



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
TURISMO Y HOTELERÍA

CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA
PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO, CANTÓN
OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**

Trabajo de investigación que se presenta
previo a la obtención del título de
Técnico Guía Nacional de Turismo

AUTOR: Catherine D. Chiriboga M.

DIRECTOR: Ing. Sonia Lucio

QUITO-ECUADOR

2013

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la salud y la vida para haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida; la cual me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada con sabios consejos y valores.

A mi enamorado Miguel; por su apoyo incondicional en todo el transcurso de mi carrera, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con él.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional compartiendo conmigo buenos y malos momentos.

A la Ing. Sonia Lucio, directora de monografía, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

CATHERINE DIANA CHIRIBOGA MENCÍAS

AGRADECIMIENTO

En primer lugar dar gracias a Dios por estar a mi lado en cada paso que doy, cuidándome y protegiéndome siempre.

A mi madre, mi novio y mi familia los cuales me han apoyado incondicionalmente, siendo unos pilares fundamentales en mi vida.

A mis maestros quienes me han enseñado todos sus conocimientos para poder hoy realizarme profesionalmente.

Un agradecimiento especial a mi Directora de monografía la Ing. Sonia Lucio por haberme ayudado en todo que mi Dios la cuide y la bendiga siempre.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa o indirectamente a la realización de esta monografía.

CATHERINE DIANA CHIRIBOGA MENCÍAS

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo, Catherine Diana Chiriboga Mencías declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de monografía con tema: DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA, es de mi estricta autoría y autenticidad.

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

Atentamente

.....

Catherine Chiriboga

Quito, 24 de Junio del 2013

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 clausulas:

PRIMERO: La Ing. Sonia Lucio, por sus propios derechos, en calidad de tutora del trabajo de fin de carrera, y la Srta. Catherine Chiriboga, por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO:UNO; Catherine Chiriboga, realizo el trabajo de fin de carrera titulado DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA, para obtener el título de TECNICO EN GUIA NACIONAL DE TURISMO en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría de la Ing. Sonia Lucio.DOS: Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y de 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. Sonia Lucio, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Srta. Catherine Chiriboga, como autora 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 DE SAN PABLO DEL LAGO, CANTÓN OTAVALO, 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.

.....

.....

Ing. Sonia Lucio

Srta. Catherine Chiriboga

CERTIFICACIÓN DE DIRECCIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Ingeniera

Sonia G. Lucio Ureña

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO DE FIN DE CARRERA

Yo Ing. Sonia Lucio, certifico haber revisado el presente informe de investigación con el tema: DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Hotelería "ITH" de Quito, por lo tanto se autoriza su presentación final para los trámites legales pertinentes.

Atentamente

.....
Ing. Sonia Lucio

ÍNDICE

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORIA.....	iv
ACTA CESION DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA.....	v
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	x
ÍNDICE DE MAPAS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
PARTE I. PROBLEMA	
1.1 Identificación del problema.....	15
1.2 Formulación del problema.....	17
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 General.....	18
1.3.2 Específicos.....	18
1.4 Justificación.....	19
1.4.1 Relevancia social.....	19
PARTE II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Fundamentación teórica.....	21
2.2 Estructura del marco teórico.....	22
CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO	
1.1 Descripción de la localidad.....	22
1.1.1 Ubicación.....	22
1.1.2 Población.....	24
1.1.3 Distribución espacial.....	25
1.1.4 Temperatura.....	26
1.1.5 Grupos étnicos.....	26
1.1.6 Actividades culturales.....	28
1.1.7 Gastronomía.....	46
1.2 Infraestructura turística.....	20
1.2.1 Servicio de agua entubada.....	50
1.2.2 Servicio de energía eléctrica.....	51
1.2.3 Servicio telefónico.....	51
1.2.4 Servicio de internet.....	52
1.2.5 Vialidad.....	52
1.2.6 Transporte público.....	52
1.2.7 Recolección de desechos.....	54
1.3 Súper estructura.....	54
1.3.1 Gobierno provincial.....	54
1.3.2 Gobierno cantonal.....	55
1.3.3 Gobierno parroquial.....	56
1.4 Demanda turística.....	56
1.4.1 Cliente interno.....	56

1.4.2 Cliente externo.....	57
CAPITULO II: ACTUALIZACION DE LA PLANTA TURISTICA	
2.1 Levantamiento del atractivo turístico.....	58
2.1.1 Aspectos generales para el levantamiento de la información.....	58
2.1.2 Metodología para el levantamiento de la información.....	61
2.1.3 Proceso de actualización de la planta turística.....	73
CAPITULO III: PROCESO DE JERARQUIZACION	
3.1 Categorización y jerarquización.....	101
PARTE III. METODOLOGIA	
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	111
3.2 Universo y muestra.....	111
3.3 Instrumento de recolección de datos.....	113
3.4 Descripción del trabajo de campo.....	114
3.5 Procesamiento y análisis.....	115
PARTE IV. PRESENTACION DE RESULTADOS	
4.1 Presentación grafica de resultados.....	116
4.1.1 Proceso de tabulación de la encuesta.....	116
4.1.2 Proceso de la entrevista.....	148
4.2 Análisis e interpretación de resultados.....	150
4.2.1 Análisis de la encuesta.....	150
4.2.2 Análisis de la entrevista.....	151
4.2.3 Análisis del levantamiento de la información turística.....	152
4.2.4 Cuadro de jerarquización de los atractivos de SPL.....	153
4.3 Conclusiones.....	154
4.4 Recomendaciones.....	155
Referencias.....	156
Anexo 1.....	158
Anexo 2.....	159
Anexo 3.....	160
Anexo 4.....	161
Apéndice A.....	162
Apéndice B.....	163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n° 1:	Tabulación pregunta 1.....	116
Tabla n° 2:	Tabulación pregunta 2.....	117
Tabla n° 3:	Tabulación pregunta 3.....	118
Tabla n° 4:	Tabulación pregunta 4.....	120
Tabla n° 5:	Tabulación pregunta 4.1.....	121
Tabla n° 6:	Tabulación pregunta 4.2.....	122
Tabla n° 7:	Tabulación pregunta 5.....	124
Tabla n° 8:	Tabulación pregunta 5.1.....	125
Tabla n° 9:	Tabulación pregunta 6.....	126
Tabla n° 10:	Tabulación pregunta 6.1.....	127
Tabla n° 11:	Tabulación pregunta 6.2.....	128
Tabla n° 12:	Tabulación pregunta 7.....	130
Tabla n° 13:	Tabulación pregunta 8.....	131
Tabla n° 14:	Tabulación pregunta 9.....	132
Tabla n° 15:	Tabulación pregunta 9.1.....	133
Tabla n° 16:	Tabulación pregunta 9.2.....	134
Tabla n° 17:	Tabulación pregunta 10.....	135
Tabla n° 18:	Tabulación pregunta 11.....	136
Tabla n° 19:	Tabulación pregunta 12.....	137
Tabla n° 20:	Tabulación pregunta 13.....	138
Tabla n° 21:	Tabulación pregunta 14.....	139
Tabla n° 22:	Tabulación pregunta 15.....	140
Tabla n° 23:	Tabulación pregunta 16.....	141
Tabla n° 24:	Tabulación pregunta 17.....	142
Tabla n° 25:	Tabulación pregunta 18.....	144
Tabla n° 26:	Tabulación pregunta 19.....	145
Tabla n° 27:	Tabulación pregunta 19.1.....	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico n° 1:	Tabulación pregunta 1.....	116
Gráfico n° 2:	Tabulación pregunta 2.....	117
Gráfico n° 3:	Tabulación pregunta 3.....	119
Gráfico n° 4:	Tabulación pregunta 4.....	120
Gráfico n° 5:	Tabulación pregunta 4.1.....	121
Gráfico n° 6:	Tabulación pregunta 4.2.....	123
Gráfico n° 7:	Tabulación pregunta 5.....	124
Gráfico n° 8:	Tabulación pregunta 5.1.....	125
Gráfico n° 9:	Tabulación pregunta 6.....	126
Gráfico n° 10:	Tabulación pregunta 6.1.....	127
Gráfico n° 11:	Tabulación pregunta 6.2.....	129
Gráfico n° 12:	Tabulación pregunta 7.....	130
Gráfico n° 13:	Tabulación pregunta 8.....	131
Gráfico n° 14:	Tabulación pregunta 9.....	132
Gráfico n° 15:	Tabulación pregunta 9.1.....	133
Gráfico n° 16:	Tabulación pregunta 9.2.....	134
Gráfico n° 17:	Tabulación pregunta 10.....	135
Gráfico n° 18:	Tabulación pregunta 11.....	136
Gráfico n° 19:	Tabulación pregunta 12.....	137
Gráfico n° 20:	Tabulación pregunta 13.....	138
Gráfico n° 21:	Tabulación pregunta 14.....	139
Gráfico n° 22:	Tabulación pregunta 15.....	140
Gráfico n° 23:	Tabulación pregunta 16.....	141
Gráfico n° 24:	Tabulación pregunta 17.....	143
Gráfico n° 25:	Tabulación pregunta 18.....	144
Gráfico n° 26:	Tabulación pregunta 19.....	146
Gráfico n° 27:	Tabulación pregunta 19.1.....	147

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa n° 1: Ubicación de la Parroquia de San Pablo del Lago en el Ecuador.....	22
Mapa n° 2: Ubicación de la Parroquia de San Pablo del Lago en el Cantón Otavalo.....	23
Mapa n° 3: Ubicación de la Parroquia de San Pablo del Lago Límites.....	23
Mapa n° 4: Ubicación de la Parroquia de San Pablo del Lago Comunidades.....	25

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro n° 1: Cuadro de categoría, tipo y subtipo de atractivos.....	65
Cuadro n° 2: Cuadro de categoría y tipo de atractivos con características descriptivas.....	66
Cuadro n° 3: Resumen del levantamiento de la Planta Turística de la Parroquia de San Pablo del Lago...	100
Cuadro n° 4: Jerarquización del atractivo Lago san Pablo.....	105
Cuadro n° 5: Jerarquización del atractivo Bosque Nativo La Rinconada.....	105
Cuadro n° 6: Jerarquización del atractivo Cascada de la Rinconada.....	106
Cuadro n° 7: Jerarquización del atractivo Parque Acuático.....	106
Cuadro n° 8: Jerarquización del atractivo Culebra Rumi.....	107
Cuadro n° 9: Jerarquización del atractivo Ojo del Quinde.....	107
Cuadro n° 10: Análisis de la Potencialización turística.....	108
Cuadro n° 11: Cuadro de jerarquización de atractivos de la Parroquia de San Pablo del Lago.....	153

TEMA:
**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE
SAN PABLO DEL LAGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE
IMBABURA**

AUTOR: Catherine Diana Chiriboga Mencías

DIRECTOR: Ing. Sonia Lucio

FECHA: Agosto 2013

RESUMEN

La presente investigación empieza por identificar el problema de la Parroquia de San Pablo del Lago que impide el desarrollo de la actividad turística. Posteriormente, se presentan los objetivos general y específicos, con una justificación de la investigación y la relevancia social en la población. En primer lugar se determina los aspectos generales de la Parroquia como: ubicación, población, distribución espacial, temperatura, grupos étnicos, actividades culturales, gastronomía, infraestructura turística en la cual se refiere a todos los servicios básicos, vialidad, transporte público y recolección de desechos, súper estructura del gobierno provincial, cantonal y parroquial, demanda turística. A la vez se realiza un levantamiento de la planta turística del cliente interno y externo, los atractivos turísticos con su respectiva jerarquización. También se toma en cuenta los aspectos generales y la metodología para el levantamiento de atractivos. Se menciona el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, los instrumentos de recolección de datos, descripción de lo que fue el trabajo de campo. Posteriormente se muestra los resultados de las encuestas con gráficos, tablas e interpretaciones; la entrevista al Presidente de la Junta Parroquial Sr. Fausto Proaño y observación de los atractivos para su levantamiento y jerarquización así como también un breve análisis de ello; finalmente se observa las conclusiones y recomendaciones, anexos y apéndices de esta investigación, que se presenta previo a la obtención del Título de Técnico en Guía Nacional de Turismo.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el tema turístico en el Ecuador no ha sido tomado en cuenta a profundidad, por lo tanto esta investigación tiene como propósito principal el diagnosticar el Potencial Turístico de la Parroquia de San Pablo del Lago, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura. Este lugar se encuentra marcado por el desconocimiento del potencial turístico; el cual se puede observar con la contaminación de los atractivos, la falta de servicios básicos, la tala y quema de bosques y páramo. Causado por el desinterés de las autoridades y la comunidad, la migración de personas jóvenes, escases y ausencia de talleres; llevando todo esto al deterioro y posible pérdida total de los atractivos, ausencia de identidad cultural y la completa desinformación del desarrollo de la actividad turística. Por lo tanto el objetivo primordial es el de realizar un levantamiento de la información de la Parroquia para diagnosticar la situación actual y a futuro desarrollar actividades turísticas que mejoren y beneficien a este lugar. Aplicando el método deductivo, la investigación descriptiva realizando encuestas, entrevistas y la observación a personas de la localidad para cumplir con éxito la investigación.

PARTE I. PROBLEMA

I. PROBLEMA

1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El problema a solucionar se concentra en la parroquia rural de San Pablo del Lago, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, localizada al centro norte de los andes ecuatorianos lo cual permite la diversidad de los recursos naturales así como también de los culturales. La misma que desconoce a gran medida de todo el potencial turístico que se podría desarrollar en la zona, tomando en cuenta desde la calidad de su gente, sus tradiciones y fiestas, las artesanías, su danza y música, los mitos y ritos que en muchos de los hogares son transmitidos a través de los años, así también monumentos históricos, gastronomía, vestimenta e idioma.

Este desconocimiento se produce por la falta de atención de los pobladores así como también de las autoridades, la carencia de una investigación correcta y adecuada de los atractivos, la insuficiencia de fondos asignados al desarrollo y avance turístico de la parroquia ocasionando que muchas de las maravillas del

lugar no sean reconocidas por turistas tanto nacionales como extranjeros; teniendo como consecuencia un abandono en el tema turístico que al potencializarlo correctamente podrían mejorar su economía ayudando al progreso en temas como alimentación, educación, salud y vivienda.

Pero en la parroquia de San Pablo del Lago no están al cien por ciento interesados a manejar y desarrollar el ámbito turístico, entonces si no hay desarrollo no hay un buen producto turístico sostenible para ofrecer al mercado turístico nacional e internacional.

Otro problema de la parroquia que se puede observar a simple vista es la falta de señalética turística y vial para el acceso a los atractivos turísticos, por lo tanto no hay visitantes ni tampoco un motivo para cuidarlos y consérvalos según los habitantes.

Pero esta idea es aun peor ya que si no realizan conciencia para cuidar y conservar dichos lugares turísticos en muy poco tiempo ocasionaran la perdida e inexistencia de los mismos, estancando a los turistas nacionales como extranjeros tengan la oportunidad de disfrutar y conocer las maravillas del lugar.

Los habitantes también reconocen que el Lago San Pablo es el único potencial turístico de la zona pero aun así conociendo sobre el lugar no realizan algo para cuidarlo y conservarlo puesto que en las orillas se observa basura y contaminación.

Y por último se pone en evidencia el problema de la falta de información y actualización de datos importantes de la parroquia ya que si un turista interesado quiere información exacta y real del lugar es difícil y casi imposible encontrar algo que motive a visitar y conocer a la parroquia.

Por lo tanto es necesario realizar el diagnóstico del potencial turístico de la Parroquia de San Pablo del Lago para obtener datos reales y exactos de los atractivos aportando al desarrollo de actividades turísticas a futuro para que así la comunidad pueda aprovechar al máximo sus recursos, sin hacerles daño, conservándolos y equilibrando su uso para un mejor bienestar.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El desinterés de la comunidad y autoridades influye en el desconocimiento del Potencial Turístico de la parroquia de San Pablo del Lago?

La falta de interés de la comunidad y autoridades de la Parroquia de San Pablo del Lago; influyen en el desconocimiento de los magníficos atractivos turísticos; su cuidado, protección y manejo responsable para conservar los mismos a través del tiempo y poderlos utilizar en beneficio de la comunidad. Así promocionar de una manera eficaz a la Parroquia logrando obtener mayor número de visitantes del que se encuentra actualmente, al conocer los atractivos se podría desarrollar actividades recreativas de interés para el turista.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 General

Realizar un levantamiento de información sobre el sistema turístico de la Parroquia de San Pablo del Lago, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura para diagnosticar su situación actual y a futuro desarrollar actividades turísticas en beneficio al sector.

1.3.2 Específicos

- Identificar el sistema turístico existente de la Parroquia San Pablo del Lago para determinar su realidad.

- Realizar el proceso de levantamiento turístico sobre la planta turística existente basada en la metodología aplicada para esta fase.
- Desarrollar el proceso de jerarquización y potencialización de los atractivos como alternativas de desarrollo económico para mejorar la promoción del sector.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El tema de investigación propuesto es para conocer el potencial turístico en la Parroquia de San Pablo del Lago; en la cual se puede observar a simple vista un gran problema de contaminación, la falta de servicios básicos, tala y quema de bosques y paramos, todo esto por el desinterés de los pobladores y autoridades, migración de personas jóvenes, y escasos talleres informativos sobre el tema turístico. Con esta investigación se logrará comunicar de los potenciales turísticos con que cuentan y que se debería preservar para que a futuro y con la adecuada ayuda se pueda desarrollar un programa turístico.

1.4.1 Relevancia Social

El presente trabajo de investigación a realizarse será fundamental para la comunidad de la Parroquia de San

Pablo del Lago, ya que obtendrán un conocimiento profundo, actual y real, con ideas nuevas a desarrollarse en los atractivos turísticos que posee el lugar; con el fin de promocionar adecuada y correctamente a los turistas nacionales e internacionales la visita a dichos atractivos, ayudándolos a mejorar y aumentar sus ingresos, para crear programas de salud, educación, vivienda y alimentación, que beneficien de una manera productiva al sector.

PARTE II. MARCO TEÓRICO

II. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La presente investigación se realizará tomando en cuenta los estudios realizados por:

- Los Sres. CRIOLLO ROSERO DARWIN ARMANDO, FICHAMBA LEMA CESAR GABRIEL investigación realizada en el año 2010 cuyo tema fue: "ESTUDIO DEL VALOR CULTURAL DEL PUEBLO KICHWA OTAVALO PERTENECIENTE A LA COMUNIDAD LA COMPANÍA, PARROQUIA EL JORDAN, DEL CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA" de la Universidad Técnica del Norte (Ibarra-Ecuador). Este trabajo se realizó con el propósito de diagnosticar el valor cultural del pueblo kichwa Otavalo, identificando las causas de la pérdida cultural, diseñando eventos tradicionales que revitalice la cultura de los mismos.
- También se contará con la investigación del Ing. Diego García Pozo - Prefecto de Imbabura que fue realizada en el año 2009 y que cuyo tema fue: "INTERVENCIÓN INTEGRAL DEL LAGO SAN PABLO Y ÁREAS COLINDANTES PLANES DE ACTUACIÓN". El presente trabajo fue realizado con el propósito de indicar

y enseñar a los pobladores del cantón otavalo las ventajas y desventajas en temas como: salud, educación, alimentación, vivienda, producción y turismo.

Con la investigación propuesta se puede a futuro desarrollar turísticamente a la parroquia de San Pablo del lago; con planes que satisfagan las necesidades del turista tanto nacional como internacional, generando ingresos valiosos para la evolución de la parroquia.

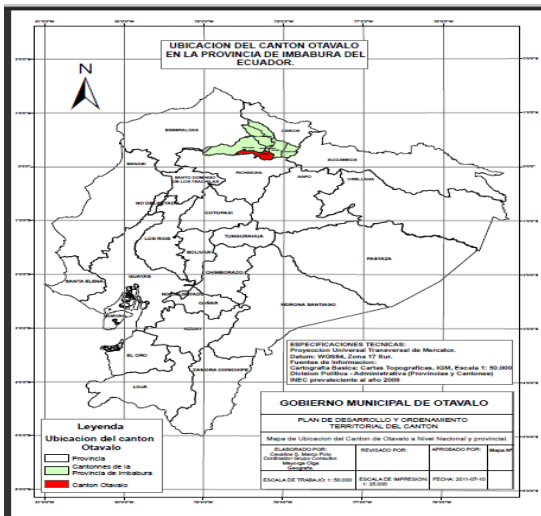
2.2. ESTRUCTURA DEL MARCO TEÓRICO

CAPITULO I DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

1.1. DESCRIPCION DE LA LOCALIDAD

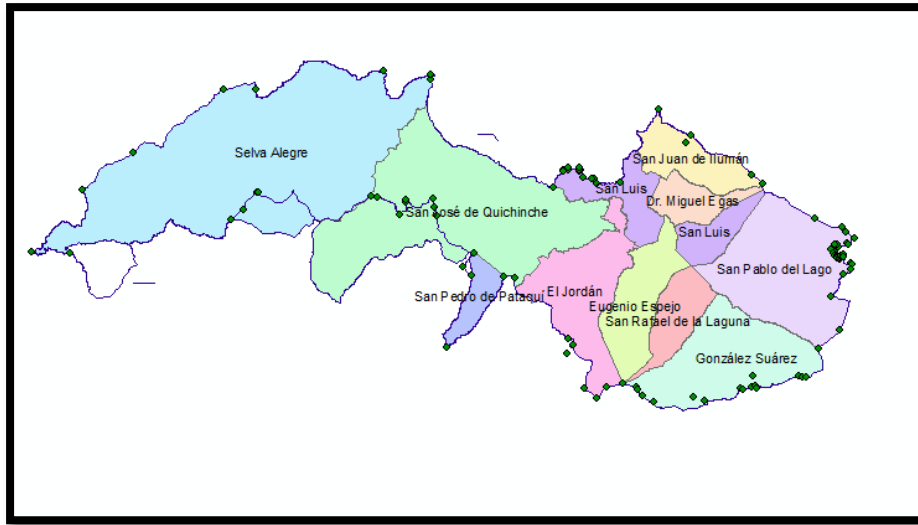
1.1.1 Ubicación

Mapa N°1



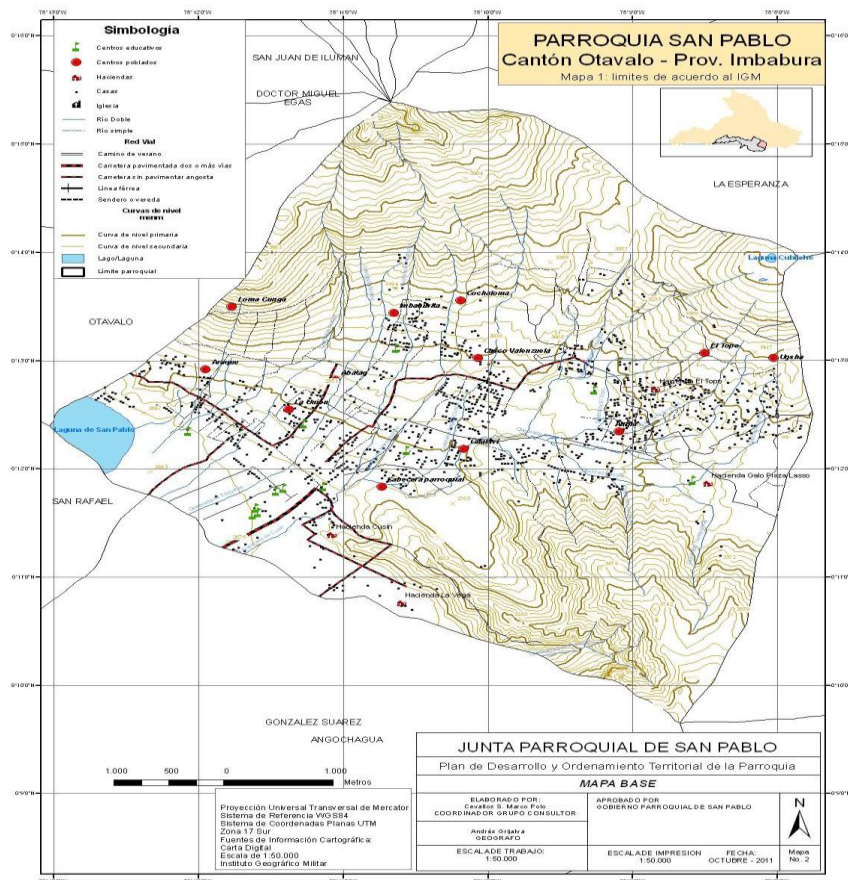
Fuente: Gobierno Municipal de Otavalo

Mapa N°2



Fuente: Gobierno Parroquial de San Pablo del Lago

Mapa N°3



Fuente: Gobierno Parroquial de San Pablo del Lago

Mediante la información proporcionada por la Junta Parroquial, San Pablo del Lago se encuentra ubicado en la Cuenca del Lago San Pablo, al Suroriente de la ciudad de Otavalo, a una distancia de 95 km de Quito y 40 Km de la capital provincial (Ibarra).

San Pablo está situado en la Hoya Central Occidental del Chota, entre los nudos de Boliche al Norte y el Mojanda Cajas al sur. La cadena volcánica de Mojanda- Cusin y el grupo volcánico de Imbabura son los factores de relieve más importantes de la zona, está situado a una altura de 2697 m. sobre el nivel del mar.

Ubicada en las siguientes coordenadas:

- Latitud norte $0^{\circ}12'$
- Latitud sur $0^{\circ}14'29''$
- Longitud este $72^{\circ}15'$
- Longitud oeste $70^{\circ}10'$

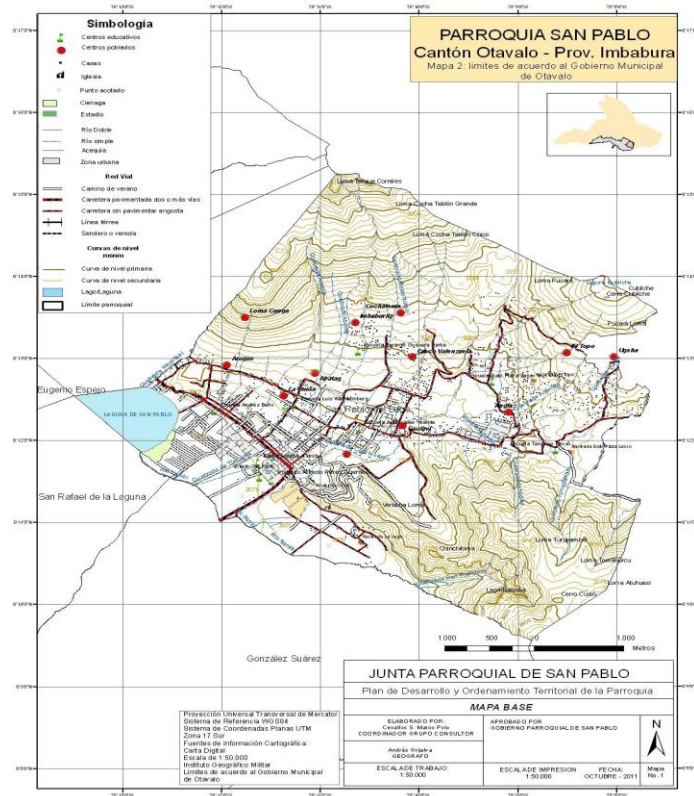
1.1.2 Población

La Parroquia de San Pablo del Lago cuenta con una población de 10.000 habitantes según el censo del INEC 2010.

1.1.3 Distribución Espacial

De acuerdo a la información proporcionada por la Junta, la parroquia tiene la cabecera en San Pablo, y está conformada por las comunidades de Abatag, Angla, Cusimpamba, Gualabí, Cazco Valenzuela, El Topo, Imbabura, Cochaloma, Ugsha y Lomakunga. El casco urbano cuenta con los barrios: Mariscal Sucre, Eugenio Espejo, Central, Colonial, Calluma, Lindo, Brisas del Lago y Bellavista; estos últimos barrios se encuentran en la comunidad de Araque.

Mapa N°4



Fuente: Gobierno Parroquial de San Pablo del Lago

1.1.4 Temperatura

La Parroquia de San Pablo del Lago cuenta con una temperatura que oscila entre los 12°C.y los 19°C.

1.1.5 Grupos Étnicos

Los grupos étnicos con mayor importancia en la Parroquia de San Pablo del Lago son los Otavalos, Karankis, Mestizos, Kayambis. Información recopilada mediante el blog "GRUPOS ÈTNICOS DEL ECUADOR" la cual dice:

LOS OTAVALOS

Idioma: Kichwa y castellano

Ubicación y Territorialidad:

Geopolítica: Se encuentran en la provincia de Imbabura, en los siguientes cantones: Cantón Otavalo, en la parroquia urbana de Otavalo y en las parroquias rurales de El Jordán, Eugenio Espejo, San Juan de Ilumán, San Luis, San Rafael, Miguel Egas Cabezas, González Suárez, San José de Quichinche, San Pablo; cantón Cotacachi, parroquias El Sagrario, Imantag, Quiroga, San Francisco; cantón Ibarra: parroquias Ibarra, Sagrario y Ambuquí y cantón Antonio Ante, parroquias Andrade Marín, San Francisco de Natabuela y San Roque.

Población y Organización Social:

La población se halla organizada en alrededor de 157 comunas Kichwa-Otavalos. Los Otavalos se encuentran organizados, en su mayoría, en comunidades; unas relacionadas fundamentalmente con actividades agropecuarias, otras de tejedores y comerciantes. La familia es monogámica; sin embargo, debido a la actividad comercial que realizan en el ámbito nacional e internacional han adoptado otras formas de organización familiar por contrato o unión libre.

Economía:

La economía de los Otavalos es, prioritariamente, el comercio, nacional e internacional de los productos artesanales, la música, el turismo; en pequeña proporción se dedican a la agricultura. Producen la cerámica en Rinconada y la cestería en Rumipamba.

Los Otavalos tienen una larga tradición comerciantes; antiguamente a los mercaderes se los denominaba "mindaláes", desarrollaban su actividad bajo el control cacical y estaban sujetos al pago de tributos en oro, mantas y chaquiras de hueso blanco. Si bien los mindaláes constituían una élite especializada en el comercio e intercambio, el resto de la gente

también comercializaba e intercambiaba productos para satisfacer sus necesidades. Otra particularidad es la de ser tejedores. Si bien todos los pueblos indígenas habían desarrollado el conocimiento textil, la mayoría de ellos se limitaba a producir para el autoconsumo; por el contrario, la actividad textil es la principal fuente de ingresos, desde el mercado, del pueblo Otavalo.

Costumbres:

El Inti Raymi, fiesta del Sol, se realiza en homenaje y agradecimiento a la Madre Tierra por las cosechas recibidas, por el solsticio de verano. De todas las fiestas kichwas, el Inti raymi constituye uno de los monumentos culturales vigentes que ha logrado reciclar sistemas como la invasión, la colonia, y la república, sistemas dictatoriales y democráticos que en su momento intentaron extirpar la vigencia de esta tradición.

Vestimenta:

MUJER: Los atuendos que utilizan las mujeres otavaleñas son muy hermosos y llamativos que han hecho que sean muy conocidas por su belleza.

CAMISA.- Las camisas bordadas fueron introducidas en los años 50 como influencia española sin embargo la

hemos tomado como parte de nuestra identidad. Es una prenda de color blanco que llega hasta los tobillos cuyo pecho y mangas son bordados con hilos multicolores que representan las flores y plantas de nuestra madre naturaleza, sirven como blusa y enagua.

ANACO BLANCO.- Antes que el Inca llegara, las mujeres utilizaban una manta de algodón grande que daba 2 vueltas al cuerpo prendido con unos prendedores de plata o cobre llamados "tupu". Después que el Inca llegó trae unas mantas rectangulares de algodón en cuyos bordes tienen bordados de colores, se los envuelve alrededor de la cintura el cual refleje el aspecto sagrado de la mujer.

ANACO NEGRO.- Pieza rectangular que va sobre la manta blanca con bordados de colores como: a) Árbol: Representa el árbol sagrado y mitológico del lechero en donde se realizan cultos a los dioses. b) Kinku : Este bordado , simboliza el mar . c) Rayas.- Representa la tierra de nuestra madre naturaleza.

MAMA CHUMBI.- Faja grande, elaborada con el alma de cabuya y lana roja que simboliza la fuerza, tiene 12 cm. de ancho y 1,50 mtrs. De largo, los bordes suelen ir con un adorno de color verde presentando así una combinación llamativa, además permite que las mujeres

tengan fuerza, se lo coloca en la parte céntrica de la mujer.

CHUMBI.- Su ancho es de 5 cm. por 3 mtrs. de largo, tiene hermosas figuras de uno o varios colores se los fabrica en telares horizontales que da seis o siete vueltas sobre el mama chumbi dando una forma femenina al cuerpo.

FACHALINA.- Paño blanco o negro de dos varas de largo que va sobre la camisa sostenida en la parte superior mediante un nudo o con prendedores de cobre o plata. Tiene 2 formas de ponérselos a) Sujetado al pecho, demuestra elegancia. b) Sujetado al hombro, es para realizar las tareas del hogar con facilidad y comodidad.

HUMA WATARINA.- Es una prenda de lana de color negro con franjas blancas el cual representa el equilibrio, la dualidad, es decir el "par" hombre-mujer, día-noche ya que en la cosmovisión andina todo ser tiene su pareja. De igual forma protege del sol y del frío, se envuelve en la cabeza a manera de turbante, cuando están con sombrero un extremo de este cubre la cabeza y queda bajo el sombrero y el resto cuelga hacia la espalda. Otra manera de ponérselo también es en forma de pirámide esto es para protegerse

del sol cuando van a cosechar los frutos de la tierra o trabajo en la misma. REBOSO.- E s una manta que puede ser de cualquier color lo utiliza para cargar en su espalda a los guaguas, las compras del mercado y otros.

Sirve para protegerse del frío o también como símbolo de elegancia, por lo general lo utilizan las mujeres casadas.

ALPARGATE.- Son elaborados a base de hilo y cabuya, las mujeres siempre utilizan los colores oscuros como el negro o azul marino, ayuda a proteger los pies.

GUALCA.- Son mullos dorados que se lo coloca alrededor del cuello en numerosas sartas adornados con corales o mullos finos, demuestran el maíz y la riqueza de nuestra tierra.

OREJERAS.- Son semejantes que las gualdas, realizadas por tres sartas de mullos y cuentas, los extremos se unen en un nudo el mismo que se sujeta con un cordón en forma de círculo, lleva moneda de plata antigua o crucifijo; se sujeta sobre el pabellón de la oreja y se cuelgan hasta los hombros, se los utiliza para ocasiones especiales o fiestas.

MANILLA.- Por lo general son mullos de color rojo o corales finos que se los ponen en las muñecas, permite que las mujeres tengan fuerzas en sus manos para poder trabajar en la tierra.

CINTA.- Es una fajilla que sirve para agarrar el cabello de las mujeres, antiguamente solo utilizaban las mujeres de alta posición económica pero en la actualidad utilizan las mujeres de toda posición social. ANILLO.- Son de bronce, antiguamente las mujeres lo llevaban puestos en todos los dedos de la mano con el pasar del tiempo ya no es tan común.

SOMBRERO.-Se implantó con la llegada de los españoles, son de paño y color blanco lo utilizan solamente en ocasiones importantes.

HOMBRE.- Desde los tiempos antiguos el hombre otavaleño ha utilizado un vestuario sencillo y práctico.

CAMISA.- Son de color blanco con mangas largas con los puños y cuello en una tela más fina; refleja la limpieza espiritual de la persona.

PANTALON.-En los años 70 se introdujo el pantalón actual como copia de los pantalones de lo blanco mestizos, sin embargo se respeta el color blanco que es

parte de nuestra identidad; es de lienzo blanco, ancho, llega hasta más debajo de las rodillas y con un cordal para ceñirse en la cintura, refleja la limpieza espiritual del hombre.

PONCHO.- Se los ha elaborado basándose en el modelo de las montañas andinas. Son de lana o paño tejidos en telar de mano con colores oscuro, pueden ser lisos o figuras cuadradas, protege del frío de las montañas andinas. Doblados en el hombro demuestra la elegancia del hombre indígena otavaleño.

ALPARGATE.- Solían traer hojotas que es una cierta atadura sobre la suela del alpargata, de manera que solo tenían guardada la planta del pie, ahora tienen el mismo diseño que la mujer con la diferencia de que el hombre siempre utiliza el color blanco, ayuda a proteger el pie.

SOMBRERO.- Son de paño generalmente de color obscuro negro o café, se colocan encima de encima de la cabeza como una sombrilla que protege del sol.

TRENZA.- Antiguamente el indígena otavaleño lo dejaba crecer el cabello por delante y por detrás atándose un hilo a la cabeza en el que metían el cabello para poder ver. Ahora el indígena otavaleño se

caracteriza por su trenza larga que va sobre la espalda para lo cual utiliza un cordón y así se mantiene con su peinado durante todo el día.

Tanto la vestimenta de la mujer como de los hombres kichwa otavalos han pasado a ser como trajes de lujo por lo que solo en los actos muy importantes se visten con toda la vestimenta típica, mientras que los días normales se visten como cualquier mestizo por lo que el vestido normal de los mestizos se ha adoptado como una necesidad obligada de ahorro de dinero.

LOS KARANKIS

Idioma: Kichwa y castellano

Ubicación y Territorialidad:

Los Karanqui están ubicados en la Sierra Norte, provincia de Imbabura, en los siguientes cantones: Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochahua, Caranqui y San Antonio; Antonio Ante, parroquia Andrade Marín; Otavalo, parroquia San Juan de Ilumán y Pimampiro, parroquias Mariano Acosta y San Francisco de Sigsipamba. Los Karanqui ubicados en esta última parroquia se encuentran en proceso de definición de su identidad.

Población:

Aproximadamente 6.360 habitantes, organizados de 49 comunidades.

El Pueblo Karanki está organizado por comunidades (comunidades); la máxima autoridad dentro de cada comunidad es el Concejo de Cabildo. Existen también asambleas comunitarias, directivas de asociaciones y cooperativas de diversa índole.

Economía:

La actividad de la que vive el pueblo Karanki es la agrícola; en los cerros o lugares altos cultivan productos de acuerdo con el clima frío como el trigo, cebada, papas, ocas; en los terrenos que se encuentran en las partes más bajas cultivan maíz.

Vestimenta:

La mujer con blusa bordados en los cuales impreso dibujos bordados de planta y aves. La pollera confeccionado de tela insulana, La chalina confeccionado de algodón o lana de borrego, en sus pies llevan alpargatas de caucho y alpargatas de tipo Otavalo, poseen sombreros, fajas de 3 metros de longitud y 10 centímetros de ancho esto tejido en telares vestimenta."

LOS KAYAMBIS

Idioma: Kichwa y castellano

Ubicación y Territorialidad:

El pueblo Kayambi habita en la región de la Sierra, en el norte de la provincia de Pichincha, sur de la provincia de Imbabura y al oeste de la provincia de Napo, ocupando un tramo de la Cordillera Central de los Andes. En la provincia de Imbabura: cantón Otavalo, parroquias González Suárez y San Pablo y cantón Pimampiro, parroquias Pimampiro, Chuga, Mariano Acosta y San Francisco de Sigsipamba.

Población y Organización Social:

La población estimada es de 147 000 habitantes, de los cuales aproximadamente 120 000 se encuentran en la provincia de Pichincha, 27 000 en la provincia de Imbabura y 350 en la provincia de Napo. La población está organizada aproximadamente 131 comunas.

Economía:

Las principales actividades económicas están relacionadas con la agricultura, la ganadería de leche y productos artesanales.

Costumbres y Fiestas:

La Fiesta De San Pedro Y Las Entradas: Desde 1533 en que los españoles ingresan al territorio del Reino de Quito y en el nombre de la Cruz y su religión inició un proceso de grandes cambios e imposiciones a las costumbres de nuestros pueblos aborígenes.

Vestimenta:

Conservan su propia vestimenta, que es variada y diversa en las diferentes zonas en las que existe. Entre la principal indumentaria de los Kayambis está el sombrero rojo, poncho rojo, pantalón blanco, alpargatas, cinta en el cabello.

Las mujeres utilizan un anaco plizado muy finamente de diferentes colores que combina con el bordado de las blusas y un sombrero.

MESTIZO

En el Ecuador existe un producto de mezclas de distintas razas como es el mestizo que proviene entre un español y un indígena. Este grupo es el que vive mayoritariamente en las ciudades del Ecuador.

1.1.6 Actividades Culturales

Según la información recibida de la Junta Parroquial las actividades son las siguientes:

- **Inti Raymi**

Fiesta considerada como lo más importante a nivel de las comunidades indígenas, y barrios aunque en estos últimos años se ha ido cambiando el sentido de la festividad, hasta los años 90 eran importantes los días 23 de junio es la víspera anteriormente se celebraban a nivel de las comunidades, el 24 de junio en Pusaco (actual estadio de San pablo del lago) donde las comunidades se toman la plaza, el 25 de junio en Calluma, el 26 de junio en Abatag, el 27 de junio en Araque y 28 de junio en la comunidad del Chilco; durante estos días las galladas de bailarines de las comunidades tanto de la misma parroquia y de la parroquia de González Suárez acuden a las concentraciones en los sitios indicados, luego de las concentraciones las galladas de bailarines bailaban de casa en casa cantando sus coplas tradicionales y tocando sus instrumentos principalmente la guitarra en su ritmo natural.

Para la festividad las familias de las comunidades se preparan con anterioridad, alistando su ropa, la bebida propia que es la chicha, el mote o cualquier otra comida y engordando a los animales para obsequiar a los bailarines que cobran las primicias o diezmos.

Los mayores bailaban con zamarros, campanillas, tundas. El baile con el zamarro sigue vigente hasta la época actual, incluso suelen usar esta vestimenta las mujeres con un criterio más liberal. Los instrumentos ancestrales fueron remplazados con guitarras, violines, y otros más modernos. Sin embargo las coplas año a año son modificadas y cantadas tanto por los hombres y por las mujeres, como característica propia del pueblo Kayambi.

- **Rama De Gallos**

Una de las fiestas más importantes para el pueblo kayambi, que empieza a partir del 24 junio, puede durar hasta finales del mes de agosto. Es una fiesta de unidad familiar y comunitaria; los priostes primero invitan a la fiesta de "gallo caldo" que consiste en preparar el gallo arrancado de la rama y otros gallos más, hacer la sopa y compartir con los familiares, compadres, vecinos, amigos y otros invitados. Los que comieron esta sopa quedan comprometidos en acompañar a

los priostes el propio día de la fiesta donde los priostes llevando un gallo, una jaba de cerveza y una cubeta de huevos.

Los truenos y voladores es un aviso e invitación al evento, el prioste el propio día va a dejar los gallos acompañados de música de banda, orquesta, discomóvil o dependiendo de su posibilidad económica, hacen la entrega de doce gallos por año en el lugar donde cogieron eso es generalmente en las casas comunales y otros espacios públicos; actualmente los dirigentes de las comunidades o de las juntas de agua se convierten en las contrapartes de esta tradicional fiesta, ya que en años anteriores fueron los patrones o dueños de las haciendas. Para ello los priostes tienen que preparar toda la parte logística y alimentación para los invitados a más de la música y otros gastos que implica en realizar esta fiesta.

A nivel de la parroquia de San Pablo del Lago la Rama de Gallos con el mayor protagonismo es en la comunidad de Araque, donde año a año reciben cerca de 30 ramas anuales, cada rama es de 12 gallos, entonces la comunidad estaría recibiendo 360 gallos al año aproximadamente, mismos que posteriormente son vendidos

y esos fondos sirve para alguna gestión de la comunidad.

La población urbana de la parroquia su participación en esta festividad es mínima, en relación a la parroquia vecina de González Suárez, salvo unas pocas familias y el crecimiento de las religiones como el evangélico, pentecostés y otros en las comunidades ha disminuido el nivel de manifestaciones culturales; relativamente el consumo de alcohol lo cual es positivo por un lado.

- **Las Pascuas**

Esta celebración se lo realiza el día domingo de resurrección de cada año, en las comunidades de San Pablo del lago, los ahijados y ahijadas ese día acuden donde los padrinos a pedir la bendición, para ello van llevando el mediano, que consiste en gallinas, cuyes, papas y huevos cocidos, el padrino a cambio les regala ese día ropa, herramientas o algún animal para que haga crecer y reproducir en su casa.

- **El Wasipichay**

Una tradición muy importante que está en procesos de recuperación, el wasipichay es un ritual que se realiza en las comunidades indígenas. El ritual empieza una vez

concluida la construcción de una casa nueva es necesario limpiar la casa y ahuyentar con agua vendita, flores de diversos colores a las malas energías que pueden existir. En la casa nueva se pone una teja adornada de diversos colores como señal de orgullo por el objetivo alcanzado por la familia y llenan de alegría a la vivienda que va a ser habitada.

Para esta ocasión especial se elige un padrino y madrina, quienes dirigirán el proceso del wasipichay. Inician barriendo la casa y se vota caramelos, habas tostadas, se suelta cuy, gallina de ambos sexos que significan abundancia y reproducción para el nuevo hogar y superación económica de la familia.

Se requieren de esteras, escobas, ramas de izo, puvian, ortiga y flores para barrer las basuras que se acumuló durante la construcción, mismas que generan malas energías y los padrinos hacen la limpia y una vez barrido la casa los dueños de casa y familiares son botados fuera de la casa, para de esta manera entregar una casa totalmente limpia de malas energías y llena de suerte, buena energía, alegría y deseos de superación a la nueva familia que habitará la vivienda.

La música es propia y única para la ocasión, constituida por acordeón, guitarras y wiro, los ritmos

que emiten estos instrumentos alegran a los dueños de casa, padrinos y acompañantes quienes bailan en la casa nueva.

- **Fiestas Parroquiales**

En la población mestiza de la parroquia, entre los eventos que les identifican, son las fiestas de parroquialización, que se realiza en el mes de octubre de cada año, siendo el Patrón San Pablo el personaje principal como también el capitán de toros, actualmente estos personajes ya no son visibles dado que la fiesta en sí es organizada por la Junta Parroquial, se ha convertido más como en una festividad cívico cultural, donde más participan las comunidades cercanas a la cabecera parroquial.

- **Fiesta De La Virgen Del Quinche**

También como la fiesta más importante en la religiosidad de la población de la comunidad de Araque, esta festividad se da entre el segundo mediado noviembre y el primer mediado de diciembre, siendo parte tradicional de la festividad el salve y la misa en honor a la virgen del Quinche; los priostes están organizados por barrios, por agrupaciones culturales y deportivas o por familias que desean ser priostes,

igualmente en estas fechas se unen las familias que se encuentran fuera de la parroquia, muchas veces son los priostes.

- **La Muerte**

La muerte de una persona en el pensamiento de los indígenas es ir a vivir en el otro mundo junto a otros seres queridos que ya se adelantaron, por tanto cuando una persona fallece, se acostumbra a enviar todos los utensilios de cocina, utensilios de aseo y prendas de vestir que en vida utilizaba, además se envía dinero y comida para su largo viaje.

En las comunidades existe mucha solidaridad, cuando hay una muerte, todas las personas llevan granos como maíz, cebada y otros alimentos, también llevan sal, azúcar, fideos, panes, galletas, caramelos, velas y flores, generalmente el fallecido permanece en su casa durante dos noches.

La noche del velorio (última noche) como parte de la solidaridad, los familiares o ahijados varones, del difunto o difunta, suele llevar una colada de dulce, mismo que es compartido con todos los acompañantes , mientras más familiares o ahijados varones haya tenido el difunto/a, esta comida es más abundante esa noche.

Por otro lado esa noche se realiza juegos muy característicos y tradicionales, mismos que se lleva a cabo a partir de las doce de la noche, entre los principales juegos están: la curikinga, nombre que se da a una persona en esta noche cuando esta persona procede a tomarse las carnes que están en las ollas de la cocina; el cuskunku, juego en el cual los participantes suben a los árboles o tapiales y gritan que cuando un compañero de la comunidad fallezca, a partir de esa noche las esposas quedarán a cargo de los vecinos y al final de cada frase repiten la frase cusskunnnguuuu; gato, el nombre que se da a una persona que roba una presa de carne de los platos que están sirviendo a los acompañantes, río, los participantes se sientan en dos hileras de frente en frente zapateando, la otra persona pasa por el medio cargando a otra persona, compra de cebolla, los participantes se sientan haciendo una hilera, agarrando de la cintura al compañero de adelante, mientras que al frente están dos personas haciendo uno de comprador y otro de vendedor, cachi carga, una persona imita al burro y dos personas a los quintales de sal, quienes cruzan los pies sobre la espalda de la persona que imita al burro quedando colgado a cada lado. Al tercer día todos se trasladan a enterrar al difunto llevando

comida, gaseosas, bebidas , todo esto se junta en una sola mesa, antes de servir el rezador/a hace una oración y luego se sepulta al fallecido; luego de ello los familiares del difunto/a invitan a todos los acompañantes a la casa y brindan comida y bebida. Para ello generalmente suelen sacrificar animales como vacas y oveja, que al mismo tiempo fue del difunto/a.

El día 2 de noviembre de cada año las familias tanto urbanas como rurales planifican la visita a los cementerios del casco parroquial como de la comunidad de Angla; llevando flores, coronas y las familias indígenas llevando comida a fin de compartir con los seres más queridos que ya partieron. Para la fecha la mayoría de los hogares y familias preparan su comida típica de temporada como es el pan, colada morada, champús, chuchuca mote, otros alimentos, mismos que son preparados con unos días de anticipación, y también son consideradas como parte de la gastronomía local.

1.1.7 Gastronomía

La Parroquia de San Pablo del Lago cuenta con una oferta gastronómica en cuanto a Tilapias se refiere, ya que se ofertan al público varios platillos con las mismas. Siendo aun más importante: El yamor, datos

recopilados de la web "FIESTAS DE OTAVALO" que dice lo siguiente:

EL YAMOR BEBIDA OTAVALEÑA

Agosto y Septiembre es la época donde se evoca con alegría las bondades de la naturaleza entorno a las diferentes clases de maíz, a la tradición impregnada en la religiosidad popular, a la degustación gastronómica, al espíritu festivo de mujeres y hombres orgullosos de afincarse en suelo.

El Yamor representa la identidad cultural de un pueblo, que vivió y vive enamorado de su monte, de sus lagos. El Yamor es siembra, es cosecha, es laboriosidad, es cultura, es tradición, pero sobre todo es existencia.

La veneración a la Santísima Madre de Jesús, María, Patrona de Otavalo desde 1863 con la advocación de Virgen de Monserrat es una devoción que en Otavalo viene realizándose desde hace muchísimos años y que, con algunas variaciones, hoy se conoce como la Fiesta del Yamor, festividad que en el aspecto religioso tiene una indudable raíz mestiza.

La bebida tradicional de las fiestas del Yamor en Otavalo es la chicha, elaborada en base a diferentes tipos de maíz, según la historia se debe reunir:

- Maíz blanco,
- Maíz negro,
- Chullpi,
- Canguil,
- Morocho blanco y amarillo.

Todos en iguales cantidades, secos al sol, tostados y molidos, entre los ingredientes se incluye también el jauri (maíz quemado). Esta harina diluida en agua se lleva a ebullición durante dos a seis horas; se cierne y se hace fermentar en un tonel de madera. Para servirse, se añade azúcar o miel de panela. Esta bebida es muy típica por su sabor y por sus propiedades tonificantes y enervantes.

LA LEYENDA

Una leyenda del Yamor, cuenta que "Taita Imbabura", Rey y máxima autoridad de la comarca, resolvía sabiamente los problemas de la región. Estaba casado con una mujer muy bondadosa, bella y blanca como la luna, con ojos azules y limpios.

Ante ellos se presentó un día Pacarina, una muchacha de 15 años, flor de capullo y cuya piel era tersa. Les narró su pena de amor. Estaba enamorada de un joven fuerte y erguido como una caña. Cortés y educado pero no le correspondía con su cariño. Al contarles sollozaba como una tórtola herida.

Taita Imbabura y su esposa, para satisfacer los deseos de Pacarina, le transformaron en Ñusta del Maíz, y le ordenaron que cuando haya pasado el solsticio fuera a los cuatro puntos cardinales de la comarca y cosechara diez mazorcas de las cuatro clases de maíz: en el norte maíz dorado y duro. En el sur Morocho. En el este Chulpi. Y en el oeste Canguil. Una vez recogidos, le dieron instrucciones para cocinar los granos. De allí saldría una bebida, una especie de filtro de amor, que al beberlo el inconquistable Jatún Cuncay caería a sus pies.

Así fue como ocurrió, Jatún Cuncay bebió el Yamor y ante sus ojos iluminados apareció una joven con un hermoso talle y trenzas esmeradamente perfumadas con romero. El amor había florecido entre estos dos jóvenes al amparo del Yamor, que es canto e himno en homenaje al maíz.

1.2. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Gracias a los datos proporcionados de la Junta Parroquial se detallara lo siguiente:

1.2.1 Servicio De Agua Entubada

El agua para consumo humano se toma de la Rinconada en un 100%, ya por 50 años, se capta directamente de la quebrada no de la vertiente, esto lleva ser un problema para la salud ya que la toma directa no tiene ningún tipo de cuidado.

Hacen falta estudios red de conducción, ya que existen varios cortes de agua en el año y en espacial en verano, época seca del año. El servicio de agua para consumo humano está administrado por el GMO.

En las comunidades, el manejo del agua para consumo humano está administrado por las Juntas de Agua, de la misma manera que el área urbana es entubada y clorada, la cobertura es del 70% y existen cortes pasando un día o cada dos días, la vertiente es de los páramos del cerro Imbabura. Su costo aproximado es de 2,00 dólares mensuales, cubriendo los gastos de mantenimiento.

1.2.2 Servicio De Energía Eléctrica

La parroquia cuenta con una amplia cobertura de electrificación en las viviendas que alcanza el 94,99% según censo 2010. Sin embargo la electrificación pública en calles de comunidades y casco urbano tiene poca cobertura, así en las comunidades de Araque, Angla y Gualaví el 50% de las vías están iluminadas, La Unión y Abatag tiene una cobertura del 80% del servicio de alumbrado público, mientras que las demás comunidades carecen de este servicio, y en la parte urbana de la parroquia presenta también el 50% de alumbrado público, con la dificultad de que no hay mantenimiento a las bombillas.

1.2.3 Servicio Telefónico

El sistema de comunicación en la parroquia es mediante el servicio de telefonía fija de la Corporación de Nacional de Telecomunicaciones (CNT), con una cobertura del 32,28% que corresponde a 790 familias a nivel parroquial.

Disponen del servicio de telefonía fija aunque no con cobertura total las comunidades de Cusimpamba, Angla, Gualaví, La Unión, Abatag, Cazco Valenzuela, Ugsha, Araque, El Topo y el casco urbano de la

parroquia; mientras que el 67,72% de las familias no cuentan con este servicio, observándose que debido a la falta de telefonía fija existe mayor uso del servicio de telefonía móvil de las empresas CLARO y MOVISTAR con un número de usuarios de 1650 que corresponde al 67,42% del total de familias de la parroquia.

1.2.4 Servicio De Internet

La conectividad a través del internet es mínima, en la parroquia existen varios lugares privados que ofertan este servicio, además de un Infocentro implementado en la Junta Parroquial para servir a la población.

1.2.5 Vialidad

El área urbana tiene como infraestructura vial 15160,00 m, de los cuales el 10% son de tierra, el 48% son empedradas, el 15% adoquinadas y el 25% restante corresponde a asfalto, es evidente el mejoramiento de las vías, pero es prioritario el cambio del sistema del alcantarillado para poder ejecutar cualquier tipo de obra vial.

1.2.6 Transporte Público

Las compañías y cooperativas que prestan servicio de transporte son Otavalo, Los Lagos e Imbaburapak.

- A las comunidades de Cusimpamba, Gualaví y Angla llega la cooperativa Otavalo con una frecuencia de 45 minutos.
- A Cusimpamba, Gualaví Alto, Casco Valenzuela y El Topo llega la cooperativa Otavalo con frecuencias de 45 minutos en la mañana y 90 minutos por la tarde.
- La Unión, Abatag, Imbaburita y Cochaloma es atendida por la cooperativa Imbaburapak con 3 turnos al día.
- Mientras que a las comunidades de Araque, Lomakunga, La Unión y Abatag llegan las cooperativas Otavalo, Los Lagos e Imbaburapak con un intervalo promedio de 10 minutos.
- Al casco urbano de la parroquia llegan las cooperativas Otavalo y Los Lagos con una frecuencia de 5 minutos.

Cabe mencionar que también prestan servicio de transportación interna la Cooperativa de Camionetas de Carga Liviana San Pablo del Lago y la Cooperativa de Taxis Cabañas de Lago.

En lo referente a la señalización vial se observa que no hay la señalización adecuada, las empresas de

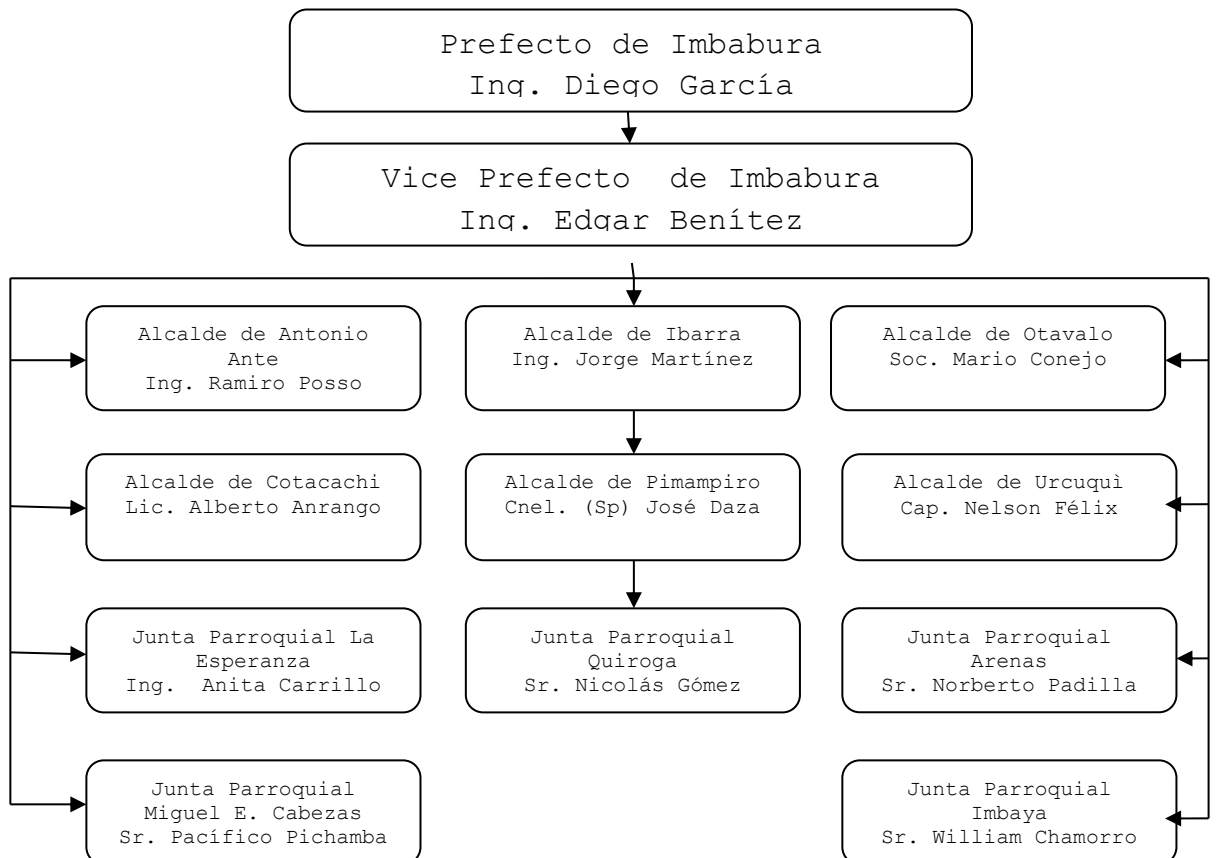
transporte tienen como parada principal el parque central.

1.2.7 Recolección De Desechos

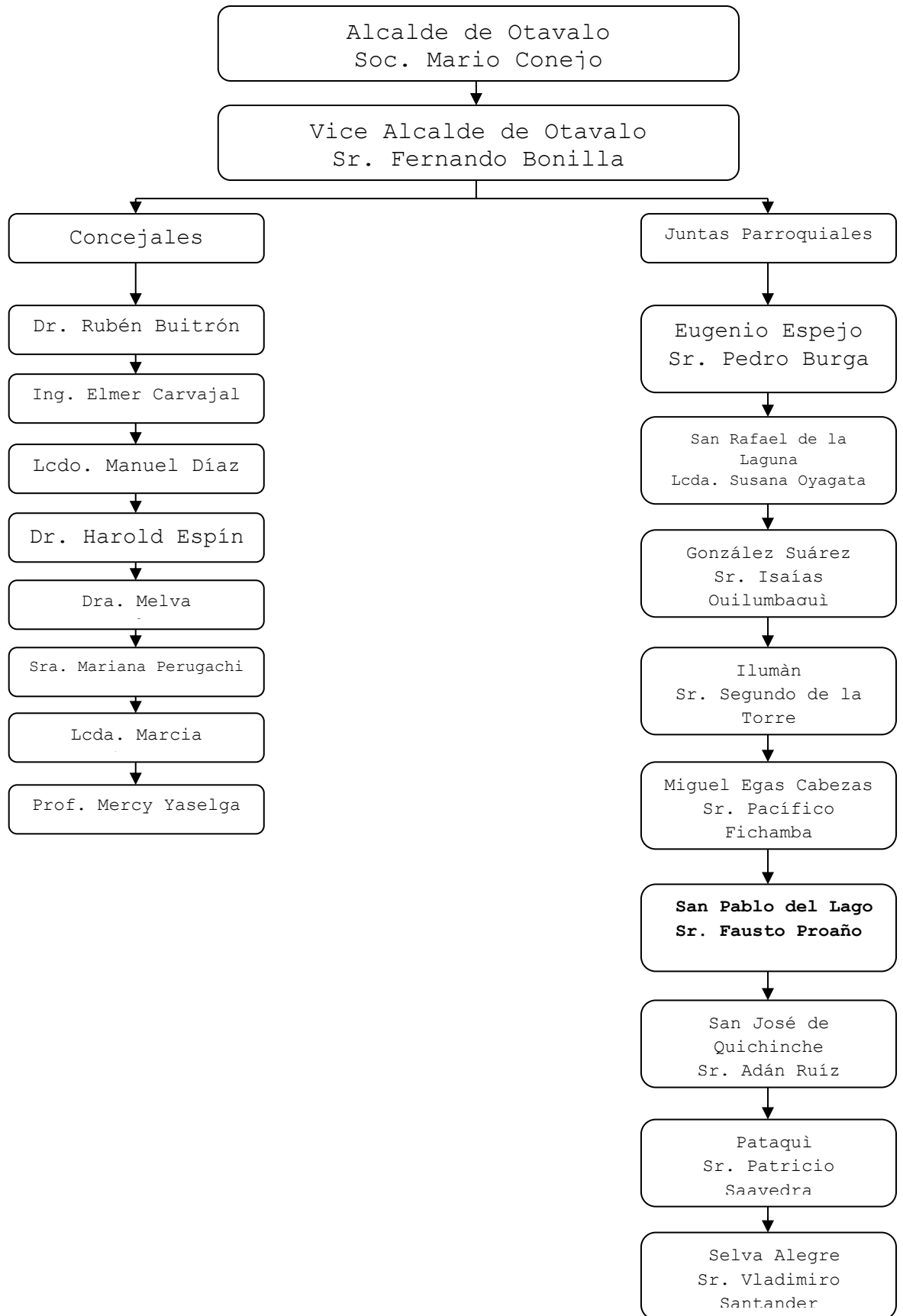
Esta atendido en un 60% siendo el horario a las 6 pm los días Lunes y Viernes solo la basura inorgánica y el día Miércoles la basura orgánica.

1.3 SUPER ESTRUCTURA

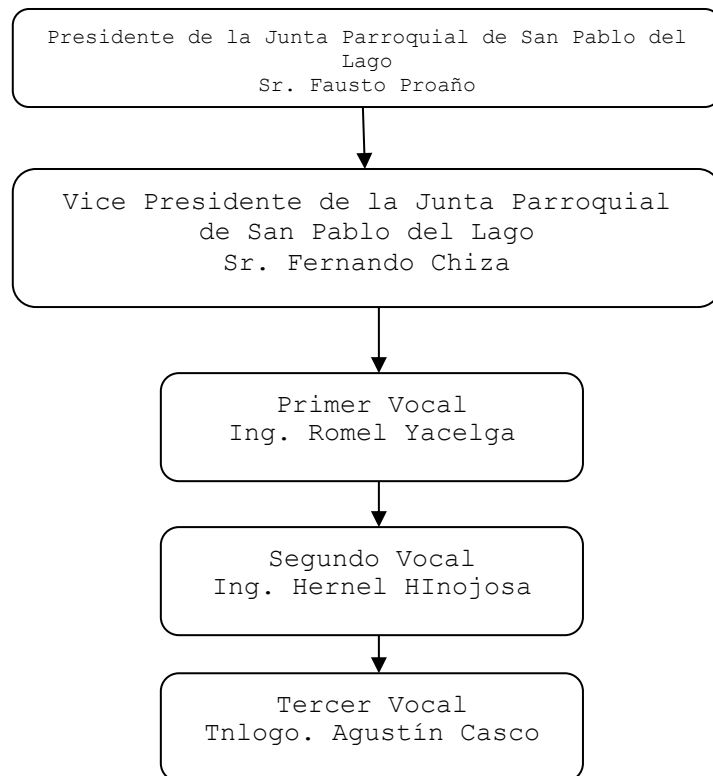
1.3.1 Gobierno Provincial



1.3.2 Gobierno Cantonal



1.3.3 Gobierno Parroquial



1.4 DEMANDA TURÍSTICA

1.4.1 Cliente Interno

La demanda del cliente interno es decir el turista nacional para dirigirse a la Parroquia de San Pablo del Lago se basa en la visita semanal o mensual de personas y familiares originarios de este lugar; en muchos de los casos bajan por rodear terrenos, realizar siembras y cosechas de varios productos, por pasar un momento familiar alejados de la ciudad, y por fiestas; casi siempre este tipo de visitas se realizan los fines de semana y feriados, no entre semana por las diversas ocupaciones de los visitantes.

1.4.2 Cliente Externo

La demanda del cliente externo es decir el turista internacional para dirigirse a la Parroquia de San Pablo del Lago se basa en la promoción de lugares turísticos privados como haciendas y hosterías las cuales ofrecen variedad de actividades, en primera categoría y para todos los gustos, sin tomar mucho en cuenta a los atractivos de la Parroquia sino que a los atractivos más renombrados de la Provincia. Por este motivo se tiene una visita constante de todo el año a la Parroquia pero sin visitar sus atractivos propios.

CAPÍTULO II ACTUALIZACIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA

2.1. LEVANTAMIENTO DEL ATRACTIVO TURÍSTICO

2.1.1. Aspectos Generales para el Levantamiento de la Información

Inventario de Atractivos

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación, en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

Los Atractivos Turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

Facilidades Turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las

instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica turística.

Objetivos

La metodología permite utilizar los criterios para el registro de la información sobre los atractivos turísticos. Posibilitar, además brindar tanto a las entidades públicas como privadas ligadas al turismo, información actualizada de la localización de atractivos, su calidad, facilidades de acceso y disfrute de su entorno, a más de una evaluación y valoración de los mismos por sus características.

Sobre Zonificación del Espacio Turístico

La metodología del zonificación del espacio turístico del Arq. Roberto Boullón, presenta algunas categorías, las mismas que se definen a continuación:

“Zona Turística: La mayor unidad de análisis del espacio turístico, cuyas características son la de contar con por lo menos 10 atractivos turísticos y dos centros turísticos, más la planta e infraestructura turísticas necesarias”.

“Área Turística: Son las partes en las que puede dividirse una zona, cuyas características son contar

con un mínimo de 10 atractivos y un centro turístico, más planta e infraestructura turísticas necesarias”

“Centro Turístico: Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turísticos. Tiene un radio de influencia de 2 horas distancia tiempo y puede clasificarse en centros de distribución, de estadía, de traslado y de excursión”.

“Centro Turístico de Distribución: Un centro turístico que por sus características de ubicación y conectividad, permite una permanencia corta hasta lograr una conexión de transporte para completar una ruta o para dirigirse a un determinado destino”

“Centro turístico de excursión: Es un centro turístico que es visitado por menos de 24 horas, es decir en el que los visitantes no pernoctan”

“Complejo Turístico: Es una agrupación mayor o igual que la de los centros turísticos pero de mayor jerarquía, su conformación es poco frecuente, y requiere de uno o más atractivos de la más alta jerarquía e insume una permanencia igual o superior a tres días (dos noches). Llega a ser una derivación de

un centro de distribución que alcanza un orden superior”.

“Unidad Turística: Es una población pequeña cuyo actividad turística está basada en uno o varios atractivos cercanos, que puede presentar las características de una pequeña aldea”.

2.1.2. Metodología para el Levantamiento de la Información

Introducción

El turismo es una actividad que genera un importante crecimiento económico a nivel mundial con la gran diferencia de que esta no contamina como algunas y mas bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla. En el caso del Ecuador esta actividad perteneciente al cuarto sector de la economía ecuatoriana, que ha influido en los últimos treinta años en el desarrollo del país.

El turismo es una actividad esencial de las naciones por sus consecuencias directa a los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para las relaciones internacionales. La misma se puede convertir en la actividad exportadora de servicios que mayores

ganancias genere en un país, si es bien administrada y explotada, además de que el turismo genera en si todo un efecto multiplicador en el aparato productivo, ya que permite desarrollar empleo en diversas actividades, es decir estimula para que se dé un encadenamiento intersectorial para inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

Con la realización de este proyecto se facilitara una herramienta para la población de la Parroquia de San Pablo del Lago para que puedan desarrollar la actividad turística de forma sustentable y sostenible en el sector y esto pueda mejorar el estilo de vida de sus habitantes, y que el gobierno local y la empresa privada puedan contar con la población de la Parroquia de San pablo del Lago como un atractivo mas dentro de los destinos tanto de la parroquia como de la provincia

Marco Teórico Vigente para el Levantamiento de Recursos

Turísticos

El proceso tiene tres fases importantes:

- Preparación
- Levantamiento de información
- Herramientas

Fase de Preparación

A continuación se determinara los pasos precisos para la realización de la fase de preparación.

Metodología de Clasificación

Para iniciar el trabajo metodológico es necesario determinar los criterios de clasificación principalmente el primer elemento a utilizar es el sistema de Organización de Estados Americanos (OEA) que divide a los atractivos en cinco grupos.

- Sitios Naturales:

Atractivos de valor paisajístico y reservas de Flora y Fauna.

- Museos, Manifestaciones Culturales E Históricas.

Recoge todo el conjunto de atractivos con un valor artístico, histórico o monumental.

- Folklore:

Incluye todas las manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población local

- Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas:

Aquellas que por su singularidad tienen interés turístico.

- Acontecimientos Programados:

Todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que tengan una fecha fija de celebración o una periodicidad regulada, y que sean por tanto susceptibles de convertirse en meta programada de un desplazamiento turístico.

Cada grupo a su vez se subdivide en tipos y subtipos, lo que nos permite llegar a agrupar de forma más homogénea los diversos elementos que pueden ser utilizados como base para elaboración de diferentes productos y paquetes turísticos en el destino.

Es indispensable conocer y manejar perfectamente las categorías, tipos y subtipos, para clasificar los atractivos de manera precisa y correcta.

En el siguiente cuadro se puede determinar los tipos y subtipos para cada categoría, mediante el cual se determinara el lugar de ubicación de cada elemento que puede pertenecer a dos categorías.

Ejemplo: una tradición popular puede pertenecer a la categoría "Folklore" y a la categoría

“Acontecimientos Programados”, si es que celebra de manera habitual en la misma fecha todos los años.

CUADRO 1

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
SITIOS NATURALES	Montañas Planicies Costas Lagos, Lagunas Ríos Caídas de agua Grutas Lugares de observación Flora y Fauna Lugares de caza y pesca Caminos Bosques, etc.	
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	Museos Obras de arte y música Lugares históricos Ruinas Yacimientos arqueológicos	Pintura Escultura Arte decorativa arquitectura
FOLKLORE	Manifestaciones religiosas y creencias Música y danza Artesanías y artes Comidas y bebidas típicas Grupos étnicos. Arquitectura popular	
REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Obras de arte Obras de Ingeniería Obras tecnológicas	Pintura, Escultura, etc. Puentes, Edificaciones, arquitectura Moderna, Fabricas, industrias, empresas de innovacion
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Artístico recreativo Otros	Musicales Tetrales Festivales de cine Fiestas populares

Tema: Cuadro de categoría, tipo y subtipo de atractivos
Fuente: OEA

En el cuadro 2 se reconoce algunos de los aspectos características de los atractivos que son importantes para poder proceder posteriormente a la fase de valoración

CUADRO 2

CATEGORÍA DE ATRACTIVOS	TIPO DE ATRACTIVOS	CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS
SITIOS NATURALES	Montañas	Altura, Morfología Vegetación (cantidad y tipo) Cambios estacionales Fauna Cambios, sendas y refugios Paisajes mas interesantes Zonas con nieve
	Sectores planos y valles	Clima Extensión, morfología Vegetación (cantidad y tipo) Cambios estacionales Cultivos Paisajes interesantes
	Costas	Dimensión y Morfología Calidad del agua (color, transparencia, salinidad, temperatura) Oleajes, mareas temperaturas ambientales Lluvias, vientos Playas (dimensiones y calidad de la arena u otro tipo de suelo) Vegetación circundante Edificación Presencia de embarcaciones u objetos de interés Puertos.
	Lagos y Lagunas	Dimensiones características de la costas Tipo de paisaje circundante Calidad de agua (color, temperatura, transparencia) Oleaje Islas Flora Y Fauna
	Ríos y otros cursos de agua	Tamaños (largo, ancho, y caudal) Tramos mas interesantes

		Calidad de agua (color, temperatura, transparencia)
	Caídas de agua	altura, caudal, número de saltos Paisajes del entorno Cambios estacionales Flora y Fauna
	Grutas y cavernas	Medidas, aspectos y conformaciones geológicas longitudes recorribles sin peligro Facilidades para su visita (luz, guía, etc.)
	Lugares de observación de flora y fauna	descripción de especies Suelos y Paisajes cantidad aproximada de cada especie Extensión de territorio Posibilidad de observación, condiciones y época del año en el que son visibles los ejemplares.
	Lugares de caza y pesca	Ubicación de sitios indicando su extensión aproximada. Suelos y paisajes Especies y cantidad aproximada Época del año de mayor captura Época de Veda Requisitos para cazar o pescar Accesibilidades
	Caminos pintorescos	Longitud, punto de interés y visitas panorámicas Tipo de paisaje tipo de obra vial facilidades para la observación
	Termas	Calidad y propiedades de agua Paisaje del entorno Instalaciones
	Parques Naturales	atractivos turísticos por categorías y tipos
	Museos	Tipo de colección Calidad e importancia de la colección Piezas más relevantes Estado de conservación Organización de la muestra Posibilidades de visitas (días y horas) Tarifas Causas del interés

MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES E HISTÓRICAS		turístico
	Obras de arte y Técnica	Autor Descripción de sus aspectos mas relevantes Antigüedad y estado de conservación Causas del Interés turístico
	Lugares turísticos	Hechos que se memoran Aspectos del sitio Causas del interés turístico
	Ruinas y lugares arqueológicos	Cultura a la que pertenece Descripción del sitio, calidad e importancia de los restos.
	Parques y Plazas	Facilidades para su visita Estado actual Relevancia
	Manifestaciones y creencias populares	Lugares y época de acontecimientos y duración Descripción de los productos en venta y causas de interés turístico.
	Ferias y Mercados	Lugares, fecha del acontecimiento y duración. Descripción de los productos en ventas y causas del interés turístico.
	Música y Danza	Lugares y oportunidades de presenciarlas descripción de los rasgos relevantes y causas del interés turístico
FOLKLORE	Artesanías	Lugar de producción Tipo y calidad del producto descripciones del mismo Lugar de venta Volumen aproximado de las ventas Causas del interés turístico
	Comidas y Bebidas Típicas	Lugares Tipo y calidad de los platos y bebidas, descripción de los mismos
	Grupos Étnicos	Lugares de asentamiento y numero de personas Aspectos más notables (tipo de vías, ocupaciones, etc.) Facilidades de visita Causas del interés turístico
REALIZACIONES	Arquitectura	Principales

TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS		características formales y técnicas Descripción de las formas de agrupación y existencia de otros tipos de edificación. Facilidades para su visita Causas del interés turístico
	Explotaciones Silvoagropecuarias	Causas de interés turístico Posibilidades de visita
	Explotaciones Industriales	Causas de interés turístico Posibilidades de visita
	Explotaciones Mineras	Causas de interés turístico Posibilidades de visita
	Obras de arte y técnica	Autor
		Descripción de sus aspectos mas relevantes, calidad, importancia, estilo y escultura Causas de Interés turístico
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Artísticos	Fecha de realización Tipo de calidad del programa Precio entrada Causas del interés turístico
	Deportivos	Descripción general del espectáculo Precio de la entrada Causas del Interés turístico
	Otros	características generales del lugar de realización Precio de la entrada Causas

Tema: Cuadro de categoría y Tipo de atractivos con Características Descriptivas
Fuente: OEA

Esta tabla es una base recurrente lo que quiere decir que no todos los datos referidos deben ser recogidos con respecto a todos los atractivos del cantón o de la provincia, sino simplemente aquellos que ofrezcan algún tipo de relevancia a la hora de valorar dicho atractivo en relación con otros.

Levantamiento de Información

Para seleccionar que atractivos se van a incorporar al inventario selectivo hay que proceder primero a realizar un levantamiento a partir de fuentes documentales y bibliografías.

Lo que determina la siguiente información:

- Folletos turísticos.- del país, de la provincia, del cantón y de la parroquia. Se identificarán los atractivos del área que parecen en los diferentes niveles de folletería.
- Catálogos de operadores: que operan en el área para identificar los productos y recursos que se comercializan sin problema.
- Guías de viaje: libros que sirven para que los viajeros organicen su estadía que no entran en la categoría de folletos. También de ámbito nacional, provincial y local, si se encuentran.
- Sitios Web: de promoción turística de carácter público y/o privado de ámbito nacional, provincial, cantonal y parroquial.
- Bibliografía sobre el área: geografía, historia, arte, cultura, medioambiente, economía, etc.

A partir de esta información se va elaborar un listado de los elementos de patrimonio que se van a inventariar. En primera instancia se identifican aquellos elementos de patrimonio que aparecen en las publicaciones, se localizan, se busca la información sobre ellos y se anota de acuerdo a los criterios descriptivos del CUADRO 2 además se recogerán todas las fuentes en las que cada atractivo es mencionado. Esto es importante, puesto que en función de la importancia del elemento aparecerá citado en mayor número de fuentes. También a partir de este dato (numero y ámbito de fuentes).

Con el listado realizado se determinaran los lugares a inventariar según los criterios que defina el equipo de trabajo.

A partir de los catastros oficiales se levantara la información sobre las empresas turísticas que prestan servicios en el área y que también serán objetos de inventario.

Herramientas

Las principales herramientas a utilizar son las fichas de inventario Las fichas de inventario es el documento en el que se vuelcan las informaciones del

levantamiento, tanto de fuentes documentales como de visitas a los recursos y entrevistas a los propietarios, gestores u operadores de los mismos.


A continuación se determinara tres modelos de fichas que responden al levantamiento de información básica para un inventario de recursos selectivos, es decir, para recabar información sobre el estado actual de los recursos y su posible uso presente en las condiciones actuales.

Pero esta misma herramienta ampliada o modificada, puede ser utilizada para incorporar más información, tal como proyectos existentes relacionados con los recursos, problemas ambientales o sociales relacionados con el mismo, necesidades de estructura y equipamiento, posibilidades de inversión, posibilidades de desarrollo de otros productos además de lo que ya se encuentra en marcha, seguimiento de tipos de público, etc.

2.1.3 Proceso de Actualización Planta Turística

- Núcleos Poblacionales

Ficha de Núcleo Poblacional

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD San Pablo Del Lago	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS
4. ACCESO Buen estado 5. Desde: Quito /Buen estado público y particular 6. Vía, tipo y estado Panamericana Norte 7. tiempo y medio de transporte 02 Horas		
8. BREVE DESCRIPCIÓN San Pablo del Lago se encuentra ubicado en la cuenca del lago san pablo, al suroriente de la ciudad de Otavalo, a una distancia de 95 km de quito y 40 km de la capital provincial (Ibarra). Cuenta con una población de 10.000 habitantes y con una temperatura que oscila entre los 12°C.y los 19°C.		
		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales	Ambiente lacustre	Lagos
	Bosque Caída de agua Ríos	Bosque Primario Cascada
	Montaña	Desembocadura Manantial
R. Culturales	Cultura	Idioma Vestimenta Creencias Mitos Ritos
R. Etnográficos	Etnografía	Ferias y mercados Festividades Grupos étnicos Artesanías Shamanismo
Realizaciones	Crianza	Peces

Técnicas	Sitio natural	Parque acuático
Realizaciones Programadas	Artísticos Otros	Musicales Fiestas Populares
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Transporte públicos Imbaburapak, Los Lagos, Otavalo ○ Gasolineras Ninguno ○ Teléfono Publico Cabinas ○ Oficina bancaria Banco del Barrio ○ Cajero Ninguno ○ Centro de salud Si existe ○ Primeros auxilios Si existe ○ Farmacia Si existe ○ Seguridad Si existe ○ Centros escolares Si existe ○ Centros culturales Si existe ○ Centros deportivos Si existe ○ Espacios recreativos Si existe ○ Otros Iglesia, Cementerio, Isped, Escuela de Policías, Bomberos 		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento	N 3	Tipo Primera
Restaurantes	N 3	Tipo Primera
Otros lugares de comida	N Varios	Tipo Tercera y Cuarta
Empresas de actividades recreativas	N 1	Tipo No existe
Empresas receptivo	N Ninguno	Tipo No existe
Otros	N Ninguno	Tipo No existe
12. OFICINA ITUR MAS PROXIMA: Otavalo Fechas de apertura: Todos los días Horarios: 08 AM / 12PM 12 PM /4 PM		
13. PRINCIPALES PROBLEMAS		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Señalización ○ Accesos ○ Información 	<ul style="list-style-type: none"> • La señalización en la Parroquia es buena aunque hace falta colocar en los posibles lugares turísticos. • El acceso a La Parroquia se lo puede hacer por Gonzales Suarez y Espejo igualmente los dos accesos se encuentran em buenas condiciones. • Con escasas en el Itur de otavalo existe información pero ni en internet ni en revistas existe información de la Parroquia. 	


<ul style="list-style-type: none"> ○ Conservación urbana ○ Saneamiento ○ Circulación ○ Limpieza y recogida de basura ○ Seguridad ○ otros 	<ul style="list-style-type: none"> • Los atractivos se encuentran en constante deterioro debido al olvido de la comunidad y autoridades así como la contaminación. • Se encuentra en buen estado. • En todo el año visitan turistas nacionales pero solo en días festivos existe la visita de turistas internacionales y eso solo de pasada. • La recolección se realiza de forma ordenada con desechos orgánicos e inorgánicos. • Existe vigilancia las 24 horas de la policía nacional. 	
<p>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Datos de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago, Itur de Otavalo e Internet.</p>		
<p>15. Realizado por: Catherine Chiriboga</p>		<p>Fecha: 16/06/2013</p>

PROCESO DE LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS


UBICADOS EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Lago San Pablo - Imbakucha	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitios naturales	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Ambiente lacustre SUBTIPO: Lagos	
6. UBICACIÓN Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquias: San Pablo, González Suárez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, El Jordan		
7. ACCESO Buen estado		
8. Desde Quito	9. Vía, tipo y estado Buen estado	
10 Medio de acceso Público y particular con 30 minutos	11 Tiempo 02 Horas	
12. DESCRIPCIÓN		
 <p>El lago tiene 15km² y una profundidad media de 80 metros, el largo máximo es de 3560 m, el ancho máximo de 1400m., espejo de agua 583 ha., y se encuentra a 2660 m.s.n.m. el lago es alimentado por los caudales del río Itambi. El color del agua varía según el tiempo, pero la mayor parte es de color plateado al mirar en la parte baja. El agua no es apta para el consumo humano ya que se encuentra en un proceso de contaminación en avance.</p> <p>en el lago se encuentran tres zonas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Zona pantanosa litoral: en esta zona predomina la totora. 2.- Zona litoral baja: comprende hasta 8 metros de profundidad y existe vegetación acuática. 3.- Zona pelágica o profunda: constituyen las algas. <p>En las orillas del lago encontramos abundante totora que es la materia prima para la confección de esteras y flora acuática de plantas pequeñas. Las vertientes aledañas a las orillas del lago son el hábitat del único pez andino nativo ecuatoriano la preñadilla, especie en extinción así como la presencia en pocas cantidades de patos y garzas.</p> <p>El paisaje es maravilloso, donde contemplamos a tres cerros grandes que son: Mojanda, Cusin e Imbabura que alcanzan los 4.500 m.s.n.m. de donde bajan 12 quebradas grandes que llegan hasta el lago, los ecosistemas, los totorales donde podemos observar a gente pescando o</p>		


<p>lavando. imbakucha es el nombre ancestral que significa "lago de peces". Leyenda Cuentan que imba era un joven guerrero y kucha la koya, una princesa. Un día la pareja en nombre de su amor, pidió a sus dioses los convirtan en montaña imbabura y en laguna imbakucha, para inmortalizarse permaneciendo siempre juntos. Esta ceremonia fue presidida por el sol inti y la luna killa con los colores del arco iris kuychi en un día inolvidable. de allí, que la gente del lugar viendo el kuychi en días de llovizna, recuerda esta leyenda.</p>		
<p>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES De manera comunitaria se realizan paseos en bote y cabalgatas alrededor de la laguna, como parte de actividades de las hosterías tenemos: burbujas, ski, kayak, disco, wake board; así como también el cruce de la laguna a nado.</p>		
<p>14. HORARIOS</p> <p>Todos los días / Todo el día</p>	<p>15. PRECIOS</p> <p>\$1 / \$10</p>	<p>16. PROPIETARIO Comunidad u hosterías privadas</p> <p>17. PERSONA CONTACTO</p>
<p>18. TIPO DE PUBLICO Semana X Fin de semana X Feriados Largos X Vacaciones X</p>		
<p>19. EMPRESAS QUE OPERAN Privadas de las hosterías</p>	<p>20 ACTIVIDAD</p>	<p>21 CÓDIGO</p>
<p>22. SERVICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> o Estacionamiento X o Comida X o Alojamiento X o Visitas guiadas X o Talleres X o Rutas autoguiadas o Señalización para llegar X o Señalización interna X o Limpieza y recogida de basura o Servicios higiénicos X o Seguridad y Manteniendo o Alquiler de material para realizar actividades X o venta de souvenir, información sobre el recurso X o Folletos o Teléfono publico o Pago con tarjetas de crédito o otros 		
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Deterioro y contaminación en aumento y creciente de la laguna</p>		
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Investigación de campo</p>		
<p>25. OBSERVACIONES Necesario un plan urgente de conservación y limpieza del lago así como también guías para que puedan explicar el valor cultural y natural del atractivo.</p>		
<p>26. Realizada Por: Catherine Chiriboga</p>		<p>Fecha: 15/06/2013</p>

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Bosque Nativo la Rinconada	2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitios naturales	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Bosque SUBTIPO: Bosque primario	
6. UBICACIÓN Hasta el final de la calle Chiriboga		
7. ACCESO Buen estado sin señalización		
8. Desde Quito	9. Vía, tipo y estado BUEN ESTADO	10
Medio de acceso Público	11 Tiempo 04 Horas	
12. DESCRIPCIÓN		
 <p>El bosque nativo es uno de los bosques primarios de la cuenca del río Itambi, principal fuente de agua hacia el lago. Aquí se registraron aproximadamente 230 especies vegetales, entre arbustos, herbáceas, trepadoras, frútice y epífita. Así como también con pajonales localizados en sitios de difícil acceso como laderas y quebradas. Existen frutos comestibles como la mora.</p>		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Caminar por el sendero y apreciar la flora y fauna del lugar así como paz, tranquilidad y aire puro.		
14. HORARIOS Todos los días /en horas de	15. PRECIOS No existe	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO


la mañana		
18. TIPO DE PUBLICO Semana X Fin de semana X Feriados Largos X Vacaciones X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN NINGUNA	20 ACTIVIDAD CAMINATAS	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Estacionamiento <input type="radio"/> Comida <input type="radio"/> Alojamiento <input type="radio"/> Visitas guiadas <input type="radio"/> Talleres <input type="radio"/> Rutas autoguiadas <input type="radio"/> Señalización para llegar <input type="radio"/> Señalización interna <input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura <input type="radio"/> Servicios higiénicos <input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo <input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso <input type="radio"/> Folletos <input type="radio"/> Teléfono publico <input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="radio"/> otros 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Poca informacìon del lugar		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Investigaciòn de campo		
25. OBSERVACIONES Tala de madera en aumento y botan los desechos en la entrada al bosque		
26. Realizada Por: Catherine Chiriboga		Fecha: 18 / 05 /2013

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Cascada la Rinconada	2. FICHA N° 3	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitio natural	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Caída de agua SUBTIPO: Cascada	
6. UBICACIÓN Bosque Nativo La Rinconada		
7. ACCESO Buen estado sin señalización		
8. Desde Quito	9. Vía, tipo y estado Buen estado	10
Medio de acceso Público	11 Tiempo 04 Horas	
12. DESCRIPCIÓN La Rinconada es un espacio acogedor para el turismo debido a su maravilloso paisaje alimentado por el río Itambi. En este ambiente podemos disfrutar de arboles, el canto de los pájaros, aire fresco, así como también vertientes de agua en su estado natural.		
		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Caminatas por los senderos, observación de flora y fauna, y vista a la cascada cuando esta tiene afluente.		
14. HORARIOS Todos los días / en horas de la mañana	15. PRECIOS No existe	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO Semana <input checked="" type="checkbox"/> Fin de semana <input checked="" type="checkbox"/> Feriados Largos <input checked="" type="checkbox"/> Vacaciones <input checked="" type="checkbox"/>		
19. EMPRESAS QUE	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO

OPERAN NINGUNA		
22. SERVICIOS		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento ○ Comida ○ Alojamiento ○ Visitas guiadas ○ Talleres ○ Rutas autoguiadas ○ Señalización para llegar ○ Señalización interna ○ Limpieza y recogida de basura ○ Servicios higiénicos ○ Seguridad y Manteniendo ○ Alquiler de material para realizar actividades ○ venta de souvenir, información sobre el recurso ○ Folletos ○ Teléfono publico ○ Pago con tarjetas de crédito ○ otros 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA		
Poca informació del lugar		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS		
Investigació de campo		
25. OBSERVACIONES		
Tala de madera en aumento y botan los desechos en la entrada al bosque.		
26. Realizada Por: Catherine Chiriboga	Fecha: 18 / 05 /2013	

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE PARQUE ACUÁTICO	2. FICHA N° 4	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA SITIO NATURAL	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: RÍOS SUBTIPO: DESEMBOCADURA	
6. UBICACIÓN LAGO SAN PABLO POR LA CALLE SUCRE		
7. ACCESO BUEN ESTADO CON SEÑALIZACIÓN		
8. Desde QUITO	9. Vía, tipo y estado BUEN ESTADO	10
Medio de acceso PÚBLICO	11 Tiempo 02 HORAS CON 30 MINUTOS	
12. DESCRIPCIÓN Es un riachuelo con un recorrido de aproximadamente 7 km, en el cual se ha mejorado el muelle desde donde salen paseos en bote alrededor de la laguna así como también se ha construido un espacio para que el turista disfrute de varios platos típicos, con paseos a caballo.		
		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Paseos en lanchas, paseos a caballo, degustación de diversos platos típicos y admiración de artesanías locales.		
14. HORARIOS Fines de semana /10 am a 4 pm	15. PRECIOS \$1 / 4\$	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO Semana X Fin de semana X Feriados Largos X Vacaciones X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN Ninguna	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS o Estacionamiento X		

<ul style="list-style-type: none"> ○ Comida X ○ Alojamiento ○ Visitas guiadas ○ Talleres ○ Rutas autoguiadas ○ Señalización para llegar X ○ Señalización interna ○ Limpieza y recogida de basura ○ Servicios higiénicos X ○ Seguridad y Manteniendo ○ Alquiler de material para realizar actividades X ○ venta de souvenir, información sobre el recurso X ○ Folletos ○ Teléfono publico ○ Pago con tarjetas de crédito ○ otros 	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Poca informacion del lugar	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Investigaciòn de campo	
25. OBSERVACIONES Se puede evidenciar la falta de conservacion y cuidado de la laguna al observar desechos en la misma	
26. Realizada Por: Catherine Chiriboga	Fecha: 20 /04/ 2013


FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Ojo del Quinde	2. FICHA N° 5	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitio natural	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Rios SUBTIPO: Manantial	
6. UBICACIÓN Calle sucre a orillas del Lago San Pablo		
7. ACCESO Buen estado sin señalización		
8. Desde Quito	9. Vía, tipo y estado Buen estado	10
Medio de acceso Público	11 Tiempo 02 Horas con 30 minutos	
12. DESCRIPCIÓN Es una vertiente de agua en la cual se puede pescar a la preñadilla, unico pez nativo de la zona, que es de mucha importancia en el aspecto ecológico y cultural, de allí el nombre de imbabura que proviene del vocablo imba: pez figura de bague conocido como preñadilla y bura: criadero madre. Además esta especie fue utilizada en la zona por muchos años como estimulante en la producción de leche materna y como fuente de alimento. actualmente pocas comunidades incluyen esporádicamente en su dieta a la preñadilla. Aquí cada día se puede encontrar a varias personas pezcando aunque los factores de contaminación, mal manejo de vertientes, introducción de otras especies, pesca sin control han perturbado el hábitat de la preñadilla, afectando y poniendo en riesgo su existencia, razón por la que es una especie en peligro de extinción.		
		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Ninguna		
14. HORARIOS Todo el día / todos los días	15. PRECIOS No existe	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO

18. TIPO DE PUBLICO Semana X Fin de semana X Feriados Largos X Vacaciones X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN Ninguno	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento ○ Comida ○ Alojamiento ○ Visitas guiadas ○ Talleres ○ Rutas autoguiadas ○ Señalización para llegar ○ Señalización interna ○ Limpieza y recogida de basura ○ Servicios higiénicos ○ Seguridad y Manteniendo ○ Alquiler de material para realizar actividades ○ venta de souvenir, información sobre el recurso ○ Folletos ○ Teléfono publico ○ Pago con tarjetas de crédito ○ otros 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Deterioro, contaminación y especie en peligro de extincion		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Investigación de campo		
25. OBSERVACIONES Cuidado y conservacion del lugar		
26. Realizada Por: Catherine Chiriboga		Fecha: 15 / 06 /2013

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Culebra rumi	2. FICHA N° 5	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitio natural	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Montaña SUBTIPO: Paisaje	
6. UBICACIÓN Calle sucre		
7. ACCESO Buen estado sin señalización		
8. Desde Quito	9. Vía, tipo y estado Buen estado	10
Medio de acceso Público	11 Tiempo 02 Horas con 30 minutos	
12. DESCRIPCIÓN		
		
<p>En épocas de prolongada sequia se realizaban ceremonias del "yaku mañay", en las partes altas principalmente donde se encuentra una piedra grande o lecheros, lugares sagrados reconocidos para estos propósitos.</p> <p>Los kichwas otavalos de la comunidad de san miguel alto y comunidades circundantes acuden a culebra rumi para realizar la petición de la lluvia, encabezado por yachaks mayores. Hombres y mujeres, se trasladaban a la cima para al medio dia colocar ofrendas alrededor o sobre la piedra y realizar oraciones. A su debido tiempo los niños y niñas gritan "yakuguta karay achil yaya". Luego comparten alimentos y dejan ofrendas a la pachamama, para retornar y esperar el gesto de la naturaleza.</p> <p>La leyenda cuenta que las piedras son lugares de descanso del chuzalongo, piedras que el mismo en algun momento las tiro desde la quebrada para atacar a sus enemigos, tambien se dice que entre las montañas durante las confrontaciones se tiraron esas inmensas rocas que ningun mortal comun pudo haberlo dejado ahí.</p> <p>La piedra es la inmortalidad de la vida, la resistencia del "runa kay" o afirmacion del ser andino.</p> <p>La ubicación de la piedra se encuentra en un lugar muy atractivo que permite una visión amplia del lago, hacia atrás se mira el bosque nativo y a lado una quebrada con un valle pgeurño donde existen parcelas de cultivos de productos de altura, ocas, chochos, cebada. Es un mirador diferente e interesante.</p>		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES		
Ninguna		

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
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento ○ Comida ○ Alojamiento ○ Visitas guiadas ○ Talleres ○ Rutas autoguiadas ○ Señalización para llegar ○ Señalización interna ○ Limpieza y recogida de basura ○ Servicios higiénicos ○ Seguridad y Manteniendo ○ Alquiler de material para realizar actividades ○ venta de souvenir, información sobre el recurso ○ Folletos ○ Teléfono publico ○ Pago con tarjetas de crédito ○ otros 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No se ha desarrollado actividad alguna con el atractivo		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Investigaciòn de campo		
25. OBSERVACIONES Atractivo descuidado en deterioro y sin ser explotado		
26. Realizada Por: Catherine Chiriboga		Fecha: 27 / 06 / 2013

**PROCESO DE LEVANTAMIENTO DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO
UBICADAS EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO**

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Cabañas del lago/calle sucre	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-2-918001 / 06-2-918-108	5. Email info@cabanasdellago.com.ec	6. WEB www.cabnasdellago.com.ec
7. OPERA DESDE El año 1983		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Cabañas / Primera		
9. UBICACIÓN: Calle Sucre		
Aislado	Núcleo poblacional	Carretera X
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional X	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD 70 Personas		
Con baño	con duchas	sin baño
Dobles		
Otras (múltiples)		
Total Habitaciones		
Total camas		
OTROS		
Capacidad Restaurante 160 Personas		
Capacidad salones Sala de conferencias 60 personas / sala pequeña 30 Personas		

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales X <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional X <input type="checkbox"/> Bar X <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento X <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes X <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios X <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas X <input type="checkbox"/> Piscina X <input type="checkbox"/> Salones para reuniones X <input type="checkbox"/> Juegos para niños X <input type="checkbox"/> Primeros auxilios X <input type="checkbox"/> Formas de pago X <input type="checkbox"/> Otros	
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: 49 Personas y todas capacitadas	
14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE <input type="checkbox"/> Fines de semana X <input type="checkbox"/> Semana X <input type="checkbox"/> Semana Santa X <input type="checkbox"/> Feriados X <input type="checkbox"/> Navidad X <input type="checkbox"/> Verano X	
15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES Con el 80% lleno en todo el año	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Paseos en el crucero tutayana, cancha de mini golf, observación al nido del pájaro, deportes acuáticos	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuales) X <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Pagina Web X <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación X <input type="checkbox"/> Reserva teléfono Internet X <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <input type="checkbox"/> Todo el año X <input type="checkbox"/> temporal (indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES La hosteria cabañas del lago cuenta con un hermoso paisaje y excelente vista con atención de primera. (permisos, registros y licencias) Cuenta con todo lo establecido por la ley para su funcionamiento	
20. Realizada por: Catherine Chiriboga	Fecha: 28/02/2013

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO



1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Hacienda Cusin / Calle Chiriboga		2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-2-918013 / 06-2-918-319 / 06-2-918-317		5. Email hacienda@cusin.com.ec	6. WEB www.haciendacusin.com
7. OPERA DESDE La hacienda opera desde el año de 1990			
8. TIPO Y CATEGORÍA: Alojamiento / Primera			
9. UBICACIÓN: Calle Chiriboga			
Aislado	Núcleo poblacional X	carretera	
10 TIPO DE EDIFICIO			
Edificio histórico X	Edificio Tradicional	Edificio Moderno	
11 CAPACIDAD 90 Personas			
Con baño X	con duchas X	sin baño	
Dobles 38			
Otras (múltiples) Triple 1 /Cuadruple 1			
Total Habitaciones 40			

Total camas 90		
OTROS		
Capacidad Restaurante 60 Personas		
Capacidad salones Sala de conferencias 60 a 70 personas		
20. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Restaurante con especialidades locales X ○ Restaurante cocina internacional X ○ Bar X ○ Comida para llevar X ○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros X ○ Estacionamiento X ○ Jardines/ terrazas para uso de clientes X ○ Actividades recreativas para clientes con medios propios X ○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas X ○ Piscina ○ Salones para reuniones X ○ Juegos para niños X ○ Primeros auxilios ○ Formas de pago X ○ Otros 		
21. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: 35 Personas / muy bien capacitadas		
22. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Fines de semana X ○ Semana X ○ Semana Santa X ○ Feriados X ○ Navidad X ○ Verano X 		
23. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES Con el 80% lleno en todo el año		
24. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Cabalgatas, caminatas, visita a otavalo, recorridos en bicicleta		
25. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Boca oreja ○ A través de operadora(cuales) X ○ De los hoteles y hosterías ○ Promoción directa propia ○ Pagina Web X ○ Reserva con anticipación X ○ Reserva teléfono Internet X ○ Otros ○ Medios de transporte 		
26. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Todo el año X ○ temporal (indicar época) 		
27. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES		
Es un lugar bello y que presta excelentes comodidades (permisos, registros y licencias) Cuenta con todos los permisos y licencias para su funcionamiento		
20. Realizada por: Catherine Chiriboga		Fecha: 28/02/2013

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO



1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Hotel sachaji / Via del cóndor		2. FICHA N° 3	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-3-818-870 / 0998105855		5. Email info@sachaji.com	6. WEB www.sachaji.com
7. OPERA DESDE El hotel opera desde el año 2013 y sachaji = montaña querida			
8. TIPO Y CATEGORÍA: Hotel / Primera			
9. UBICACIÓN: Via del cóndor			
Aislado X	Núcleo poblacional	carretera	
10 TIPO DE EDIFICIO			
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno X	
11 CAPACIDAD 40 Personas			
Con baño X	con duchas X	sin baño	
Dobles 3			
Otras (múltiples) Triples 11 / Matrimonial 1			
Total Habitaciones 15			
Total camas 43			
OTROS			
Capacidad Restaurante PERSONAS	30		
Capacidad salones yoga 40 personas	Sala de		

28. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar X <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento X <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes X <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios X <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago X <input type="checkbox"/> Otros	
29. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: 9 Personas y altamente capacitadas	
30. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE <input type="checkbox"/> Fines de semana X <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados X <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
31. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES Con el 50% lleno	
32. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Cabalgatas, clases de yoga, educación sobre plantas medicinales	
33. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuales) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia X <input type="checkbox"/> Pagina Web X <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación X <input type="checkbox"/> Reserva teléfono Internet X <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
34. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <input type="checkbox"/> Todo el año X <input type="checkbox"/> temporal (indicar época)	
35. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES El hotel se encuentra en una montaña el cual el acceso es un poco complicado, pero a la final es un bellissimo lugar por su paisaje y observacion del lago san pablo, ademas que todo su funcionamiento es ecológico, con un menú vegetariano, y con la practica de yoga. (permisos, registros y licencias) Cuenta con todos los permisos y licencias	
20. Realizada por: Catherine Chiriboga	Fecha: 28/02/2013

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO



1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Campo lago / calle sucre		2. FICHA N° 4	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-2-919163	5. Email	6. WEB www.campolagohospedaje.com	
7. OPERA DESDE Opera desde el año 2012			
8. TIPO Y CATEGORÍA: Casa de huéspedes / Tercera			
9. UBICACIÓN: Calle sucre			
Aislado	Núcleo poblacional	Carretera X	
10 TIPO DE EDIFICIO			
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno X	
11 CAPACIDAD 17 Personas			
Con baño	con duchas	sin baño	
Dobles 2			
Otras (múltiples) 3			
Total Habitaciones 7			
Total camas 10			
OTROS			
Capacidad Restaurante 10			
Capacidad salones			
36. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Restaurante con especialidades locales X ○ Restaurante cocina internacional ○ Bar X ○ Comida para llevar ○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros ○ Estacionamiento ○ Jardines/ terrazas para uso de clientes X 			

<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="radio"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="radio"/> Piscina <input type="radio"/> Salones para reuniones <input type="radio"/> Juegos para niños <input type="radio"/> Primeros auxilios <input type="radio"/> Formas de pago X <input type="radio"/> Otros 	
37. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: 3 Personas y capacitadas	
38. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Fines de semana <input type="radio"/> Semana <input type="radio"/> Semana Santa <input type="radio"/> Feriados X <input type="radio"/> Navidad X <input type="radio"/> Verano X 	
39. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES	
40. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Tours	
41. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Boca oreja <input type="radio"/> A través de operadora(cuales) <input type="radio"/> De los hoteles y hosterías <input type="radio"/> Promoción directa propia <input type="radio"/> Pagina Web X <input type="radio"/> Reserva con anticipación X <input type="radio"/> Reserva teléfono Internet X <input type="radio"/> Otros X <input type="radio"/> Medios de transporte 	
42. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Todo el año X <input type="radio"/> temporal (indicar época) 	
43. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Se encuentra situado en la panamericana cerca de cabañas del lago, la casa de huéspedes esta en buenas condiciones con avances de ampliación en sus instalaciones. <p style="text-align: center;">(permisos, registros y licencias)</p> Cuenta con todos los permisos y licencias	
20. Realizada por: Catherine Chiriboga	Fecha: 11/05/2013

PROCESO DE LEVANTAMIENTO DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN

UBICADAS EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Cabañas del lago/calle sucre	2. FICHA N ° 1	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-2-918001 / 06-2-918- 108	5. Email info@cabanasdellago.com.ec	6. WEB www.cabnasdellago.com.ec
7. OPERA DESDE El restaurante opera desde el año 1983		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante / primera		
9. UBICACIÓN: Calle Sucre		
Aislado	Núcleo poblacional	Carretera X
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional X	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD capacidad del Restaurante 160 Personas capacidad de los Salones Capacidad de Terrazas		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales X <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional X <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento X <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes X <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios X <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas X <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones X <input type="checkbox"/> Juegos para niños X <input type="checkbox"/> Primeros auxilios X <input type="checkbox"/> Formas de pago X <input type="checkbox"/> Otros 		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD 20 Personas capacitadas para el area del restaurant con capacidad de 160 personas		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fines de semana X <input type="checkbox"/> Semana X <input type="checkbox"/> Semana Santa X <input type="checkbox"/> Feriados X <input type="checkbox"/> Navidad X <input type="checkbox"/> Verano X 		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora(cuales) X <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Pagina Web X <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación X <input type="checkbox"/> Reserva teléfono Internet X <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte 		
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Todo el año X <input type="checkbox"/> temporal (indicar época) 		

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES

El restaurante es un lugar muy bonito en el cual se puede disfrutar de excelentes platos

(permisos, registros y licencias)

Cuenta con todos los permisos y licencias

18. Ficha realizada por: Catherine Chiriboga **19. Fecha:** 28/02/2013

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Hacienda Cusin / Calle Chiriboga	2. FICHA N ° 2	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-2-918013 / 06-2-918-319 / 06-2-918-317	5. Email hacienda@cusin.com.ec	6. WEB www.haciendacusin.com
7. OPERA DESDE El restaurante opera desde el año de 1990		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante / Primera		
9. UBICACIÓN: Calle Chiriboga		
Aislado X	Núcleo poblacional	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico X	Edificio Tradicional	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD capacidad del Restaurante 50 Personas capacidad de los Salones 80 Personas Capacidad de Terrazas 50 Personas		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Restaurante con especialidades locales X <input type="radio"/> Restaurante cocina internacional X <input type="radio"/> Bar X <input type="radio"/> Comida para llevar X <input type="radio"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros X <input type="radio"/> Estacionamiento X <input type="radio"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes X <input type="radio"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios X <input type="radio"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas X <input type="radio"/> Piscina <input type="radio"/> Salones para reuniones X <input type="radio"/> Juegos para niños X <input type="radio"/> Primeros auxilios <input type="radio"/> Formas de pago X <input type="radio"/> Otros 		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD 8 Personas a cargo del restaurante y capacidad para 180 personas		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Fines de semana X <input type="radio"/> Semana X <input type="radio"/> Semana Santa X <input type="radio"/> Feriados X <input type="radio"/> Navidad X <input type="radio"/> Verano X 		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Boca oreja <input type="radio"/> A través de operadora (cuales) X <input type="radio"/> De los hoteles y hosterías <input type="radio"/> Promoción directa propia <input type="radio"/> Pagina Web X <input type="radio"/> Reserva con anticipación X <input type="radio"/> Reserva teléfono Internet <input type="radio"/> Otros <input type="radio"/> Medios de transporte 		
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Todo el año X <input type="radio"/> temporal (indicar época) 		
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES El restaurante de la hacienda cusin es muy atractivo y muy deliciosos los platos preparados ahí. (permisos, registros y licencias) Cuenta con todos los permisos y licencias		
18. Ficha realizada por: Catherine Chiriboga		
19. Fecha: 28/02/2013		

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Hotel Sachaji / Via del Còndor	2. FICHA N ° 3	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 06-3-818-870 / 0998105855	5. Email info@sachaji.com	6. WEB www.sachaji.com
7. OPERA DESDE El restaurante opera desde el año 2013		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante / Primera		
9. UBICACIÓN: Via del còndor		
Aislado X	Núcleo poblacional	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno X
11 CAPACIDAD capacidad del Restaurante 30 Personas capacidad de los Salomes Capacidad de Terrazas		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar X <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento X <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes X <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios X <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago X <input type="checkbox"/> Otros 		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD 5 Encargados en el restaurante que tiene una capacidad de 30 personas		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fines de semana X <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados X <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano X 		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora(cuales) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia X <input type="checkbox"/> Pagina Web X <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación X <input type="checkbox"/> Reserva teléfono Internet X <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte 		
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Todo el año X <input type="checkbox"/> temporal (indicar época) 		
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Tiene una espectacular vista del lago san pablo y su gastronomía es vegetariana (permisos, registros y licencias) Cuenta con todos los permisos y licencias		
18. Ficha realizada por: Catherine Chiriboga		
19. Fecha: 28/02/2013		

RESUMEN DEL PROCESO DE LEVANTAMIENTO DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO

<u>PLANTA TURÍSTICA</u>	<u>NÚMERO DE FICHAS INVENTARIADAS</u>	<u>CATEGORÍA</u>	<u>TIPO</u>	<u>SUBTIPO</u>
Alojamiento	4	Primera y tercera	Alojamiento	Cabañas Hotel Casa de huéspedes
Alimentación	3	Primera		
Empresas turísticas	0	En proceso	Restaurante	
Atractivos	6	Parroquia de San Pablo del Lago	Ambiente lacustre Bosque Caída de agua Ríos Montaña	Laguna Bosque primario Cascada Desembocadura Manantial Paisaje

Cuadro n° 3: Resumen del levantamiento de la planta turística de la Parroquia de San Pablo del Lago
 Autor: Catherine Chiriboga

CAPITULO III PROCESO DE JERARQUIZACIÓN

3.1. CATEGORIZACIÓN Y JERARQUIZACIÓN

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: Calidad, Apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

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.

SOBRE EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Cuando se analizan los atractivos turísticos es importante definir bajo qué metodología se han clasificado y sobre qué base determinan su jerarquización, es por ello que debe definirse que este trabajo se ha sometido a la "Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos" del Ministerio de Turismo, por cuanto se constituye en la metodología oficial del País.

Esta metodología clasifica a los atractivos en categorías, tipos y subtipos, mientras que determina una jerarquización que va de 4 a 1.

De esta manera, de acuerdo a dicha metodología, se entiende por:

“Categoría: Aquella que define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza”

“Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría”

“Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos”.

Se cuenta entonces con dos categorías: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales, cada una de las cuales a su vez reconoce varios tipos:

Sitios Naturales reconoce los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares y sistema de áreas protegidas

Manifestaciones culturales reconoce los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

A su vez cada tipo cuenta con una sub-clasificación en subtipos que puede ser observada en la correspondiente metodología.

Por otra parte, las jerarquías se conceptualizan de la siguiente manera:

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

"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 si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos".

"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, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento".

“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”.

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

**CUADROS DE DESCRIPCIÓN DE PARÁMETROS DE EVALUACIÓN CON
CADA ATRACTIVO UBICADO EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL
LAGO**

ATRACTIVO: LAGO SAN PABLO / IMBAKUCHA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
<u>CALIDAD</u>	VALOR INTRÍNSECO	7
	VALOR ESTRÍNSECO	6
	ENTORNO	6
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	2
<u>APOYO</u>	ACCESO	6
	SERVICIOS	2
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	3
<u>SIGNIFICADO</u>	LOCAL	10
	PROVINCIAL	8
	NACIONAL	8
	INTERNACIONAL	6
-	TOTAL	64
-	JERARQUÍA	III

Cuadro n° 4: Lago San Pablo
Autor: Catherine Chiriboga

ATRACTIVO: BOSQUE NATIVO LA RINCONADA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
<u>CALIDAD</u>	VALOR INTRÍNSECO	5
	VALOR ESTRÍNSECO	5
	ENTORNO	8
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
<u>APOYO</u>	ACCESO	3
	SERVICIOS	1
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	2
<u>SIGNIFICADO</u>	LOCAL	5
	PROVINCIAL	4
	NACIONAL	4
	INTERNACIONAL	4
-	TOTAL	46
-	JERARQUÍA	II

Cuadro n° 5: Bosque Nativo la Rinconada
Autor: Catherine Chiriboga

ATRACTIVO: CASCADA DE LA RINCONADA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÀXIMOS
<u>CALIDAD</u>	VALOR INTRÌNSECO	5
	VALOR ESTRÌNSECO	4
	ENTORNO	5
	ESTADO DE CONSERVACIÒN	5
<u>APOYO</u>	ACCESO	3
	SERVICIOS	1
	ASOCIACIÒN CON OTROS ATRACTIVOS	3
<u>SIGNIFICADO</u>	LOCAL	5
	PROVINCIAL	4
	NACIONAL	4
	INTERNACIONAL	4
-	TOTAL	43
-	JERARQUÌA	II

Cuadro n° 6: Cascada de la Rinconada
Autor: Catherine Chiriboga

ATRACTIVO: PARQUE ACUÀTICO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÀXIMOS
<u>CALIDAD</u>	VALOR INTRÌNSECO	5
	VALOR ESTRÌNSECO	5
	ENTORNO	5
	ESTADO DE CONSERVACIÒN	3
<u>APOYO</u>	ACCESO	3
	SERVICIOS	4
	ASOCIACIÒN CON OTROS ATRACTIVOS	5
<u>SIGNIFICADO</u>	LOCAL	8
	PROVINCIAL	5
	NACIONAL	4
	INTERNACIONAL	4
-	TOTAL	51
-	JERARQUÌA	III

Cuadro n° 7: Parque acuàtico
Autor: Catherine Chiriboga

ATRACTIVO: CULEBRA RUMI

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÀXIMOS
<u>CALIDAD</u>	VALOR INTRÌNSECO	4
	VALOR ESTRÌNSECO	3
	ENTORNO	3
	ESTADO DE CONSERVACIÒN	2
<u>APOYO</u>	ACCESO	2
	SERVICIOS	1
	ASOCIACIÒN CON OTROS ATRACTIVOS	1
<u>SIGNIFICADO</u>	LOCAL	5
	PROVINCIAL	3
	NACIONAL	3
	INTERNACIONAL	2
-	TOTAL	29
-	JERARQUÌA	II



Cuadro n° 8: Culebra Rumi
Autor: Catherine Chiriboga

ATRACTIVO: OJO DEL QUINDE

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÀXIMOS
<u>CALIDAD</u>	VALOR INTRÌNSECO	5
	VALOR ESTRÌNSECO	4
	ENTORNO	4
	ESTADO DE CONSERVACIÒN	3
<u>APOYO</u>	ACCESO	3
	SERVICIOS	3
	ASOCIACIÒN CON OTROS ATRACTIVOS	5
<u>SIGNIFICADO</u>	LOCAL	5
	PROVINCIAL	4
	NACIONAL	3
	INTERNACIONAL	3
-	TOTAL	42
-	JERARQUÌA	II

Cuadro n° 9: Ojo del quinde
Autor: Catherine Chiriboga

3.2. ANALISIS DE POTENCIALIZACIÓN TURÍSTICA

ATRACTIVO	ACTIVIDADES
LAGO SAN PABLO / IMBAKUCHA	<p>La comunidad realiza paseos en bote y cabalgatas a las orillas de la laguna, a cargo de las hosterías privadas realizan: burbujas en el agua, ski, kayak, disco, wakeboard.</p> 
BOSQUE NATIVO LA RINCONADA	<p>Caminatas por el lugar apreciando la flora y fauna con paz, tranquilidad y aire puro.</p> 

<p>CASCADA LA RINCONADA</p>	<p>Caminatas, observacion de flora y fauna, vista de vertientes de agua con elementos quimicos.</p> 
<p>PARQUE ACUÁTICO</p>	<p>Paseos en lanchas, paseos a caballo, degustación de diversos platos típicos y adquisición de artesanias.</p> 
<p>OJO DEL QUINDE</p>	<p>Pezca de los pobladores.</p> 
<p>CULEBRA RUMI</p>	<p>Ceremonias al "Yaku mañay" para llamar a las lluvias.</p>



Cuadro n° 10: Anàlisis de potencializaciòn turística
Autor: Catherine Chiriboga

PARTE III. METODOLOGÍA

III. METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó utilizando como método el deductivo porque el análisis de la información fue un proceso que partió de lo general a lo particular, es decir se realizó un análisis partiendo de los datos de la provincia hasta la parroquia.

El tipo de investigación utilizado fue el descriptivo que incluye variable dependiente.

El diseño de la investigación utilizado fue el cuantitativo y cualitativo ya que se aplicó técnicas e instrumentos como: la encuesta, observación científica y entrevista estructurada.

3.2. UNIVERSO Y MUESTRA

Para determinar la población se ha considerado a los habitantes de la Parroquia de San Pablo del Lago que son 10.000 según el censo del INEC 2010, que se lo ha dividido en 3 categorías al no encontrar en número exacto de la Población Económicamente Activa (PEA):

- Jóvenes menores de 25 años

- Adultos de 25 a 65 años
- Adultos mayores de 65 años

En virtud de tal situación se realizó una ponderación de que el 40% son adultos que mueven la economía y ejes productivos de la zona por lo tanto el universo será de 4.000.

El cálculo muestral para determinar el número a encuestar se lo realizó según la fórmula detallada a continuación:

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

$$.p = 0.50$$

$$.q = 0.50$$

$$.e = 0.05$$

$$.k = 2$$

$$N = \frac{4.000 (0,50 * 0,50)}{(4.000 - 1) (0,05) + (0,50 * 0,50)}$$

$$N = \frac{4000 (0,25)}{9999 (0,0025) + 0,25}$$

$$N = \frac{1000}{3999 (0,0025) + 0,25}$$

N= 1000
3999(0.000625)+0,25

N= 1000
2.499375+0.25

N= 1000
2.749375

N= 363.71

N= 364.

3.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo de la investigación se aplicò los siguientes instrumentos de recolección.

Observación directa; Se la aplicò utilizando formatos establecidos y utilizados por la OEA y MINTUR (ver anexo 1,2,3,4).

Encuesta; Se la aplicò en base a un formato de 10 preguntas de las cuales fueron:

- 4 preguntas cerradas
- 2 preguntas abiertas
- 2 preguntas mixtas
- 2 preguntas de opción múltiple

(Ver apèndice A)

La Entrevista Estructurada; se realizó una entrevista que consta de 5 preguntas relacionadas al objetivo general y específicos. (Ver apéndice B)

3.4. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

OBSERVACIÓN DE CAMPO

CUANDO: Fin de Semana

CÒMO: Cuestionario

DONDE: Plaza, Mercado y Misa

A QUE HORA: Mañana

CON QUE PERSONAS: Productivas

QUE DIAS Y PORQUE: Domingo porque realizan actividades comerciales.

ENCUESTA

CUANDO: Fin de Semana

CÒMO: Cuestionario

DONDE: Plaza, Mercado y Misa

A QUE HORA: Mañana

CON QUE PERSONAS: Productivas

QUE DIAS Y PORQUE: Domingo porque realizan actividades comerciales.

ENTREVISTA

CUANDO: Día laborable

CÒMO: Entrevista estructurada

DONDE: Junta Parroquial de San Pablo del Lago

A QUE HORA: Mañana

CON QUE PERSONAS: Presidente de la Junta Parroquial de san pablo del Lago

QUE DIAS Y PORQUE: Lunes porque fue día laborable.

VISITAS A LOS ATRACTIVOS

CUANDO: Fin de Semana

A QUE HORA: Mañana

QUE DIAS Y PORQUE: Sábado y Domingo porque se realizan actividades comerciales.

3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Los datos de la investigación se procesaron con sistemas operativos de Word y Excel.

Y en el análisis se utilizo la estadística descriptiva basada en porcentajes.

PARTE IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN GRÁFICA DE RESULTADOS

4.1.1 PROCESO DE TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

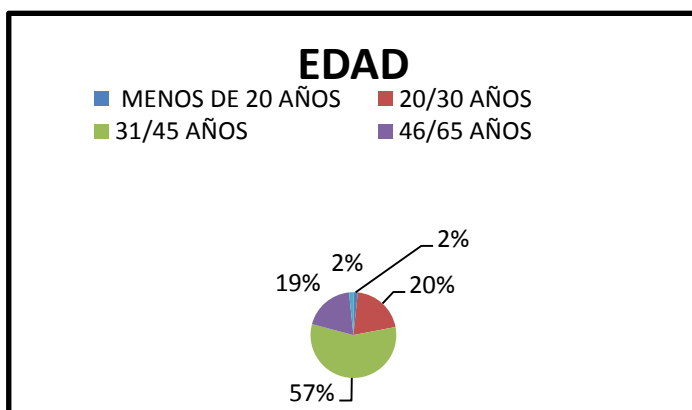
PREGUNTA 1.- EDAD

TABLA N° 1: Tabulación pregunta 1

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
MENOS DE 20 AÑOS	6	2%
20/30 AÑOS	74	20%
31/45 AÑOS	208	57%
46/65 AÑOS	70	19%
MAS DE 65 AÑOS	6	2%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 1: Tabulación pregunta 1



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 1 se puede observar que se encuestó a 6 personas que son el 2% menores de 20 años, 74 personas que son el 20% entre los 20/30 años, 208 personas que son el 57% entre los 31/45 años, 70 personas que son el 19% entre los 46/65, y finalmente 6 personas que son el 2% de más de 65 años. Completando así un total de 364 personas de la parroquia que es el 100%.

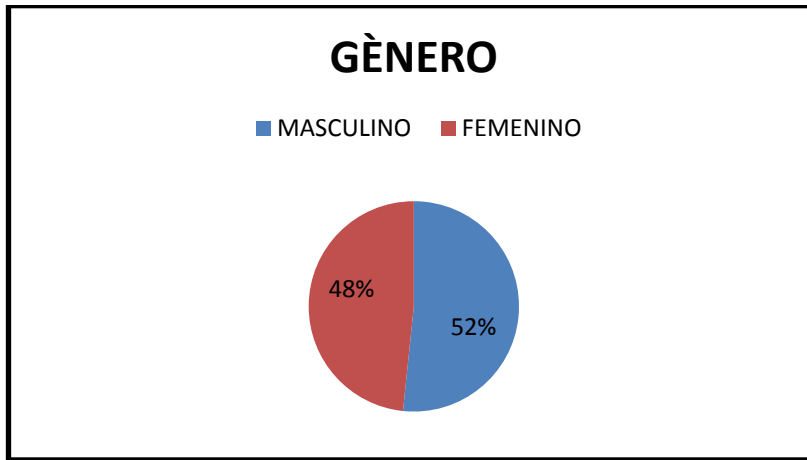
PREGUNTA 2.- Género: masculino/femenino

TABLA N° 2: Tabulación pregunta 2

GÈNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MASCULINO	188	52%
FEMENINO	176	48%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 2: Tabulación pregunta 2



FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 2 se puede observar que se encuestaron a 188 personas de sexo masculino que significan el 52% y 176 personas de sexo femenino que son el 48%, obteniendo así un total de 364 personas encuestadas que es el 100%.

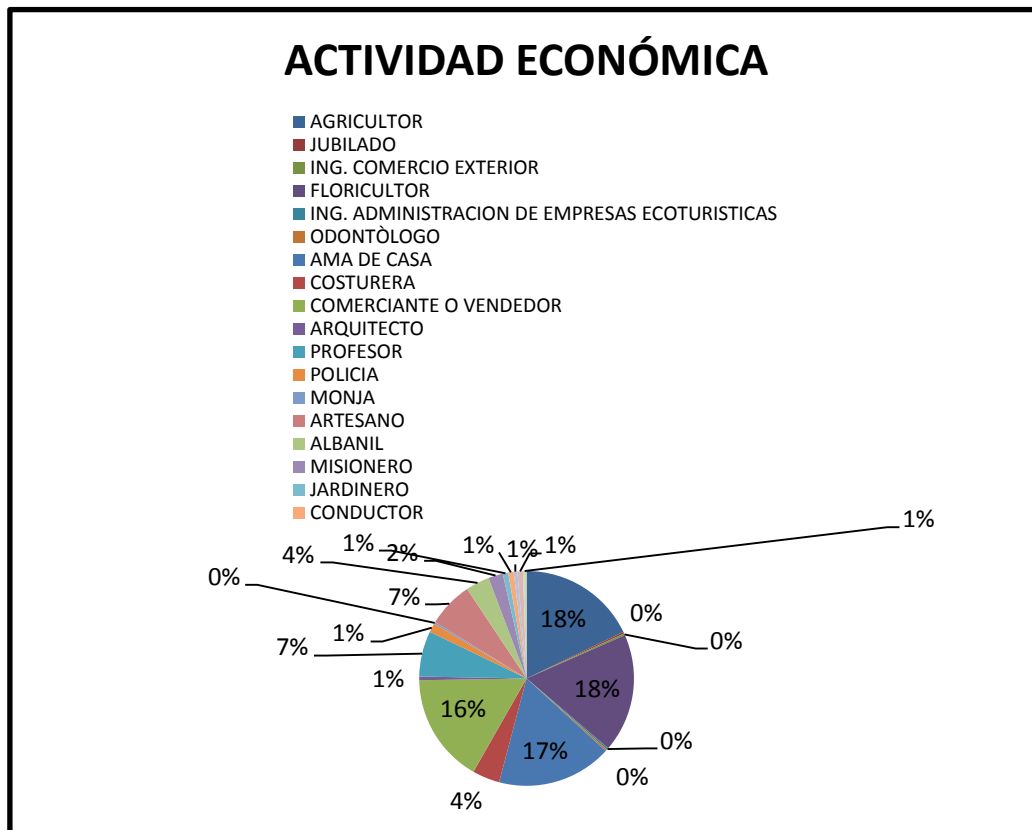
PREGUNTA 3.- Actividad econòmica

TABLA N° 3: Tabulación pregunta 3

ACTIVIDAD ECONÒMICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTOR	65	18%
JUBILADO	1	0%
ING. COMERCIO EXTERIOR	1	0%
FLORICULTOR	65	18%
ING. ADMINISTRACION DE EMPRESAS ECOTURISTICAS	1	0%
ODONTÒLOGO	1	0%
AMA DE CASA	63	17%
COSTURERA	15	4%
COMERCIANTE O VENDEDOR	60	16%
ARQUITECTO	2	1%
PROFESOR	25	7%
POLICIA	5	1%
MONJA	1	0%
ARTESANO	25	7%
ALBANIL	13	4%
MISIONERO	8	2%
JARDINERO	3	1%
CONDUCTOR	3	1%
TRABAJO A MEDIO TIEMPO	2	1%
PANADERO	3	1%
VENDEDORA	2	1%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÒN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 3: Tabulación pregunta 3



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
 ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 3 se puede observar que se encuestó a 65 agricultores siendo el 18%, 1 jubilado siendo el 0%, 1 Ing. en comercio exterior siendo el 0%, 65 floricultores que son el 18%, 1 Ing. en administración de empresas ecoturísticas que es el 0%, 1 odontólogo que es el 0%, 63 amas de casa que son el 17%, 15 costureras que representan el 4%, 60 comerciantes o vendedores que representa el 16%, 2 arquitectos que son el 1%, 25 profesores que son el 7%, 5 policías que son el 1%, 1 monja que es el 0%, 25 artesanos que representan el 7%, 13 albañiles que es el 4%, 8 misioneros que son el 2%, 3 jardineros que es el 1%, 3 conductores que son el 1%, 2 personas con trabajo a medio tiempo que son el 1%, 3 panaderos que es el 1%, 2 vendedoras que representan el 1%; con un total de 364 personas siendo el 100%.

PREGUNTA 4.- ¿Considera a la Parroquia de San Pablo del Lago un lugar para hacer turismo?

TABLA N° 4: Tabulación pregunta 4

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTESTADAS	341	94%
NO CONTESTADAS	23	6%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 4: Tabulación pregunta



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 4 se puede observar que de las 364 personas encuestadas que significa el 100% respondieron la pregunta 341 personas siendo el 94% y no respondieron a la pregunta 23 personas que significa el 6%.

PREGUNTA 4.1.- ¿Considera a la Parroquia de San Pablo del Lago un lugar para hacer turismo?

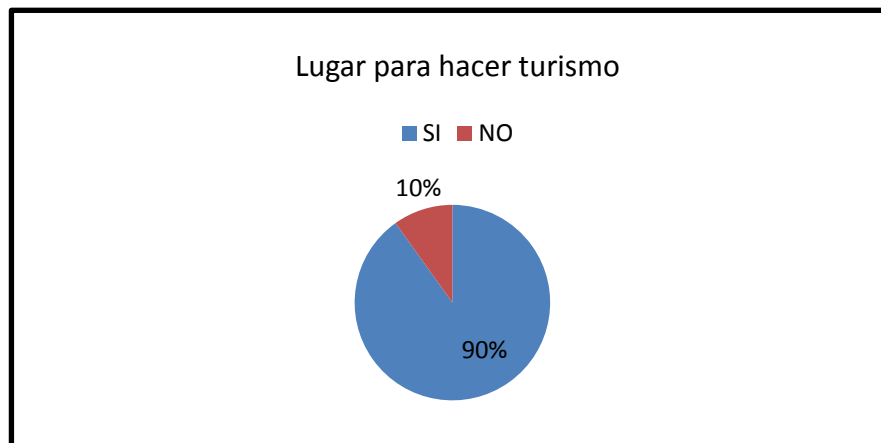
SI NO

TABLA N° 5: Tabulación pregunta 4.1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	328	90%
NO	36	10%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 5: Tabulación pregunta 4.1



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 5 se puede observar que contestaron con un SI 328 personas siendo el 90% y con un NO 36 personas que representa el 10% con un total de 364 personas que es el 100%.

PREGUNTA 4.2.- ¿Considera a la Parroquia de San Pablo del Lago un lugar para hacer turismo?

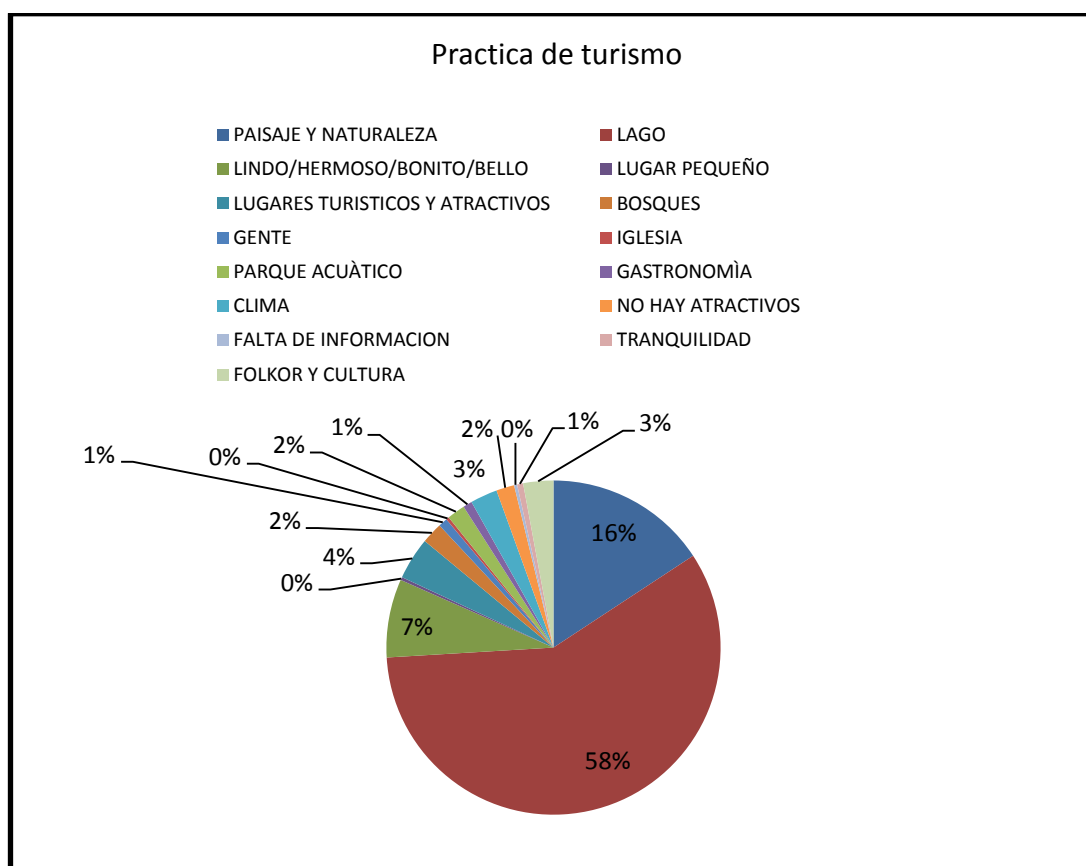
¿PORQUÈ?.....

TABLA N° 6: Tabulación pregunta 4.2

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PAISAJE Y NATURALEZA	54	16%
LAGO	200	58%
LINDO/HERMOSO/BONITO/BELLO	26	7%
LUGAR PEQUEÑO	1	0%
LUGARES TURISTICOS Y ATRACTIVOS	14	4%
BOSQUES	7	2%
GENTE	3	1%
IGLESIA	1	0%
PARQUE ACUÀTICO	6	2%
GASTRONOMÌA	3	1%
CLIMA	9	3%
NO HAY ATRACTIVOS	6	2%
FALTA DE INFORMACION	1	0%
TRANQUILIDAD	2	1%
FOLKOR Y CULTURA	10	3%
TOTAL	343	100%

FUENTE: POBLACIÒN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 6: Tabulación pregunta 4.2



FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 6 se puede observar que respondieron con paisaje y naturaleza 54 personas que es el 16%, lago 200 personas que es el 58%, lindo/hermoso/bonito o bello 26 personas que son el 7%, lugares turísticos y atractivos 14 personas siendo el 4%, bosques 7 personas que es el 2%, gente 3 personas que es el 1%, iglesia 1 persona que es el 0%, parque acuático 6 personas que son el 2%, gastronomía 3 personas siendo el 1%, clima 9 personas que es el 3%, no hay atractivos 6 personas que es el 2%, tranquilidad 2 personas siendo el 1% , folklor y cultura 10 personas que representa el 3%; con un total de 343 encuestados que representa el 100%.

PREGUNTA 5.- ¿Conoce usted todos los atractivos de su Parroquia? SI/ NO

TABLA N° 7: Tabulación pregunta 5

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTESTADAS	362	99%
NO CONTESTADAS	2	1%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 7: Tabulación pregunta 5



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 7 se puede observar que contestaron a la pregunta 362 persona que son el 99% y que 2 no contestaron es el 1%; con un total de 364 encuestados que representa el 100%.

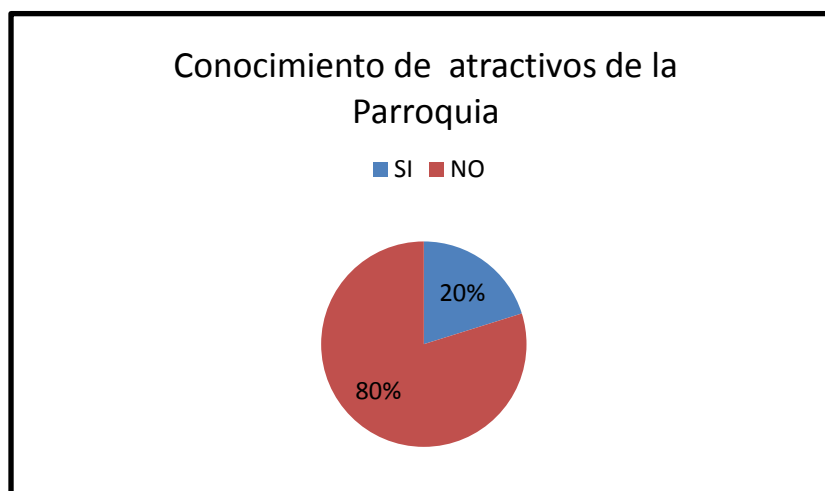
PREGUNTA 5.1.- ¿Conoce usted todos los atractivos de su Parroquia? SI / NO

TABLA N° 8: Tabulación pregunta 5.1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	73	20%
NO	289	80%
TOTAL	362	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 8: Tabulación pregunta 5.1



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 8 se puede observar que contestaron con un SI 73 personas que es el 20% y con un NO 289 personas que es el 80%; llegando al total de 362 encuestados que representa el 100%.

PREGUNTA 6.- ¿ Según usted ¿Estos atractivos son?

BUENOS MALOS

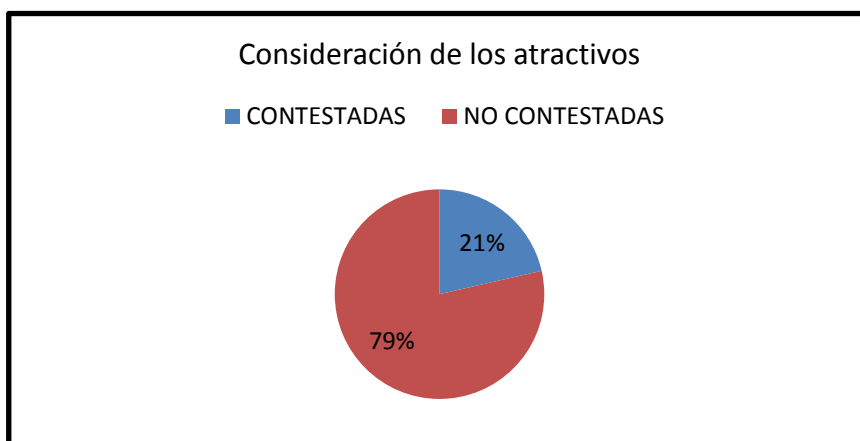
¿PORQUE?.....

TABLA N° 9: Tabulación pregunta 6

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTESTADAS	78	21%
NO CONTESTADAS	286	79%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 9: Tabulación pregunta 6



FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 9 se puede observar que contestaron a la pregunta expuesta 78 personas siendo el 21% y que no contestaron a la misma 286 personas que es el 79%, con un total de 364 personas encuestadas que representa el 100%.

PREGUNTA 6.1.- ¿Según usted ¿Estos atractivos son?

BUENOS MALOS

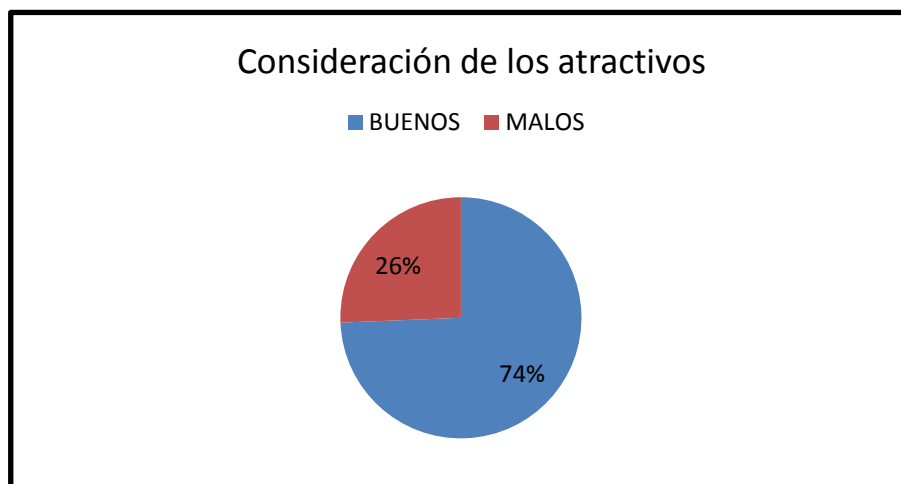
¿PORQUE?.....

TABLA N° 10: Tabulación pregunta 6.1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENOS	58	74%
MALOS	20	26%
TOTAL	78	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 10: Tabulación pregunta 6.1



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 10 se puede observar que contestaron con BUENOS 58 personas que es 74% y con un MALOS 20 personas que es el 26%; llegando a un total de 78 personas que representa el 100%.

PREGUNTA 6.2.- ¿Según usted ¿Estos atractivos son?

BUENOS MALOS

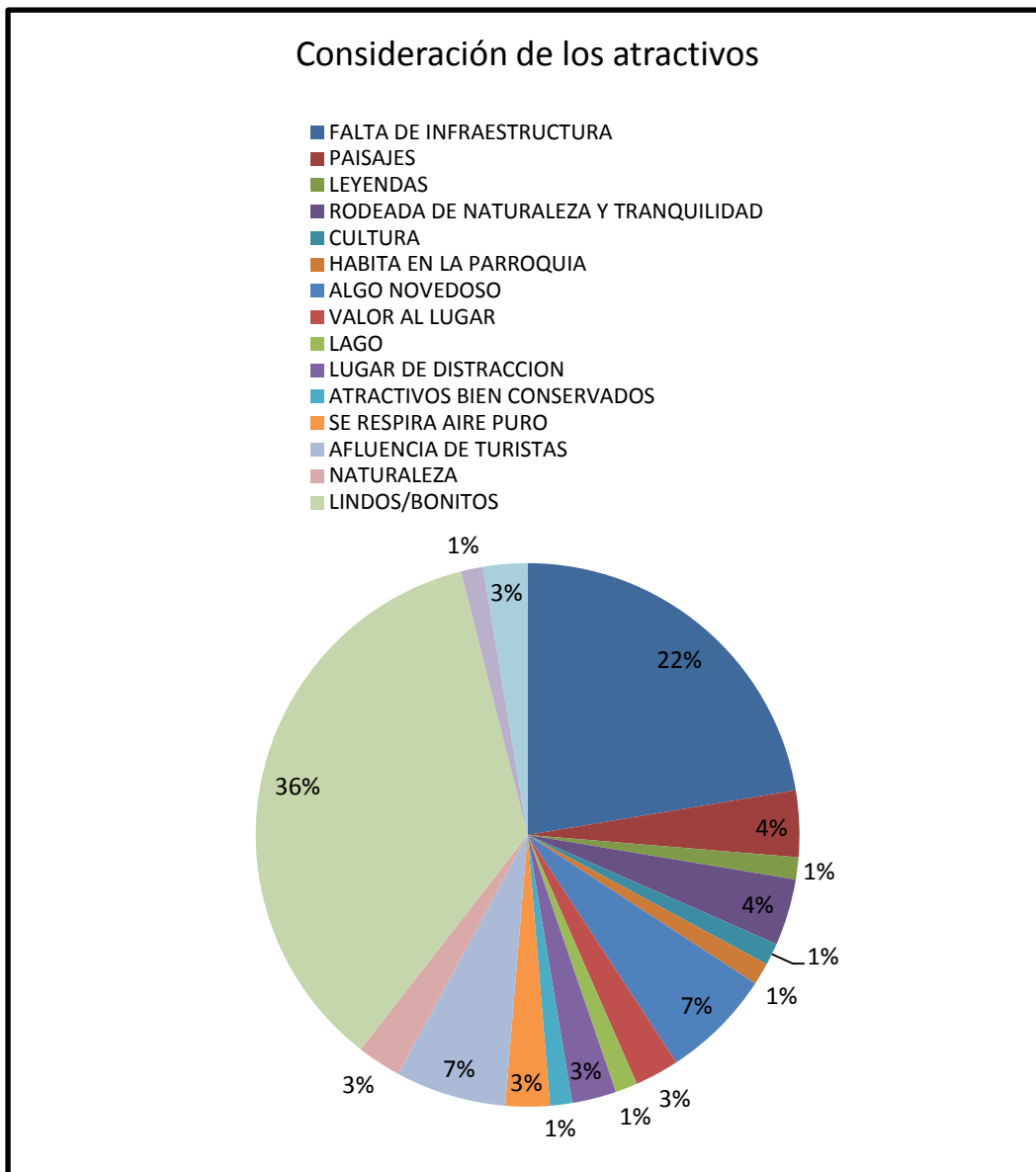
¿PORQUE?.....

TABLA N° 11: Tabulación pregunta 6.2

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
FALTA DE INFRAESTRUCTURA	17	22%
PAISAJES	3	4%
LEYENDAS	1	1%
RODEADA DE NATURALEZA Y TRANQUILIDAD	3	4%
CULTURA	1	1%
HABITA EN LA PARROQUIA	1	1%
ALGO NOVEDOSO	5	7%
VALOR AL LUGAR	2	3%
LAGO	1	1%
LUGAR DE DISTRACCION	2	3%
ATRATIVOS BIEN CONSERVADOS	1	1%
SE RESPIRA AIRE PURO	2	3%
AFLUENCIA DE TURISTAS	5	7%
NATURALEZA	2	3%
LINDOS/BONITOS	27	36%
NO HAY PROMOCIÓN	1	1%
FALTA DE CUIDADO Y CONSERVACIÓN	2	3%
TOTAL	76	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 11: Tabulación pregunta 6.2



FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 11 se puede observar que los encuestados contestaron con falta de infraestructura 17 personas que son el 22%, paisajes 3 personas que es el 4%, leyendas 1 persona que es el 1%, rodeada de naturaleza y tranquilidad 3 personas que son el 4%, cultura 1 persona que es el 1%, habita en la parroquia 1 persona que es el 1%, algo novedoso 5 personas que son el 7%, valor al lugar 2 personas que son el 3%, lago 1 persona que es el 1%, lugar de distracción 2 personas que son el 3%, atractivos bien conservados 1 persona que es el 1%, se respira aire puro 2 personas que son el 3%, afluencia de turistas 5 personas que son el 7%, naturaleza 2 personas que son el 3%, lindos/bonitos 27 personas que son el 36%, no hay promoción 1 persona que es el 1%, falta de cuidado y conservación 2 personas que es el 3%; con un total de 76 personas que representa el 100%.

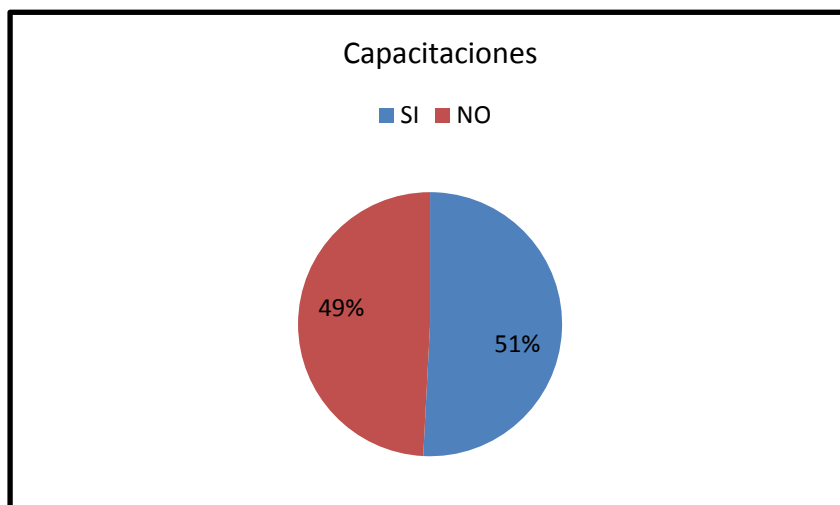
PREGUNTA 7.- Según usted ¿La comunidad ha recibido capacitaciones sobre la actividad turística? SI / NO

TABLA N° 12: Tabulación pregunta 7

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	185	51%
NO	179	49%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 12: Tabulación pregunta 7



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 12 se puede observar que 185 personas respondieron con un SI siendo 51% y con un NO lo hicieron 179 personas siendo el 49%; llegando a un total de 364 encuestados que representa el 100%.

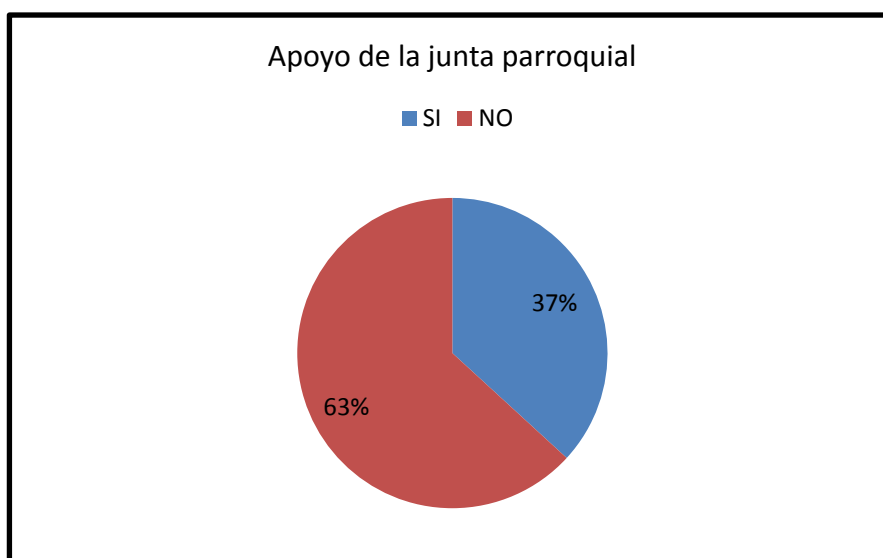
**PREGUNTA 8.- ¿Cree que la Parroquia recibe apoyo de la Junta para el desarrollo de la actividad turística?
SI / NO**

TABLA N° 13: Tabulación pregunta 8

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	134	37%
NO	230	63%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 13: Tabulación pregunta 8



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPETACIÓN: En el gráfico N° 13 se observa que contestaron con un SI 134 personas siendo el 37% y con un NO 230 personas siendo un 63%, obteniendo un total de 364 personas encuestadas que corresponde al 100%.

PREGUNTA 9.- ¿Hay promoción turística de la Parroquia?

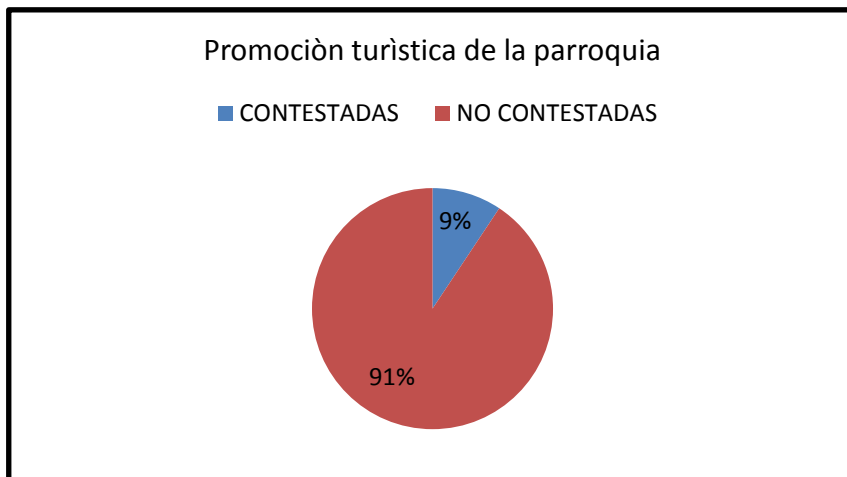
SI / NO ¿En qué lugares?.....

TABLA N° 14: Tabulación pregunta 9

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTESTADAS	34	9%
NO CONTESTADAS	330	91%
TORAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 14: Tabulación pregunta 9



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 14 se puede observar que contestaron a la pregunta 34 personas que es el 9% y que no contestaron a la misma 330 personas que son el 91%; con un total de 364 personas encuestadas que corresponde al 100%.

PREGUNTA 9.1.- ¿Hay promoción turística de la Parroquia? SI / NO

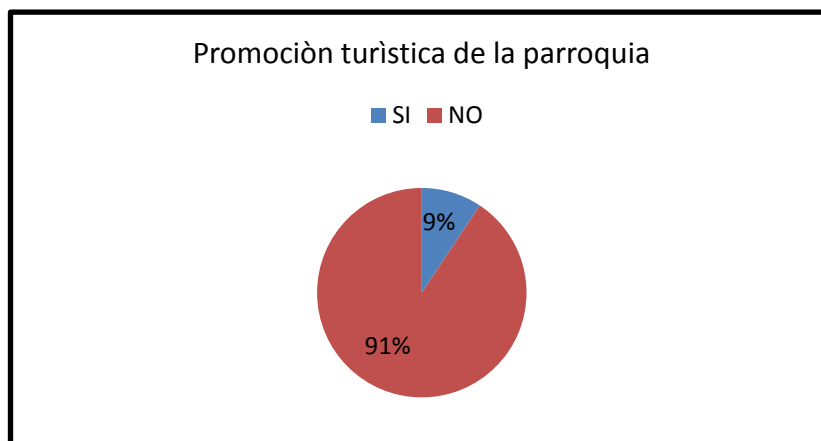
¿En qué lugares?.....

TABLA N° 15: Tabulación pregunta 9.1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	34	9%
NO	330	91%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 15: Tabulación pregunta 9.1



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 15 se puede observar que contestaron con un SI 34 personas que es el 9% y con un NO 330 personas que son el 91% llegando a un total de 364 personas encuestadas que representa el 100%.

PREGUNTA 9.2.- ¿Hay promoción turística de la Parroquia? SI / NO

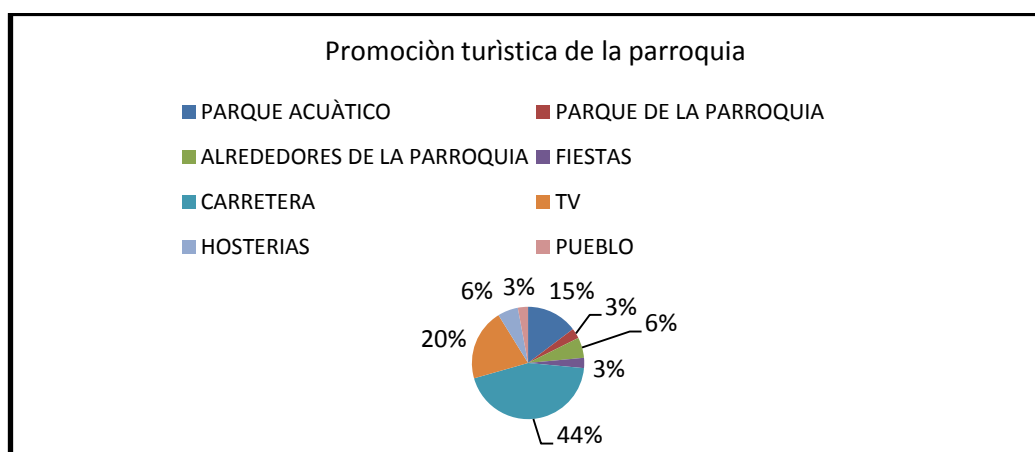
¿En qué lugares?.....

TABLA N° 16: Tabulación pregunta 9.2

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PARQUE ACUÁTICO	5	15%
PARQUE DE LA PARROQUIA	1	3%
ALREDEDORES DE LA PARROQUIA	2	6%
FIESTAS	1	3%
CARRETERA	15	44%
TV	7	20%
HOSTERIAS	2	6%
PUEBLO	1	3%
TOTAL	34	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 16: Tabulación pregunta 9.2



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 16 se puede observar que se contestó con parque acuático 5 personas el 15%, parque de la parroquia 1 persona es el 3%, alrededores de la parroquia 2 personas que es el 6%, fiestas 1 persona que es el 3%, carretera 15 personas que es el 44%, tv 7 personas que son el 20%, hosterías 2 personas que es el 6%, pueblo 1 persona que es el 1%; con un total de 34 personas que corresponden al 100%.

PREGUNTA 10.- ¿Con qué servicios cuenta la Parroquia?

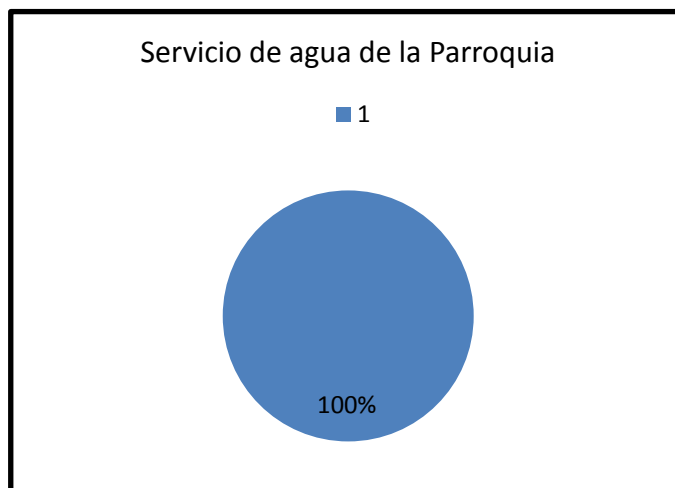
Agua ()

TABLA N° 17: Tabulación pregunta 10

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGUA	364	100%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 17: Tabulación pregunta 10



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 17 las 364 personas encuestadas respondieron que si existe el servicio de agua en la Parroquia que representan el 100%.

PREGUNTA 11.- ¿Con qué servicios cuenta la Parroquia?

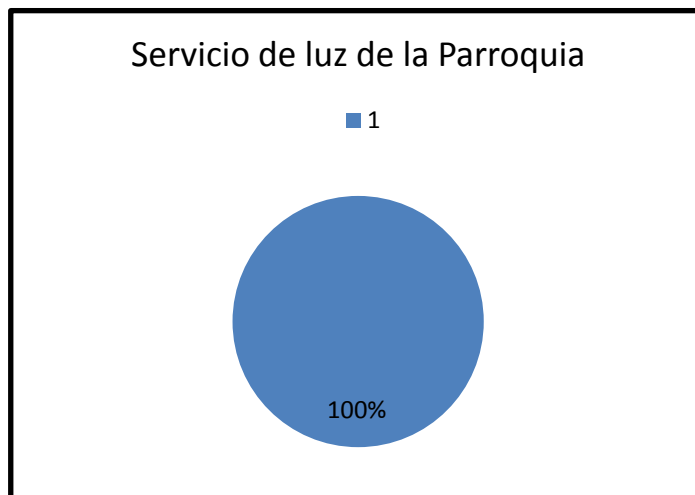
Luz ()

TABLA N° 18: Tabulación pregunta 11

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
LUZ	364	100%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 18: Tabulación pregunta 11



FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 18 las 364 personas encuestadas respondieron que si existe el servicio de luz eléctrica en la Parroquia que representa el 100%.

PREGUNTA 12.- ¿Con qué servicios cuenta la Parroquia?

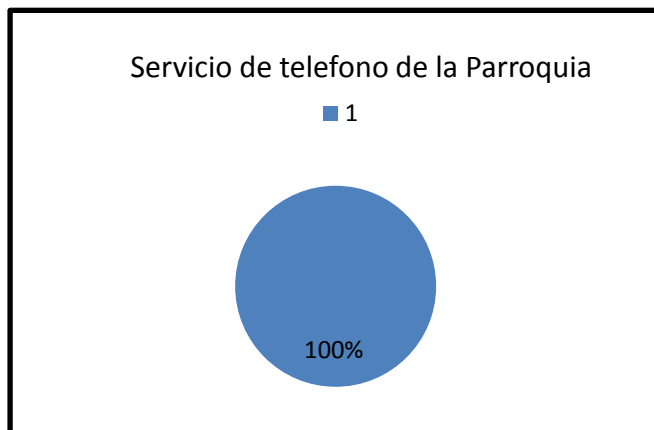
Teléfono ()

TABLA N° 19: Tabulación pregunta 12

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
TELÈFONO	364	100%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 19: Tabulación pregunta 12



FUENTE: POBLACION ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 19 las 364 personas encuestadas respondieron que si cuentan con el servicio de telefonía en la Parroquia que representa el 100%.

PREGUNTA 13.- ¿Con qué servicios cuenta la Parroquia?

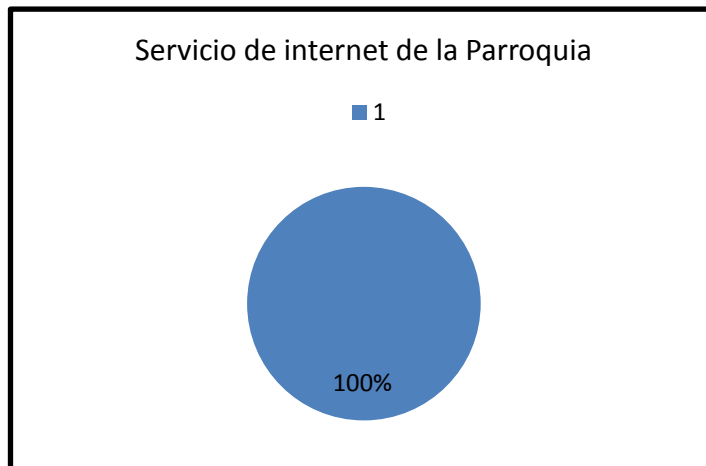
internet ()

TABLA N° 20: Tabulación pregunta 13

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
INTERNET	364	100%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 20: Tabulación pregunta 13



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 20 las 364 personas contestaron que cuentan con el servicio de internet en la Parroquia que representa el 100%.

PREGUNTA 14.- ¿Con qué servicios cuenta la Parroquia?

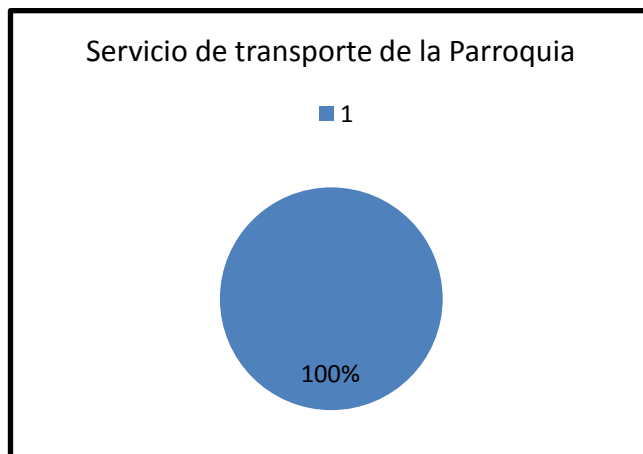
Transporte ()

TABLA N° 21: Tabulación pregunta 14

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
TRANSPORTE	364	100%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 21: Tabulación pregunta 14



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 21 de las 364 personas encuestadas todas contestaron que si cuentan con el servicio de transporte en la Parroquia que representa el 100%.

PREGUNTA 15.- ¿Estos servicios son?

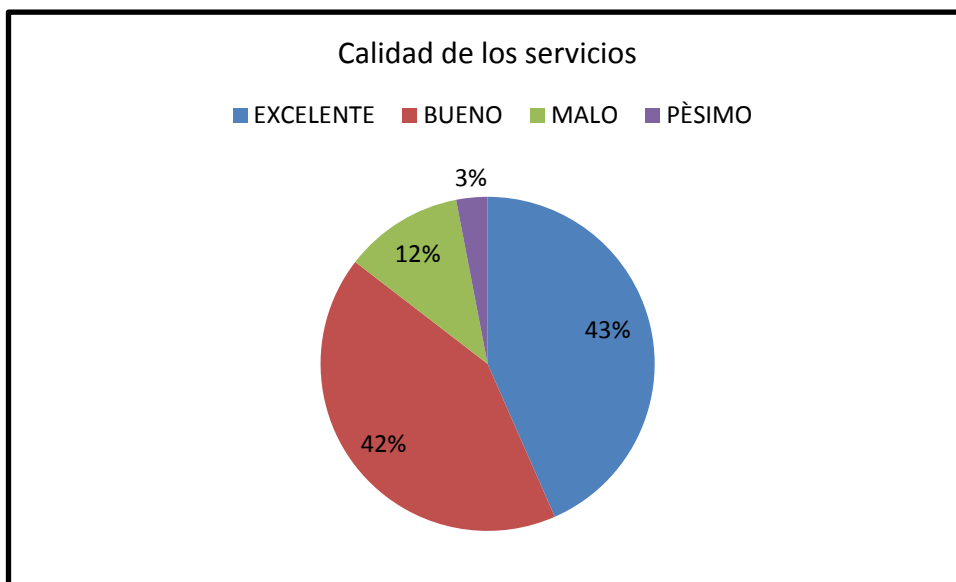
Excelente () Bueno () Malo () Pésimo ()

TABLA N° 22: Tabulación pregunta 15

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXCELENTE	158	43%
BUENO	153	42%
MALO	42	12%
PÈSIMO	11	3%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: SRTA. CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 22: Tabulación pregunta 15



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: SRTA. CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 22 se puede observar que los encuestados contestaron con un: excelente 158 personas que es el 43%, bueno 153 personas que son el 42%, malo 42 personas siendo el 12% y pésimo 11 personas que es el 3%; con un total de 364 personas encuestadas que representa el 100%.

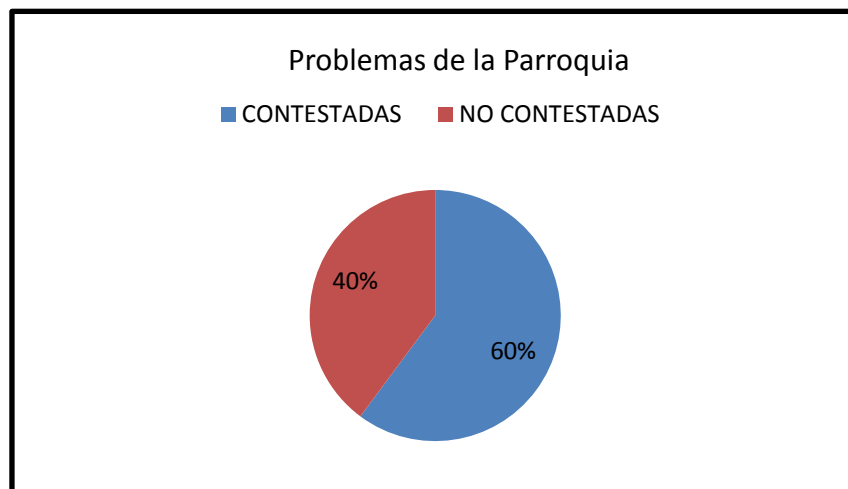
PREGUNTA 16.- Según su criterio ¿Qué problemas tiene la Parroquia?

TABLA N° 23: Tabulación pregunta 16

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTESTADAS	219	60%
NO CONTESTADAS	145	40%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 23: Tabulación pregunta 16



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 23 se puede observar que de las 364 personas encuestadas que representa el 100% contestaron la pregunta unas 219 personas que son el 60% mientras que no contestaron a la misma unas 145 personas siendo el 40%.

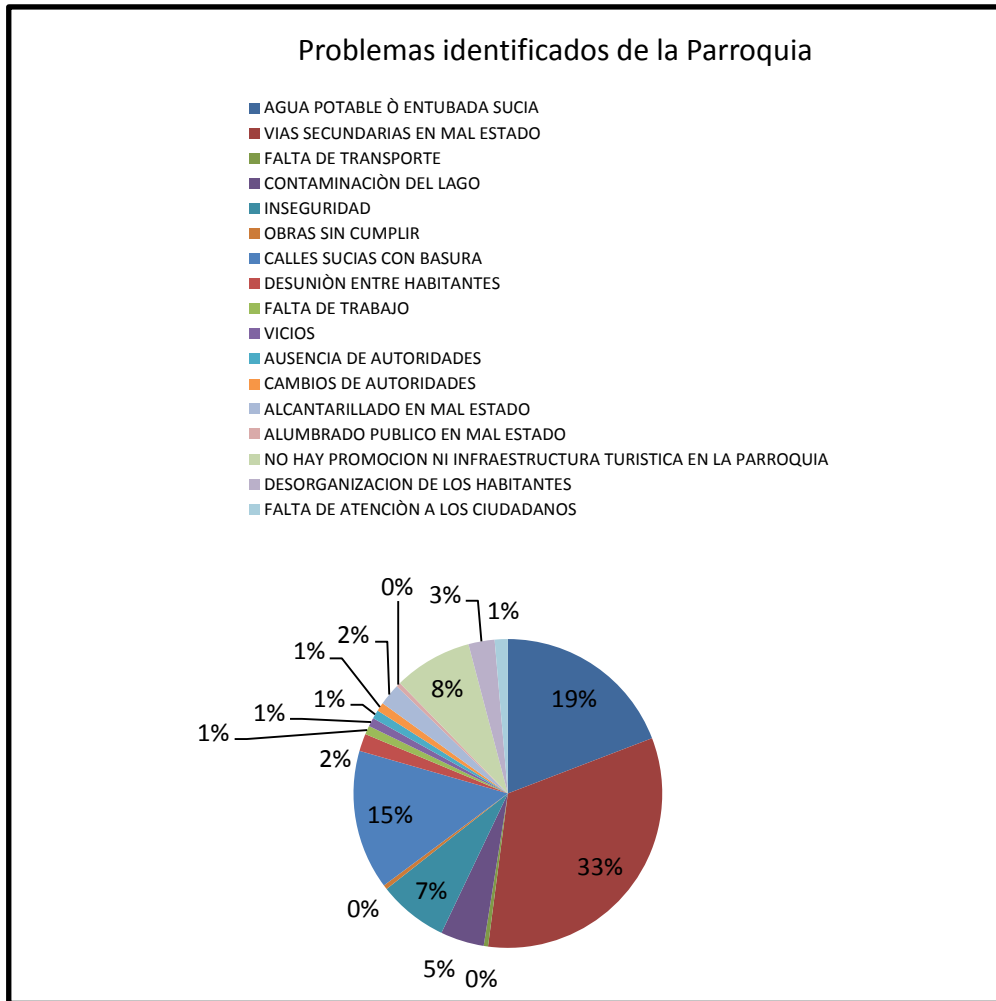
PREGUNTA 17.- Según su criterio ¿Qué problemas tiene la Parroquia?

TABLA N° 24: Tabulación pregunta 17

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGUA POTABLE Ò ENTUBADA SUCIA	42	19%
VIAS SECUNDARIAS EN MAL ESTADO	72	33%
FALTA DE TRANSPORTE	1	0%
CONTAMINACIÒN DEL LAGO	10	5%
INSEGURIDAD	16	7%
OBRAS SIN CUMPLIR	1	0%
CALLES SUCIAS CON BASURA	32	15%
DESUNIÒN ENTRE HABITANTES	4	2%
FALTA DE TRABAJO	2	1%
VICIOS	2	1%
AUSENCIA DE AUTORIDADES	2	1%
CAMBIOS DE AUTORIDADES	2	1%
ALCANTARILLADO EN MAL ESTADO	5	2%
ALUMBRADO PUBLICO EN MAL ESTADO	1	0%
NO HAY PROMOCION NI INFRAESTRUCTURA TURISTICA EN LA PARROQUIA	18	8%
DESORGANIZACION DE LOS HABITANTES	6	3%
FALTA DE ATENCIÒN A LOS CIUDADANOS	3	1%
TOTAL	219	100%

FUENTE: POBLACIÒN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 24: Tabulación pregunta 17



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 24 se puede observar que: el agua potable o entubada es sucia 42 personas que son el 19%, vías secundarias en mal estado 72 personas que es el 33%, falta de transporte 1 persona que es 0%, contaminación del lago 10 personas que son el 5%, inseguridad 16 personas que son el 7%, obras sin cumplir 1 persona que es el 0%, calles sucias con basura 32 personas que son el 15%, desunión entre habitantes 4 personas siendo el 2%, falta de trabajo 2 personas que es el 1%, vicios 2 personas que son el 1%, ausencia de las autoridades 2 personas que son el 1%, cambios de autoridades 2 personas que es el 1%, alcantarillado en las estado 5 personas que es el 2%, alumbrado público en mal estado 1 persona que es el 0%, no hay promoción ni infraestructura turística en la parroquia 18 personas siendo el 8%, desorganización de los habitantes 6 personas que son el 3%, falta de atención de los ciudadanos 3 personas que es el 1%; llegando a un total de 219 encuestados que representa a el 100% que respondieron a la pregunta.

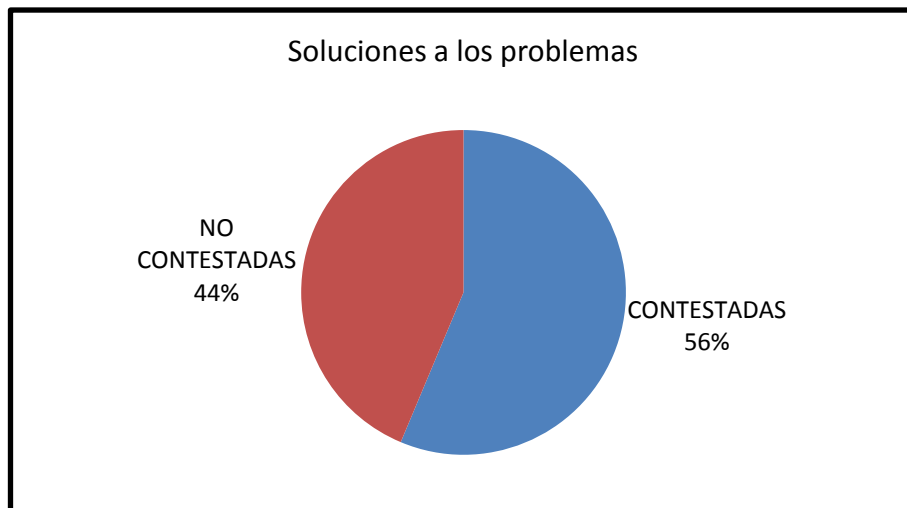
PREGUNTA 18.- ¿Cómo ayudaría para combatir estos problemas y porque?

TABLA N° 25: Tabulación pregunta 18

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTESTADAS	205	56%
NO CONTESTADAS	159	44%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 25: Tabulación pregunta 18



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 25 se puede observar que contestaron a la pregunta formulada 205 personas que son el 56% y que de lo contrario no contestaron a la pregunta 159 personas que es el 44% de un total de 364 encuestados que representa el 100%.

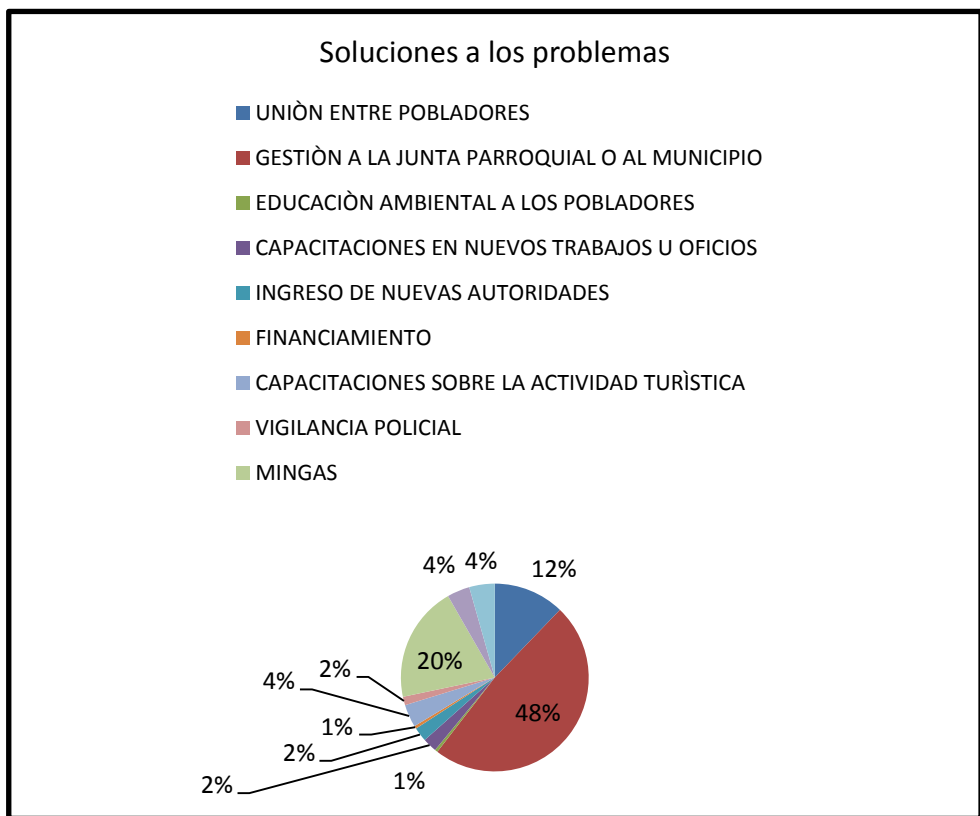
PREGUNTA 19.- ¿Cómo ayudaría para combatir estos problemas y porque?

TABLA N° 26: Tabulación pregunta 19

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
UNIÒN ENTRE POBLADORES	25	12%
GESTIÒN A LA JUNTA PARROQUIAL O AL MUNICIPIO	99	48%
EDUCACIÒN AMBIENTAL A LOS POBLADORES	1	1%
CAPACITACIONES EN NUEVOS TRABAJOS U OFICIOS	5	2%
INGRESO DE NUEVAS AUTORIDADES	5	2%
FINANCIAMIENTO	1	1%
CAPACITACIONES SOBRE LA ACTIVIDAD TURÌSTICA	8	4%
VIGILANCIA POLICIAL	3	2%
MINGAS	41	20%
CAMPAÑAS PARA EVITAR LA CONTAMINACIÒN	8	4%
ALARMAS COMUNITARIAS	9	4%
TOTAL	205	100%

FUENTE: POBLACIÒN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 26: Tabulación pregunta 19



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 26 se puede observar que la respuesta de los encuestados fue de: unión entre pobladores 25 personas que es el 12%, gestión a la junta parroquial o al municipio 99 personas que son el 48%, educación ambiental a los pobladores 1 persona que es el 1%, capacitaciones en nuevos trabajos u oficios 5 personas que son el 2%, ingreso de nuevas autoridades 5 personas que son el 2%, financiamiento 1 persona que es el 1%, capacitaciones sobre la actividad turística 8 personas que son el 4%, vigilancia policial 3 personas que es el 2%, mingas 41 personas que son el 20%, campañas para evitar la contaminación 8 personas que son el 4%, alarmas comunitarias 9 personas que son el 4%, de un total de 205 personas que contestaron representado el 100%.

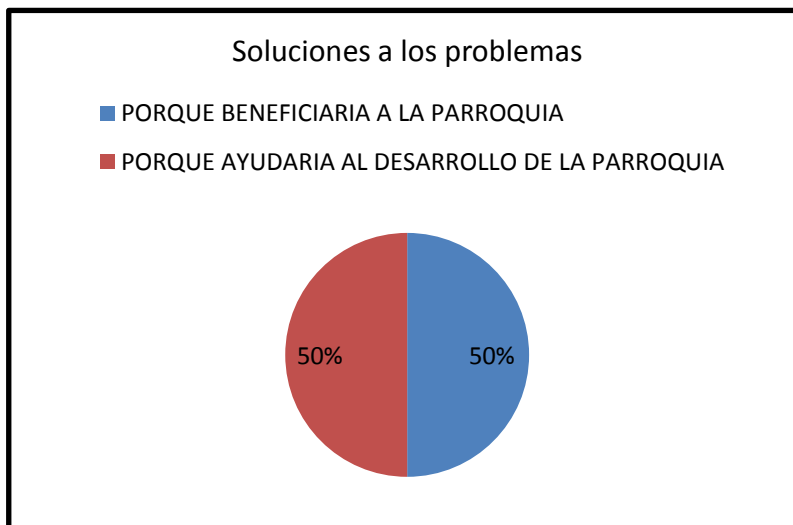
PREGUNTA 19.1 .- ¿Cómo ayudaría para combatir estos problemas y porque?

TABLA N° 27: Tabulación pregunta 19.1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PORQUE BENEFICIARIA A LA PARROQUIA	182	50%
PORQUE AYUDARIA AL DESARROLLO DE LA PARROQUIA	182	50%
TOTAL	364	100%

FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

GRÁFICO N° 27: Tabulación pregunta 19.1



FUENTE: POBLACIÓN ENCUESTADA DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO.
ELABORADO POR: CATHERINE CHIRIBOGA.

INTERPRETACIÓN: En el gráfico N° 27 se puede observar que la mitad de encuestados ósea el 50% respondieron porque beneficiaria a la parroquia y la otra mitad el otro 50% porque sería para el desarrollo de la parroquia.

4.1.2 PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN DE LA ENTREVISTA

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Género: Masculino (X) Femenino ()

Actividad económica: PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE SAN PABLO DEL LAGO - SR. FAUSTO PROAÑO.

1.- Dentro de la Planificación Anual de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago la actividad turística ¿Qué prioridad tiene?

Actualmente estamos en el proceso de planificación en cuanto a esta actividad, planificación en infraestructura con todos los servicios básicos, iniciando proyectos en turismo comunitario, ya que cuenta con un atractivo conocido como es el Lago San Pablo y solo con empresas privadas que brindan servicios turísticos sin contar con uno propio de la comunidad.

2.- ¿Existe un Catastro actualizado sobre la Planta Turística de la Parroquia?

Si al momento existe un catastro no tan actualizado, que ha sido realizado con estudiantes que han llegado a realizar sus pasantías en este lugar.

3.- ¿Los servicios de información con los que cuenta la Parroquia abastecen a la demanda turística?

No cuenta con información ni difusión por lo tanto no abastece a la demanda turística, siendo una debilidad por la falta de las autoridades e instituciones para el crecimiento en cuanto al turismo se refiere.

4.- El Gobierno Central ¿Cómo apoya en la promoción, defensa y comercialización de la Parroquia?

En cuanto a la defensa y comercialización de la parroquia se tiene un apoyo en forma irregular con capacitaciones, talleres, con una mejoría en cuento al Complejo Acuático ya que no se concluyo con el mismo y recién en esta administración se estuvo conversando con las comunidades para culminar el proyecto.

5.- ¿Los habitantes de la Parroquia se encuentran vinculados con la actividad turística?

De toda la población un 2% se encuentra involucrado en la actividad turística ya que la mayoría se dedica a la agricultura, floricultura y profesionales en la educación.

6.- ¿Cómo piensa usted que se debe potencializar los atractivos de la Parroquia?

Logrando con toda la comunidad una organización, un entendimiento dejando al lado el egoísmo, intereses personales; así concientizando a la población por medio de capacitaciones y talleres en cuanto a la actividad turística.

4.2 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.2.1 Análisis de la encuesta

La encuesta fue realizada en la población de la Parroquia de San Pablo del Lago con un total de 364 encuestados que se realizó solo los días domingos por ser el día de descanso, a la cual se acudió de puerta a puerta en cada uno de los hogares. Según la encuesta se llegó a entrevistar a personas de diferentes edades, sexo masculino y femenino así como también diferentes profesiones. Se pudo constatar que consideran a la Parroquia un lugar turístico por el Lago San Pablo, así también que la gran mayoría de habitantes no conocen todos los atractivos y que para vista de los pobladores están en buen estado, afirman que han recibido capacitaciones en cuanto a la actividad turística, pero que no recibe apoyo de las autoridades; así como también no existe promoción turística de la Parroquia, cuenta con los servicios de agua, luz, internet y transporte en buen estado, teniendo como problema el

mal estado de las calles secundarias y proponiendo soluciones de llamar la atención a las autoridades para el beneficio y desarrollo de la Parroquia.

4.2.2 Anàlisis de la entrevista

La entrevista fue realizada al Sr. Presidente de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago el Sr. Fausto Proaño el cual dijo que actualmente se encuentran trabajando en proyectos turísticos comunitarios que puedan aprovechar al máximo los atractivos, afirmo que existe un catastro de la zona pero el cual no ha sido actualizado desde hace varios años, la Parroquia no cuenta con información ni difusión sobre los atractivos y las actividades que se pueden realizar allí; afirmo que vanamente recibe apoyo del Gobierno central en cuento a capacitaciones e infraestructura de los atractivos, los habitantes de la Parroquia no presentan interés por conocer y desarrollar la actividad turística y que esto cambiaría si se concientiza a la población del desarrollo que se lograría al realizar esta actividad.

4.2.3 Anàlisis del levantamiento de la informacion turistica

Para el levantamiento de la información turística de la Parroquia de San Pablo del Lago se visitó cada uno de los atractivos acompañado por personas que conocían el lugar, esta visita se llevo a cabo en varios fines de semana, a varios atractivos el acceso era muy fácil pero a otros no ya que tocaba caminar varios minutos, el atractivo mas nombrado y conocido es el Lago San Pablo, el Parque Acuático, Bosque y Cascada de la Rinconada, El Ojo del Quinde, y Culebra Rumi.

4.2.4 CUADRO DE JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO

ATRACTIVO	CALIDAD INTRÍNSECA	CALIDAD EXTRÍNSECA	ENTORNO	ESTADO DE CONSERVACIÓN	ACCESO	SERVICIOS	ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	SIGNIFICADO LOCAL	PROVINCIAL	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL	JERARQUIA
VALORES	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10	MAX 10		
LAGO SAN PABLO / IMBAKUCHA	7	6	6	2	6	2	3	10	8	8	6	64	III
BOSQUE NATIVO LA RINCONADA	5	5	8	5	3	1	2	5	4	4	4	46	II
CASCADA DE LA RINCONADA	5	4	5	5	3	1	3	5	4	4	4	43	II
PARQUE ACUÁTICO	5	5	5	3	3	4	5	8	5	4	4	51	III
CULEBRA RUMI	4	3	3	2	2	1	1	5	3	3	2	29	II
OJO DEL QUINDE	5	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	42	II

Cuadro n° 11: Cuadro de jerarquización de atractivos de la Parroquia de San Pablo del Lago
 Autor: Catherine Chiriboga

4.3 CONCLUSIONES

La Parroquia de San Pablo del Lago posee unos grandes potenciales turísticos, debido a los diferentes atractivos, tanto culturales como naturales, pero no ha sido desarrollado por la falta de apoyo de las autoridades que no han brindado las suficientes herramientas para el progreso de la Parroquia en cuanto al turismo se refiere.

El estado de los atractivos se encuentra en buenas pero no optimas condiciones para que puedan ser explotados a totalidad ya que no hay señalización, infraestructura, ni guías nativos a los cuales solicitar información.

También el cuidado ambiental de los atractivos no es prioridad en los habitantes puesto que arrojan basura y con esta acción contaminan y evitan el avance en la actividad turística.

Cuenta también con lugares de descanso, alimentación privados, con diferentes actividades y atenciones.

4.4 RECOMENDACIONES

Se necesita que las autoridades tomen atención para desarrollar el turismo; teniendo información actualizada y de interés de cada atractivo, ya que existen datos desactualizados.

También se debe incentivar a la población para que presten el interés debido y conozcan sus atractivos, con la preparación de guías locales.

Se debe mejorar la infraestructura vial hacia los atractivos, y el servicio de agua entubada que en ocasiones llega sucia; así será mejor presentado el atractivo y se convertiría en destino primordial del turista.

Y por último promocionar continuamente a la Parroquia y no solo en sus fiestas y celebraciones anuales.

REFERENCIAS

- Gobierno Parroquial de San Pablo del Lago, (2011). *Datos Generales de la Parroquia de San Pablo del Lago*. Consultado: [26, Mayo, 2013].
- Dirección de Turismo del Municipio de Otavalo, *Catastros Turísticos del Cantón Otavalo*, (1990).
- Dirección de Turismo del Municipio de Otavalo, *MINDALAE Recuperando la Memoria Oral del Mindalae Kichwa Otavalo, Artesano y comerciante*. [DVD]
- Instituto Geográfico Militar, (2004). *Fotografía Aérea de San Pablo del Lago*. [Mapa]
- Gobierno Cantonal de Otavalo, (2013). *Organigrama Estructural del Cantón Otavalo*. [En Línea]. Consultado: [30, Abril, 2013] Disponible: http://www.otavalo.gob.ec/web/?page_id=52
- Gobierno Provincial de Imbabura, (2013), *Consejo Provincial*. [EnLínea]. Consultado: [30, Abril, 2013]. Disponible: http://www.imbabura.gob.ec/?page_id=268
- Otavalo...¡es Otavalo!. (2013). *Otavalo Turismo*. [En Línea]. Consultado: [30, Abril, 2013]. Disponible: <http://www.visitotavalo.com/>

- Grupos Ètnicos del Ecuador, (2012). *Otavalos, Karankis*. [En Lìnea]. Consultado: [27, Junio, 2013]. Disponible: <http://gruposetnicosecuador.blogspot.com/>
- Fiestas de Otavalo, (2012). Fiestas del Yamor. [En Lìnea]. Consultado: [30, Junio, 2013] Disponible: <http://www.fiestasdeotavalo.com/>
- OEA. *Fichas para la Observaciòn Directa*. [2013]

ANEXO 1

ANEXOS

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: SUBTIPO:	
6. UBICACIÓN		
7. ACCESO		
8. Desde acceso	11 Tiempo	9. Vía, tipo y estado 10 Medio de
12. DESCRIPCIÓN		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES		
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO Semana Fin de semana Feriados Largos Vacaciones		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento ○ Comida ○ Alojamiento ○ Visitas guiadas ○ Talleres ○ Rutas autoguiadas ○ Señalización para llegar ○ Señalización interna ○ Limpieza y recogida de basura ○ Servicios higiénicos ○ Seguridad y Manteniendo ○ Alquiler de material para realizar actividades ○ venta de souvenir, información sobre el recurso ○ Folletos ○ Teléfono público ○ Pago con tarjetas de crédito ○ otros 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS		
25. OBSERVACIONES		
26. Realizada Por:		Fecha:

ANEXO 2

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO	5. Email	6. WEB
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	Núcleo poblacional	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD		
Con baño	con duchas	sin baño
Dobles		
Otras (múltiples)		
Total Habitaciones		
Total camas		
OTROS		
Capacidad Restaurante		
Capacidad salones		
44. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros 		
45. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:		
46. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano 		
47. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES		
48. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA		
49. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora(cuales) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Pagina Web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación <input type="checkbox"/> Reserva teléfono Internet <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte 		
50. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> temporal (indicar época) 		
51. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y licencias)		
20. Realizada por:		Fecha:

ANEXO 3

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO	5. Email	6. WEB
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	Núcleo poblacional	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD capacidad del Restaurante capacidad de los Salones Capacidad de Terrazas		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ 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 <ul style="list-style-type: none"> ○ Fines de semana ○ Semana ○ Semana Santa ○ Feriados ○ Navidad ○ Verano 		
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 ○ Pagina Web ○ Reserva con anticipación ○ Reserva teléfono Internet ○ Otros ○ Medios de transporte 		
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> ○ Todo el año ○ temporal (indicar época) 		
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y licencias)		
18. Ficha realizada por:		
19. Fecha:		

ANEXO 4

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:		
<input type="radio"/> Equipos propios para las actividades <input type="radio"/> Oficina <input type="radio"/> Vehiculo para traslado y consumo de alimentos <input type="radio"/> Equipo de primeros auxilios <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Otros <input type="radio"/> Formas de pago		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTANEA		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN		
13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES		
<input type="radio"/> Fin de semana <input type="radio"/> Semana <input type="radio"/> Semana Santa <input type="radio"/> Feriados <input type="radio"/> Navidad <input type="radio"/> Verano		
14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:		
<input type="radio"/> Boca oreja <input type="radio"/> A través de operadora(cuales) <input type="radio"/> De los hoteles y hosterías <input type="radio"/> Promoción directa propia <input type="radio"/> Pagina Web <input type="radio"/> Reserva con anticipación <input type="radio"/> Reserva teléfono Internet <input type="radio"/> Otros <input type="radio"/> Medios de transporte		

APÉNDICES



APÉNDICE A

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA

La presente encuesta es de carácter académico para conocer el potencial turístico de la parroquia de San Pablo del Lago, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, los datos que se brinde serán manejados con absoluta reserva.

ENCUESTA

Edad:

Género: Masculino () Femenino ()

Actividad económica:

1. ¿Considera a la Parroquia de San Pablo del Lago un lugar para hacer turismo?

SI NO

¿PORQUÈ?.....

2. ¿Conoce usted todos los atractivos de su Parroquia?

SI NO

3. Según usted ¿Estos atractivos son? BUENOS / MALOS

¿PORQUE?.....

4. Según usted ¿La comunidad ha recibido capacitaciones sobre la actividad turística?

SI NO

5. ¿Cree que la Parroquia recibe apoyo de la Junta para el desarrollo de la actividad turística?

SI NO

6. ¿Hay promoción turística de la Parroquia?

SI NO

¿En qué lugares?.....

7. ¿Con qué servicios cuenta la Parroquia?

Agua() Luz() Teléfono() Internet() Transporte()

8. ¿Estos servicios son?

Excelente () Bueno () Malo () Pésimo ()

9. Según su criterio ¿Qué problemas tiene la Parroquia?

.....

10. ¿Cómo ayudaría para combatir estos problemas y porque?

.....

APÉNDICE B



ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Actividad económica:

1.- Dentro de la Planificación Anual de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago la actividad turística ¿Qué prioridad tiene?

2.- ¿Existe un Catastro actualizado sobre la Planta Turística de la Parroquia?

3.- ¿Los servicios de información con los que cuenta la Parroquia abastecen a la demanda turística?

4.- El Gobierno Central ¿Cómo apoya en la promoción, defensa y comercialización de la Parroquia?

5.- ¿Los habitantes de la Parroquia se encuentran vinculados con la actividad turística?

6.- ¿Cómo piensa usted que se debe potencializar los atractivos de la Parroquia?