniendo facilidad de transporte por sus calles nuevas y tradicionales.

8.- ¿Qué tan útil es el aporte del turismo a la parroquia?

TABLA N° 15 APOORTE TURÍSTICO

| APOORTE TURÍSTICO | | |
|-------------------|------------|-------------|
| MUY BUENO | 60 | 16% |
| BUENO | 249 | 64% |
| REGULAR | 74 | 19% |
| MALO | 5 | 1% |
| PESIMO | 0 | 0% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°15 Aporte turístico
 Fuente: Encuestados Caranqui
 Autor: Jaime Lujé

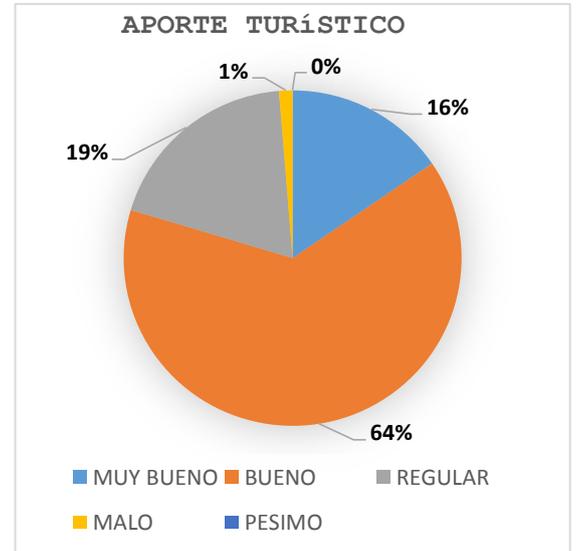


Figura N°11 Aporte turístico
 Fuente: Encuestados Caranqui
 Autor: Jaime Lujé

Un aporte turístico bueno es el que posee la parroquia pero no por todo el año cabe resaltar que las personas han mencionado esto que ocurre en el mes de agosto por los bailes tradicionales de San Juanes, durante el resto del año se puede observar que el aporte turístico es regular.

9.- ¿Qué tipo de turista llega más a la parroquia?

TABLA N° 16 TIPO DE
TURISTA

| TIPO DE TURISTA | | |
|-----------------|------------|-------------|
| | f | % |
| NACIONAL | 247 | 64% |
| EXTRANJERO | 107 | 27% |
| LOS DOS | 34 | 9% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°16 Tipo de turista
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

Figura N°12 Tipo de turista
Fuente: Entrevistados Caranqui
Autor: Jaime Lujé

La parroquia tiene un valor del 64% de turistas nacionales por lo cual se puede demostrar la falta de publicidad turística para turistas extranjeros.

10.- ¿Cómo aporta a la economía de la parroquia la llegada de turistas?

| ECONOMIA DE LA PARROQUIA | | |
|--------------------------|------------|-------------|
| | f | % |
| mantenimiento | 195 | 50% |
| desarrollo | 109 | 28% |
| creación | 84 | 22% |
| TOTAL | 388 | 100% |

Tabla N°17 ECONOMIA DE LA PARROQUIA

Tabla N°17 Economía parroquia
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Luje



Figura N°13 desarrollo Turístico
Fuente: Encuestados Caranqui
Autor: Jaime Luje

Se ha podido interpretar que el 100% de las personas han tenido presente que el turismo aportaría mucho a la parroquia pero el 50% de las personas están en pleno acuerdo de que el factor económico que genere el turismo está destinado al mantenimiento de los atractivos que existen en el lugar mas no para vivir a pleno goce de esta actividad.

4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.2.1 FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL

| FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL | | |
|---|---------------|---------------------------------|
| 1. LOCALIDAD: Parroquia Caranqui | 2. FICHA N° 1 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. ACCESO: Libre 5. Desde: Ibarra 6. Vía: Excelente tipo y estado: Muy buena 7. tiempo y medio de transporte: 15 min desde Ibarra transporte público | | |
| 8. BREVE DESCRIPCIÓN: La parroquia de Caranqui, a 2 km al sureste de Ibarra, fue un importante asentamiento de las culturas Carague e Inca. En sus suelos se ha encontrado una gran cantidad de restos arqueológicos que corrían el riesgo de desaparecer. Sin embargo, el Municipio de Ibarra inauguró, el 4 mayo de 1997, el Museo Arqueológico y Etnográfico Atahualpa, de Caranqui, para preservar este legado histórico. | | |
| 9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS | | |
| Categoría | Tipo | Subtipo |
| R. Naturales | Montañas | Volcán Imbabura |
| R. Culturales | Histórico | Arqueológicos |
| 10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Transporte públicos (Si) • Gasolineras (No) • Teléfono Público (Si) • Oficina bancaria (No) • Cajero (No) • Centro de salud (Si) • Primeros auxilios (Si) • Farmacia (Si) • Seguridad (Si) • Centros escolares (Si) • Centros culturales (Si) • Centros deportivos (Si) • Espacios recreativos (Si) • Otros (Si) | | |
| 11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO | | |
| Alojamiento | No | Tipo |
| Restaurantes | No | Tipo |
| Otros lugares de comida | Si | Tipo: picanterías |
| Empresas de actividades recreativas | No | Tipo |
| Empresas receptivo | No | Tipo |
| Otros | No | Tipo |
| 12. OFICINA ITUR MAS PROXIMA: Ciudad de Ibarra (Esquina del Coco) Fechas de apertura: Lunes-sábados Horarios: 08h00 / 16:00 | | |

| | | |
|---|--|--|
| 13. PRINCIPALES PROBLEMAS <ul style="list-style-type: none"> • Señalización • Accesos • Información • Conservación urbana • Saneamiento • Circulación • Limpieza y recogida de basura • Seguridad • Otros | Si No Si No No No Si Si No | |
| 14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS: Documentos, videos y reportes sobre la ciudad y la parroquia de Caranqui. | | |
| 15. Realizado por: Jaime luje | Fecha: 04/01/2014 | |

4.2.2 LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

| FICHA DE ATRACTIVOS | | |
|--|--|--|
| 1. NOMBRE: Baile tradicional de San Juanes | 2. FICHA N°1 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. CATEGORÍA: Cultural | Imagen  | |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | |
| TIPO: ninguno | | SUBTIPO: ninguno |
| 7. ACCESO: libre | | |
| 8. Desde: Ibarra | 9. Vía: Av. Atahualpa | tipo y estado: muy buena |
| 10 Medio de acceso: público y privado | | 11 Tiempo: 10 min desde Ibarra |
| 12. DESCRIPCIÓN: baile tradicional realizado el mes de agosto y septiembre con participación de los moradores de la parroquia y alrededores celebrando a San Juan, en el baile se podrá encontrar a personas con trajes típicos: sobresalen los llamados personajes "CHIVOS" usando zamarros de calidad y a hombres y mujeres disfrazados normal mente acompañados de la banda tradicional de música, comida típica la bebida llamada chicha y el licor. Es un baile que está dispuesto para todas las personas del país y del extranjero. | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: recreación cultural del baile tradicional de san Juanes en Guayaquil de Caranqui. | | |
| 14. HORARIOS: mes de agosto y septiembre | 15. PRECIOS: ninguno | 16. PROPIETARIO: parroquia de Caranqui |
| | | 17. PERSONA CONTACTO: ninguna |
| 18. TIPO DE PUBLICO | | |
| Semana (x) | | |
| Fin de semana (x) | | |
| Feriados Largos () | | |
| Vacaciones () | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: ninguna | 20 ACTIVIDAD: baile y recreación | 21 CÓDIGO: ninguno |
| 22. SERVICIOS | | |
| <ul style="list-style-type: none"> o Estacionamiento: publico sin vigilancia o Comida: típica y comida de picar o Alojamiento: ninguno o Visitas guiadas: No o Talleres: No o Rutas auto guiadas: No o Señalización para llegar: No o Señalización interna: no o Limpieza y recogida de basura: Si por parte del municipio o Servicios higiénicos: Si o Seguridad y Manteniendo: Si o Alquiler de material para realizar actividades: No o venta de souvenir, información sobre el recurso: Si o Folletos: No o Teléfono público: No o Pago con tarjetas de crédito: No o otros: No | | |

| FICHA DE ATRACTIVOS | | |
|--|--------------|------------------------------|
| 1. NOMBRE: Santuario Sr. Del Amor y Plaza | 2. FICHA N°2 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: ninguno | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: videos y publicidad y oído y boca | | |
| 25. OBSERVACIONES: ninguna | | |
| 26. Realizada Por: Jaime Luje | | Fecha: 04/01/2014 |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | |  | |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | | |
| TIPO: ningún | | SUBTIPO: ninguno | |
| 7. ACCESO: libre | | | |
| 8. Desde: Ibarra | | 9. Vía: Atahualpa tipo y estado: excelente | |
| 10 Medio de acceso: público y privado | | 11 Tiempo: 10 min desde Ibarra | |
| 12. DESCRIPCIÓN: se encuentra en la parroquia de Caranqui fue construido a finales del siglo XVIII por la orden franciscana y en ella se encuentra en el altar mayor la imagen del Señor de Amor patrono de la iglesia. | | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: actividad religioso. | | | |
| 14. HORARIOS: abierto todas las tardes y los fines de semana. | | 15. PRECIOS: ninguno | 16. PROPIETARIO: parroquia de Caranqui 17. PERSONA CONTACTO: ninguno |
| 18. TIPO DE PUBLICO Semana (x) Fin de semana (x) Feriados Largos () Vacaciones () | | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: ninguna | | 20 ACTIVIDAD: religiosa | 21 CÓDIGO: ninguno |
| 22. SERVICIOS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> o Estacionamiento: Si (plaza el parque) o Comida: Si (plaza del parque) o Alojamiento: No o Visitas guiadas: No o Talleres: No o Rutas auto guiadas: No o Señalización para llegar: No o Señalización interna: No o Limpieza y recogida de basura: Si o Servicios higiénicos: Si o Seguridad y Manteniendo: Si o Alquiler de material para realizar actividades: No o venta de souvenir, información sobre el recurso: No o Folletos: No o Teléfono público: No o Pago con tarjetas de crédito: No o otros: No | | | |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: ninguno | | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: ninguno (boca - oreja) | | | |
| 25. OBSERVACIONES: promoción turística | | | |
| 26. Realizada Por: Jaime Luje | | | Fecha: 05/01/2014 |

| | | | |
|--|--|---|--|
| 1. NOMBRE: Museo Arqueológico y Etnográfico Atahualpa | | 2. FICHA N° 3 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. CATEGORÍA: Cultural y etnográfico | | Imagen  | |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | | |
| TIPO: ningún | | SUBTIPO: ninguno | |
| 7. ACCESO: libre | | | |
| 8. Desde: Ibarra 9. Vía: Atahualpa tipo y estado: excelente | | | |
| 10 Medio de acceso: público y privado 11 Tiempo: 10 min desde Ibarra | | | |
| 12. DESCRIPCIÓN: información turística y arqueológica de la trascendencia de los caranquis en Ibarra y fomentar al desarrollo cultural y tradicional y reforzar la identidad cultural local y regional de los pobladores del sector. | | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: recorrido guiado del museo. | | | |
| 14. HORARIOS: lunes/viernes: 8:30/17:30 Sábado/domingo: 9:30/17:00 | | 15. PRECIOS: acceso libre | 16. PROPIETARIO: Municipio de Ibarra 17. PERSONA CONTACTO: Fono 062651210 |
| 18. TIPO DE PUBLICO Semana () Fin de semana (x) Feriados Largos () Vacaciones (x) | | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: ninguna | | 20 ACTIVIDAD: recreación y visita | 21 CÓDIGO: ninguno |
| 22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Estacionamiento: No <input type="radio"/> Comida: No <input type="radio"/> Alojamiento: No <input type="radio"/> Visitas guiadas: Si <input type="radio"/> Talleres: Si <input type="radio"/> Rutas auto guiadas: No <input type="radio"/> Señalización para llegar: Si <input type="radio"/> Señalización interna: Si <input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura: Si <input type="radio"/> Servicios higiénicos: Si <input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo: Si <input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades: No <input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso: Si <input type="radio"/> Folletos: Si <input type="radio"/> Teléfono público: No <input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito: No <input type="radio"/> otros: No | | | |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: falta de publicidad turística para el museo | | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: documentales y publicidad | | | |
| 25. OBSERVACIONES: promoción turística | | | |
| 26. Realizada Por: Jaime Luje | | | Fecha: 05/01/2014 |

| FICHA DE ATRACTIVOS | | |
|--|---------------|------------------------------|
| 1. NOMBRE: Baño del Inca o La huaca del Caranqui | 2. FICHA N° 4 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. CATEGORÍA: Cultural | Imagen | |

FICHA DE ATRACTIVOS

| | | |
|---|------------------------------|--|
| | |  |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | |
| TIPO: ningún | | SUBTIPO: ninguno |
| 7. ACCESO: libre | | |
| 8. Desde: Ibarra | 9. Vía: Atahualpa | tipo y estado: bueno |
| 10 Medio de acceso: público y privado | | 11 Tiempo: 10 min desde Ibarra |
| 12. DESCRIPCIÓN: el baño del inca es un lugar no visitado ni mantenido como se debe con tanto valor cultural se encuentra a las afueras de la parroquia de Caranqui en los terrenos baldíos, de no ser considerado como atractivo las personas en tiempos remotos han usado sus piedras para construir parte de la iglesia de el Sr. Del Amor. | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: ninguna | | |
| 14. HORARIOS: ninguna | 15. PRECIOS: ninguno | 16. PROPIETARIO: Tobías Flores 17. PERSONA CONTACTO: Tobías Flores (propietario terreno) |
| 18. TIPO DE PUBLICO Semana () Fin de semana () Feriados Largos () Vacaciones () | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: ninguna | 20 ACTIVIDAD: ninguna | 21 CÓDIGO: ninguno |
| 22. SERVICIOS | | |
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Estacionamiento: No <input type="radio"/> Comida: No <input type="radio"/> Alojamiento: No <input type="radio"/> Visitas guiadas: No <input type="radio"/> Talleres: No <input type="radio"/> Rutas auto guiadas: No <input type="radio"/> Señalización para llegar: No <input type="radio"/> Señalización interna: No <input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura: No <input type="radio"/> Servicios higiénicos: Si <input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo: Si <input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades: No <input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso: No <input type="radio"/> Folletos: No <input type="radio"/> Teléfono público: No <input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito: <input type="radio"/> <input type="radio"/> otros: No | | |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: no cuenta con atención dedicada a la reconstrucción del lugar | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: ninguno (boca - oreja) | | |
| 25. OBSERVACIONES: promoción turística | | |
| 26. Realizada Por: Jaime Luje | | Fecha: 05/01/2014 |

| | | | |
|---|--|---|--|
| 1. NOMBRE: Fiestas del Sr. Del Amor | | 2. FICHA N°5 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. CATEGORÍA: Cultural religioso | | Imagen  | |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | | |
| TIPO: ningún | | SUBTIPO: ninguno | |
| 7. ACCESO: libre | | | |
| 8. Desde: Ibarra | | 9. Vía: Atahualpa tipo y estado: excelente | |
| 10 Medio de acceso: público y privado | | 11 Tiempo: 10 min desde Ibarra | |
| 12. DESCRIPCIÓN: leyenda de la aparición del Sr. Del Amor y diferentes actividades como la entrega de chamizas las visperas y festejos con banda de pueblo y pirotecnia y terminado el evento se realiza la procesión por los barrios aledaños a la iglesia principal de la parroquia. | | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: evento religioso de la parroquia | | | |
| 14. HORARIOS: primera semana de mayo | | 15. PRECIOS: ninguno | 16. PROPIETARIO: parroquia e Iglesia de Caranqui 17. PERSONA CONTACTO: Párroco de la Iglesia y familia Mantilla |
| 18. TIPO DE PUBLICO Semana () Fin de semana (x) Feriados Largos () Vacaciones () | | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: ninguna | | 20 ACTIVIDAD: recreación cultural | 21 CÓDIGO: ninguno |
| 22. SERVICIOS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> o Estacionamiento: Si (plaza) o Comida: Si (plaza) o Alojamiento: No o Visitas guiadas: No o Talleres: No o Rutas auto guiadas: No o Señalización para llegar: No o Señalización interna: No o Limpieza y recogida de basura: Si o Servicios higiénicos: Si o Seguridad y Manteniendo: No o Alquiler de material para realizar actividades: Si o venta de souvenir, información sobre el recurso: No o Folletos: No o Teléfono público: No o Pago con tarjetas de crédito: No o otros: No | | | |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: falta de publicidad turística | | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: ninguno (boca - oreja) | | | |
| 25. OBSERVACIONES: falta de promoción turística | | | |
| 26. Realizada Por: Jaime Luje | | | Fecha: 05/01/2014 |

| FICHA DE ATRACTIVOS | | |
|--------------------------------------|---------------|------------------------------|
| 1. NOMBRE: tradicional Pase del Niño | 2. FICHA N° 6 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. CATEGORÍA: Cultural religioso | Imagen | |

| | | | |
|---|--|--|-------------------------------------|
| | |  | |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | | |
| TIPO: ningún | | SUBTIPO: ninguno | |
| 7. ACCESO: libre | | | |
| 8. Desde: Ibarra | | 9. Vía: Atahualpa tipo y estado: excelente | |
| 10 Medio de acceso: público y privado | | 11 Tiempo: 10 min desde Ibarra | |
| 12. DESCRIPCIÓN: el pase del niño es un evento realizado en la parroquia de Caranqui con mucha devoción ya que las personas en este lugar son muy apegadas al catolicismo y podemos observar que se lo realiza con gran organización que cuenta con banda de pueblo personas disfrazadas como tal para recrear dicho acto religioso. | | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: recreación cultural y religiosa | | | |
| 14. HORARIOS: primera semana de enero | | 15. PRECIOS: ninguno | 16. PROPIETARIO: Parroquia Caranqui |
| | | | 17. PERSONA CONTACTO: ninguna |
| 18. TIPO DE PUBLICO Semana () Fin de semana () Feriados Largos (x) Vacaciones () | | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: ninguna | | 20 ACTIVIDAD: ninguna | 21 CÓDIGO: ninguno |
| 22. SERVICIOS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> o Estacionamiento: publico sin vigilancia o Comida: picanterías en la plaza o Alojamiento: No o Visitas guiadas: No o Talleres: No o Rutas auto guiadas: No o Señalización para llegar: No o Señalización interna: Si (recorrido del evento) o Limpieza y recogida de basura: Si o Servicios higiénicos: Si o Seguridad y Manteniendo: No o Alquiler de material para realizar actividades: No o venta de souvenir, información sobre el recurso: No o Folletos: No o Teléfono público: No o Pago con tarjetas de crédito: No o otros: No | | | |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: falta de promoción turística | | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: ninguno (boca - oreja) | | | |
| 25. OBSERVACIONES: ninguna | | | |
| 26. Realizada Por: Jaime Luje | | Fecha: 04/01/2014 | |

4.2.3 FICHA DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES

| FICHAS DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES | | |
|---|------------------------------------|------------------------------|
| 1. NOMBRE Y DIRECCION: La Alborada / Caranqui y Duchicela 2118 | 2. FICHA N°1 | 3. FICHAS ASOCIADAS: ninguna |
| 4. TELEFONO:06-2651265 | 5. e-mail: alboradaevento@yahoo.es | 6. web: ninguno |
| 7. OPERA DESDE: 1999 | | |
| 8. LUGARES QUE OPERAN EN EL ÁREA: Comedor, áreas libres, bar | | |
| 9. ACTIVIDADES QUE OFRECE: realización de eventos de pequeña y grande escala, reservaciones para seminarios empresariales y celebraciones. | | |
| 10. MEDIOS PROPIOS QUE DISPONE: <ul style="list-style-type: none"> • Equipos propios para las actividades: Si (dependiendo el evento) • Oficina: Si • Vehículo para traslado y consumo de alimentos: Si • Equipo de primeros auxilios: Si • Radio: Si • Otros: Si • Formas de pago: Efectivo y tarjetas de crédito. | | |
| 11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTANEA: 70 a 100 personas (interior) / 300 personas (exterior) | | |
| 12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: personal contratado por evento a realizar | | |
| 13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Fin de semana: (X) • Semana: () • Semana Santa: () • Feriados: () • Navidad: () • Verano: () | | |
| 14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año: 1000 personas alrededor por año | | |
| 15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> • Boca oreja: (X) • A través de operadora(cuales): () • De los hoteles y hosterías: (X) • Promoción directa propia: (X) • Página Web: () • Reserva con anticipación: () • Reserva: (X) teléfono: (X) Internet: (X) • Otros: (X) | | |
| 16. Realizado por: Jaime Luje | | Fecha: 04/01/2014 |

4.2.4 LEVANTAMIENTO DE FICHAS DE EMPRESAS DE GASTRONOMÍA

| EMPRESAS DE GASTRONOMÍA | |
|--|--|
| 1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: La Sazón de Lucia/ Av. Atahualpa 29.49 y Princesa Pacha |  |
| 2. FICHA N°: 1 | |
| 3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna | |
| 4. TELÉFONO: 0988051957 | |
| 5. E-mail: ninguno | |
| 6. WEB: ninguno | |
| 7. OPERA DESDE: 2008 | |
| 8. TIPO Y CATEGORÍA: comedor | |
| 9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: (x) Carretera: () | |
| 10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: (x) Moderno: () | |
| 11. CAPACIDAD: Restaurante : 32 personas Salones: Terrazas: | |
| 12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: (si) Restaurante cocina internacional: (no) Bar: (no) Comida para llevar: (si) Vehículos/ para el traslado de pasajeros Estacionamiento: (no) Jardines/terrazas para uso de clientes: (si) Actividades recreativas para clientes con medios propios: (si) Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : (si) Piscina: (no) Salones para reuniones: (no) Juegos para niños: (si) Primeros auxilios (no) Formas de pago: (efectivo) Otros: () | |
| 13. PERSONAL Y CAPACIDAD: 3 empleados | |
| 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana: (x) Feriados: (x) Días normales: (x) | |
| 17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: () Teléfono: () Internet: () Otros: () | |
| 18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: () | |
| 19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: ninguna | |
| 20. Realizado por: Jaime Luje | Fecha: 04/01/2014 |

| EMPRESAS DE GASTRONOMÍA | |
|--|--|
| 1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: Restaurante Don Juan / Av. Atahualpa y Princesa Cory Cory |  |
| 2. FICHA N°: 2 | |
| 3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna | |
| 4. TELÉFONO: 0994831137 | |
| 5. E-mail: ninguno | |
| 6. WEB: ninguno | |
| 7. OPERA DESDE: 2011 | |
| 8. TIPO Y CATEGORÍA: comedor | |
| 9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: (x) Carretera: () | |
| 10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: () Moderno: (x) | |
| 11. CAPACIDAD: Restaurante :40 personas Salones: Terrazas: | |
| 12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: (no) Restaurante cocina internacional: (no) Bar: (no) Comida para llevar: (si) Vehículos/ para el traslado de pasajeros Estacionamiento: (no) Jardines/terrazas para uso de clientes: (no) Actividades recreativas para clientes con medios propios: (no) Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : (no) Piscina: (no) Salones para reuniones: (no) Juegos para niños: (si) Primeros auxilios (no) Formas de pago: (efectivo) Otros: () | |
| 13. PERSONAL Y CAPACIDAD: lunes a sábado 3 empleados | |
| 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana: (x) Feriados: () Días normales: (x) | |
| 17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: (x) Teléfono: () Internet: () Otros: () | |
| 18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: () | |
| 19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: ninguna | |
| 20. Realizado por: Jaime Luje | Fecha: 04/01/2014 |

| EMPRESAS DE GASTRONOMÍA | |
|--|--|
| 1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: Restaurante Familiar Burguer / Av. Atahualpa y calle Los Incas |  |
| 2. FICHA N°: 3 | |
| 3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna | |
| 4. TELÉFONO: 0994831137 | |
| 5. E-mail: ninguno | |
| 6. WEB: ninguno | |
| 7. OPERA DESDE: 2011 | |
| 8. TIPO Y CATEGORIA: comedor | |
| 9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: (x) Carretera: () | |
| 10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: () Moderno: (x) | |
| 11. CAPACIDAD: Restaurante :40 personas Salones: Terrazas: | |
| 12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: (no) Restaurante cocina internacional: (no) Bar: (no) Comida para llevar: (si) Vehículos/ para el traslado de pasajeros Estacionamiento: (no) Jardines/terrazas para uso de clientes: (no) Actividades recreativas para clientes con medios propios: (no) Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : (no) Piscina: (no) Salones para reuniones: (no) Juegos para niños: (si) Primeros auxilios (no) Formas de pago: (efectivo) Otros: () | |
| 13. PERSONAL Y CAPACIDAD: lunes a viernes 2 perdonas/ fin de semana 3 pers | |
| 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana: (x) Feriados: () Días normales: (x) | |
| 17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: (x) Teléfono: () Internet: () Otros: () | |
| 18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: () | |
| 19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: ninguna | |
| 20. Realizado por: Jaime Luje | Fecha: 04/01/2014 |

| EMPRESAS DE GASTRONOMÍA | |
|--|--|
| 1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: Helados Chavelita/ plaza de Caranqui |  |
| 2. FICHA N°: 4 | |
| 3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna | |
| 4. TELÉFONO: ninguno | |
| 5. E-mail: ninguno | |
| 6. WEB: ninguno | |
| 7. OPERA DESDE: 1999 | |
| 8. TIPO Y CATEGORIA: picantería | |
| 9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: (x) Carretera: () | |
| 10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: (x) Moderno: () | |
| 11. CAPACIDAD: Restaurante : Salones: Terrazas: plaza | |
| 12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: (no) Restaurante cocina internacional: (no) Bar: (no) Comida para llevar: (si) Vehículos/ para el traslado de pasajeros Estacionamiento: (no) Jardines/terrazas para uso de clientes: (no) Actividades recreativas para clientes con medios propios: (no) Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : (no) Piscina: (no) Salones para reuniones: (no) Juegos para niños: (si) Primeros auxilios (no) Formas de pago: (efectivo) Otros: () | |
| 13. PERSONAL Y CAPACIDAD: 2 personas | |
| 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana: (x) Feriados: (x) Días normales: (x) | |
| 17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: (x) Teléfono: () Internet: () Otros: () | |
| 18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: () | |
| 19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: ninguna | |
| 20. Realizado por: Jaime Luje | Fecha: 04/01/2014 |

4.2.5 ENTREVISTA

ENTREVISTADO/A: Marta Carlosama (Moradora Parroquia) FECHA Y LUGAR: Caranqui 06/02/14
ENTREVISTADOR: Jaime Luje HORA: 13:10

1.- ¿CÓMO CALIFICA USTED EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE CARANQUI?

Personalmente no he visto crecimiento viviendo aquí cada quien trata de buscar turistas y si podemos aportar con algo a la parroquia bien pero realmente le falta mucho lo único con lo que se cuenta para el turismo es el museo que prácticamente es el único atractivo reconocido, cada uno ve por su economía.

2.- ¿CONSIDERA USTED QUE EXISTE UNA ADECUADA INFORMACIÓN SOBRE LA PARROQUIA DE CARANQUI?

La verdad se desconoce, cada quien es personal de uno a lo que el desee hacer y si se sabe algo es mediante el diario local (comercio) o simplemente se reconoce turísticamente al parque por sus helados y su pan de leche, simplemente se mueve ese sector con negocios personales

3.- ¿SABE USTED SI LOS TURISTAS CONOCEN SOBRE LA PARROQUIA DE CARANQUI EN EL ÁMBITO TURÍSTICO?

Solo Turistas locales que en el fin de semana visita la parroquia de Caranqui para servirse los típicos helados de crema

4.- ¿TIENE CONOCIMIENTO DE ALGÚN EVENTO O QUE PROMOCIONE DE LA PARROQUIA DE CARANQUI?

Lo que suelen hacer en las fiestas religiosas que son del señor del amor o fiestas de parroquializacion

5.- ¿CREE USTED QUE LAS FIESTAS POPULARES DE AGOSTO EN CARANQUI APORTAN PARA EL TURISMO Y DESARROLLO DE LA PARROQUIA?

En el sector diría que no sería un ingreso para las personas más bien para las personas que se organizan en el evento.

6.- ¿TIENE CONOCIMIENTO SI EXISTE INFRAESTRUCTURA HOTELERA EN LA PARROQUIA DE CARANQUI?

No existen hospedajes ni restaurantes, existen pequeños comederos por el mercado colegial y la nueva modalidad de estudio con los docentes que permanecen en el establecimiento hasta tarde y hacen uso de estos lugares.

7.- ¿EN CUANTO A VÍAS DE ACCESO AL SECTOR CREE USTED QUE SE ENCUENTRAN EN UN ESTADO PERFECTO PARA TURISMO?

No serían las adecuadas porque son vías demasiado estrechas más que la Av. Atahualpa que es la principal y más adecuada para arribar a la parroquia.

8.- ¿QUÉ ATRACTIVOS TURÍSTICOS CONOCE USTED DE DICHA PARROQUIA SEA NATURALES O CULTURALES?

En lo natural no conozco de uno en particular y en lo cultural el museo y los sanjuanes que se lo realiza en el barrio del Ejido de Caranqui con gran afluencia de gente y lo hacen tres días seguidos por su fama su danza su vestimenta esto se realiza en el mes de agosto.

9.- ¿TIENE CONOCIMIENTO DE PROPUESTAS GUBERNAMENTALES Y PRIVADAS DE TURISMO PARA LA PARROQUIA?

No tengo conocimiento de eso se encarga la junta parroquial y no se ha notado ninguna mejora lo único que se realizó fue la vigilancia junto con la policía nacional.

10.- ¿CREE USTED QUE SI SE INCENTIVARA EL TURISMO DE FORMA ADECUADA AL SECTOR, SE LOGRARÍA COLOCARLO COMO BASE PRIMORDIAL PARA LA PARROQUIA?

Yo pienso que sí, todo sector esta adecuado si uno trabaja en eso y existe una infraestructura donde el turista pueda distraerse pienso que sí.

11.- ¿CONOCE USTED SI HAY UN PRESUPUESTO OTORGADO POR EL MUNICIPIO PARA LA PARROQUIA DE CARANQUI?

Desconozco el trabajo del municipio.

4.2.6 ANÁLISIS DE ENTREVISTA

Después de la entrevista a la Sra. Marta Carlosama y sus respuestas a 11 preguntas se ha considerado notablemente que la parroquia de Caranqui no se ha desarrollado ni se ha promocionado turísticamente.

Ha sabido manifestar que Caranqui no posee lugares estratégicos ni adecuados para brindar al turista las comodidades y facilidades para apreciar el sector y aprender de este.

La parroquia de Caranqui es conocida solamente por el baile tradicional del san juan en los meses de agosto y septiembre donde las personas pueden generar un ingreso económico individual más no para el desarrollo de la parroquia. Ha manifestado también que Caranqui posee atractivos turísticos culturales que no están siendo usados adecuadamente y que por falta de promoción no han tenido un funcionamiento normal y esto provoca el deterioro de tales atractivos claro ejemplo el Inca Huasi o Baño del Inca.

4.2.7 JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

TABLA N°18 ATRACTIVO: BAILE TRADICIONAL DE SAN JUANES

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|------------------------|----------------|
| CALIDAD | VALOR INTRÍNSECO | 10 |
| | VALOR EXTRINSECO | 10 |
| | ENTORNO | 7 |
| | ESTADO DE CONSERVACIÓN | 7 |
| APOYO | ACCESO | 6 |
| | SERVICIOS | 5 |
| | ASOCIACION CON OTROS | 5 |
| | ATRATIVOS | |
| SIGNIFICADO | LOCAL | 2 |
| | PROVINCIAL | 3 |
| | NACIONAL | 4 |
| | INTERNACIONAL | 2 |
| | TOTAL | 61 |
| | JERARQUIA | III |

Elaborado por: Jaime Luje

TABLA N°19 ATRACTIVO: MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOGRÁFICO ATAHUALPA

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|------------------------|----------------|
| CALIDAD | VALOR INTRÍNSECO | 6 |
| | VALOR EXTRINSECO | 6 |
| | ENTORNO | 4 |
| | ESTADO DE CONSERVACIÓN | 6 |
| APOYO | ACCESO | 8 |
| | SERVICIOS | 6 |
| | ASOCIACION CON OTROS | 4 |
| | ATRATIVOS | |
| SIGNIFICADO | LOCAL | 2 |
| | PROVINCIAL | 2 |
| | NACIONAL | 0 |
| | INTERNACIONAL | |
| | TOTAL | 44 |
| | JERARQUIA | II |

Elaborado por: Jaime Luje

TABLA N°20 ATRACTIVO: SANTUARIO SR. DEL AMOR Y PLAZA

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|------------------------|----------------|
| CALIDAD | VALOR INTRÍNSECO | 8 |
| | VALOR EXTRINSECO | 6 |
| | ENTORNO | 5 |
| | ESTADO DE CONSERVACIÓN | 7 |
| APOYO | ACCESO | 8 |
| | SERVICIOS | 6 |
| | ASOCIACION CON OTROS | |
| | ATRATIVOS | |
| SIGNIFICADO | LOCAL | 2 |
| | PROVINCIAL | 2 |
| | NACIONAL | 1 |
| | INTERNACIONAL | |
| | TOTAL | 45 |
| | JERARQUIA | II |

Elaborado por: Jaime Lujé

TABLA N°21 ATRACTIVO: BAÑO DEL INCA O LA HUACA DEL CARANQUI

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|------------------------|----------------|
| CALIDAD | VALOR INTRÍNSECO | 4 |
| | VALOR EXTRINSECO | 4 |
| | ENTORNO | 3 |
| | ESTADO DE CONSERVACIÓN | 1 |
| APOYO | ACCESO | 6 |
| | SERVICIOS | 4 |
| | ASOCIACION CON OTROS | |
| | ATRATIVOS | |
| SIGNIFICADO | LOCAL | 1 |
| | PROVINCIAL | 1 |
| | NACIONAL | |
| | INTERNACIONAL | |
| | TOTAL | 24 |
| | JERARQUIA | I |

Elaborado por: Jaime Lujé

TABLA N°22 ATRACTIVO: FIESTAS DEL SR. DEL AMOR

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|------------------------|----------------|
| CALIDAD | VALOR INTRÍNSECO | 8 |
| | VALOR EXTRINSECO | 7 |
| | ENTORNO | 6 |
| | ESTADO DE CONSERVACIÓN | 6 |
| APOYO | ACCESO | 7 |
| | SERVICIOS | 7 |
| | ASOCIACION CON OTROS | |
| | ATRATIVOS | |
| SIGNIFICADO | LOCAL | 2 |
| | PROVINCIAL | 1 |
| | NACIONAL | |
| | INTERNACIONAL | |
| | TOTAL | 44 |
| | JERARQUIA | II |

Elaborado por: Jaime Luje

TABLA N°23 ATRACTIVO: TRADICIONAL PASE DEL NIÑO

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS MAXIMOS |
|-------------|------------------------|----------------|
| CALIDAD | VALOR INTRÍNSECO | 7 |
| | VALOR EXTRINSECO | 7 |
| | ENTORNO | 7 |
| | ESTADO DE CONSERVACIÓN | 6 |
| APOYO | ACCESO | 7 |
| | SERVICIOS | 7 |
| | ASOCIACION CON OTROS | |
| | ATRATIVOS | |
| SIGNIFICADO | LOCAL | 2 |
| | PROVINCIAL | 1 |
| | NACIONAL | |
| | INTERNACIONAL | |
| | TOTAL | 44 |
| | JERARQUIA | II |

Elaborado por: Jaime Luje

4.3 CONCLUSIONES

Después de haber finiquitado el siguiente trabajo y haber aplicado normas y herramientas de estudio se ha llegado a las siguientes conclusiones a mencionar.

- La parroquia de Caranqui no posee lugares de alojamiento turístico por lo tanto no puede brindar este servicio a turistas nacionales y extranjeros.
- No es poseedora de lugares gastronómicos que estén aptos para brindar un servicio especial al turista, sin embargo existen locales de comida donde las personas pueden degustar de comida típica o bocaditos tradicionales como el helado de crema.
- No existe un lugar adecuado donde las personas puedan obtener información turística del sector.
- Se ha considerado que Caranqui es considerada una parroquia de paso para los turistas nacionales o extranjeros que desean visitar los páramos del Imbabura
- Se pudo observar que los moradores de la parroquia tienen gran interés por la promoción y desarrollo

para su evento de gran magnitud como lo es el baile tradicional de los San Juanes del Ejido de Caranqui y Guayaquil de Caranqui.

4.4. RECOMENDACIONES

Después del análisis de las conclusiones se ha determinado presentar algunas recomendaciones que será de gran ayuda para la parroquia de Caranqui y sus habitantes.

- Proponer un plan de mejora de las instalaciones de los lugares gastronómicos para así considerar al turismo una fuente de trabajo en el sector
- Mejorar la señalética de la parroquia en calles que son de suma importancia y en lugares específicos que posean atractivos turísticos.
- Establecer un centro de información turística en la parroquia de Caranqui para que las personas puedan conocer acerca de sus atractivos turísticos.
- Crear una infraestructura hotelera que brinde servicio de alojamiento a turistas interesados en conocer la parroquia de Caranqui.

- coordinar eventos o programas de promoción en los que se dé a conocer la parroquia turísticamente en el país.

REFERENCIAS

- Segundo, O. (1986). *Tradiciones de Imbabura*. Quito: universidad católica de Quito.
- Ayala Mora, E. (s.f.). "*Interculturalidad*", *Pensando en Ibarra, Revista de Cultura y Aproximación Histórica*. Quito.
- Bella, M. G. (s.f.). *INTRODUCCION AL TURISMO* . TRILLAS.
- Di-Bella, M. G. (2010). *INTRODUCCION AL TURISMO*. trillas.
- Echeverría Almeida, J. (2004). *Las sociedades prehispanicas de la Sierra Norte del Ecuador, una aproximación arqueológica y antropológica*. Otavalo: Colección "Otavalo en la Historia".
- Espinoza, S. C. (2006). *IBARRA: ciudad que fue fundada la víspera*. Ibarra.
- González Suárez, F. (1970). *Historia General de la Republica del Ecuador* . Quito: Ediciones Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Hernandez, E. C. (2010). *Turismo y Recreacion bases teñoricas, conceptuales y operativas*. TRILLAS TURISMO.
- Monografia de Ibarra* . (s.f.).
- Montejano, J. M. (s.f.). *Diccionario de Turismo*. Quito.
- Noelia, C. N. (2011). *Administración de Servicios turísticos*. ediciones de la U.
- op.cit.477-478, G. S. (s.f.).
- Tamayo, A. T. (s.f.).
- Tobar Suvia, C. (1950). *Monografia de Ibarra* . Quito: La Prensa Catolica.
- TURISMO CARANQUI*. (05 de 02 de 2011). Obtenido de <http://caranqui-ibarra.blogspot.com/>
- Villalba, J. (s.f.). *Primer Cabildo Ibarreño en Monografia de Ibarra*. Ibarra.

Villareal, H. O. (1988). *HISTORIA Y GEOGRAFIA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA*. Primera Edición.

Villena, E. (2003). *Técnico en Hoteleía y Turismo*.
MAdrid España: CULTURAL S.A.

www.imbaburaturismo.gov.ec. (s.f.).

APÉNDICES

Apéndice A



ENCUESTA

De manera muy comedida, solicito a Ud. Colabore a responder el siguiente cuestionario relacionado con el ámbito del potencial turístico de la parroquia de Caranqui en la provincia de Imbabura, los siguientes datos serán de absoluta confidencialidad.

INFORMACION GENERAL

Sexo:

Masculino

Femenino

1.- Edad en años cumplidos:

a. de 15 años

b. de 16 a 30 años

c. de 31 a 45 años

d. de 46 a 60 años

e. de 61 a 75 años

2.- ¿Conoce usted algún atractivo natural de la parroquia?

Si ____

No ____

¿Cuáles? _____

3.- ¿Conoce usted algún atractivo cultural de la parroquia?

Si ____

No ____

¿Cuáles? _____

4.- ¿Piensa usted que es necesario realizar un inventario general sobre el turismo en la parroquia?

Si ____ No ____

¿Por qué? _____

5.- ¿Conoce usted de sitios de alojamiento hotelero que estén ubicados en la parroquia?

Si ____ No ____

¿Cuál? _____

6.- ¿Cuenta con todos los servicios básicos la parroquia?

Luz Agua

Teléfono Internet

7.- ¿Cómo mira usted las vías de acceso a la parroquia?

Excelente muy buena buena mala

8.- ¿Qué tan útil es el aporte del turismo a la parroquia?

Muy bueno ____ Bueno ____ Regular ____ Malo ____

Pésimo ____

9.- ¿Qué tipo de turista llega más a la parroquia?

Nacional

Extranjero

10.- ¿Cómo aporta a la economía de la parroquia la llegada de turistas?

¡Gracias por su colaboración!

APENDICE B



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA

OBJETIVO

El objetivo de la presente es recopilar información por parte de profesionales que están vinculados en el ámbito turístico de la parroquia.

ENTREVISTADO: _____ FECHA Y LUGAR:

ENTREVISTADOR: _____ HORA: _____

DESARROLLO

- 1.- ¿Cómo califica usted el desarrollo turístico de la parroquia de Caranqui?
- 2.- ¿Considera usted que existe una adecuada información sobre la parroquia de Caranqui?
- 3.- ¿Sabe usted si los turistas conocen sobre la parroquia de Caranqui en el ámbito turístico?
- 4.- ¿Tiene conocimiento de algún evento o que promoció de la parroquia de Caranqui?
- 5.- ¿Cree usted que las fiestas populares de agosto en Caranqui aportan para el turismo y desarrollo de la parroquia?

- 6.- ¿Tiene conocimiento si existe infraestructura hotelera en la parroquia de Caranqui?
- 7.- ¿En cuanto a vías de acceso al sector cree usted que se encuentran en un estado perfecto para turismo?
- 8.- ¿Qué atractivos turísticos conoce usted de dicha parroquia sea naturales o culturales?
- 9.- ¿Tiene conocimiento de propuestas gubernamentales y privadas de turismo para la parroquia?
- 10.- ¿Cree usted que si se incentivara el turismo de forma adecuada al sector, se lograría colocarlo como base primordial para la parroquia?
- 11.- ¿Conoce usted si hay un presupuesto otorgado por el municipio para la parroquia de Caranqui?

APÉNDICE C



FOTOGRAFIA N° 1 PARQUE CENTRAL CARANQUI
ELABORADA POR: JAIME LUJE

APÉNDICE D



FOTOGRAFIA N° 2 IGLESIA PRINCIPAL DE CARANQUI
ELABORADA POR: JAIME LUJE

APÉNDICE E



FOTOGRAFIA N° 3 VOLCÁN IMBABURA
ELABORADA POR: JAIME LUJE

| | | |
|---|---------------|--|
| 13. PRINCIPALES PROBLEMAS <ul style="list-style-type: none"> • Señalización • Accesos • Información • Conservación urbana • Saneamiento • Circulación • Limpieza y recogida de basura • Seguridad • Otros | | |
| 14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS | | |
| 15. Realizado por: | Fecha: | |

Anexo 2

| FICHA DE ATRACTIVOS | | |
|---|---------------|-----------------------|
| 1. NOMBRE: | 2. FICHA N° | 3. FICHAS ASOCIADAS: |
| 4. CATEGORÍA: | Imagen | |
| 5. TIPO Y SUBTIPO | | |
| TIPO: | SUBTIPO: | |
| 7. ACCESO: libre | | |
| 8. Desde: | 9. Vía: | tipo y estado: |
| 10 Medio de acceso: | 11 Tiempo: | |
| 12. DESCRIPCIÓN: | | |
| 13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: | | |
| 14. HORARIOS: | 15. PRECIOS: | 16. PROPIETARIO: |
| | | 17. PERSONA CONTACTO: |
| 18. TIPO DE PUBLICO Semana () Fin de semana () Feriados Largos () Vacaciones () | | |
| 19. EMPRESAS QUE OPERAN: | 20 ACTIVIDAD: | 21 CÓDIGO: n |
| 22. SERVICIOS <input type="checkbox"/> Estacionamiento: <input type="checkbox"/> Comida: <input type="checkbox"/> Alojamiento: <input type="checkbox"/> Visitas guiadas: <input type="checkbox"/> Talleres: <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas: <input type="checkbox"/> Señalización para llegar: <input type="checkbox"/> Señalización interna: <input type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura: <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos: <input type="checkbox"/> Seguridad y Manteniendo: <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades: <input type="checkbox"/> venta de suvenir, información sobre el recurso: <input type="checkbox"/> Folletos: <input type="checkbox"/> Teléfono público: <input type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito: <input type="checkbox"/> otros: | | |
| 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: | | |
| 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: | | |
| 25. OBSERVACIONES: | | |
| 26. Realizada Por: | | Fecha: |

FICHAS DE ATRACTIVOS NO INVENTARIADOS

Anexo 3

FICHA DE EMPRESAS DE ACTIIDADES

Ficha de empresas de actividades (Empresas que oferta actividades turísticas en el área no alojamiento o gastronómicas)

| FICHAS DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES | | |
|--|------------|---------------------|
| 1. NOMBRE Y DIRECCION | 2. FICHA N | 3. FICHAS ASOCIADAS |
| 4. TELEFONO | 5. e-mail | 6. web |
| 7. OPERA DESDE: | | |
| 8. LUGARES QUE OPERAN EN EL ÁREA: | | |
| 9. ACTIVIDADES QUE OFRECE. | | |
| 10. MEDIOS PROPIOS QUE DISPONE: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Equipos propios para las actividades • Oficina • Vehículo para traslado y consumo de alimentos • Equipo de primeros auxilios • Radio • Otros • Formas de pago | | |
| 11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTANEA | | |
| 12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN | | |
| 13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Fin de semana • Semana • Semana Santa • Feriados • Navidad • Verano | | |
| 14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año | | |
| 15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Boca oreja • A través de operadora (cuales) • De los hoteles y hosterías • Promoción directa propia • Página Web • Reserva con anticipación • Reserva teléfono Internet • Otros | | |
| 16. Realizado por: | Fecha: | |

Anexo 4

FICHAS DE EMPRESAS DE GASTRONOMÍA

| EMPRESAS DE GASTRONOMÍA | |
|--|--------|
| 1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: | |
| 2. FICHA N°: | |
| 3. FICHAS ASOCIADAS: | |
| 4. TELÉFONO: | |
| 5. E-mail: | |
| 6. WEB: | |
| 7. OPERA DESDE: | |
| 8. TIPO Y CATEGORÍA: | |
| 9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: () Carretera: () | |
| 10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: () Moderno: () | |
| 11. CAPACIDAD: Restaurante : Salones: Terrazas: | |
| 12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: () Restaurante cocina internacional: () Bar: () Comida para llevar: () Vehículos/ para el traslado de pasajeros Estacionamiento: () Jardines/terrazas para uso de clientes: () Actividades recreativas para clientes con medios propios: () Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : () Piscina: () Salones para reuniones: () Juegos para niños: () Primeros auxilios () Formas de pago: () Otros: () | |
| 13. PERSONAL Y CAPACIDAD: | |
| 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Fines de Semana: () Feriados: () Días normales: () | |
| 17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: () A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: () Teléfono: () Internet: () Otros: () | |
| 18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: () Temporal: () | |
| 19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: | |
| 20. Realizado por: | Fecha: |