



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE INGENIERÍA**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

“Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera.”

### **TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**“PLAN DE MANEJO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE  
IMBABURA”**

**AUTOR:**

AUCANCELA VARGAS ALFREDO JAVIER

**Directora:** Licenciada Silvia Aldaz Msc.

**Riobamba – Ecuador**

**2013**

## **PÁGINA DE REVISIÓN**

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título “**PLAN DE MANEJO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**”, presentado por Aucancela Vargas Alfredo Javier, dirigida por la Licenciada Silvia Aldaz Msc.

Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

---

Presidente del Tribunal Dr. José Álvarez  
**Firma**

---

Directora Del Proyecto de Investigación Msc. Silvia Aldaz  
**Firma**

---

Miembro del Tribunal Lic. Geovany Armas  
**Firma**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Grado, corresponde exclusivamente a Alfredo Javier Aucancela Vargas a la Licenciada Silvia Aldaz Msc. Directora del Proyecto, el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.

## **AGRADECIMIENTO**

Es el reconocimiento a la carrera de Gestión Turística y Hotelera a mi directora de tesis Licenciada Silvia Aldaz Msc, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito, al Gobierno Municipal del cantón Otavalo especialmente a la Unidad de Turismo, por la ayuda intelectual y material recibido para la realización de la investigación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

## **DEDICATORIA**

A mi madre Rosita Vargas, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo junto a su esposo Fausto Herrera. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

Mis abuelos Jorge Vargas y Gloria Valenzuela, por quererme y apoyarme siempre, esto también se lo debo a ustedes.

A Paulina Sarmiento por su apoyo incondicional y ayuda constante.

A mis Familiares y Amigos/as, que de una u otra forma me ayudaron y participaron para que lograra el presente éxito profesional.

Gracias por sus palabras de aliento y fe en mí.

**ALFREDO JAVIER AUCANCELA VARGAS.**

## ÍNDICE GENERAL

Página de revisión.....	i
Autoría de la investigación.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice general.....	v
Índice de cuadros.....	ix
Índice gráfico e ilustraciones.....	xi
Resumen.....	xii
Summary.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	4
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 General.....	4
1.2.2 Específicos.....	4
1.3 Justificación.....	5
1.4 Hipótesis.....	6
1.4.1 Prueba de Hipótesis.....	6
1.5 Fundamentación teórica.....	7
1.5.1 Plan de manejo turístico.....	7
1.5.1.1 Tipos de planes de manejo.....	7
1.5.1.2 Los planes de manejo, son herramientas de orientación.....	8
1.5.1.3 Instrumentos del plan de manejo.....	9
1.5.1.4 El proceso de planeación estratégica participativa.....	10
1.5.1.5 Formulación de la visión, misión y Estrategias de acción....	13
1.5.1.6 Operativización del plan.....	14
1.5.1.7 Técnicas e instrumentos de planificación y gestión del sector turístico.....	15
1.5.1.8 Seguimiento del plan.....	15
1.5.1.9 Ejecución del plan de manejo.....	16
1.5.2 Demanda Turística.....	18
1.5.2.1 Turismo en el contexto nacional.....	18
1.5.2.2 El turismo interno.....	20
1.5.2.3 Turismo en la sierra norte.....	23
1.5.2.4 Turismo en Otavalo.....	24

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>26</b>
2.1 Metodología.....	26
2.1.1 Tipo de estudio.....	26
2.1.2 Técnicas e instrumentos.....	26
2.2 Población.....	27
2.3 Muestra.....	28
2.4 Operacionalización de variables.....	29
2.5 Procedimientos.....	30
2.6 Procesamiento y análisis.....	30
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>31</b>
3.1 Resultados.....	31
3.2 Datos generales.....	32
3.3 Atractivos naturales y culturales.....	39
3.3.1 Atractivos turísticos naturales.....	39
3.3.2 Atractivos turísticos culturales.....	41
3.3.3 Fiestas culturales y religiosas.....	43
3.4 Oferta turística.....	45
3.4.1 Alojamiento.....	45
3.4.2 Alimentos y bebidas.....	49
3.4.3 Servicios complementarios.....	43
3.4.4 Superestructura turística.....	56
3.5 Demanda turística.....	57
3.5.1 Análisis de la demanda de turistas extranjeros.....	57
3.5.2 Proyección de la demanda.....	57
3.5.2.1 Proyección lineal.....	57
3.5.3 Aspectos políticos.....	60
3.5.4 Aspectos Organizacionales.....	61
3.5.5 Dependencia y presupuesto.....	62
3.6 Resultado de las encuestas.....	63
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>75</b>
4.1 Discusión.....	75
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>78</b>
5.1 Conclusiones y recomendaciones.....	78
5.1.1 Conclusiones.....	78
5.1.2 Recomendaciones.....	80

<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>81</b>
6.1 Propuesta.....	81
6.1.1 Título de la propuesta.....	81
6.1.2 Introducción.....	81
6.1.3 Antecedentes.....	83
6.2 Objetivos.....	85
6.2.1 Objetivo general.....	85
6.2.2 Objetivos específicos.....	85
6.3 Formulación del plan.....	86
6.3.1 Metodología del proceso Plan de Manejo Turístico.....	86
6.3.2 Diagnóstico situacional del sector Turístico.....	86
6.3.2.1 La problemática general existente.....	86
6.3.2.2 Análisis (FODA).....	90
6.4 Misión y Visión.....	96
6.4.1 Misión.....	96
6.4.2 Visión.....	96
6.4.2.1 Otavalo en el 2020 habrá logrado.....	96
6.5 Objetivos, Estrategias y Políticas de acción.....	97
6.5.1 Objetivos Estratégicos.....	97
6.5.2 Estrategias de Acción.....	98
6.5.3 Políticas de estado para el turismo sustentable.....	99
6.6 Bases estratégicas del turismo en Otavalo.....	100
6.6.1 Los programas prioritarios identificados.....	100
6.6.1.1 Mejorar la imagen de Otavalo como destino turístico.....	103
6.6.1.2 La conservación de los recursos naturales.....	105
6.6.1.3 Promover seguridad para los visitantes.....	106
6.6.1.4 La revitalización de la cultura local.....	107
6.6.1.5 Mejoramiento de la comprensión y comunicación con los visitantes.....	108
6.6.1.6 Creación y fortalecimiento de productos turísticos y Competitividad.....	109
6.6.1.7 Inversión en los talentos humanos y la empresa privada Dirigido a la capacitación permanente.....	111
6.6.1.8 Diseño de nuevas rutas dentro del cantón Otavalo.....	112
6.7 Programas de inversiones.....	119
6.7.1 Presupuesto.....	119
6.7.2 Inversión Total.....	121
6.7.3 Cronograma de ejecución del Plan de Manejo Turístico.....	122
6.8 Puesta en marcha del Plan de Manejo.....	124
6.8.1 El rol del ministerio de turismo.....	124
6.8.2 El rol del gobierno local.....	125
6.8.3 El rol de la empresa privada.....	126
6.8.4 El rol de los productores y comerciantes de artesanías.....	127



6.8.5 El rol de las organizaciones internacionales y de desarrollo.....	128
6.8.6 El rol de las instituciones universitarias.....	128
6.8.7 El comité intersectorial de turismo.....	129
6.9 El monitoreo y evaluación.....	131
Conclusiones.....	132
Recomendaciones.....	133
<b>VII. Bibliografía.....</b>	<b>134</b>
Lincografías.....	136
<b>VIII. Anexos.....</b>	<b>.....</b>
<b>ANEXO N°1: Ingreso y egreso de turistas al Ecuador.....</b>	<b>137</b>
<b>ANEXO N°2: Ubicación del turismo.....</b>	<b>138</b>
<b>ANEXO N°3: Principales mercados emisores.....</b>	<b>139</b>
<b>ANEXO N°4: Cuadro comparativo-Ubicación del turismo.....</b>	<b>139</b>
<b>ANEXO N°5: Mercados claves.....</b>	<b>140</b>
<b>ANEXO N°6: Comparativo arribos-mercados claves.....</b>	<b>140</b>
<b>ANEXO N°7: Comparativo arribos acumulados-mercados claves.....</b>	<b>141</b>
<b>ANEXO N°8: Mercados de consolidación.....</b>	<b>141</b>
<b>ANEXO N°9: Comparativo arribos-mercados de consolidación.....</b>	<b>142</b>
<b>ANEXO N°10: Comparativo arribos acumulados.....</b>	<b>142</b>
<b>ANEXO N° 11: Mercado de oportunidad.....</b>	<b>143</b>
<b>ANEXO N° 12: Comparativo arribos-mercados de oportunidad.....</b>	<b>143</b>
<b>ANEXO N° 13: Comparativo arribos acumulados.....</b>	<b>144</b>
<b>ANEXO N° 14: Ingreso de turistas al Ecuador 2008-2012.....</b>	<b>144</b>
<b>ANEXO N° 15: Entrada De extranjeros al ecuador 2011-2012.....</b>	<b>145</b>
<b>ANEXO N° 16: Encuesta.....</b>	<b>146</b>
<b>ANEXO N° 17: Survey in English.....</b>	<b>148</b>
<b>ANEXO N° 18: Paquete económico.....</b>	<b>150</b>
<b>ANEXO N° 19: Paquete aventura, cultura, naturaleza.....</b>	<b>151</b>
<b>ANEXO N° 20: Paquete completo.....</b>	<b>152</b>
<b>ANEXO N° 21: Guía turística de Otavalo 2013.....</b>	<b>153</b>
<b>ANEXO N° 22: Mapas turísticos de Otavalo.....</b>	<b>153</b>
<b>ANEXO N° 23: Mapas turísticos de Otavalo.....</b>	<b>154</b>
<b>ANEXO N° 24: Mapas turísticos de Otavalo.....</b>	<b>154</b>
<b>FOTO N° 1: Logotipo gobierno municipal del cantón Otavalo.....</b>	<b>155</b>
<b>FOTO N° 2: Logotipo Otavalo.....</b>	<b>155</b>
<b>FOTO N° 3: Fachada y lobby casa de turismo.....</b>	<b>155</b>
<b>FOTO N° 4: Calle Sucre (Av. turística).....</b>	<b>156</b>
<b>FOTO N° 5: Atardecer iglesia Jordán, iglesia San Luis.....</b>	<b>156</b>
<b>FOTO N° 6: Plaza de ponchos, feria artesanal sábado.....</b>	<b>157</b>
<b>FOTO N° 7: Puesto artesanal, plaza de ponchos.....</b>	<b>157</b>
<b>FOTO N° 8: Mirador colibrí, cruz del papa.....</b>	<b>158</b>
<b>FOTO N° 9: Otavalo al amanecer.....</b>	<b>158</b>
<b>FOTO N° 10: Fiesta Yamor, danza tradicional.....</b>	<b>159</b>
<b>FOTO N° 11: Fiesta Yamor, concierto colectivo.....</b>	<b>159</b>

<b>FOTO N° 12:</b> Mujeres otavaleñas, Asc. Jatari.....	160
<b>FOTO N° 13:</b> Mujer labrando tierra, Lechero.....	160
<b>FOTO N° 14:</b> Atardecer Lechero.....	161
<b>FOTO N° 15:</b> Búhos parque Cóndor.....	161
<b>FOTO N° 16:</b> Lago San Pablo.....	162
<b>FOTO N° 17:</b> Cruce del lago San Pablo.....	162
<b>FOTO N° 18:</b> Lago San Pablo vista panorámica.....	163
<b>FOTO N° 19:</b> Parque Cóndor vista panorámica.....	163
<b>FOTO N° 20:</b> Laguna Mojanda.....	163
<b>FOTO N° 21:</b> Elevación Fuya Fuya.....	164
<b>FOTO N° 22:</b> Plaza ceremonial Peguche.....	164
<b>FOTO N° 23:</b> Ingreso cascada Peguche.....	165
<b>FOTO N° 24:</b> Cascada Peguche.....	165
<b>FOTO N° 25:</b> Evidencia fotográfica.....	166

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Tabla N° 1:</b> Prueba de hipótesis.....	6
<b>Tabla N° 2:</b> Número de Turistas que llegan al cantón Otavalo.....	27
<b>Tabla N° 3:</b> Operacionalización de variables.....	29
<b>Tabla N° 4:</b> Número de turistas que llegan al cantón Otavalo.....	30
<b>Tabla N° 5:</b> Atractivos naturales del cantón Otavalo.....	40
<b>Tabla N° 6:</b> Atractivos Culturales.....	42
<b>Tabla N° 7:</b> Fiestas culturales y religiosas.....	44
<b>Tabla N° 8:</b> Catastro alojamiento del cantón Otavalo 2012.....	45
<b>Tabla N° 9:</b> Actualización de catastro de alojamiento.....	46
<b>Tabla N° 10:</b> Catastro alimentos y bebidas del cantón Otavalo 2012.....	49
<b>Tabla N° 11:</b> Actualización de catastro de alimentos y bebidas.....	50
<b>Tabla N° 12:</b> Catastro servicios complementarios del cantón Otavalo...	53
<b>Tabla N° 13:</b> Servicios complementarios.....	54
<b>Tabla N° 14:</b> Entradas al cantón Otavalo 2007-jul 2012.....	57
<b>Tabla N° 15:</b> Proyección lineal-Método mínimos cuadrados.....	58
<b>Tabla N° 16:</b> Proyección de la demanda 2013-2020.....	59
<b>Tabla N° 17:</b> Género de los turistas.....	63
<b>Tabla N° 18:</b> Procedencia de los turistas.....	64
<b>Tabla N° 19:</b> Nivel de instrucción.....	65
<b>Tabla N° 20:</b> Ocupación.....	66
<b>Tabla N° 21:</b> Frecuencia de visita.....	67
<b>Tabla N° 22:</b> Hospedaje.....	68
<b>Tabla N° 23:</b> Visitas al cantón Otavalo.....	69
<b>Tabla N° 24:</b> Lugares de visita.....	70
<b>Tabla N° 25:</b> Medios de difusión turística.....	71
<b>Tabla N° 26:</b> Producto turístico.....	72
<b>Tabla N° 27:</b> Aceptación de un Plan de Manejo.....	73
<b>Tabla N° 28:</b> Prever problemas y dar soluciones.....	74
<b>Tabla N° 29:</b> La problemática actualmente existente.....	87
<b>Tabla N° 30:</b> Análisis F.O.D.A.....	90
<b>Tabla N° 31:</b> Jerarquización de fortalezas.....	91
<b>Tabla N° 32:</b> Jerarquización de oportunidades.....	92
<b>Tabla N° 33:</b> Jerarquización de debilidades.....	93
<b>Tabla N° 34:</b> Jerarquización de amenazas.....	94
<b>Tabla N° 35:</b> Matriz F.O.D.A. jerarquizada.....	95
<b>Tabla N° 36:</b> Programas prioritarios identificados.....	101
<b>Tabla N° 37:</b> Paquete económico.....	114
<b>Tabla N° 38:</b> Paquete aventura, cultura, naturaleza.....	115
<b>Tabla N° 39:</b> Paquete completo jóvenes-adultos.....	116
<b>Tabla N° 40:</b> Programa de inversiones.....	119
<b>Tabla N° 41:</b> Inversión total.....	121

<b>Tabla N° 42:</b> Cronograma de ejecución del Plan de manejo Turístico....	122
<b>Tabla N° 43:</b> Ingreso y egreso de turistas al Ecuador.....	137
<b>Tabla N° 44:</b> Ubicación del turismo ingreso 2011-2012.....	138
<b>Tabla N° 45:</b> Principales mercados emisores.....	139
<b>Tabla N° 46:</b> Mercados claves.....	140
<b>Tabla N° 47:</b> Mercados de consolidación.....	141
<b>Tabla N° 48:</b> Mercados de oportunidad .....	143
<b>Tabla N° 49:</b> Ingreso de turistas al ecuador 2008-2012.....	144

## ÍNDICE GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

<b>Figura N° 1:</b> Turistas que visitan el cantón Otavalo.....	27
<b>Figura N° 2:</b> Sondeo demanda turística 2007-jul. 2012.....	58
<b>Figura N° 3:</b> Organización administrativa del municipio.....	60
<b>Figura N° 4:</b> Género de los turistas.....	63
<b>Figura N° 5:</b> Procedencia de los turistas.....	64
<b>Figura N° 6:</b> Nivel de instrucción de los turistas.....	65
<b>Figura N° 7:</b> Ocupación de los turistas.....	66
<b>Figura N° 8:</b> Frecuencias de visitas.....	67
<b>Figura N° 9:</b> Hospedaje.....	68
<b>Figura N° 10:</b> Visitas a Otavalo.....	69
<b>Figura N° 11:</b> Lugares de visita.....	70
<b>Figura N° 12:</b> Medios de difusión.....	71
<b>Figura N° 13:</b> Categoría turística de Otavalo.....	72
<b>Figura N° 14:</b> Aceptación de un plan de manejo.....	73
<b>Figura N° 15:</b> Prever problemas y dar soluciones.....	74
<b>Figura N° 16:</b> Metodología del proceso Plan de Manejo Turístico.....	86
<b>Figura N° 17:</b> Estrategia de difusión y comercialización de Otavalo....	104
<b>Figura N° 18:</b> Proceso de comercialización.....	104
<b>Figura N° 19:</b> Principales mercados emisores.....	139
<b>Figura N° 20:</b> Comparativos arribos- Mercados clave.....	140
<b>Figura N° 21:</b> Comparativos arribos acumulados.....	141
<b>Figura N° 22:</b> Mercados de consolidación.....	142
<b>Figura N° 23:</b> Comparativo acumulado mercados de consolidación....	142
<b>Figura N° 24:</b> Comparativo arribos / mercados de oportunidad.....	143
<b>Figura N° 25:</b> Comparativo acumulados / mercados de oportunidad...	144
<b>Figura N° 26:</b> Entrada de extranjeros al Ecuador 2011-2012.....	145

## RESUMEN

La presente investigación propone el Plan de Manejo Turístico para el cantón Otavalo, se inició en el mes de abril del año 2012. Se analizó la incidencia del plan de manejo turístico en el incremento de la demanda del cantón Otavalo, trabajando con una variable dependiente “Incremento de la demanda”, y con una variable independiente “Plan de manejo turístico” basándonos en la estrategia de gobierno hacia un turismo responsable, realizando la validación de los resultados obtenidos en el análisis de campo con una muestra de 156 turistas segmentados en nacionales, extranjeros, autoridades, personas con discapacidad, empleados públicos y empresarios; apoyados en información que proviene de entrevistas, cuestionarios, encuestas, observaciones y la investigación descriptiva, mediante este tipo de indagación también se logró la categorización del producto estrella, el planteamiento de la misión, visión y estrategias cuya duración horizonte es hasta el 2020 junto a la perspectiva que posee el Ministerio de Turismo en su PlandeTur. Obteniendo ocho programas, y veinte y siete proyectos, con un presupuesto de \$ 70.100 (setenta mil cien), dólares americanos. El Municipio de Otavalo debe responsabilizarse por la ejecución del plan, aun cuando existan actividades en las que no tiene competencia directa, en estos casos debe promover, gestionar, motivar y facilitar las herramientas necesarias a quienes tengan la responsabilidad directa en el cumplimiento de estas actividades.

Concluyendo el Plan de Manejo turístico será la herramienta precisa utilizando bases teóricas y científicas para que el cantón Otavalo se convierta en un destino turístico competitivo, aprovechando sosteniblemente el patrimonio cultural y natural para la generación de recursos económicos compuesto por los mercados insatisfechos y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes al diseñar el presente plan.

## SUMMARY

This research work proposes the Tourism Management Plan for the Otavalo Canton which started in April 2012. The impact of Tourism Management Plan on increasing demand in the Otavalo Canton was analyzed by working with a dependent variable "increase in the demand", and with an independent variable "tourism management plan" based on the government's strategy towards a responsible tourism, after performing the validation of the results gotten in the analysis on field with a sample of 156 people, among them: domestic and foreign tourists, authorities, handicapped people, public employees and entrepreneurs. It was based on information from interviews, questionnaires, surveys, observation and descriptive investigation. Through this research method, the categorization of the star product was achieved, the proposal of the mission, vision and strategies, whose maximum duration is until 2020 together with the perspective from the Ministry of Tourism in its PlandeTur, getting eight programs and seven projects, with a budget of US\$ 70,100.00 (seventy thousand one hundred US dollars). The Municipality of Otavalo should be responsible for implementing the plan; even when there are activities that have no direct competition, in these cases it should promote, manage, encourage and provide the necessary tools to those who have direct responsibility for the implementation of these activities.

When the Tourism Management Plan is concluded, it will become the right tool by using theoretical and scientific bases, so that the Otavalo Canton becomes a competitive tourist destination, taking in advantage the cultural and natural heritage in a sustainable way to generate economic resources made up by unsatisfied markets and improving the life quality of its inhabitants when designing this plan.

## INTRODUCCIÓN

En los albores del siglo XXI, el turismo se ha convertido en la actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo. Trae muchas promesas para fomentar el desarrollo, dinamizar la economía local y regional, revitalizar valores culturales y apreciar los recursos naturales existentes. En el contexto internacional, el Ecuador es considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes de Latinoamérica, debido a que concentra en una superficie muy reducida una gran diversidad cultural, ecosistemas únicos muy diversos y la presencia de una variedad de paisajes vivos en las diferentes regiones naturales.

Otavalo, situado en la sierra norte del Ecuador es uno de los principales centros histórico-culturales que constituye hoy por hoy, un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio y trayectoria. La pujanza de su gente y la creatividad de sus hábiles artesanos, sumado a sus pintorescos paisajes han convertido a Otavalo en el principal mercado artesanal de Latinoamérica y parada obligatoria para los visitantes extranjeros que llegan a Ecuador. El reto está entonces en mejorar la oferta turística disponible y diversificar las actividades que se pueden ofrecer al turista, con la finalidad de incrementar el período de estadía promedio.

Al pensar en el desarrollo turístico como uno de los puntales de la economía local y regional, es importante pensar en la planeación estratégica como una herramienta para lograr un ordenado desarrollo, solucionar los problemas existentes y aprovechar adecuadamente las potencialidades en beneficio de sus habitantes, buscando en el largo plazo una rentabilidad económica global, la conservación de los recursos naturales y mejor distribución de la riqueza.

El primer capítulo comprende la fundamentación teórica el cual consta del planteamiento, formulación, delimitación del problema, objetivos, justificación, hipótesis, para el cumplimiento del plan de manejo turístico donde se describen y se analizan las variables “Plan de Manejo Turístico” y “Demanda Turística”.

El segundo capítulo trata de la metodología, consta del tipo de estudio, población, muestra, la operacionalización de las variables, los procedimientos y análisis utilizados para el desarrollo de la propuesta.

En el tercer capítulo se menciona los resultados de la investigación donde se indican los datos generales del cantón Otavalo y sus parroquias, el atractivo estrella como es el mercado artesanal, la actualización de los catastros de los atractivos naturales, culturales, servicios turísticos, la demanda turística determinada por el universo y los resultados de las encuestas analizadas para la factibilidad de la propuesta.

El cuarto capítulo es la discusión de resultados donde se realizara un análisis de las encuestas para descubrir y evaluar nuevas alternativas para un turismo sostenible.

El quinto capítulo se encuentra las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en el desarrollo de la investigación dentro del cantón Otavalo.

El sexto capítulo es el desarrollo de la propuesta del Plan de Manejo Turístico para el cantón Otavalo, en el que se propone; políticas, estrategias de acción, proyectos y programas con sus respectivos presupuestos.



## **CAPÍTULO I**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El problema que afecta directamente es una modificación al Plan de Manejo Turístico del cantón Otavalo provincia de Imbabura. Esto puede traer varios problemas si no es manejado y planificado adecuadamente, puede alterar ecosistemas frágiles como la zona de biodiversidad Mojanda, afecta la forma de vida de las comunidades rurales especialmente indígenas, crea falsas expectativas y provoca un crecimiento urbano desordenado, en cierta medida lo último que se evidencia en la zona urbana de la ciudad de Otavalo, con la construcción sobredimensionada y anti estética de varios establecimientos de alojamiento en la última década.

Por varias razones es indispensable no dejar que la actividad turística crezca en forma abierta sino que alcance un desarrollo planificado y manejado de acuerdo a los grandes intereses de la ciudad y sus pobladores como un todo. El déficit de una modificación al Plan de Manejo Turístico ha dificultado el desarrollo de dicha actividad en el cantón Otavalo, siendo un eje principal en el turismo de nuestro país se ha convertido en una ciudad de paso, la misma que tiene gran afluencia únicamente los días sábados debido a la feria artesanal.

Por esta razón es necesario el desarrollo de un Plan de Manejo Turístico para el cantón Otavalo, provincia de Imbabura para el incremento de demanda turística y no dejar que la actividad turística crezca en forma desordenada sino que alcance un desarrollo planificado y manejado de acuerdo a los grandes intereses de la ciudad y sus pobladores como un todo.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

¿Cómo incidirá el Plan de Manejo en el desarrollo turístico del cantón Otavalo?

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 GENERAL**

Elaborar un Plan de Manejo Turístico hacia el cantón Otavalo provincia de Imbabura, para el incremento de la demanda turística en el sector.

#### **1.2.2 ESPECÍFICOS**

1. Realizar el diagnóstico situacional del turismo en el cantón Otavalo.
2. Analizar la oferta y demanda del cantón Otavalo para determinar los mercados potencialmente insatisfechos.
3. Desarrollar un Plan de Manejo Turístico para el cantón Otavalo.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El Plan de Manejo Turístico tiene como prioridad el desarrollo sostenible donde se busca potenciar las capacidades e iniciativas locales, necesidades, recurso, la participación de entidades gubernamentales, la elaboración de políticas concertadas con los diferentes actores y sectores. Estimulando de esta manera una cultura proactiva y democrática para el desarrollo local, partiendo de un análisis de la realidad actual, ya que es el instrumento base para a futuro comprender hasta qué punto se logrará alcanzar el anhelado desarrollo.

Así aumentaremos nuestra demanda turística para el ingreso de divisas mediante las visitas al cantón Otavalo, de esta forma facilitaremos al turista la conectividad con los atractivos de la zona, por lo que la propuesta es factible hacia el desarrollo turístico del cantón Otavalo, los estudios a desarrollarse deben preocuparse por el bienestar de la población que es el recurso más valioso que tienen los pueblos y nacionalidades indígenas de nuestro país.

Por tanto, la presente propuesta se justifica en el deseo de impulsar el desarrollo turístico del cantón Otavalo de una manera sostenible, aprovechando los recursos tanto naturales como culturales que posee e integrando a los diferentes actores y sectores, haciendo que estos aporten al progreso del cantón y promuevan la generación de nuevas fuentes de trabajo, el respeto a la cultura, la conservación de la biodiversidad, el fortalecimiento del capital social, para que junto con el compromiso de las autoridades del sector, se logre el mejoramiento de la calidad de vida de la población, en resumen al incrementar el Plan de Manejo Turístico se rescatará lo cultural y natural para mantener nuestra identidad viva, mediante este recurso importante que no todos los países poseen.

## 1.4 HIPÓTESIS

El Plan de Manejo Turístico incide en el incremento de la demanda turística en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

### 1.4.1 Prueba de Hipótesis

**TABLA N° 1**

HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE (X)	VARIABLE DEPENDIENTE (Y)
El Plan de Manejo Turístico incide en el incremento de la demanda turística en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.	Plan de Manejo turístico	Incremento de la Demanda

**Elaborado:** Javier Aucancela V.

$H_0$  =El plan de manejo no incide en el incremento de la demanda turística en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

$H_a$  =El plan de manejo incide en el incremento de la demanda turística en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

Se ha podido establecer en las estadísticas que el 98% aceptan que incide el Plan de Manejo Turístico en el cantón Otavalo<sup>1</sup>. Una muestra aleatoria de 156 turistas reveló que 153 de ellos aceptan el Plan de Manejo Turístico. ¿Cuál podría ser la conclusión al nivel del 1%, acerca de lo que muestran las estadísticas?

**Solución:**  $p = 153/156 = 0.98 = 98\%$ ,  $n = 156$ ,  $q = 3/156 = 0.02 = 2\%$

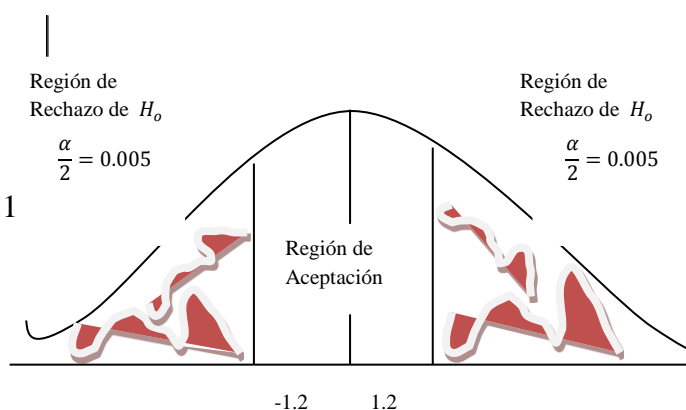
a)  $H_a: P = 98\% (0.98)$

$H_0: P \neq 98\% (0.98)$

b)  $\alpha = 1\% (0.01)$

c)  $S_p = \sqrt{p \cdot q} = \sqrt{0.98(0.02)} = 0.1$

d)  $z = \frac{p - P}{\sqrt{\frac{p \cdot q}{n}}} = \frac{0.98 - 0.72}{\sqrt{\frac{(0.98)0.02}{156}}} = 0.3$



e) **Decisión:**  $z = 0.3$  se ubica en la zona de aceptación, se acepta el 98% de aceptación que arrojan las estadísticas, al nivel del 1%.

<sup>1</sup> TABLA N° 27. Pregunta 11. Aceptación del Plan de Manejo Turístico. P=72% (Sondeo Otavalo 2011-Unidad de Turismo)

## **1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.5.1 PLAN DE MANEJO TURÍSTICO**

#### **¿Qué es un Plan de Manejo?**

El plan de manejo conduce y controla los recursos protegidos, los usos del área y el desarrollo de los servicios requeridos para mantener el manejo y el uso señalados. Un aspecto central del plan es la especificación de objetivos y metas mensurables que guíen el manejo del área.<sup>2</sup>

El plan de manejo es un instrumento dinámico, viable, práctico y realista, que, fundamentado en un proceso de planificación, plasma en un documento técnico y normativo las directrices generales de conservación, ordenación y usos del espacio natural para constituirse en el instrumento rector para la ordenación territorial.<sup>3, 4</sup>

El plan de manejo es una herramienta de apoyo a la gerencia de un área protegida que establece las políticas, objetivos, normas, directrices, usos posibles, acciones y estrategias a seguir, definidas a base de un análisis técnico.<sup>5</sup>

#### **1.5.1.1 Tipos de planes de manejo**

Los planes de manejo prácticamente se limitan a ordenar el uso intensivo de las áreas naturales, tratando de disminuir el efecto de un impacto ambiental que no le da tiempo de recuperación las partes afectadas por esta clase de usos.

---

<sup>2</sup>UICN, 2008, Definición del Plan de Manejo.

<sup>3</sup>Gabaldón, 2009, Definición del Plan de Manejo.

<sup>4</sup>Oltremari y Thelen, (2009) Definición del Plan de Manejo

<sup>5</sup>ANAM, 2008, Definición del Plan de Manejo.

Los monumentos y santuarios se refieren a superficies escenario de acontecimientos históricos. En tanto que Parques nacionales, parques provinciales, monumentos y santuarios naturales son las que merecen ser sometidas a planes de manejo.

En todos ellos pueden pasar dos cosas. La primera, que es la más frecuente en los países del tercer mundo, es que no suceda nada, pues esas áreas no dejan de ser un dibujo en un mapa que tratan de adornarse o improvisar, cada vez que tocan temas ambientales. Lo segundo es que efectivamente cuenten con planes de manejo, de cuya suerte hablaremos más adelante<sup>6</sup>.

### **1.5.1.2 Los planes de manejo, son herramientas de orientación.**

Específicamente, los planes orientan en tres dimensiones:

- En el espacio, diciendo qué se debe y/o qué no se debe hacer en un sitio o lugar determinado.
- En el tiempo, diciendo qué se debe y/o qué no se debe hacer en un momento dado.
- En el método, diciendo cómo se debe y/o cómo no se debe hacer.

Un plan de manejo se puede definir de varias maneras. Sin embargo, para aproximarse a una definición general, deben quedar claros varios aspectos, como:

- ¿Por qué se elabora un plan de manejo?,
- ¿Qué debe contener?
- ¿Cómo se debe ejecutar?
- ¿Cuál es la situación de partida?,
- ¿Qué recursos humanos y financieros hay disponibles?
- ¿Cómo queremos elaborar y ejecutar el plan de manejo?

---

<sup>6</sup> Los planes de manejo Aportes y Transferencias, Vol. 10, Núm. 1, 2009, pp. 35-42  
Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina

### 1.5.1.3 Instrumentos del Plan de Manejo

Actualmente, los planes de manejo en forma tradicional, tratan de cumplir con las expectativas expresadas en las definiciones y funciones descritas, a través de cuatro elementos, bajo un sólo concepto, en un sólo documento:

- **Descriptivo:** siendo una fuente de información para cualquier pregunta geográfica, social o económica relacionada con el área.
- **Leyes, normas y acuerdos:** siendo una fuente de información para cualquier pregunta legal relacionada con el área protegida.
- **Plan estratégico:** priorizando las actividades que se deben realizar ofreciendo respuestas a qué hacer, dónde y cómo.

Viendo la magnitud de la tarea a cumplir con estos tres elementos, es entendible por qué los planes de manejo son considerados como herramientas manejables. Para simplificar el plan de manejo, se pueden dissociar los tres elementos sin perder la congruencia y verlos como instrumentos de manejo independientes. No es únicamente por razones pragmáticas, como la complejidad y magnitud de la producción del documento, las que favorecen la separación de los diferentes elementos de un "plan de manejo tradicional", más que todo son razones conceptuales:

- ✓ Los productos y efectos esperados de cada elemento son distintos, por lo cual se requieren estrategias propias para cada uno.
- ✓ La información base para la elaboración de los diferentes elementos puede ser parecida en algunas partes, pero no será idéntica para el elemento en su total.
- ✓ Hay actores involucrados en la elaboración de los diferentes elementos, pero no siempre son los mismos para todos los elementos.
- ✓ La metodología a ser utilizada en la elaboración de cada elemento es diferente.
- ✓ El esquema de tiempo para la elaboración varía mucho entre un elemento y otro.

#### **1.5.1.4 El proceso de planeación estratégica participativa**

Según el MINTUR 2011, el proceso consta de los siguientes pasos:

##### **a) Actividades preliminares**

1. Verificar la voluntad política del alcalde y concejo para emprender el proceso.
2. Convocar a los actores vinculados o interesados en el sector turístico.
3. Elaborar un cronograma de trabajo para la ejecución.
4. Revisar información básica del cantón.

##### **b) Formulación del Plan.**

1. Realizar un diagnóstico para identificar los problemas y alternativas de solución.
2. Acordar la visión y misión que orientan en el plan de manejo.
3. Acordar estrategias de acción.

##### **c) Operativización del Plan.**

1. Formular perfiles y proyectos turísticos
2. Elaborar programas de inversiones a largo o corto plazo.
3. Elaborar el plan de manejo con compromisos de los actores públicos y privados
4. Diseñar el sistema de seguimiento del plan de manejo turístico.

#### **✓ Componentes del plan de manejo turístico**

De acuerdo a la OMT, la planificación turística debe constar:

##### **a) Mercado turísticos**

Debe contarse con turistas actuales o potenciales que visiten la zona. Estos mercados pueden ser nacionales, de la región o internacionales con frecuencia son una combinación de estos tipos.

- **La Oferta Turística** se basa en recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.



- **La Demanda Turística** es el conjunto de turistas que están motivado pos una serie de productos y servicios turísticos para cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, negocios.
- **Segmentación de Mercado**

Segmentar un mercado significa agrupar personas u organizaciones que tengan necesidades en común y que estén buscando los mismos beneficios cuando se trata de realizar una compra (Kerin, 2008).

### **Etapas de la Segmentación de Mercado**

Para poder segmentar un mercado, Kotler (2009) propone un procedimiento que consta de tres pasos:

**Etapa de estudio:** se realizan entrevistas, encuestas y se organizan sesiones de grupo para conocer y entender las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Esto sirve para recaudar datos acerca de los atributos y la importancia que les da un consumidor a un producto o servicio.

**Etapa de análisis:** el investigador aplica análisis de factores a los datos para eliminar variables con alta correlación, y luego aplica análisis de agrupación para crear cierto número de segmentos con diferencias máximas entre ellas.

**Etapa de preparación de perfiles:** se dividen a los consumidores en grupos con base en sus actitudes distintivas, conductas. La segmentación de un mercado debe repetirse periódicamente porque los segmentos de los mercados cambian.

### **Tipos de Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercados se puede efectuar en diferentes niveles y modalidades.

## **Segmentación Geográfica**

Como lo dice su nombre, este tipo de segmentación consiste en dividir al mercado en regiones, es decir, dividirlo ya sea por país, estado, ciudad, colonias. También se puede dividir dependiendo el tamaño de la zona, de acuerdo a la densidad y de acuerdo al clima.

## **Segmentación Demográfica**

Esta segmentación divide a un mercado de acuerdo a sus variables demográficas, como lo son la edad, el sexo, la ocupación, los ingresos, la nacionalidad, el tamaño de familia, la educación, la religión, el ciclo de vida familiar.

## **Segmentación Psicográfica**

Este tipo de segmentación divide al mercado en dos variables: clase social y estilo de vida o personalidad. Esta segmentación se da porque se ha demostrado que tanto la clase social como el estilo de vida tienen un efecto importante sobre la compra y la preferencia de los consumidores.

### **i. Segmentación Conductual**

La segmentación conductual, es la que divide al mercado con base en su conducta, es decir, con base en sus conocimientos, actitudes, usos hacia cierto producto.

### **ii. Elección del Segmento de Mercado más apropiado**

Es importante realizar una segmentación eficaz, ya que no todas las segmentaciones pueden llegar a ser útiles en cuanto a lo que se ofrece.

### **b) Atracciones y actividades turísticas**

Debe contarse con atracciones y actividades de turismo para inducir a los turistas que visiten la zona. Pueden ser atracciones naturales, culturales, elementos creados por el hombre o acontecimientos especiales como ferias, festivales y competencias deportivas.

**c) Alojamiento**

Debe contarse con hoteles y otro tipo de instalaciones donde los turistas puedan pasar la noche. El concepto de alojamiento incluye muchas veces restaurantes y otras instalaciones turísticas. Sin alojamiento, los turistas solo pueden visitar la zona en excursiones de un día.

**d) Otras instalaciones y Servicios de Turismo.**

Se necesitan servicios de viajes y giras organizadas que incluyan guianza. Las instalaciones y servicios de información turística en una zona son muy importantes. Entre estas también se incluyen los restaurantes y demás establecimientos de comida y bebida, servicios de correo, centros médicos, tiendas minoristas, servicio de banca y cambio de monedas y muchas veces, tiendas especializadas.

**e) Transporte**

Revisten importancia crítica los transportes de acceso a la zona y una red funcional que sirva a las atracciones e instalaciones turísticas.

**f) Elementos institucionales**

Se requieren varios elementos institucionales como por ejemplo, formación y capacitación del personal que trabaja en turismo, promoción y comercialización del destino turístico, reglamentos y estándares de calidad para los servicios e instalaciones turísticas y la ordenación del territorio.

**1.5.1.5 Formulación de la visión, misión y estrategias de acción.**

**a) Diseño de la visión de futuro.**

Para el MINTUR, es la declaración amplia y suficiente de donde quiere estar la organización de un periodo de tiempo, que aplicado para el sector turístico, sería dónde quiere estar éste sector en 5 ó 10 años. Esta definición permite la acción entre el presente y el futuro del sector o de la organización.

Para el diseño de la visión se puede considerar aspectos como:

1. Debe ser formulada por los líderes o representantes del sector turístico,
2. Debe ser establecido un tiempo,
3. Debe ser concertada entre todos los autores,
4. Debe ser realista,
5. Debe incorporar intereses comunes del sector,
6. Debe ser difundida a todos los actores.

#### **b) Formulación de la Misión.**

La misión es la declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares en otras palabras es la razón de ser de la organización.<sup>7</sup> Este concepto aplicado al sector turístico de manera específica sería una declaración de propósitos que distinguen a un destino turístico de otro. Una misión bien definida refleja las expectativas de los clientes del sector turístico.

#### **c) Formulación de Estrategias de Acción.**

Las estrategias de acción como las grandes decisiones, paquetes de actividades que emprenderá la organización para el logro de los objetivos acordados.<sup>8</sup> La estrategia es el planteamiento general sobre la forma como se debe conducir un hecho o actividad, a fin de que enlace satisfactoriamente los objetivos que se han fijado.

### **1.5.1.6 Operativización del plan**

La Operativización del plan está dada por el conjunto de pasos o etapas durante las cuales se definen los perfiles de proyectos, se programan las inversiones y se elaboran los programas operativos anuales que facilitarán la ejecución de cada una de las actividades previstas para el logro de los objetivos del plan.

---

<sup>7</sup>Para Cuellar y Burgwal (2009), Formulación de la Misión de un Plan de Manejo.

<sup>8</sup>El Ministerio de turismo del Ecuador (2010), Formulación de Estrategias.

### **1.5.1.7 Técnicas e instrumentos de planificación y gestión del sector turístico**

Las realidades turísticas y la consiguiente necesidad de abordar problemas relacionados con los procesos de desarrollo de la actividad, como son el impacto ambiental, el ciclo de vida del destino turístico, la reorganización de áreas saturadas, los nuevos espacios turísticos en el medio natural, rural, la cultura, el patrimonio como fundamento de prácticas turísticas, de ocio, entre otros temas, obligan a profundizar en el conocimiento de técnicas.

La participación de la función turística y de ocio en la transformación y articulación del espacio requiere un enfoque de estas características, mediante el dominio de técnicas y procedimientos de análisis que facilitan la integración de las investigaciones sobre turismo con las necesidades relativas al análisis de los factores locales y nacionales, diagnóstico sobre el potencial recreativo, evaluación de los recursos, planificación sostenible de los procesos de desarrollo, conservación de espacios naturales, modelos de desarrollo del espacio turístico<sup>9</sup>.

### **1.5.1.8 Seguimiento del plan.**

El ministerio de turismo, señala que el seguimiento es aquella fase del proceso gerencial y administrativo de toda organización, concebido para apoyar y controlar el cumplimiento de los objetivos convenidos. En concordancia con esta simple definición, el seguimiento va más allá de la simple medición de éxitos y fracasos y por el contrario, se puede constituir en una herramienta fundamental de apoyo a la gerencia para la toma de decisiones que permitan enderezar tanto las programaciones elaboradas como la organización en su conjunto. Se recomienda la integración de un comité o comisión de seguimiento y evaluación mediante designación de representantes por parte de los actores que intervinieran en los talleres de formulación del plan estratégico<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup>MINTUR, (2010), Operativización del Plan.

<sup>10</sup>HERNÁNDEZ, (2008), Formulación de Estrategias.

### 1.5.1.9 Ejecución del plan de manejo

El plan de manejo considera dos fases para alcanzar sus objetivos:

- Ejecución de programas y proyectos
- Operación y mantenimiento

Para el cumplimiento de estas fases se hace necesario contar con facilidades para la administración del plan, la ejecución de talleres de capacitación que serán desarrollados paralelamente a la implementación de los proyectos y las facilidades en las que empezará a crearse. Este proceso es definido como plan de manejo, es importante mencionar que las acciones de esto resulten tendrán una verdadera trascendencia positiva si participan todos los actores posibles de la sociedad en forma organizada para la protección de valores el cual radica en la mente de las personas.<sup>11</sup>

#### a. El programa general se compone de cinco procesos:

- **PREPARACIÓN:** es la firma de acuerdos, registro de actores, recopilación y digitalización de la información.
- **DESARROLLO:** encuestas, entrevistas, talleres temáticos colaboración y difusión con los medios de comunicación.
- **ELABORACIÓN:** definición de sistemas de valores, planeación estratégica, mapas de densidad patrimonial, talleres de validación de propuestas, programas, proyectos, acciones y sistemas de gestión.
- **VALIDACIÓN:** convertir a acciones concretas, publicación, campañas de difusión, se integran los programas operativos anuales correspondientes de gobierno y las instituciones.
- **SEGUIMIENTO:** actividades de la unidad de gestión, reuniones periódicas del sistema, programas educativos patrimoniales, presencia en los medios, aplicación de indicadores y un informe anual.

---

<sup>11</sup><http://pmzunesco.org>. Ejecución del Plan de Manejo.

## **b. Formas de evaluación de un plan de manejo.**

- **Informal:** Mediante conversaciones, entrevistas y recorridos por la zona se ha adquirido conocimiento sobre la realidad social y estado del medio.
- **Formal:** A través de encuestas, entrevistas a testigos privilegiados (personas que por su experiencia, trabajo, relaciones o conocimiento pueden aportar datos y opiniones más solventes y representativas) y reuniones de grupo.
- **Talleres de participación:** Reuniones de líderes, grupos de interés y miembros de las comunidades, invitados formalmente. En los talleres se difundía información sobre el avance del plan, se concertaba decisiones y se creaba el espacio para debate abierto para las comunidades<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Políticas y Plan Estratégico del Sistema Nacional PlandeTur Ecuador 2007 – 2016. Acuerdo No. 009 del MINTUR, publicado en el Registro Oficial No. 343 del 22 de mayo del 2009.

## 1.5.2 DEMANDA TURÍSTICA

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes o servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

El ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR) define, “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual sin ánimos de radicarse permanentemente en ellos”.<sup>13</sup>

### 1.5.2.1 Turismo en el contexto nacional

- **El turismo y la economía nacional**

El turismo constituye una actividad económica y un fenómeno social que empieza a tomar forma en el Ecuador en la década de los años 60, cuando por iniciativas del sector privado se desarrolla oferta de productos turísticos en el Ecuador continental y las islas Galápagos. Aparecen los primeros tour operadores que inician un proceso de estructuración e integración de la oferta, abriendo lo que posteriormente constituiría una próspera actividad en las próximas décadas oferta de tours organizados visitando el país<sup>14</sup>.

Ha sido especialmente la empresa privada la que ha hecho importantes esfuerzos en la promoción internacional desde que se empezó a desarrollar esta actividad, teniendo también un creciente apoyo del gobierno nacional. En el contexto nacional el turismo constituye hoy por hoy la quinta fuente de ingreso de divisas al país, generando en su conjunto más de 837,2 millones de dólares anuales en el 2011<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Organización Mundial del Turismo (2008), Definición de Turismo.

<sup>14</sup> Ingreso y Egreso de Turistas. Anexo 1- Tabla Nº 43

<sup>15</sup> Ubicación del turismo-Anexo 2-Tabla Nº 44



## **Ubicación del turismo evolución de los 10 principales mercados / entradas**

El impacto del turismo va más allá de las cifras económicas. Puede apoyar a estimular la dinamización de la economía local y regional, promueve vitalidad, actividad social y hace más atractivos a los lugares. Promueve una imagen que puede ser una herramienta poderosa para atraer a la inversión en otros sectores de la economía en la zona urbana y rural para mejorar la calidad de vida<sup>16</sup>.

- **Mercados claves**

Durante el mes de julio de 2012 se registra un total de 130.783 arribos, que comparando con los arribos del mes de julio de 2011 presenta un incremento del 10,84% que en términos absolutos significa un aumento de 12.786. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave colombiano al pasar de 28.667 en julio de 2011 a 37.555 en julio de 2012, es decir, existe un incremento del 31%. En el mes de julio de 2012 se ha registrado una disminución de 957 arribos de peruanos al país, con relación a los arribos contabilizados en el mes de julio de 2011, lo que representa el 6.96%. Los arribos desde los mercados clave representan un 69% del total de arribos registrados en el mes de julio de 2012<sup>17</sup>.

- **Mercados de consolidación**

Dentro de los mercados de consolidación, se registra un aumento acumulado importante en el mercado de Argentina, el cual representa el 39% de incremento, es decir, 8.856 arribos adicionales hasta julio de este año comparado con el mismo período del año anterior. Igualmente, los mercados de Chile y Canadá en el período enero-julio, registran un incremento del 22% y 6 % en su orden. Los arribos desde los mercados de consolidación representan el 15% del total de arribos del mes de julio de 2012<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Mercados emisores. Anexo 3. Tabla Nº 45.

<sup>17</sup> Mercados Claves-Anexo 5-Tabla Nº 46.

<sup>18</sup> Mercados de Consolidación. Anexo 8-Tabla Nº 47.

- **Mercados de oportunidad**

Dentro de los mercados de oportunidad, se registra un aumento acumulado en los mercados Venezuela, México y Panamá, con un incremento relativo respecto al período enero-julio de 2011 del 18%, 13% y 25% respectivamente. Estos incrementos totalizan 5.625 arribos, entre otros. Los arribos relacionados con los mercados de oportunidad representan el 7% del total de arribos del mes de julio de 2012<sup>19</sup>.

### **1.5.2.2 El turismo interno**

La visión del PlandeTur 2020, se mantiene tanto para el turismo interno como para el turismo externo.

- **Ecuador es:**

- ✓ Un país fácil de recorrer
- ✓ Multi-destino ideal para familias, amigos, multi-generacional y para disfrutar todo el año
- ✓ Destino para el Buen Vivir, socialmente incluyente, participativo y comprometido con el turismo accesible

- **Ecuador tiene:**

- ✓ Cuatro mundos por descubrir, Galápagos, Costa, Andes y Amazonía
- ✓ Comida típica variada en aromas y sabores auténticos

Esta propuesta de la visión turística del Ecuador deseada a nivel interno deberá completarse hasta el 2020 y medirse a través de sondeos de opinión orientados hacia el profesional turístico, así como también a los visitantes internos actuales y potenciales, ubicados en lo posible, en su entorno habitual<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Mercados de Oportunidad. Anexo 11-Tabla Nº 48

<sup>20</sup> Ingreso de turistas al Ecuador. Anexo 14-Tabla Nº 49

El turismo interno convencional es practicado por los grupos sociales de medianos y altos ingresos, tales como empleados y profesionales. La demanda turística interna, es cuantificada mediante el indicador de movilidad interna, tiene una evolución que se explica por dos factores: el factor económico y el factor demográfico.

Este turismo es particularmente importante por el número de personas que se desplazan y la capacidad de gasto que incide en un mayor nivel de actividades económicas en regiones en las que otros sectores no han adquirido mayor relevancia debido a la concentración en los polos de desarrollo nacional.

○ **Las políticas de estado en materia de turismo<sup>21</sup>Art. 4.**

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, al Estado en cuanto debe potencializar la actividad es mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

---

<sup>21</sup>Ley de turismo, 2012, Desarrollo de un Turismo Sustentable

Las políticas para el turismo en Ecuador, se deben soportar en acciones concretas interinstitucionales, y representan las líneas de acción de la gestión a partir de las cuales se influye y trabaja en el resto del plan. En este sentido, si bien las políticas de turismo son de aplicación para todas las acciones del plan, formarán parte importante en la ejecución de los programas de coordinación interinstitucional, como líneas rectoras de trabajo.

Todas las acciones que se presenten para el desarrollo del turismo en Ecuador, estarán guiadas e inspiradas por la sostenibilidad. Este concepto se basa principalmente en sostenibilidad económica, social y ambiental a la cual se integra la idea de un turismo responsable. Esta premisa política es la que da cabida y origen a todas las demás políticas, como subconceptos a desarrollar para contribuir a la sostenibilidad del turismo en Ecuador. Es decir, se toma como norma de país el apoyo a la sostenibilidad planteada en el PlandeTur 2020 como criterio guía de cualquier política.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio, a los cuales el turismo puede aportar de mejor manera y más directamente son los siguientes:

- **ODM1:** Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- **ODM2:** Lograr la enseñanza primaria universal
- **ODM3:** Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer
- **ODM4:** Reducir la mortalidad infantil
- **ODM5:** Mejorar la salud materna
- **ODM6:** Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
- **ODM7:** Garantizar la sostenibilidad del ambiente
- **ODM8:** Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Uno de los mayores desafíos de la sostenibilidad en el turismo es su aplicación a gran escala del sistema turístico. La sostenibilidad normalmente se encuentra expresada en los niveles estratégicos, y aplicada en casos puntuales a nivel operativo.

Toda la actividad del turismo, una vez integrada con los criterios de sostenibilidad, deberá buscar que cualquier desarrollo esté orientado a mejorar la competitividad del destino en su conjunto y de los distintos destinos interiores del país. De forma paralela deberá fomentar las actividades que tiendan a elevar la situación competitiva y definir elementos diferenciales en los cuales pueda ser líder indiscutible. Esta política se orienta al desarrollo de la oferta en un proceso, que al principio contribuya a alcanzar ciertos niveles de estándares donde se integre el valor local y la sostenibilidad como diferenciales competitivos, así conseguir el liderazgo y la mejora continua.

Se debe destacar, que por el carácter transversal de los insumos e impactos del turismo, ésta es una actividad sistémica que deberá ser abierta e integradora de todos los actores que participan de alguna manera en el normal desarrollo y desenvolvimiento de la actividad.

También se destaca entre las políticas, la voluntad concreta del Gobierno de contribuir en el mantenimiento de las diferentes manifestaciones sociales y culturales que componen al pueblo ecuatoriano. El turismo valora la diversidad cultural como atractivo de interés turístico, por lo que se prioriza la buena gestión del turismo como una herramienta capaz de contribuir al bienestar y desarrollo integral de la sociedad.

### **1.5.2.3 Turismo en la sierra norte**

Otavalo se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, tradicionalmente conocida como “Capital intercultural del Ecuador”. Es una región en donde la actividad turística se ha desarrollado desde hace más de cuatro décadas y en donde, tanto sus pobladores como empresarios tienen cierto nivel de conciencia turística y reconocen la importancia de ésta actividad para la economía regional.

En esta región se destaca la necesidad de contar con un mayor liderazgo del MINTUR para posicionar al turismo como un elemento estratégico hacia el desarrollo sostenible del Ecuador. La provincia es parte del PlandeTur 2020, se reconoce como producto estrella, que ofrece una serie de alternativas a los turistas a distintos mercados artesanales:

- El textil y artesanía en Otavalo,
- Curtiembre en Cotacachi,
- El tallado de madera en San Antonio de Ibarra.

Pero además ofrece atractivos naturales de importante jerarquía:

- Las lagunas de Cuicocha,
- La laguna de San Pablo,
- Mojanda, Piñán y Puruhanta.

#### **1.5.2.4 Turismo en Otavalo**

Otavalo ha figurado en el mapa turístico del Ecuador desde que ésta actividad tomara cuerpo hace cuatro décadas. Por la presencia de su pueblo indígena y sus hábiles artesanos ha llamado la atención de propios y extraños debido a la particularidad de su cultura, su feria artesanal y textil única, que se da especialmente los días sábados.

Hoy en día Otavalo continúa teniendo ese atractivo cultural inigualable y su visita necesariamente es parte de todos los programas y paquetes turísticos que se operan tanto para turistas nacionales y extranjeros. También su visita es sugerida sin excepción en todas las guías de turismo internacionales para los viajeros que visitan al Ecuador en grupos no organizados por tour operadores y lo hacen en forma individual.

De hecho, según el Ministerio de Turismo la ciudad de Otavalo constituye la tercera más visitada por los extranjeros. Al hacer esta encuesta se puede observar que existe un cambio de opinión en los viajeros, habiendo una diferencia entre los lugares programados y los lugares visitados.

La mayor parte de la oferta turística del cantón Otavalo ha estado en manos de la iniciativa del sector privado y de inversionistas, quienes con mucha creatividad e ingenio han ido satisfaciendo las necesidades, expectativas del turista en forma gradual. En Otavalo, el principal imán constituye su feria artesanal y la posibilidad de hacer compras de suvenires de todo tipo y precio, pero además ofrece una importante cantidad de atractivos turísticos y manifestaciones culturales en su zona rural, que hace posible que exista motivación para visitar el cantón durante varios días.

#### ▪ **Descentralización del turismo**

La descentralización es una de las estrategias fundamentales para lograr el desarrollo del turismo en el Ecuador. Es un país privilegiado por la extraordinaria diversidad natural y cultural, es fundamental asumir esquemas flexibles que permitan la puesta en marcha de las iniciativas surgidas en los ámbitos locales.<sup>22</sup> Las funciones que el municipio debe cumplir dentro de proceso de descentralización son:

- 1) Crear una dependencia técnica administrativa para la gestión del turismo local.
- 2) Asumir el liderazgo en la formulación del Plan de Manejo turístico local.
- 3) Garantizar la ejecución de las estrategias para el desarrollo turístico de dicho plan.
- 4) Destinar los recursos obtenidos por el otorgamiento de licencias a acciones definidas por el concejo de turismo.
- 5) Expedir ordenanzas de carácter local que contribuyan al fortalecimiento del turismo.
- 6) Mantener una adecuada señalización interna del cantón.
- 7) Precautelar el patrimonio cultural y turístico.
- 8) Elaborar y actualizar catastros e inventarios.

---

<sup>22</sup>Cuellar y Burgwal (2009), Descentralización del Turismo.

## CAPÍTULO II

### 2.1 METODOLOGÍA

#### 2.1.1 Tipo de estudio

En cuanto al tipo de investigación que se utilizó en el plan es la investigación de campo, donde este tipo se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas, observaciones y la investigación descriptiva, mediante este tipo de indagación se utilizó el método de análisis, se logró caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades.

#### 2.1.2 Técnicas e instrumentos

Desde el punto de vista y el grado de objetividad, es necesario recopilar información y datos útiles para la conformación del estudio de mercado, y es por ellos que se utilizará las siguientes técnicas de investigación:

- ❖ **La Observación.-** Es una técnica que consiste en observar atentamente el hecho o caso para tomar información y registrarla para su posterior análisis.
- ❖ **Investigación documental.-** Este tipo de investigación es la que se realiza en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica y la archivística.
- ❖ **Tipo de muestreo.-** en esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple.



## 2.2 POBLACIÓN

Se han obtenido los siguientes datos de los registros de visitas al cantón Otavalo hasta el mes de julio 2012, aplicando los pasos detallados en la metodología.

**Tabla N° 2**

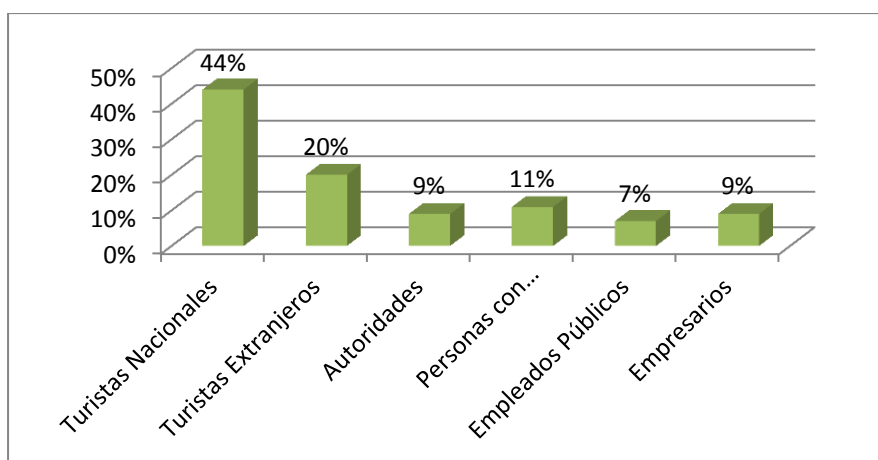
### Número de Turistas que llegan al cantón Otavalo.

SEGMENTO	N° DE TURISTAS	% DE TURISTAS
<b>Turistas Nacionales</b>	13.860	44%
<b>Turistas Extranjeros</b>	6.300	20%
<b>Autoridades</b>	2.835	9%
<b>Personas con Discapacidad</b>	3.465	11%
<b>Empleados Públicos</b>	2.205	7%
<b>Empresarios</b>	2.835	9%
<b>TOTAL</b>	31.500	100%

**Fuente:** Registro de visitas al cantón Otavalo-julio 2012

**Elaborado:** Javier Aucancela V.

### VISITAS A OTAVALO



**Figura:** N° 1 Turistas que visitan el cantón Otavalo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

Al analizar la base de datos de los registros de visita al cantón Otavalo, se observó que el 44% de turistas son nacionales, mientras que un 20% son turistas extranjeros, el 9% autoridades, 11% Personas con discapacidad, 7% empleados públicos, y el 9% empresarios, de un total de 31,500 visitas hasta el mes de julio del 2012.

### 2.3 MUESTRA

El tamaño total de la población de los turistas que visitaron el cantón Otavalo y sus atractivos turísticos es de 31.500 turistas hasta julio 2012.

**Datos<sup>23</sup>:**

$$N^{24} = \dots\dots\dots 31.500$$

$$E = \dots\dots\dots 8\%$$

$$n = ?$$

**De donde:**

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

E= error muestral

**Formula:**

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

$$n = \frac{31.500}{(31.500 - 1)0.08^2 + 1}$$

$$n = \frac{31.500}{202.59}$$

$$n = 156$$

Esto quiere decir que se debe realizar 156 encuestas, entre turistas nacionales, extranjeros, con discapacidad, autoridades, empleados públicos y empresarios, para lo cual vamos a elegir de forma aleatoria a un grupo de turistas, que visitan el cantón Otavalo.

---

<sup>23</sup>(DINAMED 2008)

<sup>24</sup>N= tomada en el censo realizado hasta el mes de julio del 2012 del registro de turistas que visitan el cantón Otavalo por la actividad Turística.

## 2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

TABLA N° 3

### OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO		
INDEPENDIENTE						
<b>PLAN DE MANEJO TURÍSTICO</b>	Conjunto de <u>normas</u> y <u>acciones</u> que permiten <u>administrar</u> , basados en el <u>conocimiento actualizado</u> de los aspectos, económico y social que se tenga de ella <sup>25</sup> .	normas	aceptación conductas	• Encuesta Cuestionario		
		acciones	categoría visita			
		administrar	planificar organización		• Observación Participante	
		conocimiento	experiencia difusión		• Entrevista Cuestionario Guión de exposición	
		actualizado	productos modernizar			
		DEPENDIENTE				
		<b>INCREMENTO DE LA DEMANDA</b>	la <u>demanda</u> turística a la cantidad de <u>bienes</u> y <u>servicios</u> que están disponibles para los <u>turistas</u> o el número de turistas que están <u>consumiendo</u> estos bienes <sup>26</sup>	consumir	acción decisiones	• Entrevista Cuestionario Guión de exposición
				turistas	recorrido procedencia	
demanda	instrucción ocupación					
bienes	tiempo frecuencia			• Observación Participante		
servicios	motivo finalidad					

Elaborado por: Javier Aucancela V.

<sup>25</sup> ODEPLAN. 2009. Guía metodológica de planificación

<sup>26</sup> ANAM, 2008. Organización Mundial de Turismo

## 2.5 PROCEDIMIENTOS

Desde el punto de vista y el grado de objetividad de la investigación, se recopiló información y datos útiles para la posterior redacción de la propuesta, por esta razón se utilizó la encuesta como una técnica de investigación.

La encuesta permite estudiar a un gran conglomerado social para obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales ayudarán a la investigación. La encuesta fue empleada con técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra, se decidió elaborar preguntas cerradas en el cuestionario estructurado, pues son más fáciles de contestar por parte del encuestado, además permiten que las opciones sean delimitadas de acuerdo a las necesidades del estudio evitando respuestas innecesarias o excesivamente largas.

## 2.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Los resultados que se presentan a continuación sobre la investigación a las personas que visitan el cantón Otavalo, están resumidas en tablas y graficas donde se considera la frecuencia absoluta y los porcentajes correspondientes a cada categoría. Junto cada tabla se encuentra un gráfico que luego es interpretado y analizado para obtener conclusiones. Se busca obtener una información verídica por parte del segmento que se ha escogido, se aplicaron 156 encuestas.

**Tabla N° 4**

**Número de Turistas que llegan al cantón Otavalo.**

SEGMENTO	Nº DE TURISTAS	% DE TURISTAS
Turistas Nacionales	69	44%
Turistas Extranjeros	31	20%
Autoridades	14	9%
Personas con Discapacidad	17	11%
Empleados Públicos	11	7%
Empresarios	14	9%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Elaborado:** Javier Aucancela V.

## CAPÍTULO III

### 3.1 RESULTADOS

El presente estudio se realizó desde el mes de agosto 2012, con el aporte de la casa de turismo en la persona del Tlgo. Héctor Tipa responsable de la Unidad de Turismo, junto a la supervisión del Mba. Marcelo Lema Director de Desarrollo Económico Local, la participación directa dentro de la rueda de negocios para conocer de manera real los problemas que perciben los prestadores de servicios. A su vez el Ministerio de Turismo aportó diferentes datos estadísticos solicitados para la obtención de un Plan de Manejo Turístico, conjuntamente con la actualización constante del manejo del turismo en el Ecuador para desarrollarlo con “Responsabilidad”.

Se realizó la categorización del producto estrella como es la Feria Artesanal a fin de que sea producto principal hacia los mercados nacionales y extranjeros, donde se tomó tal punto de partida la actualización del catastro turístico tanto de atractivos naturales, culturales, alojamiento, alimentos, bebidas y servicios complementarios. También se analizó la demanda donde se obtuvo una población de 31,500 viajeros, la discusión de los aspectos políticos, organizacionales y la discusión de los resultados de las encuestas analizadas hacia el desarrollo del presente Plan de Manejo Turístico.

Al finalizar el análisis de resultados se comprobó nuestra hipótesis planteada mencionando que el plan de manejo turístico SÍ incide en el desarrollo local mediante la actividad turística.

### 3.2 DATOS GENERALES

#### a) Caracterización General

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Otavalo

**Región:** Sierra Norte **Cabecera Cantonal:** San Luis de Otavalo

**Nombre del Alcalde.** Soc. Mario Hernán Conejo Maldonado

**Superficie (Km<sup>2</sup>)**

- Urbana: 82,10;
- Rural: 424,37;
  - **Total Cantón 507,47**

**Perímetro Urbano:** 800 Hectáreas

**Población Femenina:** 54.428

**Población Masculina:** 50.446

**Población Total:** 104.874

#### b) Ubicación y Límites:

- El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura.
- La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas:

78° 15' 49'' longitud oeste

0° 13' 43'' latitud norte

**c) Altitud y Clima:**

- Hay diferencias latitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura.
- La temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

**d) Idioma Oficial:**

- Castellano y kichwa.

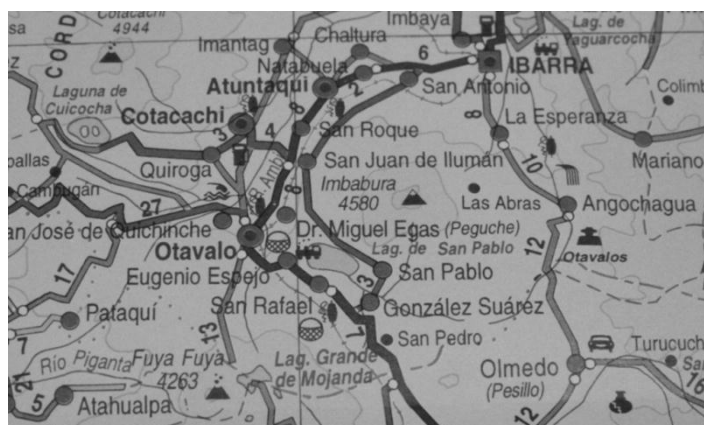
**e) Límites:**

**Macro Localización:**

- El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra;
- Al sur limita con el cantón Quito (Pichincha);
- Al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha)
- Al oeste con los cantones Quito y Cotacachi

**Micro Localización:**

- Al norte la confluencia de la quebrada de Agualongo o Tambor Wayku y el Río Ambi;
- Al sur el Cerro Negro o YanaUrku y el nudo de Mojanda-Cajas;
- Al este la cima del cerro Cubilche y el Cusín
- Al oeste la confluencia de los ríos Llurimagua y Guayllabamba.



f) **División Política Administrativa**

El cantón Otavalo está integrado por la ciudad del mismo nombre y por once parroquias dos urbanas y nueve rurales.

Las parroquias rurales son:

- Eugenio Espejo,
- San Pablo del Lago,
- González Suárez,
- San Rafael,
- San Juan de Ilumán,
- Dr. Miguel Egas Cabezas,
- San José de Quichinche,
- San Pedro de Pataquí
- Selva Alegre.

La parroquia urbana del Jordán comprende las siguientes comunidades:

- ✓ Cotama,
- ✓ Guanansi,
- ✓ Gualapuro,
- ✓ La Compañía,
- ✓ Camuendo,
- ✓ Libertad de Azama.

La parroquia urbana San Luis incluye las comunidades de:

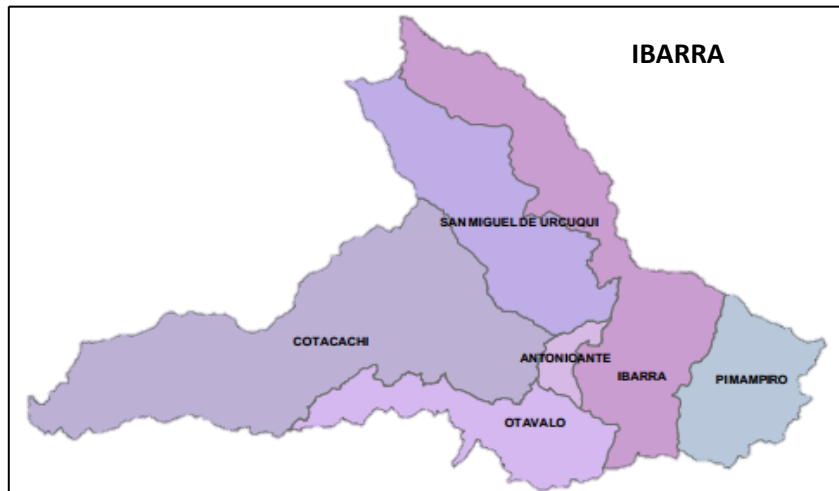
- Imbabuela Alto y Bajo,
- Mojanda,
- Mojanda Mirador,
- Mojandita,
- Taxopamba,
- Cuatro Esquinas.

Las comunidades de las parroquias rurales varían en cuanto a número;

- Quichinche es la parroquia con más comunidades, esta presenta un total de 24.



**g) Cantón Otavalo**



**Fuente:** Censo de Población 2010 INEC.

**Elaboración:** Javier Aucancela

**(1) Parroquia de Eugenio Espejo<sup>27</sup>**

**Ubicación:** Al Sur de la ciudad de Otavalo.

**Fiesta Tradicional:** Inti Raimy, 24 de junio y Fiestas Parroquiales 26 de abril.

**Actividad Económica:** Artesanal, agrícola, ganadera, comercial.

**Atractivo Turístico:** El Lechero, Parque Cóndor, Laguna de Mojanda. Muelle Lago San Pablo.

**(2) Parroquia de San Rafael de la Laguna**

**Ubicación:** Al Sur del Cantón Otavalo.

**Fiesta Tradicional:** La Fiesta del Coraza y Pendoneros 4 de junio.

**Actividad Económica:** Agrícola y Artesanal.

**Atractivos Turísticos:** Microempresa Totorá Sisa, travesía con caballitos de totora lago San Pablo, vertientes: Jatun Pucyu, Aliso Pucyu, Putuju Pucyu Miradores en Cachimuel, San Miguel Alto, Tocagón y pajonales.

---

<sup>27</sup>Información otorgada por la Junta Parroquial Eugenio Espejo- San Rafael de la Laguna

### **(3) Parroquia de González Suárez<sup>28</sup>**

**Ubicación:** A 14 Kilómetros al Sur de la Ciudad de Otavalo.

**Fiesta Tradicional:** Inti Raimy o San Juan 24 y 25 de junio, Fiestas Parroquiales, 24 de Marzo al 18 de abril.

**Actividad Económica:** Agrícola, ganadera, apicultura, piscicultura producción y comercialización de productos lácteos turismo ecológico, turismo comunitario, bordado, artesanal. Crianza y reproducción de alpacas proyecto.

**Atractivo Turístico:** Tola de la Comunidad Mariscal Sucre. Vertiente Agua de Guitig en Pijal Bajo , turismo comunitario , Páramos ubicados en San Agustín de Cajas y en Comunidad de Caluquí , Cerro Yana Urcu junto a la Comunidad Mariscal Sucre.

### **(4) San Pablo del Lago<sup>29</sup>**

**Ubicación:** Al sur oriente de la ciudad de Otavalo.

**Fiesta tradicional:** San Juan 24 de junio, Fiestas Parroquiales 29 de mayo, Fiestas Patronales, en honor al Patrón San Pablo.

**Actividad Económica:** agrícola, ganadera, comercial.

**Atractivo Turístico:** Parque Acuático, Lago San Pablo, Cascada de la Rinconada, La Culebra Rummy, Vertiente Ojo del Quinde, Capilla de Lourdes.

---

<sup>28</sup>Información otorgada por la Junta Parroquial González Suárez

<sup>29</sup>Información otorgada por la Junta Parroquial San Pablo del Lago

### **(5) Parroquia Miguel Egas Cabezas<sup>30</sup>**

**Ubicación:** Al norte de la Ciudad de Otavalo

**Fiesta Tradicional:** Pawkar Raymidel 7 al 17 de febrero, San Juan y San Pedro 24 de junio al 15 de julio, Fiesta de Santa Lucía Patrona de Peguche 15 de noviembre al 13 de diciembre.

**Actividad Económica:** artesanal y agrícola y comercial

**Atractivo Turístico:** Cascada, de Peguche en la Comunidad FacchaLlacta, Parque Cóndor, Hilton Rumi ubicado en el barrio Atahualpa, Huantu Rumi ubicado en Quinchuquí.

### **(6) Parroquia San Juan de Ilumán<sup>31</sup>**

**Ubicación:** Al norte de la ciudad de Otavalo.

**Fiesta Tradicional:** Fiesta de la Virgen del Carmen 16 de julio, Fiestas Parroquiales 11 de noviembre Inty Raymi.

**Actividad Económica:** Artesanal, agrícola.

**Atractivo Turístico:** Vertiente de San Juan Pogyo, vertiente Sisay Pogyo.

### **(7) Parroquia de San José de Quichinche<sup>32</sup>**

**Ubicación:** Al occidente de la ciudad de Otavalo

**Fiesta Tradicional:** 19 de marzo en honor al Patrono San José, Inty Raymi finales de junio. Fiestas Parroquiales 12 de Octubre

**Actividad Económica:** Artesanal, industrial, agrícola, ganadera, productiva y comercial.

**Atractivo Turístico:** Piscinas de Tangalí, Bosque Protector, Cerro Blanco y Reservas Ecológicas.

---

<sup>30</sup>Información otorgada por la Junta Parroquia Miguel Egas Cabezas

<sup>31</sup>Información otorgada por la Junta Parroquia San Juan de Ilumán

<sup>32</sup>Información otorgada por la Junta Parroquia San José de Quichinche

### **(8) Parroquia María Auxiliadora Selva Alegre<sup>33</sup>**

**Ubicación:** Al occidente del Cantón Otavalo, límite con la zona de Intag.

**Fiesta Tradicional:** Parroquialización 26 de octubre, fiesta religiosa 24 de Mayo

**Actividad Económica:** agrícola y ganadera, producción de leche

**Atractivo Turístico:** Cascada el Quinde, cerro el Quinde.

### **(9) Parroquia San Pedro de Pataquí<sup>34</sup>**

**Ubicación:** Al sur occidente de la ciudad de Otavalo.

**Fiesta Tradicional:** San Pedro y San Juan en el mes de julio

**Actividad Económica:** Agrícola, ganadero

**Atractivos Turísticos:** Bosque Primario nublado de altura.

### **El atractivo estrella de Otavalo: La feria artesanal en la plaza de Ponchos**

Otavalo ha tenido desde tiempos prehispánicos una vocación comercial y de producción textil muy importante. Se constituyó en un centro de acopio y comercio entre diferentes culturas de distintas regiones del país. Cuando inició una actividad turística más organizada en el Ecuador hace unas cuatro décadas, también inicia una actividad de comercio de productos artesanales elaborados específicamente para satisfacer la demanda de los turistas que llegaban a Otavalo.

Este mercado en forma gradual ha ido creciendo y diversificando su oferta de productos, hasta llegar a ser el mercado artesanal más grande e importante de América Latina en donde los Sábados se exhiben productos en más de 3.000 puestos de venta. En este mercado se pueden encontrar una gran variedad de productos textiles, artesanías en madera, balsa, tallados, llaveros, bisutería, joyería, pinturas, antigüedades y más. Aquí también comercializan sus productos comerciantes de países vecinos como Perú, Chile, Colombia y Bolivia.

---

<sup>33</sup>Información otorgada por la Junta Parroquia María Auxiliadora Selva Alegre

<sup>34</sup>Información otorgada por la Junta Parroquia San Pedro de Pataquí

### **3.3 ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES**

#### **3.3.1 Atractivos Turísticos Naturales**

Los atractivos naturales son todos los elementos que pertenecen a la naturaleza los mismos que deben ser vistosos para el ser humano y determinada para la utilización y el aprovechamiento de su belleza para fortalecer al turismo natural.

Dentro de los principales atractivos turísticos naturales del cantón Otavalo con jerarquización III tenemos un total de 16 atractivos (El Lechero, Jatumpucyu, Aliso Pucyu, PutujuPucyu, Cachimuel, San Miguel Alto, Tocagón, Pajonales, Agua de Guitig, Cascada de la Rinconada, La Culebra Rummy, Vertiente Ojo del Quinde, Cascada el Quinde, Cerro el Quinde, Minas de caliza y mármol, Cabañas del Tío), con jerarquización II posee 13 atractivos (Parque Cóndor, Laguna de Mojanda, Muelle Lago San Pablo, San Agustín de Cajas, Comunidad de Caluquí, Yana Urcu, Lago San Pablo, Cascada, de Peguche, Vertiente de San Juan, Vertiente Sisay Pogyo, Bosque Protector, Cerro Blanco, Bosque Primario nublado).

Los cuales ofrecen a turistas nacionales e internacionales variedad de flora y fauna con sus principales atractivos, a continuación describiremos en la tabla N° los atractivos naturales del cantón Otavalo<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> TABLA N° 5. Atractivos Naturales del cantón Otavalo.

**TABLA N° 5  
ATRATIVOS NATURALES DEL CANTÓN OTAVALO.**

<b>ATRATIVO</b>	<b>TIPO</b>	<b>JERARQUIZACIÓN</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>LOCALIZACIÓN/ Parroquia</b>
El Lechero	Montaña	III	Mirador	Eugenio Espejo
Parque Cóndor	Montaña	II	Reserva	Eugenio Espejo
Laguna de Mojanda	Lago	II	Lago	Eugenio Espejo
Muelle Lago San Pablo.	Lago	II	Lago	Eugenio Espejo
Jatumpucyu	Rio	III	Vertiente	San Rafael
Aliso Pucyu	Rio	III	Vertiente	San Rafael
PutujuPucyu	Rio	III	Vertiente	San Rafael
Cachimuel	Montaña	III	Mirador	San Rafael
San Miguel Alto	Montaña	III	Mirador	San Rafael
Tocagón	Montaña	III	Mirador	San Rafael
Pajonales	Montaña	III	Mirador	San Rafael
Agua de Guitig	Rio	III	Vertiente	González Suárez
San Agustín de Cajas	Montaña	II	Páramos	González Suárez
Comunidad de Caluquí	Montaña	II	Páramos	González Suárez
YanaUrcu	Montaña	II	Cerro	González Suárez
Lago San Pablo	Lago	II	Lago	San Pablo Del Lago
Cascada de la Rinconada	Rio	III	Cascada	San Pablo Del Lago
La Culebra Rummy	Rio	III	Cascada	San Pablo Del Lago
Vertiente Ojo del Quinde	Rio	III	Vertiente	San Pablo Del Lago
Cascada, de Peguche	Rio	II	Cascada	Miguel Egas Cabezas
Vertiente de San Juan	Rio	II	Vertiente	San Juan De Ilumán
Vertiente SisayPogyo	Rio	II	Vertiente	San Juan De Ilumán
Bosque Protector	Montaña	II	Bosque	San José De Quichínche
Cerro Blanco	Montaña	II	Cerro	San José De Quichínche
Cascada el Quinde	Rio	III	Cascada	Selva Alegre
Cerro el Quinde	Montaña	III	Cerro	Selva Alegre
Minas de caliza y mármol	Montaña	III	Minas	Selva Alegre
Bosque Primario nublado	Montaña	II	Bosque	San Pedro De Pataquí
Cabañas del Tío	Rio	III	Aguas Termales	San Pedro De Pataquí

**Fuente:** Catastro de Atractivos por comunidades. (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### 3.3.2 Atractivos Turísticos Culturales

Los atractivos culturales son todas las manifestaciones tangibles o intangibles producidos por la sociedad que los diferencian de otros sitios conservando su cultura popular, comunidades tradicionales, lenguas indígenas, artesanías, artes populares, vivienda, vestimenta, religión, ritos, música, etc.

Dentro de los principales atractivos turísticos culturales posee 7 atractivos culturales históricos (Microempresa Totorá Sisa, Turismo comunitario, Museo del Obraje, Museo de Antropología, Museo de Arte Sacro de San Luis, Molino de las Almas, Edificio del Municipio de Otavalo), 9 atractivos culturales etnográficos (Caballitos de Totorá, Tola de la Comunidad Sucre, Mercado, Mercado 24 de Mayo, Mercado Copacabana, Mercado Imbaya, Mercados de Animales, Artesanías de Ilumán, Bordados del grupo Kayambis, Artesanías en Totorá), 1 atractivo de recreación (Parque Acuático), 7 atractivos religiosos (Capilla de Lourdes, Gruta del Socavón, Iglesia de San Luis, Iglesia El Jordán, Parque Bolívar, Plazoleta González Suárez, Parque de la Otavaleñidad).

En cantón Otavalo ofrece una gran variedad de atractivos culturales a turistas nacionales e internacionales, a continuación describiremos en la tabla N°12 los atractivos culturales del cantón Otavalo<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> Tabla N° 6 Atractivos Culturales

**TABLA N° 6  
ATRATIVOS CULTURALES**

<b>ATRATIVO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Microempresa Totora Sisa	Manifestación Cultural	Históricas	Ferias y mercados.
Caballitos de Totora	Manifestación Cultural	Etnografía	Creencias populares
Tola de la Comunidad Sucre	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Turismo comunitario	Manifestación Cultural	Histórica	Sitios arqueológicos
Parque Acuático	Manifestación Cultural	Recreación	Deportes Acuáticos
Capilla de Lourdes	Manifestación Cultural	Religiosa	Creencias populares
Museo del Obraje	Manifestación Cultural	Históricas	Sitios arqueológicos
Museo de Antropología	Manifestación Cultural	Históricas	Sitios arqueológicos
Museo de Arte Sacro de San Luis	Manifestación Cultural	Históricas	Sitios arqueológicos
Molino de las Almas	Manifestación Cultural	Históricas	Sitios arqueológicos
Gruta del Socavón	Manifestación Cultural	Religiosa	Sitios arqueológicos
Edificio del Municipio de Otavalo	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura civil
Iglesia de San Luis	Manifestación Cultural	Religiosa	Arquitectura civil
Iglesia El Jordán	Manifestación Cultural	Religiosa	Arquitectura civil
Parque Bolívar	Manifestación Cultural	Religiosa	Arquitectura civil
Plazoleta González Suárez	Manifestación Cultural	Religiosa	Arquitectura civil
Parque de la Otavaleñidad	Manifestación Cultural	Religiosa	Arquitectura civil
Mercado	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Mercado 24 de Mayo	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Mercado Copacabana	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Mercado Imbaya	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Mercados de Animales	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Artesanías de Ilumán	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Bordados del grupo Kayambis	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.
Artesanías en Totora	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados.

**Fuente:** Catastro de Atractivos por comunidades. (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



### 3.3.3 Fiestas Culturales y Religiosas

Las fiestas culturales y religiosas son todas las manifestaciones intangibles producidas por la sociedad que los diferencian de otros sitios conservando su cultura popular, comunidades tradicionales, lenguas indígenas, artesanías, artes populares, religión.

Dentro de los principales fiestas culturales y religiosas posee 15 fiestas de creencias populares (Shamanismo en Ilumán, Rama de Gallo, Fiestas Parroquiales 26 de abril, Pendoneros 4 de junio, Fiestas Parroquiales, 24 de Marzo al 18 de abril, San Juan 24 de junio, Fiestas Parroquiales 29 de mayo, fiestas Patronales, al Patrón San Pablo, San Juan y San Pedro 24 de junio al 15 de julio, fiesta de Santa Lucía 15 de noviembre al 13 de diciembre, fiesta de la Virgen del Carmen 16 de julio, fiestas Parroquiales 11 de noviembre, 19 de marzo en honor al Patrono San José, fiestas Parroquiales 12 de Octubre, fiesta religiosa a la parroquia 24 de Mayo), 5 fiestas de creencias folklóricas (Inti Raimy 24 de junio, la Fiesta del Coraza, Inti Raimy o San Juan 24 y 25 de junio, PawkarRaymi 7 al 17 de febrero, IntyRaymi).

Las fiestas mencionadas ofrecen una cultura viva de tradiciones, única en el mundo a turistas nacionales e internacionales, a continuación describiremos en la tabla N°13 las fiestas religiosas del cantón Otavalo<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Tabla N° 7 Fiestas Religiosas

**TABLA N° 7**  
**FIESTAS CULTURALES Y RELIGIOSAS**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>LOCALIZACIÓN/ Parroquia</b>
Shamanismo en Ilumán	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	Ilumán
Rama de Gallo	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	González Suárez
Inti Raimy 24 de junio	Manifestación Cultural	Calendario	Folklore	Eugenio Espejo
Fiestas Parroquiales 26 de abr.	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	Eugenio Espejo
La Fiesta del Coraza	Manifestación Cultural	Calendario	Folklore	San Rafael De La Laguna
Pendoneros 4 de junio	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	González Suárez
Inti Raimy o San Juan 24 y 25 de junio	Manifestación Cultural	Calendario	Folklore	González Suárez
Fiestas Parroquiales, 24 de Mar al 18 de abr	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	González Suárez
San Juan 24 de junio	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	San Pablo Del Lago
Fiestas Parroquiales 29 de mayo	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	San Pablo Del Lago
Fiestas Patronales, al Patrón San Pablo	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	San Pablo Del Lago
PawkarRaymi 7 al 17 de febrero	Manifestación Cultural	Calendario	Folklore	Miguel Egas Cabezas
San Juan y San Pedro 24 de jun al 15 de jul	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	Miguel Egas Cabezas
Fiesta de Santa Lucía 15 de nov al 13 de dic	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	Miguel Egas Cabezas
Fiesta de la Virgen del Carmen 16 de julio	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	San Juan De Ilumán
Fiestas Parroquiales 11 de noviembre	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	San Juan De Ilumán
IntyRaymi	Manifestación Cultural	Calendario	Folklore	San Juan De Ilumán
19 de marzo en honor al Patrono San José	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	San José De Quichinche
Fiestas Parroquiales 12 de Octubre	Manifestación Cultural	Calendario	Creencias populares	San José De Quichinche
fiesta religiosa a la parroquia 24 de Mayo	Manifestación Religiosa	Calendario	Creencias populares	Selva Alegre

**Fuente:** Catastro de Atractivos por comunidades. (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### 3.4 OFERTA TURÍSTICA

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas<sup>38</sup>”.

#### 3.4.1 Alojamiento

Según el catastro actualizado en el 2012, se cuenta con 59 establecimientos para alojamiento con 2120 plazas, de las cuales<sup>39</sup>:

**TABLA N° 8**  
**CATASTRO ALOJAMIENTO DEL CANTÓN OTAVALO 2012**

ESTABLECIMIENTO	N° EMPRESAS	PORCENTAJE
Hostales Residencia	23	49%
Hostales	12	27%
Hoteles	13	14%
Pensiones	6	6%
Cabañas	2	4%
<b>CATASTRO ALOJAMIENTO PARROQUIA MIGUEL EGAS</b>		
Hosterías	2	60%
Motel	1	40%
<b>CATASTRO ALOJAMIENTO PARROQUIA QUICHINCHE</b>		
Hosterías	4	100%
<b>CATASTRO ALOJAMIENTO PARROQUIA SAN JUAN ILUMÁN</b>		
Cabaña	1	25%
Hostería	1	25%
Moteles	2	50%
<b>CATASTRO ALOJAMIENTO PARROQUIA SAN PABLO</b>		
Hosterías	3	75%
Apartamento	1	25%

**Fuente:** Catastro de Servicios Turísticos por la Casa de Turismo (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

El alojamiento mencionado son de primera categoría con 8 establecimientos, segunda categoría con 24 establecimientos y tercera categoría con 27 establecimientos, las mismas prestan servicios adicionales. La mayoría están ubicadas dentro de la urbe y pocas fuera de la misma, los precios oscilan entre \$7 - \$200 por noche. A continuación describiremos en la tabla N°14 el catastro de alojamiento del cantón Otavalo.

<sup>38</sup> Ayerle, G. 2009

<sup>39</sup> TABLA N° 9 Actualización de Catastro de Alojamiento 2012

**TABLA N° 9**  
**ACTUALIZACIÓN DE CATASTRO DE ALOJAMIENTO 2012**

ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CATEG.	ALOJAMIENTO		TELEFONO 06
			No. HAB.	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA OTAVALO</b>					
<b>Cabañas</b>					
El Rocío # 2	Barrio San Juan - Panamericana Norte	Segunda	19	40	2924606
Rose Cottage	Barrio Mojandita S/N	Tercera	8	24	097 728115
<b>Hostales</b>					
Acoma	Juan de Salinas 7-57 Y Ricaurte	Primera	18	41	2926570
La Rosa Plaza	Roca S/N Y Quiroga	Primera	18	33	2923488
Alimicuy # 2	Av. Paz Ponce de León S/N	Segunda	20	63	2920848
Curiñán	Curiñán S/N Y Sawariñán	Segunda	15	33	2924212
Doña Esther	Juan Montalvo 4-44 y Bolívar	Segunda	13	26	2920739
El Indio	Sucre 12-14 y Salinas	Segunda	13	28	2920060
Mashy's	Neptalí Ordóñez 1-77 y Roca	Segunda	23	49	2921480
La Posada del Quinde	Av. Quito 10-34 y Miguel Egas	Segunda	18	40	2920750
El Rincón de Belen	Roca S/N y Juan Montalvo	Segunda	12	22	2924027
Santa Fe # 2	Roca 7-34 y García Moreno	Tercera	22	48	2923640
TamiaTaki	Modesto Jaramillo 5-69 y Morales	Tercera	13	31	2920684
Valle del Amanecer	Roca y Quiroga Esq.	Tercera	24	41	2920990
<b>Hostales Residencias</b>					
AlySamaylla	Quiroga 6-06 y Modesto Jaramillo	Segunda	18	36	2920212
Chuquitos	Simón Bolívar 10-13 y Morales	Segunda	12	26	2928534
Copacabana	Av. Atahualpa S/N y Abdón Calderón	Segunda	14	28	2923306
Inca Real	Salinas 5-07 y Sucre	Segunda	12	24	2922895
Prince	Sucre 7-05 y García Moreno	Segunda	14	29	2923200
SamayInn # 2	Sucre 10-09 y Colón	Segunda	25	51	2921826
AndeanWasiInn	Pedro Hernández 150 y Los Corazas	Tercera	17	30	2924706
Los Andes	Sucre S/N y Quiroga	Tercera	25	44	2921057
Cascada	Colón 5-06 y Sucre	Tercera	20	35	2920165
Chasqui	Piedrahita 1-41 y Guayaquil	Tercera	11	19	2923199
Colombia Relax	Abdón Calderón 5-05 y Sucre	Tercera	16	27	2926827

Colón	Colón 7-13 y Ricaurte	Tercera	15	35	2922716
María	Modesto Jaramillo y Colón	Tercera	12	30	2920672
Los Ponchos Inn	Sucre 14-14 y Quito	Tercera	26	60	2922035
Rincón Del Viajero	Roca 11-07 y Quiroga	Tercera	15	25	2921741
Riviera Sucre	García Moreno 3-80 y Roca	Tercera	16	36	2920241
Ruizseñor	Cdla. Selva Alegre	Tercera	12	24	2923764
Runa Pacha	Roca 10-02 y Quiroga	Tercera	21	43	2921730
Samac Tarina	A. Calderón 7-13 y 31 De Octubre	Tercera	10	14	2920182
SamajHuasi	M. Jaramillo 6-61 y Salinas	Tercera	16	30	2921126
Samana	Roca 12-08 y Quito	Tercera	17	29	2921458
Santacruz	Estévez Mora 4-42 y Simón Bolívar	Tercera	12	24	2927255
Santa Martha	Colón 7-04 y Av. 31 de Octubre	Tercera	15	31	2920147
<b>Hoteles</b>					
El Indio Inn	Bolívar 9-04 y A. Calderón	Primera	30	63	2920325
El Coraza	Abdón Calderón y Sucre	Segunda	44	95	2921225
Otavaló	Roca 5-04 y García Moreno	Segunda	32	80	2920416
<b>Pensiones</b>					
El Geranio	Ricaurte y Morales	Segunda	7	18	2920185
Aly	Salinas y Simón Bolívar Esq.	Tercera	9	17	2921831
Casa de Korea	Roca 7-19 y García Moreno	Tercera	8	16	2924893
El Rocío	Morales 11-70 y Miguel Egas	Tercera	12	37	2924606
San Luis	Abdón Calderón 6-02 y 31 De Octubre	Tercera	13	25	2920614
Santa Fé	Colón 5-07 y Sucre	Tercera	10	22	2920161
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CATEG.	ALOJAMIENTO		TELEFONO 06
			No. HAB.	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA MIGUEL EGAS</b>					
<b>Hosterías</b>					
La Casa de Hacienda	Panamericana Norte Km. 3	Segunda	8	18	2690245
Peguche Tío	Entrada principal aPeguche	Tercera	12	30	2690179
<b>Moteles</b>					
Picaflor	Barrio AtikPachacama	Tercera	8	16	097 466487

ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CATEG.	ALOJAMIENTO		TELEFONO 06
			No. HAB.	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA QUICHINCHE</b>					
<b>Hosterías</b>					
Las Palmeras de Quichinche	Quichinche (Sector Andaviejo)	Segunda	15	33	2922607
El Romeral AsindaWasi	Quichinche (Sector Andaviejo)	Segunda	8	19	2925243
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CATEG.	ALOJAMIENTO		TELEFONO 06
			No. HAB.	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA SAN JUAN DE ILUMÁN</b>					
<b>Cabañas</b>					
Tambo – Koya	Barrio Rumilarca	Segunda	8	20	2946604
<b>Hosterías</b>					
Hacienda Pinsaquí	Panamericana Norte Km. 5	Primera	27	27	2946116
<b>Moteles</b>					
Cascada del Amor	Barrio Rumilarca	Segunda	15	30	2915573
Séptimo Cielo	Barrio Santa Teresita	Segunda	18	36	2946406
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CATEG.	ALOJAMIENTO		TELEFONO 06
			No. HAB.	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA SAN PABLO</b>					
<b>Hosterías</b>					
Cabañas del Lago	Orillas lago San Pablo	Primera	27	71	2918108
Cusín	Hacienda Cusín	Primera	40	84	2918316
Puerto Lago	Panam. Sur Km 5-1/2	Primera	27	54	2920920

**Fuente:** Catastro de Servicios Turísticos por la Casa de Turismo (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### 3.4.2 Alimentos y Bebidas

El cantón Otavalo cuenta con 64 establecimientos de alimentos y bebidas de segunda a cuarta categoría, con capacidad total para 2492 personas:

**TABLA N° 10**  
**CATASTRO ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN OTAVALO 2012**

ESTABLECIMIENTO	N° EMPRESAS	PORCENTAJE
Restaurantes	41	69%
Cafeterías	10	17%
Fuentes de Soda	7	12%
Comida Típica	1	2%
<b>CATASTRO ALIMENTOS Y BEBIDAS PARROQUIA MIGUEL EGAS</b>		
Restaurantes	2	100%
<b>CATASTRO ALIMENTOS Y BEBIDAS PARROQUIA GONZALES SUAREZ</b>		
Cafetería	1	50%
Restaurante	1	50%
<b>CATASTRO ALIMENTOS Y BEBIDAS PARROQUIA QUICHINCHE</b>		
Restaurante	1	100%

**Fuente:** Catastro de Servicios Turísticos por la Casa de Turismo (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

Mayormente están ubicados en el centro de la urbe donde ofertan desayunos almuerzos y cenas<sup>40</sup> con precios que oscilan entre \$2.50 - \$5, pocos son los que ofertan platos a la carta con precios entre \$6 - \$25.

En alimentación como, cafeterías 1 de segunda categoría, 8 de tercera categoría y 1 de cuarta categoría, fuentes de soda 2 de segunda categoría y 5 de tercera categoría, restaurantes 5 de segunda categoría, 26 de tercera categoría y 10 de cuarta categoría, restaurantes de comida típica 1 de tercera categoría, en la parroquia Miguel Egas restaurantes 1 de tercera y cuarta categoría, parroquia Gonzales Suárez 1 cafetería de segunda y 1 restaurante de tercera, parroquia Quichinche 1 restaurante de cuarta. A continuación describiremos en la tabla N° el catastro de alimentos y bebidas del cantón Otavalo.

<sup>40</sup> Tabla N° 11. Actualización de catastro de Alimentos y Bebidas 2012

**TABLA N° 11**  
**ACTUALIZACIÓN DE CATASTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 2012**

ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN	CATEG.	COMIDA Y BEBIDA		TELEF. 06
			No. MESAS	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA OTAVALO</b>					
<b>CAFETERÍAS</b>					
Oraibi	Sucre 10-11 y Colón	Segunda	9	36	2921221
Ayllu Wasy Café	Quito S/N y Roca	Tercera	8	32	2921701
Deli	Quiroga 12-18 y Simón Bolívar	Tercera	5	20	2921558
El Despiste	Av. 31 De Octubre y Av. Quito	Tercera	4	16	2921466
Puzzle	Quiroga 4-07 y Sucre	Tercera	6	24	2921048
Sahara	Piedrahita 5-18 y Bolívar	Tercera	6	24	2922212
El Salinerito	Simón Bolívar S/N y Colón	Tercera	6	24	2927086
Shanandoa	Salinas 5-15 y Modesto Jaramillo	Tercera	7	28	2921465
Tiesto	Sucre 8-05 y Quito	Tercera	6	24	2923221
Café Af	Estados Unidos S/N y Bolívar	Cuarta	5	20	2925866
<b>FUENTES DE SODA</b>					
Chino'sSnack Bar	Juan Montalvo S/N y Sucre	Segunda	5	20	2925510
La Gran Sierra Nevada	Juan De Salinas S/N y Sucre	Segunda	11	44	2928226
El Buen Sabor	Av. 31 de Octubre y Panamericana	Tercera	8	32	2920099
Dulce Nevado	Sucre S/N y Juan De Salinas	Tercera	4	16	091 230714
Empanadas Argentinas	Sucre 12-12 y Morales	Tercera	7	28	
Heladería la Pelusita	Colón 3-11 y Bolívar	Tercera	9	36	2921263
NelBurguer	García Moreno 4-26 y Roca	Tercera	8	32	2920652
<b>RESTAURANTES</b>					
Caravana FastFood	Sucre S/N y Quiroga	Segunda	21	84	2921759
Pizza Siciliana	Morales 5-01 y Sucre	Segunda	15	60	2925999
S.I.S.A.	Abdón Calderón 4-09 y Sucre	Segunda	30	120	2920154
Tabasco's	Salinas 6-17 y Sucre	Segunda	10	40	2922475
La Tablita del Tártaro # 1	Pamericana Norte S/N Av. Ponce	Segunda	27	108	2923043
AliMicuy	Simón Bolívar S/N y Salinas	Tercera	7	28	2923397
El Arca	Sucre 5-41 y Quiroga	Tercera	10	40	2923414
Asadero el Papi Pollo	Atahualpa 7-31 y García Moreno	Tercera	9	36	2924915



Asadero el Pollazo	Simón Bolívar 3-19 y Mejía	Tercera	10	40	2923046
Blue Rose	Sucre S/N y Juan De Salinas	Tercera	10	40	2922887
Buena Vista	Salinas S/N y Sucre	Tercera	7	28	2925166
Camba Huasy	Bolívar S/N y Juan Montalvo	Tercera	8	32	2926041
La Casa de Arte da Pinto	Cristóbal Colón 4-10 y Bolívar	Tercera	16	64	2921766
La Casa del Cangrejo # 2	Simón Bolívar 6-07 y Piedrahita	Tercera	13	52	2922494
Los Ceviches de Alberto	García Moreno 6-17 y Sucre	Tercera	10	40	094 687992
La Cocina de Alberto	Sucre 7-13 y García Moreno	Tercera	11	44	2926105
D'angelo Pizzería	Sucre S/N y Quito	Tercera	10	40	2927364
Fairwood Chifa	Morales 3-02 y Roca	Tercera	8	32	2924970
La Fonda del Pollo	Av. Quito 9-52 y Jaramillo	Tercera	11	44	2922933
Fontana Di Trevi	Sucre 12-07 y Morales	Tercera	10	40	2922336
El Forastero	Bolívar y Quito	Tercera	11	44	2926390
GoodChicken	José Mejía S/N y Sucre	Tercera	12	48	2928591
Grill AlyAllpa	Juan De Salinas yJaramillo	Tercera	8	32	2925166
IntyHuasi	Salinas 5-11 y Modesto Jaramillo	Tercera	12	48	2922944
Long Xiang	Quito S/N y Simón Bolívar	Tercera	12	48	094 455375
MultiFood	Morales 3-02 y Roca	Tercera	16	64	2924970
Mi Otavalito	Sucre 11-19 y Morales	Tercera	10	40	2920176
Quino	Roca 7-40 y Juan Montalvo	Tercera	11	44	2924994
Superpollo J.S.	Sucre 9-17 y Abdón Calderón	Tercera	8	32	2925165
TienAnMen	García Moreno 4-85 y Bolívar	Tercera	14	56	2921288
Mi Viejo Café	Colón 4-10 y Sucre	Tercera	15	60	2926504
Banquetes España	Simón Bolívar S/N y Quito	Cuarta	10	40	2927415
Bei Yuan	Coraza S/N y Sarance	Cuarta	10	40	082 525261
Canton Chifa	Roca 8-15 y Morales	Cuarta	7	28	2920326
Casa De Angie	Quito S/N y Roca	Cuarta	9	36	080 000350
Cevichería Quito	Av. 31 De Octubre S/N y Quito	Cuarta	10	40	2927356
Comida Manabita 100% Chonero	Av. Paz Ponce De León	Cuarta	12	48	2921442
Delitte	Bolívar 7-41 y Juan Montalvo Esq	Cuarta	9	36	2920290
Khalil	Sucre 13-10 y Juan De Salinas	Cuarta	9	36	2923227
Pizzería Napolitana	Sucre 11-07 y Colón	Cuarta	10	40	090 436821
Rincón de Italia	Abdón Calderón 4-03 y Bolívar	Cuarta	6	24	099 339997
<b>RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA</b>					
SumagYamor	Simón Bolívar 10-11 y Morales	Tercera	20	80	2920821

ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN	CATEG.	COMIDA Y BEBIDA		TELEF. 06
			No. MESAS	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA MIGUEL EGAS</b>					
<b>RESTAURANTES</b>					
Pachamanka	Camino Antiguo a Ilumán	Tercera	10	40	2690307
SumagMicuy	Barrio Central	Cuarta	20	80	2690249
ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN	CATEG.	COMIDA Y BEBIDA		TELEF. 06
			No. MESAS	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ</b>					
<b>CAFETERÍAS</b>					
Mira Lago	Sector Rumiloma	Segunda	6	24	2601225
<b>RESTAURANTES</b>					
Rincón Del Lago	Panamericana Norte sector la Y	Tercera	10	40	2918473
ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN	CATEG.	COMIDA Y BEBIDA		TELEF. 06
			No. MESAS	No. PLAZAS	
<b>CANTÓN OTAVALO</b>					
<b>PARROQUIA QUICHINCHE</b>					
<b>RESTAURANTES</b>					
Asadero de Cuyes Forasterito	Sector la Banda	Cuarta	12	48	2925231

**Fuente:** Catastro de Servicios Turísticos por la Casa de Turismo (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### 3.4.3 Servicios Complementarios

Otavaló cuenta con servicios complementarios los mismos que ayudan a la actividad turística como:<sup>41</sup>

**TABLA N° 12**  
**CATASTRO SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DEL CANTÓN**  
**OTAVALO 2012**

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>N° ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Agencia Internacional	1	4%
Operadoras	5	20%
Dualidad	2	8%
Bares	9	36%
Peñas	3	12%
Sala de Baile	1	4%
Sala de Recepciones	2	8%
Balneario	1	4%
Trasporte Turístico	1	4%
<b>CATASTRO ALOJAMIENTO PARROQUIA MIGUEL EGAS</b>		
Operadora	1	100%

**Fuente:** Catastro de Servicios Turísticos por la Casa de Turismo (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

A continuación describiremos en la tabla N° 16 el catastro de servicios complementarios del cantón Otavaló

---

<sup>41</sup> Tabla N° 13. Servicios Complementarios 2012

**TABLA N° 13**  
**SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CATEG.	TELEF.
CANTÓN OTAVALO			
PARROQUIA OTAVALO			
<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>			
Zulaytur	Colón y Sucre (Esq. 2do. Piso)	Internacional	2921176
AllAboutEq	Colón 4-12 y Sucre	Operadora	2923633
Ecomontes Tour	Sucre y Morales Esq.	Operadora	2926244
Leytonstours	Av. Quito 10-03 y Modesto	Operadora	2923755
Runa TupariNativeTravel	Sucre S/N y Quiroga	Operadora	2925985
Urkutours	Av. Albarracín S/N y Amaguaña	Operadora	2922379
Intipungo Turismo Inviajes	Abdón Calderón y Sucre	Dualidad	2921771
Yuratours	Morales 5-05 y Sucre	Dualidad	2921861
<b>BARES</b>			
Baryloco	Av. Ponce de León y Panam. Norte	Tercera	2920206
Blanco y Negro	Av. Atahualpa S/N y Quiroga	Tercera	2928643
Bldv	Bolívar S/N y Quiroga	Tercera	2921532
Bohemios	Sucre # 10-43 y Abdón Calderón	Tercera	2923102
Energy Bar	Jacinto Collahuazo S/N y Bolívar	Tercera	097 342616
Fauno Café Bar	Morales S/N y Modesto Jaramillo	Tercera	091 164272
Skol	Simón Bolívar 11-07 y Morales	Tercera	2925996
The Red Pub	Morales 5-07 y Modesto Jaramillo	Tercera	094 411373
Vo2	Atahualpa 12-02 y Juan De Salinas	Tercera	2922421
<b>PEÑAS</b>			
Amauta	Morales 5-11 y M. Jaramillo	Segunda	2922435
Jala Jala	Av. 31 de Octubre S/N y Quito	Segunda	2924081
Jampa La	Av. 31 de Octubre y Panamericana	Segunda	2922988

<b>SALAS DE BAILE</b>			
Betos	Salinas 6-08 y Modesto Jaramillo	Segunda	2921372
<b>SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES</b>			
Pakari Tambo	Roca 9-50 y Colón	Primera	2921429
Caminos de Herradura	Pedro Pérez # S/N	Segunda	2925789
<b>TERMAS y BALNEARIOS</b>			
Sara Ñusta	Sucre 2-13 y Estévez Mora	Segunda	2920792
<b>SERVICIO de TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO</b>			
Tturot	Av. Sarances S/N y Gualambari	Terrestre	2926859
<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEG.</b>	<b>TELEF.</b>
<b>CANTÓN OTAVALO</b>			
<b>PARROQUIA MIGUEL EGAS</b>			
<b>AGENCIAS de VIAJES</b>			
Diceny Viajes	Quinchuquí - Barrio central	Operadora	2690460

**Fuente:** Catastro de Servicios Turísticos por la Casa de Turismo (2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V

#### **3.4.4 SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA**

La administración del Gobierno Municipal se encuentra a cargo del alcalde Mario Conejo Maldonado, quien luego de un proceso de planificación participativa para elaborar el Plan de desarrollo cantonal (2.001), denominado “Plan de Vida de Otavalo” en el que se identificó al turismo como el eje de desarrollo de Otavalo, ha priorizado el apoyo a esta actividad, ejecutando importantes proyectos de vialidad y desarrollo urbano como son la carretera de circunvalación a Otavalo y el plan del sector comercial de la ciudad, en función del desarrollo turístico.

Su voluntad política y decisión de promover el turismo en Otavalo se evidencia en la participación de este municipio en el proceso de descentralización del Ministerio de Turismo, con la creación de una dirección de turismo, la creación de una comisión de Turismo al interior de la casa de Turismo y, el hecho de haber asumido importantes responsabilidades en materia de capacitación al sector privado, desarrollo de infraestructura para fomentar la inversión, control de calidad en la prestación de servicios, control y cuidado del patrimonio turístico, promoción local, etc.

También se tiene relación directa con el desarrollo de la actividad turística en el cantón Otavalo, teniendo en cuenta que es la instancia responsable del tema vial en zonas rurales y propietario de varios inmuebles construidos para fomentar el turismo en diferentes sitios de interés. El mismo ha demostrado especial preocupación en fomentar al turismo implementando obras importantes en los últimos años.

### 3.5 DEMANDA TURÍSTICA

Para realizar el análisis de la demanda nos basaremos en los segmentos de mercado hacia los cuales se dirige los servicios. Los segmentos de turistas nacionales de clase media alta (autoridades, personas con discapacidad, empleados públicos, empresarios) y turistas extranjeros.

#### 3.5.1 Análisis de la Demanda de Turistas Extranjeros

El Turismo es una de las principales actividades del país, muestra de ello es que genera por concepto de exportaciones anuales, es decir del turismo receptivo, divisas entre US\$200,8 millones en el 2011 ubicado sexta fuente de ingresos y US\$250,3 millones en el 2012 en quinta fuente de ingreso de divisas al país<sup>42</sup>, sin descontar los US\$843,5 millones por turismo local, a esto, vale agregar que el Gobierno incrementó presupuesto para Turismo en un 90,3%, variación que permitirá destinar US\$23 millones anuales a la promoción turística del País<sup>43</sup>.

#### 3.5.2 Proyección de la Demanda

##### 3.5.2.1 PROYECCIÓN LINEAL

➤ **Método de Mínimos Cuadrados**

Los siguientes datos corresponden al número de turistas que han visitado el cantón Otavalo y sus atractivos desde el año 2007 a julio 2012.

**TABLA N° 14  
ENTRADAS AL CANTÓN OTAVALO**

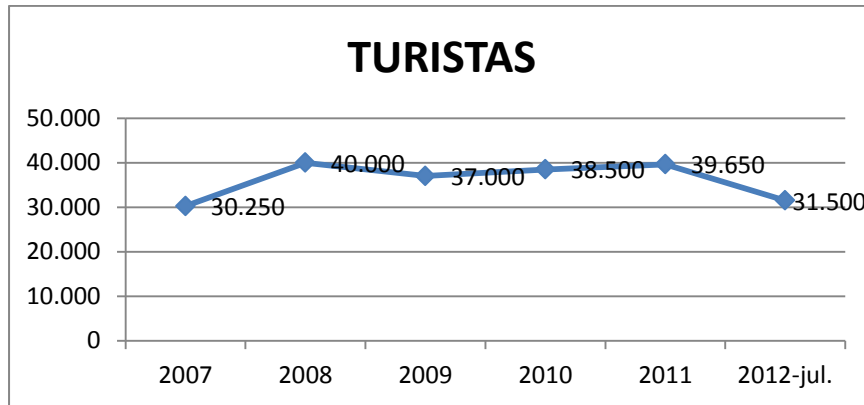
AÑO	TURISTAS
2007	30.250
2008	40.000
2009	37.000
2010	38.500
2011	39.650
<b>2012-jul.</b>	<b>31.500</b>

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**Fuente:** Sondeo demanda turístico (2007-jul. 2012). Unidad de Turismo

<sup>42</sup>Banco Central del Ecuador 2011 a junio 2012

<sup>43</sup>www.elfinanciero.com



**Figura:** N° 2 Sondeo demanda turística (2007-jul. 2012). Unidad de Turismo  
**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**TABLA N° 15**

Año	x	y	x*y	x^2	y^2
2007	1	30.250	30.250	1	915.062.500
2008	2	40.000	80.000	4	1.600.000.000
2009	3	37.000	111.000	9	1.369.000.000
2010	4	38.500	154.000	16	1.482.250.000
2011	5	39.650	198.250	25	1.572.122.500
2012-jul.	6	31.500	189.000	36	992.250.000
Σ	<b>21</b>	<b>216.900</b>	<b>762.500</b>	<b>91</b>	<b>7.930.685.000</b>

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**Fuente:** Sondeo demanda turística (2007-jul. 2012). Unidad de Turismo

$$b = \frac{N \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{N}$$

$$b = \frac{6(762.500) - 21(216.900)}{6(91) - (21)^2}$$

$$a = \frac{216.900 - 191(21)}{6}$$

$$a = 35.482$$

$$b = \frac{4'575.000 - 4'554.900}{546 - 441}$$

$$b = 191$$



## PROYECCIÓN:

$$Y_{2013} = 191(7) + 35.482$$

$$Y_{2014} = 191(8) + 35.482$$

$$Y_{2015} = 191(9) + 35.482$$

$$Y_{2016} = 191(10) + 35.482$$

$$Y_{2017} = 191(11) + 35.482$$

$$Y_{2018} = 191(12) + 35.482$$

$$Y_{2019} = 191(13) + 35.482$$

$$Y_{2020} = 191(14) + 35.482$$

**TABLA N° 16**

AÑO	X	TURISTAS
2013	7	36819
2014	8	37010
2015	9	37201
2016	10	37392
2017	11	37583
2018	12	37774
2019	13	37965
2020	14	38156

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**Fuente:** Sondeo demanda turístico (2007-jul. 2012). Unidad de Turismo

## COEFICIENTE DE CORRELACIÓN (r)

$$r = \frac{N(\sum xy) - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$
$$r = \frac{6(762.500) - 21(216.900)}{\sqrt{6(91) - (21)^2} \cdot \sqrt{6(7.930.685.000) - (216.900)^2}}$$
$$r = 0.98$$

## ERROR ESTÁNDAR DE LA ESTIMA (Se)

$$Se = \sqrt{\frac{\sum y^2 - a \cdot \sum y - b \cdot \sum xy}{n - 2}}$$
$$Se = \sqrt{\frac{7.930.685.000 - 35.482(216.900) - 191(762.500)}{4}}$$
$$Se = 4717$$

### 3.5.3 Aspectos Políticos

La administración del gobierno municipal se encuentra a cargo del alcalde Mario Conejo Maldonado, quien luego de un proceso de planificación participativa para elaborar el plan de desarrollo Cantonal (2001), denominado “Plan de Vida de Otavalo” en el que se identificó al turismo como el eje de desarrollo de Otavalo, ha priorizado el apoyo a esta actividad, ejecutando importantes proyectos de vialidad y desarrollo urbano como son la carretera de circunvalación a Otavalo y el plan de semi-peatonización del sector comercial de la ciudad, en función del desarrollo turístico.

Su voluntad política y decisión de promover el turismo en Otavalo se evidencia en la participación de este municipio en el proceso de descentralización del Ministerio de turismo, con la creación de una Unidad de Turismo, la creación de una comisión de turismo al interior de la casa de turismo y, el hecho de haber asumido importantes responsabilidades en materia de capacitación al sector privado, desarrollo de infraestructura para fomentar la inversión, control de calidad en la prestación de servicios, control y cuidado del patrimonio turístico, promoción local.

#### **Organización administrativa del Municipio Descentralizado del cantón Otavalo.**

**Figura N° 3**



**Fuente:** Oficina de Turismo del cantón Otavalo (Revisado y aprobado Tlgo. Héctor Tipan Responsable de Unidad de Turismo).

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### 3.5.4 Aspectos Organizacionales

En el que hacer del sector turístico de Otavalo se identifican varios sectores y actores sociales que participan activamente en la vida diaria de la ciudad:

- i. **La Unidad de Turismo** (Modesto Jaramillo y Quiroga) que cuenta con dos funcionarios responsables de su normal desempeño y de implementar las acciones establecidas en sus planes de trabajo.
  - a. MBA. Marcelo Lema     **Director de Desarrollo Económico Local**
  - b. TLGO. Héctor Tipan    **Responsable de la Unidad de Turismo**

El personal de la unidad de turismo, posee grandes aspiraciones para el manejo de esta dependencia, pretenden incluir proyectos como la capacitación de los implicados en el sector turístico, convocar para el curso de guías nativos, implementar y promocionar sus atractivos. Por ello trabajarán en desarrollar un turismo organizado y sustentable, para que la misma proporcione una imagen más llamativa que simbolice al cantón.

- ii. **El sector privado** de prestación de servicios registrados en el Ministerio de Turismo, está organizado en la Cámara de Turismo de Otavalo, cuya oficina administrativa se encuentra en las calles Sucre y Quiroga. Sin embargo existe todavía aunque en forma pasiva la asociación de servicios turísticos de Otavalo (ASTO), instancia que fuera creada hace unas dos décadas, y cuya afiliación es voluntaria.
- iii. **El sector de los transportes** se encuentra agrupado en el sindicato de choferes profesionales de Otavalo. Existen también varias asociaciones de los diferentes sectores del transporte, siendo el sector de taxis el que mayor contacto y relación tiene con los turistas en el ámbito local.
- iv. **El sector artesanal** por su magnitud y naturaleza se encuentra agrupado en varios gremios y asociaciones, sin existir un solo ente representativo. Así, existe: La Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO), la Federación de Artesanos.

Es un sector que en gran medida está relacionado con el turismo en la ciudad, si se tiene en cuenta que la principal motivación para los turistas es la visita a su feria artesanal.

- v. **Las instituciones educativas** que brindan formación en turismo en un nivel secundario y de post-bachillerato también tienen una importante relación con el sector turístico al ser quienes dan formación a sus educandos. Estas instituciones son las siguientes: Instituto Técnico Superior Otavalo, colegio José Pedro Maldonado, colegio 31 de Octubre, universidad de Otavalo.

### **3.5.5 Dependencia y Presupuesto**

La unidad de turismo depende directamente del municipio del cantón de acuerdo al POA de cada año se consigue un presupuesto para capacitaciones, material turístico, ferias turísticas dentro del cantón y la feria turística Internacional (FITE), señalética, así también consiguen apoyo económico de ONG'S como son: la fundación KOICA de Corea, BID y CODESPA, las mismas que ayudan con aportes económicos, capacitaciones, para el desarrollo del turismo comunitario así rescatando la entidad indígena como son los otavalo otorgándoles las herramientas y estrategias para el mejoramiento de vida de cada uno de los actores.

El Ministerio de Turismo brinda apoyo con la distribución de las diferentes guías turísticas como: Ecuador, Sierra Norte, Otavalo con la distribución de videos publicitarios dentro fuera del país ofertando a Otavalo como un atractivo estrella de nuestro país, brindan capacitaciones al personal de la unidad de turismo a los dirigentes de las diferentes organizaciones comunitarias, artesanales, prestadores de servicios, la misma que no es continua en donde existe la insatisfacción de los involucrados del desarrollo del turismo, donde la participación del ministerio de turismo no es directa y el desarrollo del mismo es por el Gobierno Municipal del cantón Otavalo.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Entrevista realizada al Teg. Héctor Tipan responsable de la Unidad de Turismo

### 3.6 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS<sup>45</sup>

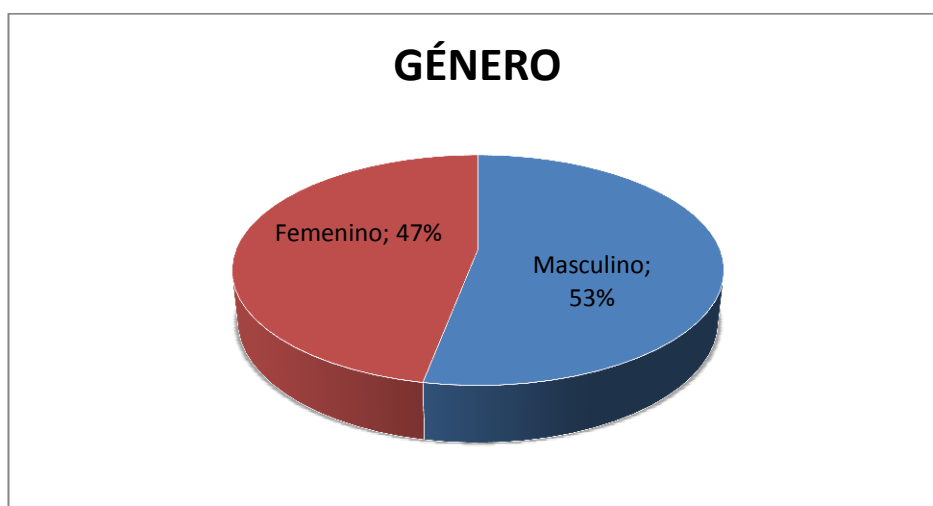
#### 1. ¿Cuál es su género?

**TABLA N° 17**  
**GÉNERO DE LOS TURISTAS**

<b>Genero</b>	<b>N° Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
MASCULINO	83	53%
FEMENINO	73	47%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 4** Género de los turistas

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas visitan el cantón Otavalo, de los cuales el 53% son de género masculino y el 47% representa al género femenino.

<sup>45</sup> ANEXO N° 16-17, Encuesta desarrollada a turistas nacionales y extranjeros, en el cantón Otavalo mes de noviembre 2012

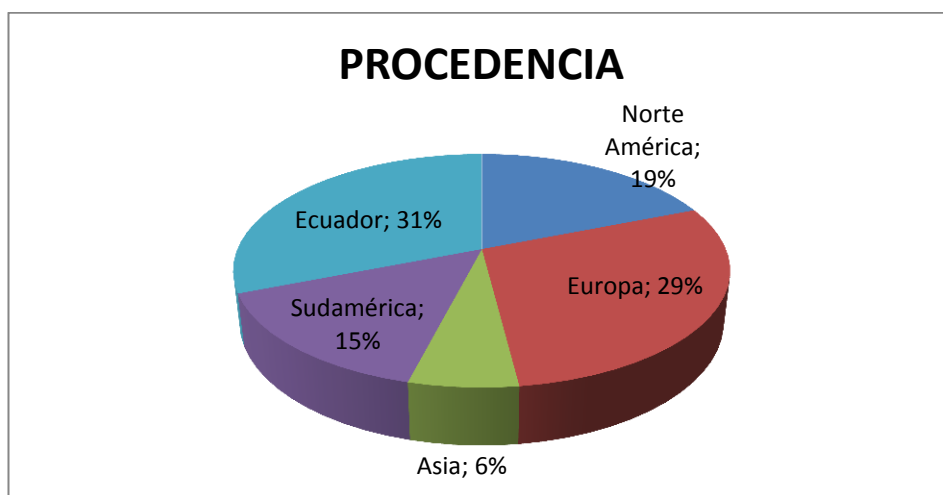
## 2. ¿Cuál es su procedencia?

**TABLA N° 18**  
**PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS**

PROCEDENCIA	N° Turistas	Porcentaje
Norte América	30	19%
Europa	45	29%
Asia	10	6%
Sudamérica	23	15%
Ecuador	48	31%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 5** Procedencia de los Turistas

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo, de los cuales el 31% son de procedencia ecuatoriana, el 29% son de procedencia europea, el 19% son de procedencia norte americana, el 15% son de procedencia sudamericana y el 6% son de procedencia asiática.

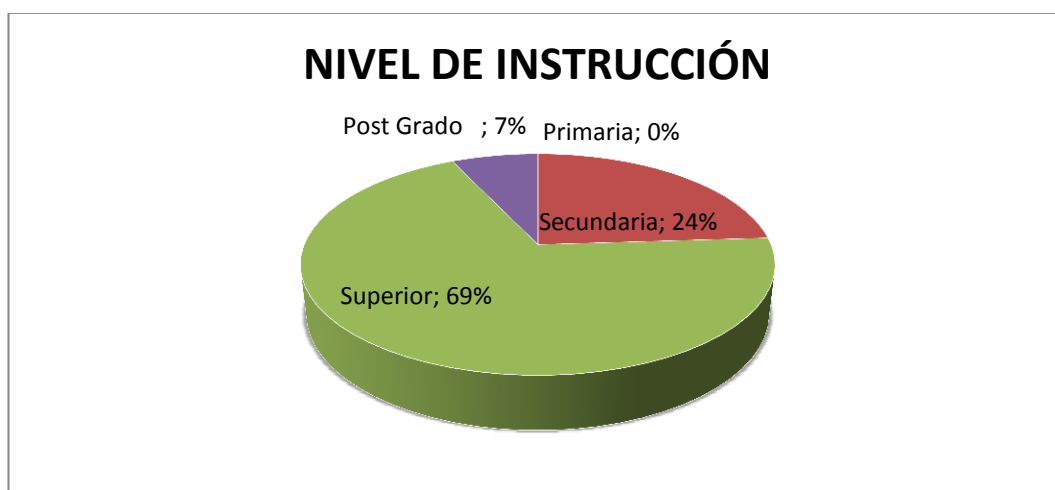
### 3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

**TABLA N° 19**  
**NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

INSTRUCCIÓN	N° Turistas	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	37	24%
Superior	108	69%
Post Grado	11	7%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 6** Nivel de Instrucción de los Turistas

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas encuestados sobre el nivel de instrucción respondieron que el 69% tiene estudios Superiores, un 24% posee un nivel de secundaria, el 7% posee postgrado y el 0% corresponde a nivel primaria.

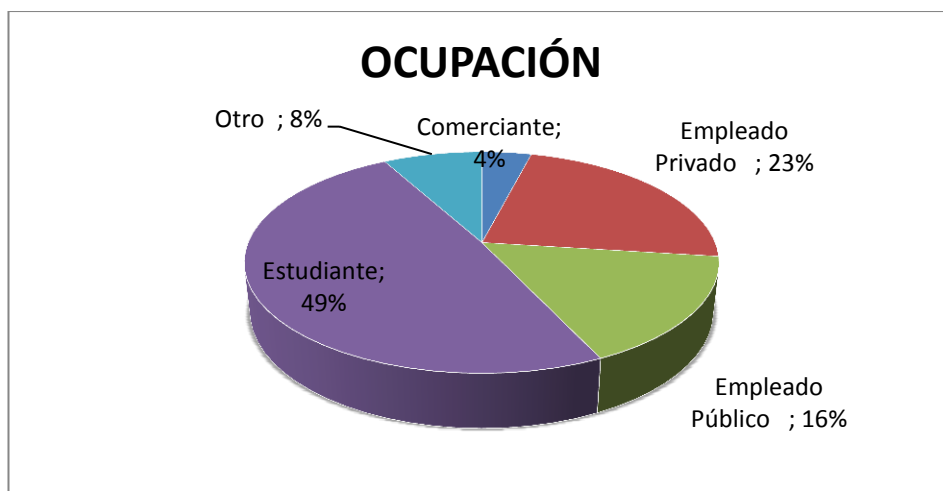
#### 4. ¿Cuál es su ocupación?

**TABLA N° 20**  
**OCUPACIÓN**

<b>OCUPACIÓN</b>	<b>N° Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Comerciante	6	4%
Empleado Privado	36	23%
Empleado Público	25	16%
Estudiante	76	49%
Otro	13	8%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 7** Ocupación de los Turistas

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo de los cuales, el 49% son estudiantes de un total, el 23% son empleados privados, el 16% son empleados públicos, el 8% poseen otra ocupación donde indicaron que son empresarios y el 4% su ocupación es de comerciante.



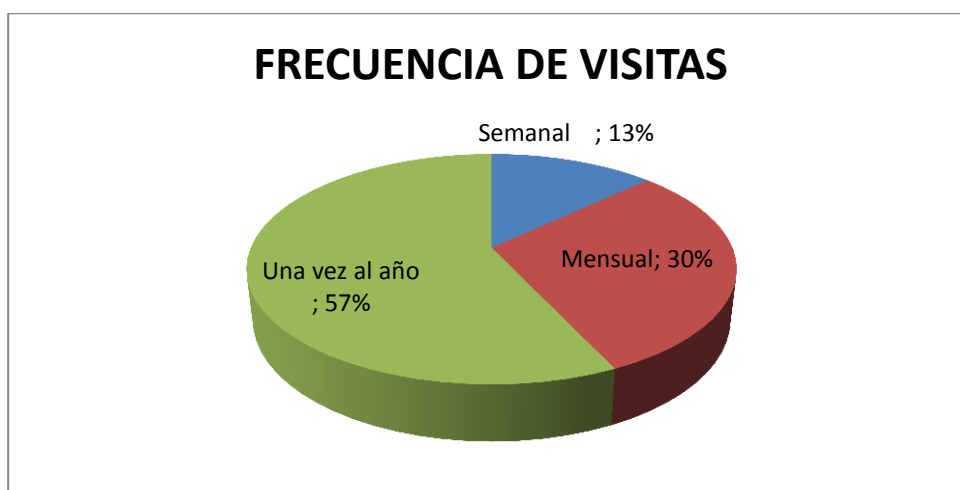
5. ¿Con qué frecuencia usted visita el Cantón Otavalo?

**TABLA N° 21**  
**FRECUENCIA DE VISITA**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>N° Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	20	13%
Mensual	47	30%
Una vez al año	89	57%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 8** Frecuencias de Visitas

**Elaboración:** Javier Aucancela

Podemos decir que el 57% de turistas que visitan el cantón Otavalo lo hacen con una frecuencia una vez al año, el 30% de los turistas lo hacen mensualmente y el 13 % restante lo visitan semanalmente.

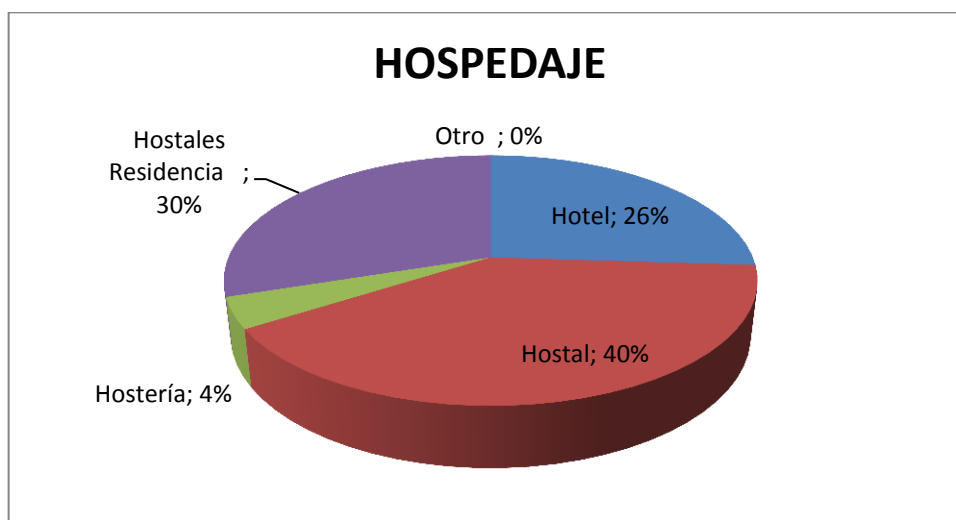
6. ¿Qué lugar usted utiliza para pasar la noche en el cantón Otavalo?

**TABLA N° 22**  
**HOSPEDAJE**

HOSPEDAJE	N° Turistas	Porcentaje
Hotel	41	26%
Hostal	62	40%
Hostería	6	4%
Hostales Residencia	47	30%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 9** Hospedaje

**Elaboración:** Javier Aucancela

Dentro del servicio de alojamiento que oferta el cantón Otavalo según la encuesta a los turistas se evidencia que utilizan hostales un 40%, el servicio de hostales residencia un 30%, el servicio de hoteles un 26% y las hosterías con el 4%.

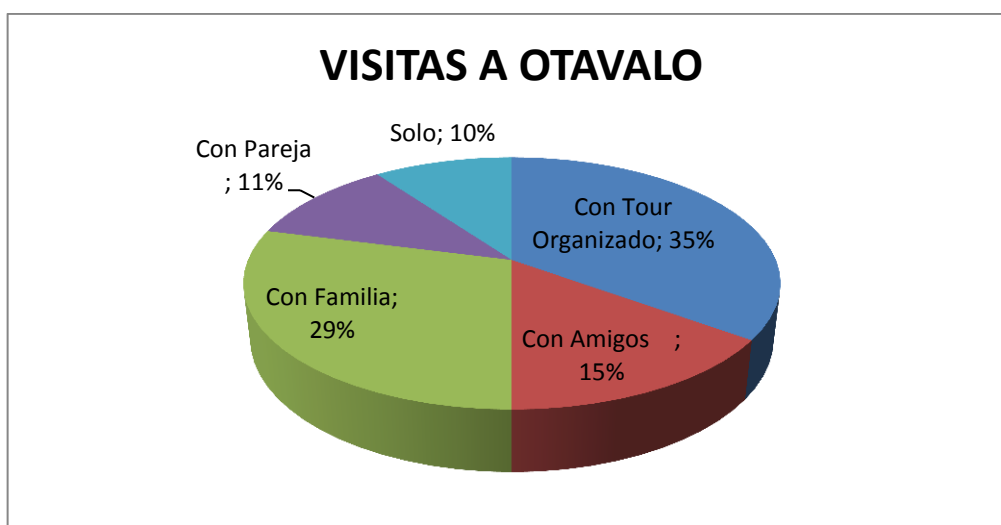
## 7. ¿Cuándo visita el Cantón Otavalo lo hace?

**TABLA N° 23**  
**VISITAS AL CANTÓN OTAVALO**

FORMA DE VISITA	N° Turistas	Porcentaje
Con Tour Organizado	55	35%
Con Amigos	23	15%
Con Familia	45	29%
Con Pareja	17	11%
Solo	16	10%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 10** Visitas a Otavalo

**Elaboración:** Javier Aucancela

Los turistas que visitan el cantón Otavalo lo hacen el 35% con tour organizado (agencia de viajes), del 29% lo hacen con su familia, el 15% lo hacen con sus amigos, el 11% lo hacen con su pareja y el 10% lo visitan solos.

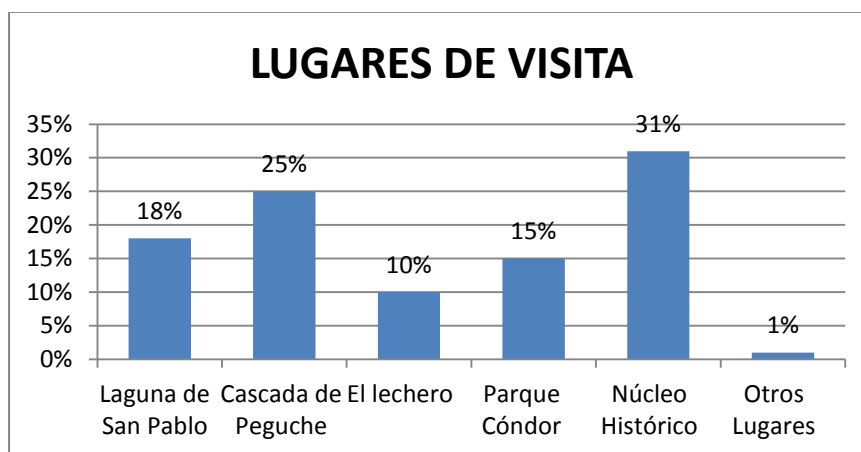
## 8. ¿Qué lugares usted visita en el Cantón Otavalo?

**TABLA N° 24**  
**LUGARES DE VISITA**

LUGARES	N° Turistas	Porcentaje
Laguna de San Pablo	28	18%
Cascada de Peguche	39	25%
El lechero	16	10%
Parque Cóndor	23	15%
Núcleo Histórico	48	31%
Otros Lugares	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 11** Lugares de Visita

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo de los cuales el 31% visitan el núcleo histórico, el 25% visitan la cascada de Peguche, el 18% visitan la laguna de San Pablo, el 15% visitan el parque Cóndor, el 10% visitan el Lechero, el 1% otros donde indicaron que visitan las lagunas de Mojanda.

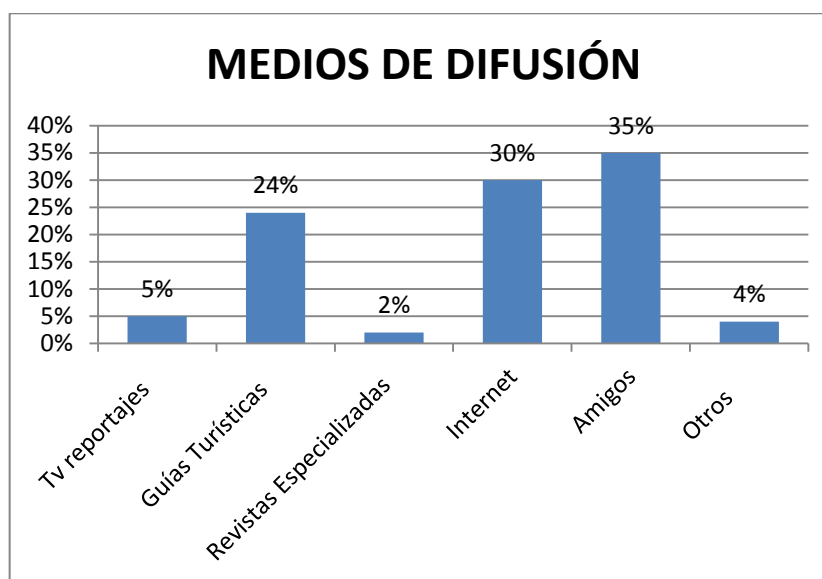
## 9. ¿Por qué medio conoció el Cantón Otavalo?

**TABLA N° 25**  
**MEDIOS DE DIFUSIÓN TURÍSTICA**

MEDIOS	N° Turistas	Porcentaje
Tv reportajes	8	5%
Guías Turísticas	37	24%
Revistas Especializadas	3	2%
Internet	47	30%
Amigos	55	35%
Otros	6	4%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N°12** Medios de Difusión

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas, de los cuales el 35% se informaron por amigos, el 30% se informaron por internet, el 24% se informaron por guías turísticas, el 5% se informaron por reportajes, el 4% otros donde indicaron que se informaron por ferias turísticas internacionales, el 2% se informaron por revistas especializadas.

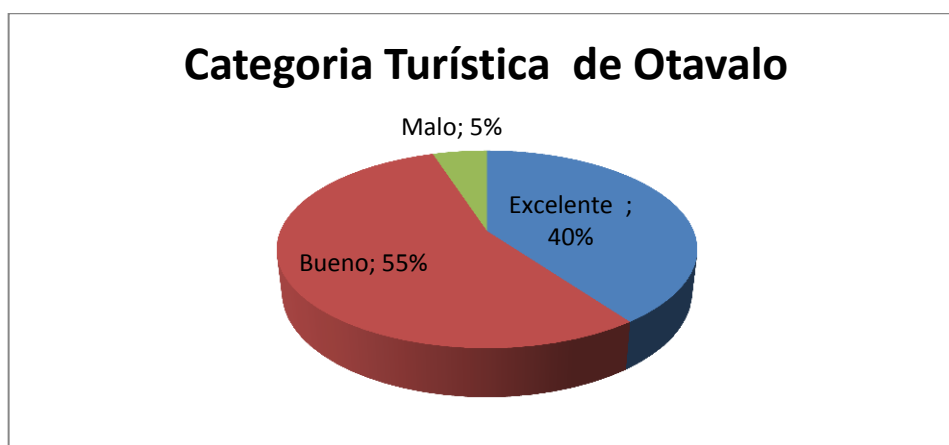
10. ¿Qué categoría posee Otavalo como producto turístico?

**TABLA N° 26**  
**PRODUCTO TURÍSTICO**

CATEGORÍA	N° Turistas	Porcentaje
Excelente	62	40%
Bueno	86	55%
Malo	8	5%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N°13** Categoría turística de Otavalo

**Elaboración:** Javier Aucancela

Los turistas que visitan el cantón Otavalo lo categorizan como excelente el 40%, el 55% lo categorizan como bueno y el 5% lo categorizan como malo, de un total de 156 turistas.

**11. ¿Cree usted que un Plan de Manejo ayudara al desarrollo turístico del cantón Otavalo?**

**TABLA N° 27**

**ACEPTACIÓN DE UN PLAN DE MANEJO**

<b>VARIABLES</b>	<b>N° Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	153	98%
NO	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 14** Aceptación de un plan de manejo

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo, el 98% están de acuerdo con la implementación de un Plan de Manejo Turístico porque esto ayudara a realizar un turismo más consciente, sustentable para las presentes y futuras generaciones, el 2% no están de acuerdo por falta de conocimiento sobre lo que consiste un plan de manejo turístico y sus beneficios.

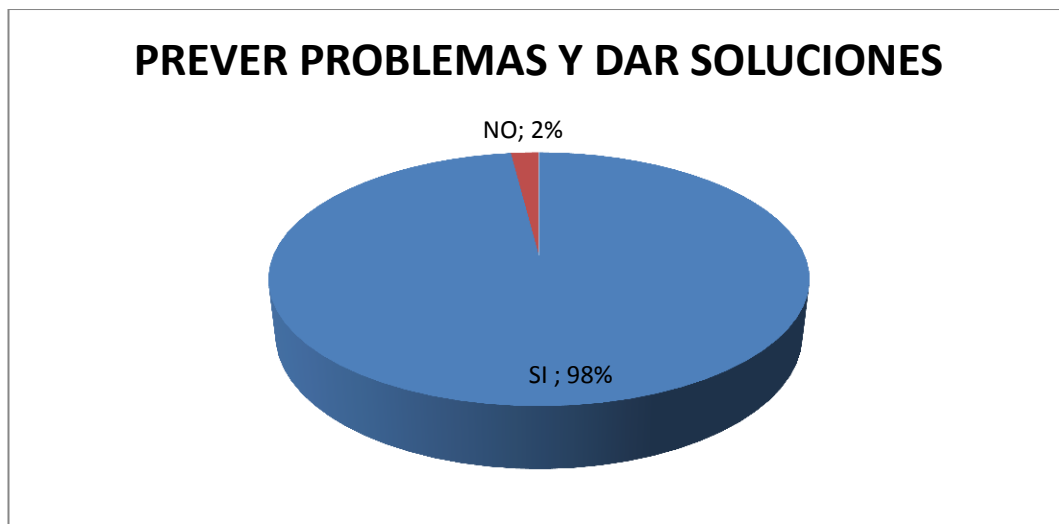
12. ¿Cree usted que un Plan de Manejo permite prever problemas y tomar decisiones de manera preventiva?

**TABLA N° 28**  
**PREVER PROBLEMAS Y DAR SOLUCIONES**

VARIABLES	N° Turistas	Porcentaje
SI	153	98%
NO	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas (noviembre 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**Figura N° 15** Prever problemas y dar soluciones

**Elaboración:** Javier Aucancela

De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo, de los cuales el 98% están de acuerdo que un Plan de Manejo Turístico prevé problemas y mejora la actividad, el 2% no están de acuerdo por falta de conocimiento sobre un plan de manejo turístico.



## CAPÍTULO IV

### 4.1 DISCUSIÓN

A medida que ha pasado el tiempo y viendo las necesidades existentes de los turistas nacionales e internacionales, se han ido descubriendo y evaluando nuevas alternativas de un turismo sostenible, a la vez promocionar los atractivos naturales y culturales. Esto nos indica que los Gobiernos Municipales deberían estar preparándose profesionalmente en conocimientos, técnicas y calidad de los servicios, cumpliendo con las reglas que se establecen. Entonces se podría decir que se necesita de una buena coordinación, preparación y supervisión de los servicios turísticos siempre con el objetivo de satisfacer al cliente.

Las normas técnicas de calidad que se han emitido por parte del Ministerio de Turismo para el desarrollo de un Plan de Manejo Turístico son las estrictamente necesarias para asegurar el buen desempeño, la satisfacción del turista, la conservación del ambiente y por tanto el desarrollo económico local. Los resultados obtenidos al aplicar las encuestas, arrojaron también resultados, por lo tanto se retomarán nuevamente:

- De 156 turistas visitan el cantón Otavalo, de los cuales el 53% son de género masculino y el 47% representa al género femenino.
- De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo, de los cuales el 31% son de procedencia ecuatoriana, el 29% son de procedencia europea, el 19% son de procedencia norte americana, el 15% son de procedencia sudamericana y el 6% son de procedencia asiática.

- De 156 turistas encuestados sobre el nivel de instrucción respondieron que el 69% tiene estudios Superiores, un 24% posee un nivel de secundaria, el 7% posee postgrado y el 0% corresponde a nivel primaria.
- De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo de los cuales, el 49% son estudiantes de un total, el 23% son empleados privados, el 16% son empleados públicos, el 8% poseen otra ocupación donde indicaron que son empresarios y el 4% su ocupación es de comerciante.
- Podemos decir que el 57% de turistas que visitan el cantón Otavalo lo hacen con una frecuencia una vez al año, el 30% de los turistas lo hacen mensualmente y el 13 % restante lo visitan semanalmente.
- Dentro del servicio de alojamiento que oferta el cantón Otavalo según la encuesta a los turistas se evidencia que utilizan hostales un 40%, el servicio de hostales residencia un 30%, el servicio de hoteles un 26% y las hosterías con el 4%.
- Los turistas que visitan el cantón Otavalo lo hacen el 35% con tour organizado (agencia de viajes), del 29% lo hacen con su familia, el 15% lo hacen con sus amigos, el 11% lo hacen con su pareja y el 10% lo visitan solos.
- De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo de los cuales el 31% visitan el núcleo histórico, el 25% visitan la cascada de Peguche, el 18% visitan la laguna de San Pablo, el 15% visitan el parque Cóndor, el 10% visitan el Lechero, el 1% otros donde indicaron que visitan las lagunas de Mojanda.
- De 156 turistas, de los cuales el 35% se informaron por amigos, el 30% se informaron por internet, el 24% se informaron por guías turísticas, el 5% se informaron por reportajes, el 4% otros donde indicaron que se informaron por ferias turísticas internacionales, el 2% se informaron por revistas especializadas.

- Los turistas que visitan el cantón Otavalo lo categorizan como excelente el 40%, el 55% lo categorizan como bueno y el 5% lo categorizan como malo, de un total de 156 turistas.
- De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo, el 98% están de acuerdo con la implementación de un Plan de Manejo Turístico porque esto ayudara a realizar un turismo más consciente, sustentable para las presentes y futuras generaciones, el 2% no están de acuerdo por falta de conocimiento sobre lo que consiste un plan de manejo turístico y sus beneficios.
- De 156 turistas que visitan el cantón Otavalo, de los cuales el 98% están de acuerdo que un Plan de Manejo Turístico prevé problemas y mejora la actividad, el 2% no están de acuerdo por falta de conocimiento sobre un plan de manejo turístico.

Las dificultades que se encontraron durante la realización de la investigación principalmente al momento de solicitar información específica de Otavalo en el Ministerio de Turismo porque estos datos están descentralizados y se tuvo que contactar directamente con la Unidad de Turismo. El Plan de Manejo Turístico desempeña un papel importante dentro de la actividad turística, el mismo que pretende fortalecer el PlandeTur 2020 y el Buen Vivir Sumak Kawsay.

## **CAPÍTULO V**

### **5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.1 CONCLUSIONES**

- Actualmente, las visitas turísticas registradas en el cantón Otavalo se limitan a consumidores de la feria artesanal, platos típicos, celebración de festividades religiosas y culturales, en el caso de atractivos naturales son pocos los lugares de visita como la cascada de Peguche, el Lechero, Casa Cóndor, Lago San Pablo y la laguna de Mojanda estos son comercializados por Tour Operadoras por lo que las comunidades locales no reciben ningún beneficio económico de la actividad turística.
- Se identificó los atractivos turísticos naturales que existen en el cantón Otavalo, determinando con jerarquización III un total de 16, con jerarquización II un total de 13, los atractivos culturales que existen en el cantón Otavalo como 7 históricos, 9 etnográficos, 1 de recreación, 7 religiosos y sus fiestas culturales y religiosas que se realizan en el cantón Otavalo con 15 creencias populares y 5 folklóricas.
- La oferta que se encontró al actualizar el catastro en el mes de agosto del 2012 con el apoyo del Gobierno Municipal del cantón Otavalo se obtuvo que cuenta con alojamiento 8 de primera categoría, 24 de segunda categoría, 27 de tercera categoría, en alimentos y bebidas con 10 cafeterías, 7 fuentes de soda, 41 restaurantes, 2 restaurantes de comida típica y servicios complementarios como 8 agencias de viajes, 9 bares, 3 peñas, 1 sala de baile, 2 sala de recepción, 1 balneario, 1 servicio de transporte turístico.

- La demanda fue basada en los segmentos nacionales de clase media alta (autoridades, personas con discapacidad, empleados públicos, empresarios) y turistas extranjeros con un total de 31.500 turistas ya que generaron \$250,3 millones ubicándose en quinto puesto como fuente de divisas registrado hasta julio del 2012 sin descontar los 843,5 millones en turismo local, con una proyección de 38.156 turistas hacia el 2020.
- Los meses con mayor afluencia de turistas al cantón Otavalo se registran en enero con un 41%, junio con un 47%, agosto con un 56%, septiembre con un 71%, obteniendo un promedio de visitas anuales solo de estos meses de 57%.

### **5.1.2 RECOMENDACIONES**

- El Ministerio de Turismo conjuntamente con el Municipio de Otavalo, deben trabajar en la mejora de las facilidades de los atractivos naturales y culturales, con promoción en vías de acceso, información, infraestructura y seguridad.
- La Unidad de Turismo debe desarrollar eventos culturales que permitan una mayor afluencia a los establecimientos hoteleros durante todo el año, ya que se registran en mayor demanda los meses de enero, junio, agosto, septiembre.
- El Ministerio de Turismo debe prestar capacitaciones periódicas a las comunidades que realizan la actividad turística como prestadores de servicios ya que es un mercado nuevo para fomentar el turismo sostenible con una mejor imagen y productividad para los pobladores del cantón.
- Los establecimientos turísticos deben establecer precios adecuados durante todo el año, los mismos que se deben mantener en cualquier temporada y sin importar la nacionalidad.

## **CAPÍTULO VI**

### **6.1 PROPUESTA**

#### **6.1.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA**

PLAN DE MANEJO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

#### **6.1.2 INTRODUCCIÓN**

El Plan de Manejo Turístico es una herramienta técnica que permitirá el desarrollo sostenible, responsable de los productos y destinos turísticos a partir de su delimitación de suelo y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales. Estructurando los numerosos esfuerzos ya existentes en el gobierno seccional, empresas públicas y privadas involucradas directa e indirectamente a la actividad turística. De la misma manera se identificaron los problemas para que se desarrolle la actividad turística. Los lineamientos estratégicos establecerán las acciones para desenvolver un turismo sustentable manejado con responsabilidad.

Por otra parte, el turismo sostenible, comprende tres dimensiones, social, ecológico y económico, que en la práctica, interactúan simultáneamente para promover un proceso de cambio en la conducta de la sociedad con un conjunto de valores y actitudes necesarias de incorporar a nuestra forma de vida, mantenerlo en un buen estado la naturaleza, esto es, conservar, proteger y librar de contaminación, permitiendo así que los recursos naturales y culturales sean aprovechados sosteniblemente y respetando también el interés de las poblaciones rurales que en la mayoría de los casos aun no se ha dado la importancia del manejo racional de los recursos.

La sostenibilidad tiene origen en la planificación, la misma que será de mayor provecho si se hace con la participación de los entes involucrados directa o indirectamente de los beneficios que esta genera, por tanto un Plan de Manejo Turístico es un programa que integra las variables físicas, históricas, socioeconómicas, culturales y ambientales, con la finalidad de planificar un desarrollo sostenible del turismo en un área, ya sea cualquier categoría de manejo, pública o privada.

Es así, que el cantón Otavalo deberá poseer una imagen de cantón como destino turístico, conservando los recursos naturales, promoviendo seguridad para los visitantes, revitalizando la cultura local, mejorando la comprensión y comunicación con los visitantes, aprovechamientos de los atractivos naturales no potencializados, recuperar el valor e identidad cultural, por lo que el municipio conjuntamente con los actuales y futuros actores del turismo debe emprender acciones que contribuyan con el mejoramiento de la imagen turística del cantón y por tanto promuevan el desarrollo del mismo.



### **6.1.3 ANTECEDENTES**

En el año 1999 con la voluntad del gobierno central de promover el desarrollo turístico en el Ecuador a través del Ministerio de Turismo y gracias al esfuerzo de su titular con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se elabora un diagnóstico general de competitividad turística del Ecuador, que sirviera como punto de partida para la estructuración del Plan Nacional de Competitividad Turística.

De su implementación se responsabilizó al Ministerio de Turismo, tras la firma de un acuerdo para impulsar al Turismo como una prioridad nacional para el desarrollo económico y social. Se pretende un proceso de descentralización y delegación de funciones que solamente eran de competencia del Ministerio de Turismo, hacia los Gobiernos Municipales de las 36 ciudades turísticamente más importantes del Ecuador, como una estrategia de alianza institucional para sumar esfuerzos en beneficio del desarrollo local.

Así, se firmó en el palacio del gobierno nacional un convenio de transferencia de competencias en julio del 2001, entre la ministra de turismo Rocío Vásquez y el ex alcalde de Otavalo Patricio Guerra, teniendo como testigo de honor al presidente de la república Gustavo Noboa.

Cumpliendo con un plan de trabajo previamente establecido para el proceso de descentralización, durante el año 2001 el Ministerio de Turismo llevó adelante un programa de capacitación a los funcionarios de las flamantes unidades técnicas de turismo de los distintos municipios, que fueran creadas como espacios institucionales para asumir su nuevo rol, a través de una secuencia de talleres de trabajo en diferentes ciudades. Con la finalidad de dar acompañamiento a este proceso de descentralización, el Ministerio de Turismo brindó la asistencia técnica para la elaboración de los planes estratégicos de turismo en el nivel local.

Se planteó como objetivo básico al elaborar un plan, la construcción participativa como una herramienta que sirva de guía para orientar un desarrollo turístico ordenado en el próximo lustro en la ciudad de Otavalo, especialmente para la gestión de la dirección de turismo del gobierno municipal, acogiendo los criterios de diferentes sectores y actores sociales relacionados.

Se llevó adelante un proceso participativo entre los meses de septiembre del 2001 y enero del 2002, en el que se invitó a trabajar activamente a representantes de los diferentes sectores que tienen relación directa con el turismo en el nivel local, con un total de 9 talleres de trabajo utilizando una metodología participativa. Luego de los constantes cambios de gobierno por lo que se ha visto afectado nuestro país, se produjo el penoso incidente de la inconclusión de los talleres de trabajo que se venían realizando con la guianza del ministerio de turismo y los gobiernos municipales.

En abril del 2012 se me solicitó retomar el desarrollo de un Plan de Manejo turístico para el cantón Otavalo con solicitud redactada por el MBA. Marcelo Lema Director de Desarrollo Económico Local, bajo la supervisión del Teg. Héctor Tipan responsable de la Unidad de Turismo, bajo la administración del Sociólogo Mario Conejo Alcalde del cantón.

## **6.2 OBJETIVOS:**

### **6.2.1 OBJETIVO GENERAL**

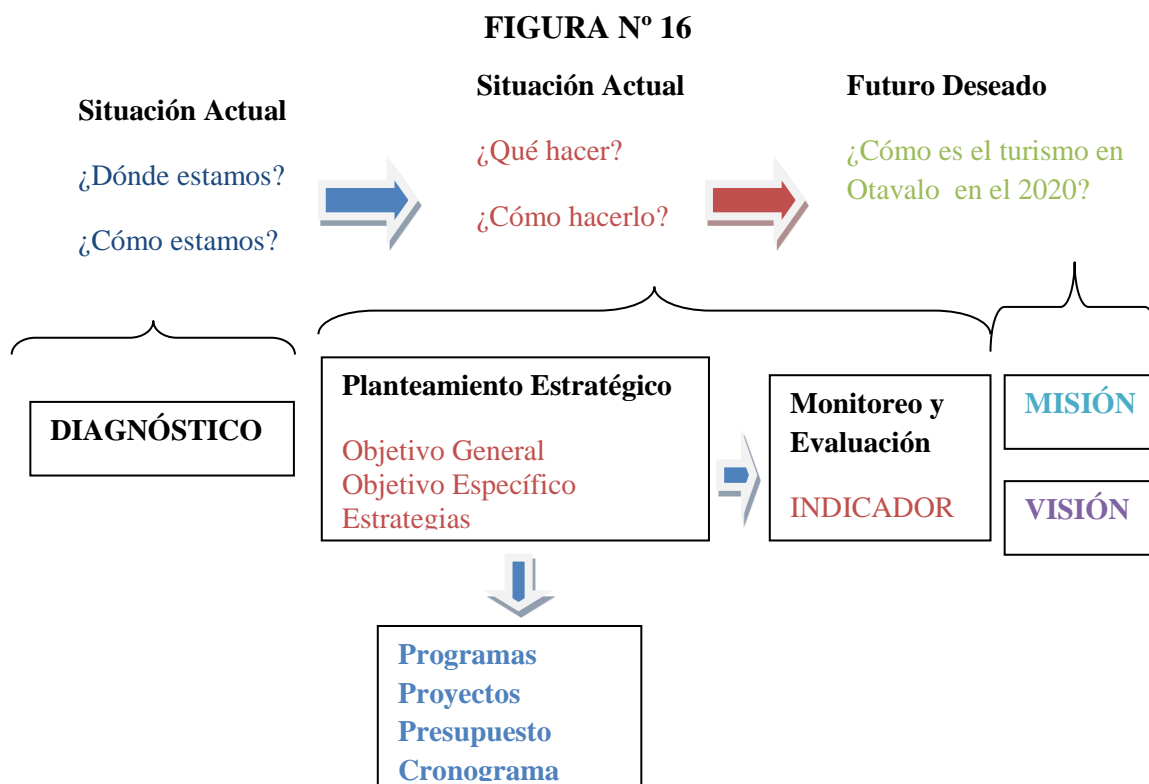
Diseñar el Plan de Manejo Turístico hacia el cantón Otavalo para incrementar la demanda turística.

### **6.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Realizar un diagnóstico estratégico del cantón Otavalo.
2. Diseñar la misión, visión y estrategias de acción del sector turístico del cantón Otavalo.
3. Elaborar programas y proyectos de desarrollo turístico responsable.

## 6.3 FORMULACIÓN DEL PLAN DE MANEJO

### 6.3.1 Metodología del proceso Plan de Manejo Turístico



**Fuente:** Ministerio de Turismo. PlandeTur 2020

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### 6.3.2 Diagnóstico situacional del sector turístico

#### 6.3.2.1 La problemática actualmente existente

Muchos de los problemas son un denominador común en los diferentes segmentos de la cadena de valor del turismo, pero también existen ciertos problemas que a pesar de afectar a un solo sector son muy importantes y afectan al conjunto.

A continuación se resumen los problemas sentidos que más afectan al turismo en Otavalo, en forma directa o indirecta que fueron desarrolladas por diferentes sectores en los talleres de diagnóstico participativo.

**TABLA N° 29**  
**LA PROBLEMÁTICA ACTUALMENTE EXISTENTE**

**La seguridad del turista**

<b>PROBLEMAS</b>
• Inseguridad en la ciudad de Otavalo por las noches, especialmente en la zona céntrica donde hay bares y peñas, en la feria artesanal, autobuses y furgonetas de los Tour operadores en el mercado de alimentos y en el de animales, especialmente los días sábados.
• El trato de los efectivos policiales no siempre es cordial y amable con el turista.

**Degradación de los recursos naturales**

<b>PROBLEMAS</b>
• Degradación de ecosistemas en los sectores rurales y de interés turístico, la zona biodiversidad Mojanda, la cascada de Peguche.
• Las quemadas de los páramos y bosques en temporada de verano alrededor de Otavalo.
• La deforestación descontrolada y la escasa reforestación de las zonas intervenidas o degradadas.

**Calidad en la prestación de servicios turísticos**

<b>PROBLEMAS</b>
• Deficiente calidad en la prestación de los servicios por la poca capacitación por parte de las empresas hoteleras.
• Inadecuada presentación del personal que atiende directamente al turista: ropa que no va con su cargo o higiene personal.
• No siempre se trata con amabilidad y respeto al turista.
• Desconocimiento generalizado del idioma Inglés, indispensable para comunicarse con los visitantes extranjeros.

**Infraestructura básica**

<b>PROBLEMAS</b>
• Vía de acceso a la ciudad de Otavalo en malas condiciones, no se hacen ágilmente los trabajos de reconstrucción de la vía de circunvalación.
• Deficiente calidad de las vías de acceso a los principales sitios de interés turístico, la presencia de baches existe especialmente debido a la falta de mantenimiento permanente.
• No existe señalización vial adecuada que facilite la llegada de los turistas en las vías de primer orden.

**Accesibilidad a la información para los turistas**

<b>PROBLEMAS</b>
• Dificultad en acceder a la información sobre atractivos turísticos, una agenda de actividades culturales o actividades que se pueden desarrollar.
• Los libros de guía que utilizan los turistas no siempre tienen información actualizada relacionada con la ciudad.

### **Mercadeo, promoción e imagen**

<b>PROBLEMAS</b>
• Se promociona una imagen errada y distorsionada de lo que Otavalo puede ofrecer turísticamente, se centraliza demasiado la promoción en la feria artesanal y se deja de lado la promoción de otras alternativas o actividades que se pueden desarrollar en Otavalo.
• La promoción de Otavalo se la hace en forma aislada, individual y sin tener en cuenta una promoción conjunta más amplia con otros atractivos de la sierra norte.

### **Salubridad**

<b>PROBLEMAS</b>
• Basura en cantidades importantes los días Sábados, en los sitios aledaños a los mercados tanto artesanal como de alimentos.
• Escasos y desordenados espacios para depositar la basura en sectores rurales (botaderos).
• Escasez o ausencia de tachos de basura en los sitios de interés turístico.

### **Ordenamiento territorial**

<b>PROBLEMAS</b>
• Crecimiento desordenado y desproporcionado de la feria artesanal de Otavalo.
• Poca implementación para mejorar la imagen de la ciudad, tanto en la zona urbana como en las vías de acceso a la ciudad.
• Falta de espacios de aparcamiento adecuados exclusivos para la gran cantidad de buses de los tour operadores que llegan los Sábados.

### **Institucionalidad y organización del sector turístico**

<b>PROBLEMAS</b>
• Débil organización del sector turístico.
• Individualismo de los prestadores de servicios turísticos.
• Gestión pública para el desarrollo e incentivo al sector turístico de un bajo desempeño.

### **La ocupación de los servicios hoteleros y turísticos**

<b>PROBLEMAS</b>
• Escasa oferta estructurada de actividades para los turistas.
• Poca integración entre las diferentes opciones y atractivos turísticos del sector y la región, se manejan muchas opciones en forma aislada.
• No existe actividad cultural que sea del interés de los turistas, ni eventos programados en forma semanal.

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

Lo señalado anteriormente en gran medida se puede resumir en un problema macro ha transformado en un lugar de paso, la gran mayoría de personas que visitan Otavalo no pernotan si no que hacen una visita de pocas horas para hacer compras.

Esta corta estadía promedio de los turistas a su vez causa más de un problema a los empresarios turísticos en general, uno de ellos es que existen bajos niveles de ocupación de la planta hotelera, especialmente de la zona urbana en los establecimientos tipo hostel<sup>46</sup>. Así lo demuestra un sondeo que se hizo mediante una encuesta a diferentes turistas y hoteleros en la ciudad.

El índice promedio de ocupación de camas hoteleras está por debajo del 65% anual, lo que hace que muchos empresarios y accionistas de los mismos no tengan un retorno adecuado de sus inversiones, o más aún genere pérdidas debido a los elevados costos fijos que se deben cubrir.

En los establecimientos que dan servicio de alimentación, en general también es bajo el índice de rotación de los clientes, especialmente visitantes muchos de estos establecimientos en gran medida dependen de clientes locales, lo cual hace que varios negocios no sean rentables<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> Encuesta, realizada en el mes de Noviembre TABLA Nº 22

<sup>47</sup> Actualización de Catastro 2012 de Servicios Turísticos

### 6.3.2.2 Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el sector turístico local (FODA).

**TABLA N° 30**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento de Otavalo en el mercado como destino turístico.</li> <li>• Atractivos turísticos existentes.</li> <li>• Sistema de transporte hacia todos los cantones</li> <li>• La biodiversidad de plantas y animales</li> <li>• La cultura indígena otavaleña es conocida en el contexto internacional.</li> <li>• Herencia arqueológica importante y sitios sagrados.</li> <li>• Feria sabatina artesanal</li> <li>• Presencia de instituciones educativas de Turismo.</li> <li>• Conciencia turística.</li> <li>• Interculturalidad.</li> <li>• Planta turística instalada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción turística aislada y poco estructurada.</li> <li>• Déficit de decisión en la aplicación de las ordenanzas por parte del Municipio.</li> <li>• No ser operativos: Se habla mucho y se hace poco.</li> <li>• Déficit de infraestructura turística en los sitios de interés.</li> <li>• Déficit de control ambiental tanto en la zona urbana como rural.</li> <li>• Estructuras institucionales poco adecuadas a las necesidades y la demanda.</li> <li>• Poca capacitación, planificación y aprovechamiento de la actividad turística.</li> <li>• Deficiente calidad en la prestación de servicios turísticos.</li> <li>• Accesibilidad vehicular en mal estado a los principales atractivos turísticos.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un proceso de planificación.</li> <li>• Descentralización del Turismo, por parte del Ministerio de Turismo.</li> <li>• Cercanía a la ciudad de Quito.</li> <li>• Accesibilidad por la panamericana tanto desde el norte como desde el sur.</li> <li>• Voluntad política de trabajo asociado entre Gobiernos Locales en función del turismo pensando en Otavalo como eje de desarrollo.</li> <li>• Habilidad y creatividad para producir artesanías.</li> <li>• Voluntad de trabajo interinstitucional e intersectorial coordinado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que se desvíe el turismo a otros destinos nacionales.</li> <li>• Pérdida de los valores culturales.</li> <li>• Inseguridad creciente para los visitantes.</li> <li>• Tala indiscriminada de bosques, inclusive de áreas protegidas.</li> <li>• La ausencia de ejecución de leyes, la descoordinación, la politiquería, y la mala planificación.</li> <li>• Degradación acelerada y manejo inadecuado de los recursos naturales renovables</li> <li>• Baja calidad de las artesanías.</li> </ul>

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Aprobado:** Ilgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

#### a. Jerarquización de Fortalezas



**TABLA N° 31**

N.		Posicionamiento de Otavalo en el mercado como destino turístico.	Atractivos turísticos existentes.	Sistema de transporte hacia todos los cantones	La biodiversidad de plantas y animales	La cultura indígena otavaleña es conocida	Herencia arqueológica importante y sitios sagrados.	Feria sabatina artesanal	Presencia de instituciones educativas de Turismo.	Conciencia turística.	Interculturalidad.	Planta turística instalada	TOTAL (X)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	Posicionamiento de Otavalo en el mercado como destino turístico.		x			x	X	x		x		x	6
2	Atractivos turísticos existentes.			x	x					x		x	4
3	Sistema de transporte hacia todos los cantones				x	x	X	x			x	x	6
4	La biodiversidad de plantas y animales												0
5	La cultura indígena Otavaleña es conocida						X	x			x		3
6	Herencia arqueológica importante y sitios sagrados.										x		1
7	Feria sabatina artesanal										x		1
8	Presencia de instituciones educativas de Turismo.									x			1
9	Conciencia turística.										x	x	2
10	Interculturalidad.											x	1
11	Planta turística instalada.												0
	Suma vertical Vacíos	0	0	1	1	2	2	3	7	5	4	5	
	Suma Horizontal (x)	6	4	6	0	3	1	1	1	2	1	0	
	<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	
	<b>Rango</b>	<b>4to</b>	<b>9no</b>	<b>2do</b>	<b>11vo</b>	<b>6to</b>	<b>10mo</b>	<b>8vo</b>	<b>1ro</b>	<b>3ro</b>	<b>7mo</b>	<b>5to</b>	

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**b. Jerarquización de Oportunidades**

**TABLA N° 32**

N.		1	2	3	4	5	6	7	TOTAL (X)
1	El actual proceso de planificación.		x	x	x		x	x	5
2	Descentralización del Turismo, por parte del Ministerio de Turismo					x		x	2
3	Cercanía a la ciudad de Quito				x				1
4	Accesibilidad por la panamericana tanto desde el norte como desde el sur								0
5	Voluntad política de trabajo asociado entre Gobiernos Locales							x	1
6	Habilidad y creatividad para producir artesanías								0
7	Voluntad de trabajo interinstitucional e intersectorial coordinado								0
	Suma vertical Vacíos	0	0	1	1	3	4	3	
	Suma Horizontal (x)	5	2	1	0	1	0	0	
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	
	<b>Rango</b>	<b>1ro</b>	<b>5to</b>	<b>6to</b>	<b>7mo</b>	<b>2do</b>	<b>3ro</b>	<b>4to</b>	

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**c. Jerarquización de Debilidades**

**TABLA N° 33**

N.		Promoción turística aislada y poco estructurada	Déficit de decisión en la aplicación de las ordenanzas por parte del Municipio	No ser operativos: Se habla mucho y se hace poco	Déficit de infraestructura turística en los sitios de interés.	Déficit de control ambiental tanto en la zona urbana como rural	Estructuras institucionales poco adecuadas	Accesibilidad vehicular en mal estado a los principales atractivos turísticos.	Deficiente calidad en la prestación de servicios turísticos	Poca capacitación, planificación y aprovechamiento de la actividad turística	TOTAL (X)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Promoción turística aislada y poco estructurada		x				x		x		3
2	Déficit de decisión en la aplicación de las ordenanzas por parte del Municipio			x	x	X	x			x	5
3	No ser operativos: Se habla mucho y se hace poco				x		x	x			3
4	Escasez de infraestructura turística en los sitios de interés.							x	x		2
5	Falta de control ambiental tanto en la zona urbana como rural								x		1
6	Estructuras institucionales poco adecuadas							x			1
7	Accesibilidad vehicular en mal estado a los principales atractivos turísticos.								x		1
8	Deficiente calidad en la prestación de servicios turísticos									x	1
9	Poca capacitación, planificación y aprovechamiento de la actividad turística										0
	Suma vertical Vacíos	0	0	1	1	3	2	3	3	6	
	Suma Horizontal (x)	3	5	3	2	1	1	1	1	0	
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	
	<b>Rango</b>	<b>9no</b>	<b>2do</b>	<b>3ro</b>	<b>7mo</b>	<b>6to</b>	<b>8vo</b>	<b>4to</b>	<b>5to</b>	<b>1ro</b>	

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**d. Jerarquización de Amenazas**

**TABLA N° 34**

N.		Que se desvíe el turismo a otros destinos nacionales	Perdida de los valores culturales	Inseguridad creciente para los visitantes	Tala indiscriminada de bosques, inclusive de áreas protegidas	La ausencia de ejecución de leyes, la descoordinación, la politiquería, y la mala planificación	Degradación acelerada y manejo inadecuado de los recursos naturales	Baja calidad de las artesanías	TOTAL (X)
		1	2	3	4	5	6	7	
1	Que se desvíe el turismo a otros destinos nacionales		x	x		x	x	x	5
2	Perdida de los valores culturales				X	x	x	x	4
3	Inseguridad creciente para los visitantes				X			x	2
4	Tala indiscriminada de bosques, inclusive de áreas protegidas								0
5	La ausencia de ejecución de leyes, la descoordinación, la politiquería, y la mala planificación						x		1
6	Degradación acelerada y manejo inadecuado de los recursos naturales renovables							x	1
7	Baja calidad de las artesanías								0
	Suma vertical Vacíos	0	0	1	1	2	2	2	
	Suma Horizontal (x)	5	4	2	0	1	1	0	
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	
	<b>Rango</b>	<b>1ro</b>	<b>2do</b>	<b>4to</b>	<b>7mo</b>	<b>5to</b>	<b>3ro</b>	<b>6to</b>	

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**e. Matriz FODA jerarquizada**

**TABLA N° 35**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>1 Presencia de instituciones educativas de Turismo.                  2 Sistema de transporte hacia todos los cantones.                  3 Conciencia turística.                  4 Posicionamiento de Otavalo en el mercado como destino turístico.                  5 Planta turística instalada.                  6 La cultura indígena otavaleña es conocida en el contexto internacional.                  7 Interculturalidad.                  8 Feria sabatina artesanal                  9 Atractivos turísticos existentes.                  10 Herencia arqueológica importante y sitios sagrados.                  11 La biodiversidad de plantas y animales</p>	<p>1 Desarrollar un proceso de planificación.                  2 Voluntad política de trabajo asociado entre Gobiernos Locales en función del turismo pensando en Otavalo como eje de desarrollo.                  3 Habilidad y creatividad para producir artesanías.                  4 Voluntad de trabajo interinstitucional e intersectorial coordinado.                  5 Descentralización del Turismo, por parte del Ministerio de Turismo.                  6 Cercanía a la ciudad de Quito.                  7 Accesibilidad por la panamericana tanto desde el norte como desde el sur.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>1 Poca capacitación, planificación y aprovechamiento de la actividad turística.                  2 Déficit de decisión en la aplicación de las ordenanzas por parte del Municipio.                  3 No ser operativos: Se habla mucho y se hace poco.                  4 Accesibilidad vehicular en mal estado a los principales atractivos turísticos                  5 Deficiente calidad en la prestación de servicios turísticos.                  6 Déficit de control ambiental tanto en la zona urbana como rural.                  7 Déficit de infraestructura turística en los sitios de interés.                  8 Estructuras institucionales poco adecuadas a las necesidades y la demanda.                  9 Promoción turística aislada y poco estructurada.</p>	<p>1 Que se desvíe el turismo a otros destinos nacionales.                  2 Pérdida de los valores culturales.                  3 Degradación acelerada y manejo inadecuado de los recursos naturales renovables                  4 Inseguridad creciente para los visitantes.                  5 La ausencia de ejecución de leyes, la descoordinación, la politiquería, y la mala planificación.                  6 Baja calidad de las artesanías.                  7 Tala indiscriminada de bosques, inclusive de áreas protegidas.</p>

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

## **6.4 MISIÓN Y VISIÓN**

### **6.4.1 MISIÓN**

“Plan de Manejo Turístico es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos”.

### **6.4.2 VISIÓN**

“Ser un producto/destino turístico altamente competitivo, que integra a sus diferentes atractivo como un todo, que brinda servicios de calidad y una experiencia agradable al visitante, en un Otavalo que crece en forma ordenada, planificada y solidaria”.

#### **6.4.2.1 Otavalo en el 2020 habrá logrado:**

- Ha consolidado al turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país.
- Genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios bajo un marco legal e institucional moderno y eficaz.
- Está posicionado como un destino turístico sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional.
- Tener su feria artesanal zonificada que permita una exhibición ordenada de sus productos artesanales, fluidez para la circulación de los visitantes y con las facilidades básicas necesarias.
- Tener atractivos turísticos naturales sustentablemente manejados, completamente señalizados con participación de las comunidades locales.
- Tener plenamente incorporados y desarrollados nuevos productos turísticos que respeten y resalten valores culturales y promuevan el intercambio de experiencias culturales entre los turistas y la gente local.

## **6.5 OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE ACTUACIÓN.**

### **6.5.1 Objetivos Estratégicos.**

- Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía local, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de conjunto del cantón Otavalo.
- Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de reducción de la pobreza, inclusión social, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
- Incentivar el volumen del turismo interno potencializando las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
- Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia.
- Posicionar al cantón Otavalo como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro y a la superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

### **6.5.2 Estrategias de Acción.**

La estrategia para el desarrollo turístico en Otavalo está diseñada para direccionar y orientar los temas analizados y aprovechar las oportunidades.

Para los próximos años se plantean las siguientes estrategias:

- Incrementar la actividad turística en Otavalo para generar ingresos adicionales y dinamizar la economía local.
- Reconocer la necesidad de responder al escenario actual en el que las perspectivas de desarrollar turismo son amplias.
- Concentrarse en incrementar la calidad en la prestación de servicios y darle valor agregado a la ciudad para atraer a potenciales visitantes.
- Capitalizar los aspectos claves de las fortalezas de Otavalo como la presencia de instituciones educativas de turismo, sistema de transporte hacia todos los cantones, conciencia turística.
- Posicionamiento de Otavalo en el mercado como destino turístico, planta turística instalada, la cultura indígena otavaleña es conocida en el contexto internacional, interculturalidad, feria sabatina artesanal, atractivos turísticos existentes, herencia arqueológica importante y sitios sagrados, la biodiversidad de plantas y animales.



### **6.5.3 Políticas de estado para el turismo sustentable.**

Las políticas de Estado para el turismo sostenible del Ecuador representan las líneas de acción para la gestión interinstitucional y guían la propuesta programática de intervenciones concretas del PLANDETUR 2020:

- El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental y contribuir a la superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- La gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
- La competitividad del sistema turístico con productos y servicios sostenibles de calidad con valor agregado y destinos con seguridad integral.
- La valorización y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- La defensa y protección de los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
- El impulso del turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
- La promoción integral para fomentar de manera efectiva la demanda actual y potencial de turismo interno y receptivo.
- La integración regional a través de alianzas estratégicas con un posicionamiento del Ecuador como país líder en turismo sostenible.

## **6.6 BASES ESTRATÉGICAS DEL TURISMO SOSTENIBLE EN OTAVALO.**

Las bases estratégicas del turismo en el cantón Otavalo constituyen la propuesta programática del Plan de Manejo Turístico y sistematizan las recomendaciones de solución a los problemas del sector turístico identificados en un proceso participativo de “abajo hacia arriba” desarrollado con los actores de cada sector. Están compuestas por los programas, proyectos y actividades del Plan de Manejo Turístico. La propuesta tiene aplicación local y en cada uno de los destinos turísticos identificados sobre la base del territorio con las adecuaciones pertinentes del diseño específico previsto para la siguiente etapa.

### **6.6.1 Los programas prioritarios identificados**

Los programas identificados y propuestos son los que se consideran prioritarios para lograr que Otavalo se transforme en un destino turístico competitivo y lograr llegar a la situación deseada en la visión de futuro 2020. Su implementación requiere de recursos económicos considerables, que en parte deben ser financiados por el gobierno central, el gobierno municipal, el ministerio de turismo y el apoyo de la empresa privada. Es importante tener en cuenta la posibilidad de gestión de recursos de cooperación externa que apoyen estas iniciativas, especialmente en el tema de manejo sustentable de los recursos naturales, educación ambiental y apoyo a las comunidades rurales.

En consenso con la unidad de turismo y diferentes prestadores de servicios, actores sociales que tienen relación con el turismo se definieron los siguientes programas, en orden de prioridad<sup>48</sup>:

---

<sup>48</sup> Rueda de negocios Unidad de Turismo-Talleres diagnóstico participativo, 2012.

**TABLA N° 36**  
**PROGRAMAS PRIORITARIOS IDENTIFICADOS**

<b>PROGRAMA N° 1</b>	<b>Mejorar la imagen de Otavalo como destino turístico. (\$ 5,500 USD)</b>
Proyecto N° 1.1	Promocionar a Otavalo nacionalmente e internacionalmente.
Proyecto N° 1.2	Mantener siempre bien limpia la ciudad, especialmente en las zonas donde hay presencia frecuente de turistas.
Proyecto N° 1.3	Destinar un número mínimo de elementos de la Policía Nacional y Municipal.
<b>PROGRAMA N° 2</b>	<b>La conservación de los recursos naturales (\$ 15.000 USD)</b>
Proyecto N° 2.1	El diseño y gestión para promover un manejo sostenible de los recursos naturales.
Proyecto N° 2.2	Un programa de reforestación en las zonas de mayor susceptibilidad a la erosión de suelos.
Proyecto N° 2.3	La conservación de las fuentes de agua, para garantizar cantidad y calidad en el futuro.
<b>PROGRAMA N° 3</b>	<b>Promover seguridad para los visitantes. (\$3000 USD)</b>
Proyecto N° 3.1	Apoyar al fortalecimiento de la Policía Turística.
Proyecto N° 3.2	Dotar de equipos básicos de comunicación a los efectivos policiales Municipales.
Proyecto N° 3.3	Apoyar a un programa de capacitación a la Policía Municipal, que permita facilitar su comunicación básica con un turista.
Proyecto N° 3.4	Trabajar en forma conjunta y coordinada en el Plan de Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional.
<b>PROGRAMA N° 4</b>	<b>La revitalización de la cultura local. (\$ 11,600 USD)</b>
Proyecto N° 4.1	La realización de actividades culturales permanentes en espacios públicos.
Proyecto N° 4.2	La creación e institucionalización de un evento anual de encuentro cultural a nivel internacional al aire libre.
Proyecto N° 4.3	Incentivar a tratar temas culturales e interculturales en las instituciones educativas como parte de su programa de formación.
Proyecto N° 4.4	Elaborar, implementar y difundir una agenda cultural con enfoque turístico.
<b>PROGRAMA N° 5</b>	<b>Mejoramiento de la comprensión y comunicación con los visitantes. (\$ 9,000 USD)</b>
Proyecto N° 5.1	Promover una apropiada segmentación del mercado turístico, como un proceso de definir a los grupos de potenciales consumidores.
Proyecto N° 5.2	Publicar un suplemento periódico (semestral o anual) para el sector turístico.
Proyecto N° 5.3	Establecer de común acuerdo con los empresarios hoteleros de Otavalo un formato único de recolección permanente de información.
Proyecto N° 5.4	Realizar en forma periódica reuniones – talleres de trabajo con la finalidad de analizar en forma colectiva con los interesados.

<b>PROGRAMA N° 6</b>	<b>Creación y fortalecimiento de productos turísticos y competitividad. (\$ 20.000 USD)</b>
Proyecto N° 6.1	Promover una actividad cultural permanente, que proyecte a los visitantes un reflejo de lo que realmente es la cultura otavaleña, en manifestaciones propias como la música, danza, teatro, comedia.
Proyecto N° 6.2	Mejorar el ordenamiento de ferias y mercados para facilitar un flujo fácil de los turistas.
Proyecto N° 6.3	El desarrollo de turismo en las zonas rurales de Otavalo promoviendo la participación activa de comuneros es otro producto que responde a la expectativa de muchos de los visitantes que llegan a Otavalo, un turismo que permita y facilite un intercambio cultural, la visita de los turistas a las comunidades rurales y a los sitios de interés histórico o natural, es un aspecto al que el Municipio puede apoyar mediante asistencia técnica y la creación de un centro de turismo en zonas rurales, con oficina en Otavalo para facilitar la comercialización de estos productos.
Proyecto N° 6.4	Apoyo a la organización y realización de eventos deportivos con mayor frecuencia como 4 x 4, motocross, ciclismo, equitación, carreras pedestres y deportes acuáticos en la laguna de San Pablo.
Proyecto N° 6.5	Promover y apoyar a la realización de encuentros, simposios, seminarios, convenciones y eventos que concentran a delegaciones de diferentes lugares del país y del exterior, como una inversión para dinamizar la economía local.
<b>PROGRAMA N° 7</b>	<b>Inversión en los talentos humanos y la empresa privada dirigido a la capacitación permanente. (\$ 6.000 USD)</b>
Proyecto N° 7.1	El diseño de capacitación en los diferentes niveles.
Proyecto N° 7.2	La gestión de los recursos necesarios para la capacitación.
Proyecto N° 7.3	La coordinación, seguimiento y evaluación de los programas de capacitación.
Proyecto N° 7.4	La elaboración de la normativa que establece como requisito a la capacitación para la obtención de los permisos de funcionamiento.
<b>PROGRAMA N° 8</b>	<b>Diseño de nuevas rutas dentro del cantón Otavalo</b>

**Fuente:** Unidad de Turismo (Talleres de diagnóstico participativo 2012)

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipán, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

### **6.6.1.1 Mejorar la imagen de Otavalo como destino Turístico.**

La imagen de Otavalo como destino turístico es la percepción que tiene los potenciales turistas antes de llegar o tomar la decisión de visitar Otavalo. De acuerdo a sondeos realizados mediante encuestas a turistas nacionales y extranjeros, la percepción de Otavalo principalmente se centra en su gran feria artesanal, quedando en un segundo plano otros atractivos turísticos de gran potencial que han sido ya descritos brevemente en el presente documento.

Los aspectos claves que deben ser direccionados son:

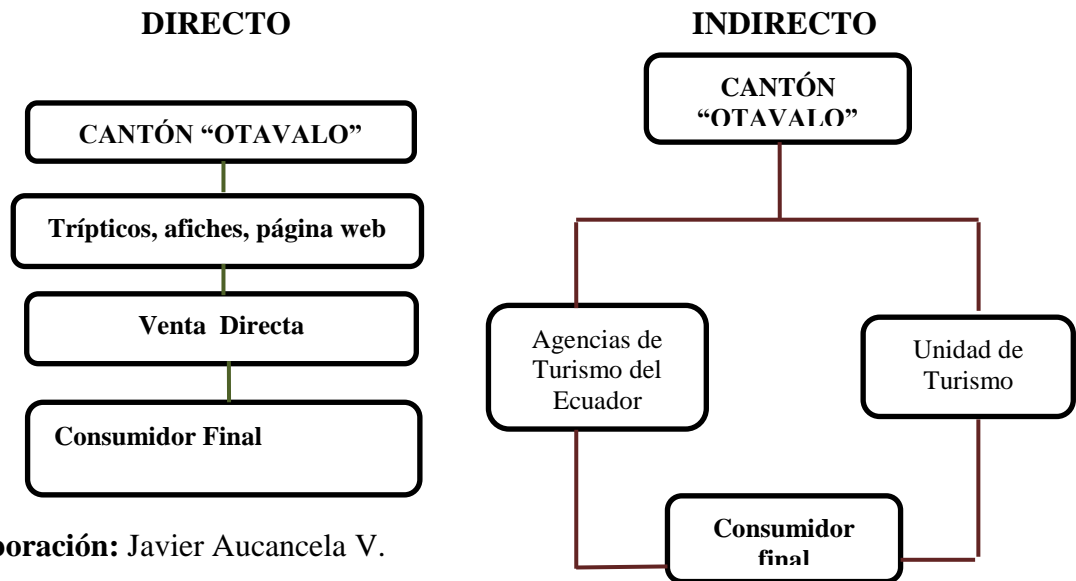
- Una promoción que a más de ofrecer la feria artesanal incluya a los principales atractivos turísticos de Otavalo.
- Buscar los canales de promoción que se encuentren al alcance del presupuesto del municipio de Otavalo y que lleguen al segmento que le interese captar.
- La imagen de inseguridad que debe ser manejada en forma conjunta con la Policía Nacional.
- Un aspecto permanente de limpieza en la ciudad y sitios de interés.

Como puntos de acción para la Unidad de turismo del Municipio de Otavalo debe considerarse:

- Promocionar a Otavalo nacionalmente e internacionalmente.
- Mantener siempre bien limpia la ciudad, especialmente en las zonas donde hay presencia frecuente de turistas.
- Destinar un número mínimo de elementos de la policía nacional y municipal a estar presentes en forma permanente en los principales atractivos o de masiva concurrencia, especialmente en la feria artesanal.

**Estrategias de difusión y comercialización del producto de turismo Otavalo**

**FIGURA N° 17**



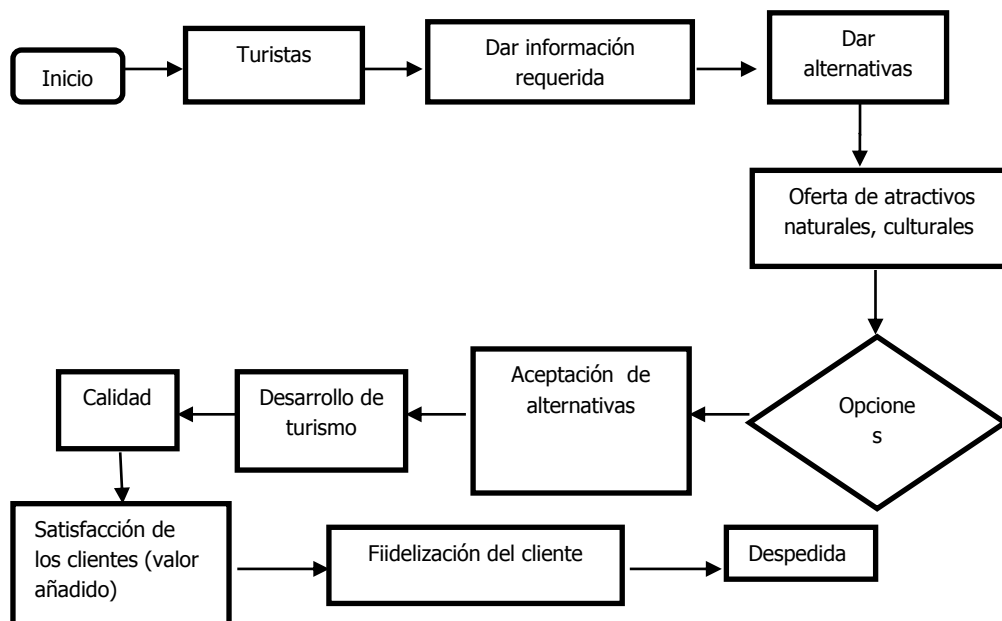
**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**Estrategias de comercialización.**

- ✓ Estrategias de difusión y promoción: tríptico, afiches, página web, Imagen corporativa.<sup>49</sup>

**Proceso de comercialización**

**FIGURA N° 18**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

<sup>49</sup> ANEXO 21, 22 23, 24. Guías, afiches, imagen del cantón Otavalo

### **6.6.1.2 La conservación de los recursos naturales.**

El aspecto ambiental y de manejo de los recursos naturales juega un papel preponderante en una estrategia para desarrollar turismo en el cantón. La principal fortaleza de Otavalo en su conjunto es la presencia de su paisaje vivo, que incluye a los sitios naturales, la presencia de su gente y su relación con la naturaleza.

En un tema tan complejo de trabajo, difícilmente se podría establecer el conjunto de acciones para direccionar en el contexto de Otavalo, sin embargo se plantean algunas sugerencias con enfoque turístico.

Los aspectos claves que deben ser direccionados son:

- La conservación de los remanentes de ecosistemas nativos que han sido poco intervenidos, tratando en la medida de las posibilidades de evitar que la frontera agrícola crezca hacia las zonas protegidas en las partes altas.
- Un programa de reforestación en las zonas de mayor susceptibilidad a la erosión de suelos.
- La conservación de las fuentes de agua, para garantizar cantidad y calidad en el futuro.
- El manejo sostenible de los recursos naturales.

Como puntos de acción para la Unidad de Turismo y la Dirección de Higiene, Salud y Gestión Ambiental del Municipio de Otavalo debe considerarse:

- La implementación del plan de manejo de la cuenca de la laguna de San Pablo.
- El diseño y gestión de financiamiento para proyectos que apunten a promover un manejo sostenible de los recursos naturales, en las zonas de interés turístico implementando actividades que permitan generar ingresos para los pobladores locales.

### **6.6.1.3 Promover seguridad para los visitantes.**

La seguridad de los visitantes no solamente es una cuestión de imagen de Otavalo como ciudad segura o insegura. Es una cuestión de garantizar la integridad de las personas que nos visitan. Pueden hacerse muchos esfuerzos en las líneas de acción que propone la presente estrategia, pero si un turista es asaltado, robado, herido o ultrajado por la delincuencia común, de nada servirán estos esfuerzos, ya que una imagen negativa muy fácilmente se propaga haciendo un daño irreparable que toma mucho tiempo y esfuerzo en ser revertido.

Los aspectos claves que deben ser direccionados son:

- La seguridad para las personas que visitan Otavalo y para los otavaleños mismos.
- La presencia de efectivos policiales para hacerle sentir segura a la gente, en los sitios más importantes de interés turístico y de concurrencia masiva tanto en horas del día como de la noche.
- La seguridad para los vehículos de los turistas, tour operadores, que no sean robados su interior o sus partes mientras hacen compras.

Como puntos de acción para la Unidad de turismo del Municipio y la Policía Nacional debe considerarse:

- Apoyar al fortalecimiento de la policía turística.
- Dotar de equipos básicos de comunicación a los efectivos policiales municipales que permita tomar acciones inmediatas en caso de problemas o delitos.
- Apoyar a un programa de capacitación a la policía municipal, que permita facilitar su comunicación básica con un turista.
- Trabajar en forma conjunta y coordinada en el plan de seguridad ciudadana de la Policía Nacional.



#### **6.6.1.4 La revitalización de la cultura local.**

Otavalo es una ciudad que crece a un ritmo muy acelerado, es una ciudad donde existe un gran flujo migratorio temporal hacia fuera del país, especialmente a los países industrializados, generando por lo tanto un cambio social muy acelerado en la conducta y los patrones culturales de comportamiento de las personas y grupos.

Este aspecto ha influido mucho, especialmente en el grupo indígena Kichwa Otavalo, teniendo como resultado la pérdida progresiva del uso del idioma Kichwa, estilos de vestir diferentes y la asimilación acelerada de valores culturales propios de los países desarrollados.

Los aspectos claves que deben ser direccionados son:

- El rescate de valores culturales propios de la zona de Otavalo.
- La valoración de la herencia histórico-cultural del pueblo Otavalo.
- La creación y promoción de espacios de reflexión cultural e intercultural para analizar cómo va evolucionando el cambio social en Otavalo

Como puntos de acción para la Unidad de Turismo y la Dirección de Cultura del Municipio se debe considerar:

- La realización de actividades culturales permanentes en espacios públicos.
- La creación e institucionalización de un evento anual de encuentro cultural a nivel internacional al aire libre, con invitados de otras nacionalidades indígenas del Ecuador y de otros países de Latinoamérica con un enfoque turístico.
- Incentivar a tratar temas culturales e interculturales en las instituciones educativas de nivel básico y medio como parte de su programa de formación.
- Elaborar, implementar y difundir una agenda cultural con enfoque turístico.

#### **6.6.1.5 Mejoramiento de la comprensión y comunicación con los visitantes.**

Esta información es clave para poder direccionar y retroalimentar los esfuerzos hacia los segmentos meta más importantes para el cantón, en cuanto a mecanismos de promoción y difusión de información, así como desarrollo de productos turísticos acorde a las necesidades e intereses de los visitantes.

Los aspectos claves que deben ser direccionados son:

- La naturaleza volátil de la actividad turística y la cambiante demanda del mercado.
- Los impactos de la nueva tecnología y medios de comunicación sobre los turistas y las oportunidades que esto representa, especialmente en medios electrónicos como el Internet.

Como puntos de acción para la Unidad de Turismo de Otavalo debe considerarse:

- Publicar una revista (semestral o anual) para el sector turístico, especialmente los inversionistas y empresarios privados, socializando los resultados de los sondeos de mercado realizados, así como las principales actividades desarrolladas por la Unidad de Turismo del Municipio de Otavalo.
- Establecer de común acuerdo con los empresarios hoteleros de Otavalo un formato único que permita hacer recolección permanente de información básica relacionada con índices de ocupación, disponibilidad de servicios e inclusive, niveles de satisfacción de los clientes.
- Realizar en forma periódica reuniones – talleres de trabajo con la finalidad de analizar esta información en forma colectiva con los interesados.

#### **6.6.1.6 Creación y fortalecimiento de productos turísticos y competitividad.**

Lograr incrementar el tiempo de estadía de los turistas que llegan a Otavalo y por ende, el gasto promedio en la ciudad es una de las grandes metas del presente plan. Para ello, es necesario desarrollar opciones que se puedan ofrecer a los visitantes de acuerdo a sus variados intereses y características. No solamente es importante tener atractivos turísticos interesantes, también es importante desarrollar oferta de servicios de calidad y facilitar la accesibilidad a los atractivos así como a la información.

Esto implica un programa de creación de nuevas facilidades para mejorar el producto turístico Otavalo en su conjunto, que incluye servicios de alojamiento, alimentación, atracciones e infraestructura básica necesaria. Este programa debe ser estructurado mediante un análisis de prioridades y declaratoria de sitios de interés turístico, y requiere:

- Satisfacer las necesidades básicas de los visitantes actuales.
- Hacer un mejor uso de las infraestructuras ya existentes primero y luego pensar en desarrollar nueva infraestructura y facilidades.
- Brindar la accesibilidad básica necesaria.
- Apoyo e incentivo al sector privado para que desarrolle servicios en los sitios de interés turístico.
- Promover y apoyar la adecuación de espacios y facilidades para la realización de encuentros, seminarios y congresos.

Los productos turísticos en el nivel local deben estar orientados a satisfacer las expectativas de los visitantes, a motivar su mayor estadía en Otavalo y repetidas visitas.

Se podría pensar en:

- Promover una actividad cultural permanente, que proyecte a los visitantes un reflejo de lo que realmente es la cultura otavaleña, en manifestaciones propias como la música, danza, teatro, comedia, etc.
- Mejorar el ordenamiento de ferias y mercados para facilitar un flujo fácil de los turistas.
- El desarrollo de turismo en las zonas rurales de Otavalo promoviendo la participación activa de comuneros es otro producto que responde a la expectativa de muchos de los visitantes que llegan a Otavalo, un turismo que permita y facilite un intercambio cultural, la visita de los turistas a las comunidades rurales y a los sitios de interés histórico o natural, es un aspecto al que el municipio puede apoyar mediante asistencia técnica y la creación de un centro de turismo en zonas rurales, con oficina en Otavalo para facilitar la comercialización de estos productos.
- Apoyo a la organización y realización de eventos deportivos con mayor frecuencia como 4 x 4, motocross, ciclismo, equitación, carreras pedestres y deportes acuáticos en la laguna de San Pablo.
- Promover y apoyar a la realización de encuentros, simposios, seminarios, convenciones y eventos que concentran a delegaciones de diferentes lugares del país y del exterior, como una inversión para dinamizar la economía local.

**ES IMPORTANTE SIEMPRE TENER PRESENTE QUE LA COMPETITIVIDAD SE PUEDE LOGRAR SOLAMENTE CON CALIDAD, UNA RELACIÓN JUSTA PRECIO/SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LA GENTE QUE VISITA OTAVALO.**

#### **6.6.1.7 Inversión en los talentos humanos y la empresa privada dirigido a la capacitación permanente.**

El turismo es una actividad socio-económica, por lo tanto necesariamente implica la participación de personas en toda la cadena de valor que la constituye en la prestación de los servicios. El sector privado juega un rol esencial en el desarrollo del turismo. La satisfacción de las expectativas del turista en gran medida depende de la buena calidad y hospitalidad al brindar un servicio. Por esta razón es prioritario establecer un programa de trabajo permanente en programas de capacitación que permita mejorar las habilidades y destrezas para prestar un servicio, en los diferentes niveles del sector privado:

- **En el nivel gerencial:** propietarios de los establecimientos y administradores.
- **En el nivel técnico o medio:** jefes de personal, departamentales o de área.
- **En el nivel operativo:** meseros, cocineros, bar tender, recepcionistas, etc.

Los aspectos claves que deben ser direccionados son:

- El diseño de la capacitación, de acuerdo a las necesidades específicas de los participantes del sector y de acuerdo a la realidad de Otavalo.
- El establecimiento de una normativa básica que exija la capacitación como un requisito para la obtención de las licencias de funcionamiento para los establecimientos.

Como puntos de acción para la Unidad de turismo del Municipio de Otavalo debe considerarse:

- El diseño de capacitación en los diferentes niveles.
- La gestión de los recursos necesarios para la capacitación.
- La coordinación, seguimiento y evaluación de los programas de capacitación.
- La elaboración de la normativa que establece como requisito a la capacitación para la obtención de los permisos de funcionamiento.

### 6.6.1.8 Diseño de nuevas rutas dentro del cantón Otavalo.

#### RUTA ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA

##### PROGRAMAS COMPLETOS

2D-1N / 3D-2N/ 4D-3N (D=días, N=noches)

##### (1) Servicios

###### ✓ Traslado

Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Ilumán-Quito

###### ✓ Alojamiento Tradicional

Hostal Chuquitos, Asoc. Jatari, Hacienda Tambo Koya

###### ✓ Alimentación Tradicional completa

Puerto Lago, Mi Otavalito, Asoc. Jatari, Hacienda Tambo Koya

##### (2) Tipo de visitas

###### ✓ Visitas Culturales

Iglesias (San Luis, San Francisco, el Jordan), parques (Bolívar, Caballitos), Socavón (Mirador De La Cruz, Gruta De La Virgen De Monserath)

###### ✓ Visitas Artesanales

Totora Sisa, Plaza De Ponchos, Asoc. Jatari, Ilumán

###### ✓ Visitas en Tren

San Rafael –Ilumán / Ilumán- San Rafael

###### ✓ Visitas Naturales

Lago San Pablo, Lechero, parque Cóndor, cascada de Peguche

###### ✓ Guías Naturalistas: Asoc. Jatari En Peguche,

###### ✓ Canelaso de Despedida: Otavalo, Peguche, Ilumán

### **(3) Diseño de rutas**

- Quito-San Rafael-Otavallo-Peguche-Quito
- Quito-San Rafael-Otavallo-Peguche-Otavallo-Quito
- Quito-San Rafael-Ilumán-Peguche-Otavallo-Quito
- Quito-San Rafael-Otavallo-Peguche-Ilumán-Quito

### **(4) Tipo de mercado**

- Jóvenes Adultos (35 a 45 años)
- Jóvenes Estudiantes (25 a 35 años)
- Tercera Edad (50 a 60 años)

(5) Diseño de paquetes

**Paquete Económico**

**TABLA N° 37**

<b>ITINERARIO RUTA ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA</b> 2D-1N (Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Quito)	
<b>HOTEL DE PREFERENCIA</b> <b>SALIDA DE MARTES A MIÉRCOLES</b>	
<b>DÍA 1</b>	Traslado Quito- San Rafael
	Desayuno Tradicional
	Visita a San Rafael (Totora Sisa)
	Visita al Lago San Pablo (Visita Puerto Lago)
	Visita al Socavón
	Almuerzo Tradicional
	Visita al mercado de Ponchos
	Registro Hotel
	Cena Tradicional
	City Night centro Histórico de Otavalo
	Canelaso Tradicional
<b>DÍA 2</b>	Desayuno Tradicional (Hotel)
	Traslado Otavalo- Peguche
	Visita Talleres Artesanales Asoc. Jatari
	Almuerzo Tradicional Asoc. Jatari
	Visita a la Cascada Peguche
	Traslado Otavalo – Quito

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo



**Paquete Aventura, Cultura, Naturaleza**

**TABLA N° 38**

<b>ITINERARIO ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA</b> 3D-2N (Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Otavalo-Quito)	
<b>HOTEL DE PREFERENCIA - ASOCIACIÓN JATARI</b> <b>SALIDA DE MARTES A JUEVES</b>	
<b>DÍA 1</b>	Traslado Quito- San Rafael
	Desayuno Tradicional
	Visita a San Rafael (Totora Sisa)
	Visita al Lago San Pablo (Visita Puerto Lago)
	Visita al Socavón
	Almuerzo Tradicional
	Visita al Mercado de Ponchos
	Registro Hotel Chuquitos
	Cena Tradicional
	City Night centro Histórico de Otavalo
<b>DÍA 2</b>	Desayuno Tradicional
	Traslado Otavalo – Lechero
	Visita Lechero
	Traslado Lechero - parque Cóndor
	Visita parque Cóndor
	Traslado parque Cóndor- Peguche
	Almuerzo Tradicional Asoc. Jatari
	Visita Talleres Artesanales Asoc. Jatari
	Traslado Alojamiento Asoc. Jatari
	Cena Tradicional Asoc. Jatari
	Demostración de música Andina
	Canelaso Tradicional
<b>DÍA 3</b>	Desayuno Tradicional Aso. Jatari
	Visita a la Cascada Peguche
	Traslado Peguche – Otavalo
	Almuerzo Tradicional Otavalo
	Traslado Otavalo – Quito

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo  
**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**Paquete Completo Jóvenes-Adultos**

**TABLA N° 39**

<b>ITINERARIO ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA</b> 4D-3N (Quito-San Rafael-Illumán-Peguche-Otavalo-Quito)	
Hacienda de Preferencia - Hotel Preferencia -Asociación Jatari <b>SALIDA DE MARTES A VIERNES</b>	
<b>DÍA 1</b>	Traslado Quito- San Rafael
	Desayuno Tradicional
	Visita a San Rafael (Totora Sisa)
	Traslado en Tren San Rafael – Illumán
	Visita a Talleres Artesanales Illumán
	Almuerzo Tradicional Illumán
	Visita y demostración de Curandero Local
	Traslado a la Hacienda Tambo Coya
	Cena Tradicional
	Canelaso Tradicional
<b>DÍA 2</b>	Desayuno Tradicional
	Traslado Illumán-Peguche
	Visita Talleres Artesanales Asoc. Jatari
	Almuerzo Tradicional Asoc. Jatari
	Visita a la cascada Peguche
	Traslado alojamiento Asoc. Jatari
	Cena Tradicional
	Demostración de Música Andina
	Canelaso Tradicional
<b>DÍA 3</b>	Desayuno Tradicional Asoc. Jatari
	Traslado Peguche – Otavalo
	Visita al Socavón
	Almuerzo Tradicional
	Visita al Mercado De Ponchos
	Registro Hotel Chuquitos
	Cena Tradicional
	City Night centro Histórico de Otavalo
<b>DÍA 4</b>	Desayuno Tradicional
	Traslado Otavalo – Lechero
	Visita Lechero
	Traslado Lechero - parque Cóndor
	Visita parque Cóndor
	Traslado parque Cóndor-Lago San Pablo
	Visita al Lago San Pablo (Visita Puerto Lago)
	Almuerzo Tradicional Puerto Lago
	Traslado Puerto Lago-Quito

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**(6) Actividades a desarrollarse dentro de los paquetes turísticos.**

**Cascada de Peguche:**

- Hospedaje,
- Alimentación,
- Talleres Artesanales,
- Turismo cultural,
- Observación de flora y fauna,
- Fotografías.

**Laguna de San Pablo:**

- Alimentación
- Fotografía
- Caballitos de Totorá,
- Kayaks.

**Mercado Centenario o la Plaza de los Ponchos:**

- Turismo de compras,
- Turismo cultural,
- Fotografía.

**CITY NIGHT en Otavalo**

- Visita de Iglesias
- Visita de Parques Centrales.

**Shamanismo en Iiumán:**

- Se puede practicar turismo místico.

**Tradiciones Familiares:**

- Son atractivos importantes las celebraciones que se dan dentro de la vida cotidiana de las familias del sector indígena campesino. Así, eventos como el matrimonio, los bautizos, la inauguración de la casa nueva, las siembras y las mingas. Ideal para una convivencia cultural.

**(7) Datos importantes para el visitante:**

**Cuando visite los paquetes Artesanías Cultura y Naturaleza, no olvide traer:**

- Bloqueador solar,
- Alimentos para picar,
- Ropa abrigada,
- Ropa Impermeable,
- Agua,
- Cámara Fotográfica.

**NOTA:**

Los paquetes promocionales no son sujetos a cambio de fecha o cambio de nombre<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> ANEXO 18, 19,29. Mapas de los tres paquetes turístico

## 6.7 PROGRAMAS DE INVERSIONES

### 6.7.1 Presupuesto

TABLA N° 40

<b>PROGRAMA N° 1</b>	<b>Mejorar la imagen de Otavalo como destino turístico. (\$ 5,500 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 1.1	Promocionar a Otavalo nacionalmente e internacionalmente.	\$ 2,500
Proyecto N° 1.2	Mantener siempre bien limpia la ciudad, especialmente en las zonas donde hay presencia frecuente de turistas.	\$ 1,700
Proyecto N° 1.3	Destinar un número mínimo de elementos de la Policía Nacional y Municipal.	\$ 1,300
<b>PROGRAMA N° 2</b>	<b>La conservación de los recursos naturales (\$ 15.000 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 2.1	El diseño y gestión para promover un manejo sostenible de los recursos naturales.	\$ 3,150
Proyecto N° 2.2	Un programa de reforestación en las zonas de mayor susceptibilidad a la erosión de suelos.	\$ 6,550
Proyecto N° 2.3	La conservación de las fuentes de agua, para garantizar cantidad y calidad en el futuro.	\$ 5,300
<b>PROGRAMA N° 3</b>	<b>Promover seguridad para los visitantes. (\$3000 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 3.1	Apoyar al fortalecimiento de la Policía Turística.	\$ 805
Proyecto N° 3.2	Dotar de equipos básicos de comunicación a los efectivos policiales Municipales.	\$ 1,350
Proyecto N° 3.3	Apoyar a un programa de capacitación a la Policía Municipal, que permita facilitar su comunicación básica con un turista.	\$ 450
Proyecto N° 3.4	Trabajar en forma conjunta y coordinada en el Plan de Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional.	\$ 395
<b>PROGRAMA N° 4</b>	<b>La revitalización de la cultura local. (\$ 11,600 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 4.1	La realización de actividades culturales permanentes en espacios públicos.	\$3,200
Proyecto N° 4.2	La creación e institucionalización de un evento anual de encuentro cultural a nivel internacional al aire libre.	\$ 6,500
Proyecto N° 4.3	Incentivar a tratar temas culturales e interculturales en las instituciones educativas como parte de su programa de formación.	\$ 600
Proyecto N° 4.4	Elaborar, implementar y difundir una agenda cultural con enfoque turístico.	\$ 1,300
<b>PROGRAMA N° 5</b>	<b>Mejoramiento de la comprensión y comunicación con los visitantes. (\$ 9,000 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 5.1	Promover una apropiada segmentación del mercado turístico, como un proceso de definir a los grupos de potenciales consumidores.	\$ 1,300
Proyecto N° 5.2	Publicar un suplemento periódico (semestral o anual) para el sector turístico.	\$ 4,100
Proyecto N° 5.3	Establecer de común acuerdo con los empresarios hoteleros de Otavalo un formato único de recolección permanente de información.	\$ 2,400
Proyecto N° 5.4	Realizar en forma periódica reuniones – talleres de trabajo con la finalidad de analizar en forma colectiva con los interesados.	\$ 1,200

<b>PROGRAMA N° 6</b>	<b>Creación y fortalecimiento de productos turísticos y competitividad. (\$ 20.000 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 6.1	Promover una actividad cultural permanente, que proyecte a los visitantes un reflejo de lo que realmente es la cultura otavaleña, en manifestaciones propias como la música, danza, teatro, comedia.	\$ 590
Proyecto N° 6.2	Mejorar el ordenamiento de ferias y mercados para facilitar un flujo fácil de los turistas.	\$ 2,500
Proyecto N° 6.3	El desarrollo de turismo en las zonas rurales de Otavalo promoviendo la participación activa de comuneros es otro producto que responde a la expectativa de muchos de los visitantes que llegan a Otavalo, un turismo que permita y facilite un intercambio cultural, la visita de los turistas a las comunidades rurales y a los sitios de interés histórico o natural, es un aspecto al que el Municipio puede apoyar mediante asistencia técnica y la creación de un centro de turismo en zonas rurales, con oficina en Otavalo para facilitar la comercialización de estos productos.	\$ 5,200
Proyecto N° 6.4	Apoyo a la organización y realización de eventos deportivos con mayor frecuencia como 4 x 4, motocross, ciclismo, equitación, carreras pedestres y deportes acuáticos en la laguna de San Pablo.	\$ 7,200
Proyecto N° 6.5	Promover y apoyar a la realización de encuentros, simposios, seminarios, convenciones y eventos que concentran a delegaciones de diferentes lugares del país y del exterior, como una inversión para dinamizar la economía local.	\$ 4,150
<b>PROGRAMA N° 7</b>	<b>Inversión en los talentos humanos y la empresa privada dirigido a la capacitación permanente. (\$ 6.000 USD)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Proyecto N° 7.1	El diseño de capacitación en los diferentes niveles.	\$ 1,100
Proyecto N° 7.2	La gestión de los recursos necesarios para la capacitación.	\$ 2,300
Proyecto N° 7.3	La coordinación, seguimiento y evaluación de los programas de capacitación.	\$ 1,400
Proyecto N° 7.4	La elaboración de la normativa que establece como requisito a la capacitación para la obtención de los permisos de funcionamiento.	\$ 1,200
<b>PROGRAMA N° 8</b>	<b>Diseño de nuevas rutas dentro del cantón Otavalo</b>	

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipán, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

## 6.7.2 Inversión total

**TABLA N° 41**

<b>PROGRAMA</b>	<b>PRESUPUESTO APROXIMADO</b>	<b>INVERSIÓN TOTAL</b>
Mejorar la Imagen de Otavalo como Destino Turístico.	\$ 5,500	<b>\$ 70,100</b>
La Conservación de los Recursos Naturales.	\$ 15,000	
Promover Seguridad para los Visitantes.	\$ 3,000	
La Revitalización de la Cultura Local.	\$ 11,600	
Mejoramiento de la Comprensión y Comunicación con los Visitantes.	\$ 9,000	
Creación y Fortalecimiento de Productos Turísticos y Competitividad.	\$ 20.000	
Inversión en los Talentos Humanos y la Empresa Privada Dirigido a la Capacitación Permanente.	\$ 6.000	

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

En el presente Plan de Manejo Turístico hacia el cantón Otavalo se necesita un presupuesto aproximado de \$ 70.100 (setenta mil cien), dólares americanos, con un periodo de inversión hasta el 2020, donde los resultados esperados se vean reflejados en un turismo más Sostenible y Responsable, el presupuesto requerido debe ser invertido por Ministerio de Turismo, Gobierno Municipal del Cantón Otavalo, Organizaciones Intencionales, Cámara de Turismo.

### 6.7.3 Cronograma de ejecución del Plan de Manejo Turístico

**TABLA N° 42**

<b>PROGRAMA N° 1</b>	<b>Mejorar la imagen de Otavalo como destino turístico.</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 1.1	Promocionar a Otavalo nacionalmente e internacionalmente.	2013-2020
Proyecto N° 1.2	Mantener siempre bien limpia la ciudad, especialmente en las zonas donde hay presencia frecuente de turistas.	2013-2020
Proyecto N° 1.3	Destinar un número mínimo de elementos de la Policía Nacional y Municipal.	2013-2020
<b>PROGRAMA N° 2</b>	<b>La conservación de los recursos naturales</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 2.1	El diseño y gestión para promover un manejo sostenible de los recursos naturales.	2013-2014
Proyecto N° 2.2	Un programa de reforestación en las zonas de mayor susceptibilidad a la erosión de suelos.	2013-2015
Proyecto N° 2.3	La conservación de las fuentes de agua, para garantizar cantidad y calidad en el futuro.	2013-2014
<b>PROGRAMA N° 3</b>	<b>PROMOVER SEGURIDAD PARA LOS VISITANTES.</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 3.1	Apoyar al fortalecimiento de la Policía Turística.	2013-2014
Proyecto N° 3.2	Dotar de equipos básicos de comunicación a los efectivos policiales Municipales.	2014
Proyecto N° 3.3	Apoyar a un programa de capacitación a la Policía Municipal, que permita facilitar su comunicación básica con un turista.	2014-2015
Proyecto N° 3.4	Trabajar en forma conjunta y coordinada en el Plan de Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional.	2013-2014
<b>PROGRAMA N° 4</b>	<b>La revitalización de la cultura local.</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 4.1	La realización de actividades culturales permanentes en espacios públicos.	2013-2020
Proyecto N° 4.2	La creación e institucionalización de un evento anual de encuentro cultural a nivel internacional al aire libre.	2013-2020
Proyecto N° 4.3	Incentivar a tratar temas culturales e interculturales en las instituciones educativas como parte de su programa de formación.	2013-2015
Proyecto N° 4.4	Elaborar, implementar y difundir una agenda cultural con enfoque turístico.	2013-2020
<b>PROGRAMA N° 5</b>	<b>Mejoramiento de la comprensión y comunicación con los visitantes.</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 5.1	Promover una apropiada segmentación del mercado turístico, como un proceso de definir a los grupos de potenciales consumidores.	2013-2015
Proyecto N° 5.2	Publicar un suplemento periódico (semestral o anual) para el sector turístico.	2013-2020
Proyecto N° 5.3	Establecer de común acuerdo con los empresarios hoteleros de Otavalo un formato único de recolección permanente de información.	2013-2014
Proyecto N° 5.4	Realizar en forma periódica reuniones – talleres de trabajo con la finalidad de analizar en forma colectiva con los interesados.	2013-2020



<b>PROGRAMA N° 6</b>	<b>Creación y fortalecimiento de productos turísticos y competitividad.</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 6.1	Promover una actividad cultural permanente, que proyecte a los visitantes un reflejo de lo que realmente es la cultura otavaleña, en manifestaciones propias como la música, danza, teatro, comedia.	2013-2020
Proyecto N° 6.2	Mejorar el ordenamiento de ferias y mercados para facilitar un flujo fácil de los turistas.	2013-1014
Proyecto N° 6.3	El desarrollo de turismo en las zonas rurales de Otavalo promoviendo la participación activa de comuneros es otro producto que responde a la expectativa de muchos de los visitantes que llegan a Otavalo, un turismo que permita y facilite un intercambio cultural, la visita de los turistas a las comunidades rurales y a los sitios de interés histórico o natural, es un aspecto al que el Municipio puede apoyar mediante asistencia técnica y la creación de un centro de turismo en zonas rurales, con oficina en Otavalo para facilitar la comercialización de estos productos.	2013-2020
Proyecto N° 6.4	Apoyo a la organización y realización de eventos deportivos con mayor frecuencia como 4 x 4, motocross, ciclismo, equitación, carreras pedestres y deportes acuáticos en la laguna de San Pablo.	2013-2020
Proyecto N° 6.5	Promover y apoyar a la realización de encuentros, simposios, seminarios, convenciones y eventos que concentran a delegaciones de diferentes lugares del país y del exterior, como una inversión para dinamizar la economía local.	2013-2020
<b>PROGRAMA N° 7</b>	<b>Inversión en los talentos humanos y la empresa privada dirigido a la capacitación permanente.</b>	<b>CRONOGRAMA</b>
Proyecto N° 7.1	El diseño de capacitación en los diferentes niveles.	2014
Proyecto N° 7.2	La gestión de los recursos necesarios para la capacitación.	2014
Proyecto N° 7.3	La coordinación, seguimiento y evaluación de los programas de capacitación.	2015
Proyecto N° 7.4	La elaboración de la normativa que establece como requisito a la capacitación para la obtención de los permisos de funcionamiento.	2013-2015
<b>PROGRAMA N° 8</b>	<b>Diseño de nuevas rutas dentro del cantón Otavalo</b>	<b>2013</b>

**Aprobado:** Tlgo. Héctor Tipan, Responsable de Unidad de Turismo

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

## **6.8 PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE MANEJO**

Este Plan de Manejo cubre un amplio espectro de intereses e interesados en el desarrollo del turismo de Otavalo. Su éxito dependerá del compromiso y la medida en la que se involucren las diferentes organizaciones, sectores y actores sociales siguiendo algunas recomendaciones.

### **TODOS TIENEN UN ROL QUE CUMPLIR PARA DESARROLLAR A OTAVALO COMO DESTINO TURÍSTICO**

#### **6.8.1 El rol del Ministerio de Turismo**

El Ministerio de Turismo es el ente rector de la política y normativa nacional, del desarrollo de la actividad del país y de la promoción conjunta en el exterior. El proceso de descentralización hacia los gobiernos seccionales, ha sido visto en Otavalo como una oportunidad para mejorar la gestión en el nivel local. El Ministerio por su trayectoria e institucionalidad, tiene la experiencia para transferir sus conocimientos y a los personeros responsables de las unidades técnicas de turismo de los gobiernos seccionales mediante el PlandeTur 2020.

#### **El Ministerio de Turismo debería:**

- Dar continuidad a un proceso de capacitación a los responsables de la unidad de turismo de los gobiernos locales para mejorar su capacidad de gestión.
- Hacer las gestiones pertinentes ante el gobierno central para canalizar los recursos que permitan ejecutar los proyectos prioritarios más importantes que se plantean en la presente estrategia.
- Hacer las gestiones necesarias ante el Ministerio de Obras Públicas para mantener en forma óptima y permanente la accesibilidad a Otavalo y las vías de primer orden que unen a la ciudad con el resto del país.
- Apoyar a la oficina de información turística en el centro de Otavalo, dotándole de los materiales necesarios y equipos para su normal funcionamiento y satisfacer las demandas de los turistas.

- Orientar y apoyar al programa de promoción turística local de Otavalo.
- Apoyar a la Unidad de Turismo del Gobierno Municipal en la elaboración de un sistema de información estadística que permita orientar la inversión en el sector.
- Apoyar con su contingente humano en lo que fuere posible para la implementación y desarrollo de las acciones propuestas del presente Plan de Manejo.

### **6.8.2 El rol del Gobierno Local**

El Gobierno Municipal de Otavalo tiene un rol esencial en el desarrollo turístico del cantón. Constituye ente de planificación y regulación local que tienen influencia en los diferentes atractivos y sitios de interés turístico existentes. Su apoyo y trabajo conjunto es decisivo para un futuro exitoso en el desarrollo turístico.

El Gobierno Municipal debería:

- Publicitar y promover el presente plan de manejo como una forma de avance del sector turístico.
- Fortalecer a su Unidad de Turismo mediante la dotación de un equipo técnico mínimo indispensable para implementar la presente propuesta, con un perfil idóneo acorde con sus responsabilidades.
- Actuar como eje articulador en forma permanente para tratar de juntar a todos los sectores involucrados en turismo.
- Desarrollar relaciones institucionales fluidas y positivas con todos quienes tienen relación con la industria del turismo en Otavalo.
- Implementar, dar seguimiento y evaluar las acciones que se proponen en esta estrategia.
- Implementar los puntos de acción que se describen en el presente Plan de Manejo Turístico.

- Desarrollar y dar mantenimiento a la infraestructura vial que da accesibilidad a los sitios de interés turístico de Otavalo, tiene la experiencia y capacidad instalada para ello.
- Promover un mejor manejo de los recursos naturales renovables en los sectores rurales, liderar campañas de reforestación masiva, de reducción de quemas en el verano y de manejo adecuado de los remanentes de bosque primario existentes.
- Mantener un diálogo permanente con directivos de la Cámara de Turismo de Otavalo con la finalidad de compartir información y preocupaciones.

### **6.8.3 El rol de la empresa privada**

Las empresas de turismo son la punta del ovillo de la cadena de valor del turismo, proveen alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento, distracción y tienen contacto directo con los visitantes. Este es el sector en el que se crean la mayor cantidad de fuentes de empleo y es esta relación con las empresas la que hace que la experiencia sea agradable o desagradable para el visitante. Sin este compromiso y apoyo del sector privado esta estrategia en el fondo no será implementada.

Las empresas privadas deberían:

- Dar seguimiento y brindar el respaldo institucional al Gobierno Municipal del cantón Otavalo para que las acciones que se proponen en la presente Plan de Manejo sean implementadas.
- Promover fluidas y positivas relaciones con las autoridades locales y otros sectores del quehacer turístico en Otavalo como artesanos, medios de transporte, medios de comunicación, etc.
- Tratar de mejorar la calidad, entregar un buen servicio a sus clientes y trabajar con profesionalismo para satisfacer las expectativas de la demanda turística.
- Compartir su experiencia y conocimientos del sector turístico e información con sus colegas para mejorar la eficiencia y profesionalismo y apoyar a que el turismo salga adelante.

- Dar cumplimiento de las normas y reglamentos vigentes.
- Brindar las facilidades para que los estudiantes de Hotelería y Turismo puedan hacer pasantías y prácticas en sus establecimientos, y así contribuir a una formación práctica de los jóvenes.
- Cumplir con los compromisos asumidos para sacar adelante a Otavalo en el turismo.

#### **6.8.4 El rol de los productores y comerciantes de artesanías**

El comercio de las artesanías es uno de los puntales más importantes de la economía local y regional. Es parte del atractivo estrella de la ciudad de Otavalo, pero no puede continuar a la deriva perdiendo en forma gradual la confianza de los compradores y creando un sentimiento de frustración al no llenar sus expectativas los turistas.

Los productores y comerciantes de artesanías deberían:

- Mantener los diseños tradicionales en las artesanías así como la calidad del producto final.
- Brindar hospitalidad y atención amable a los turistas.
- Capacitarse en forma permanente en cuestiones básicas como el idioma inglés y temas de administración y comercialización.
- Mantener una buena presentación personal así como de sus puestos de trabajo.
- Apoyar a mantener limpia la ciudad, especialmente durante y después de las ferias artesanales.
- Tener siempre tachos de basura en sus puestos de trabajo y dejar barriéndolo al terminar la feria.
- Cobrar precios justos por sus productos.

### **6.8.5 El rol de las organizaciones internacionales y de desarrollo**

Las organizaciones de la sociedad civil y de desarrollo juegan un papel muy importante por su representatividad, su poder de convocatoria y acceso a recursos de cooperación externa para apoyar a financiar actividades orientadas al desarrollo rural y promoción social. Al ser el turismo una de las actividades que por su naturaleza beneficia a una porción importante de la población, su participación es muy importante para articular las acciones con la comunidad.

Estas organizaciones deberían:

- Promover programas de apoyo para el desarrollo turístico en sectores rurales con participación comunitaria.
- Apoyar a las iniciativas del Gobierno Municipal que promuevan un uso sustentable de los recursos naturales en los sectores rurales.
- Promocionar el desarrollo comunitario permanente mediante la gestión de recursos y programas de organismos de cooperación externa.
- Apoyar técnica y económicamente para fomentar desarrollo en los sectores rurales.
- Apoyar al desarrollo sustentable de manera coordinada.

### **6.8.6 El rol de las instituciones universitarias**

Los centros de formación de nivel superior con especialidad en hotelería y turismo, son las instancias que forman parte importante en la prestación de servicios turísticos mediante su labor permanente con la juventud, ponen a la orden mano de obra calificada y preparada. Pero también las instituciones educativas no relacionadas con la formación en turismo pueden contribuir en fomentar una conciencia turística a la población joven en el largo plazo.

Las instituciones educativas deberían:

- Capacitar profesionalmente a sus alumnos y de acuerdo a las necesidades de la demanda en las áreas turística y hotelera.

- Apoyar a iniciativas locales en temas relacionados al turismo.
- Apoyar al Gobierno Municipal en investigación de mercado y elaboración de inventarios de atractivos turísticos.
- Coordinar con el sector privado pasantías y prácticas para sus alumnos.

### **6.8.7 El Comité Intersectorial de Turismo**

El turismo debido a su extensa cadena de valor, involucra una importante cantidad de sectores y beneficiarios de la sociedad en el ámbito local. Esto implica la toma de decisiones importantes para implementar proyectos, programas, acciones, legislación y normativa en diferentes niveles. Por ello, es necesario crear un espacio de concertación y diálogo con la finalidad de lograr acuerdos mínimos, coordinar acciones y juntar esfuerzos en beneficio del desarrollo local. Con frecuencia en el contexto nacional sucede la duplicación de esfuerzos y desperdicios de recursos debido a la falta de coordinación o socialización de los planes de manejo o proyectos. Es importante este nivel mínimo de coordinación para optimizar el uso de los escasos recursos existentes.

Un Comité Intersectorial de turismo que no solamente sea un espacio de discusión y acuerdos, sino como un cuerpo de derecho privado creado jurídicamente y gobernado por sus propios estatutos y reglamentos y, esté en posibilidad de dictar políticas, estrategias y directrices para la actividad, ejecutar proyectos o programas e implementar acciones para fomentar el desarrollo turístico en Otavalo.

El comité intersectorial de turismo debe:

- Coordinar, gestionar y apoyar a la Operativización de las actividades propuestas en el Plan de Manejo.
- Ser el órgano de gestión ante las autoridades locales, regionales y nacionales para cumplimiento de los compromisos y obligaciones.
- Establecer compromisos y nexos con el resto de sectores de la economía local.

- Garantizar a largo plazo la ejecución de las acciones que permitan desarrollar turismo en Otavalo.
- Planificar, organizar y gestionar el desarrollo turístico ordenado en Otavalo.
- Dar seguimiento y evaluar el programa de trabajo que se establezca.
- Definir e implementar políticas de promoción turística para la ciudad.

El Comité Intersectorial de Turismo estará conformado por:

<u>INSTITUCIÓN/SECTOR</u>	<u>REPRESENTANTE</u>
<b>SECTOR PÚBLICO</b>	
Gobierno Municipal de Otavalo	Alcalde o su delegado
Policía Nacional	Comandante del destacamento de Policía en Otavalo
Ministerio de Turismo	Gerente Zonal 1 de Turismo de la Sierra Norte
Ministerio del Ambiente	Delegado del Ministerio del Ambiente para Otavalo
<b>SECTOR PRIVADO</b>	
Establecimientos de Alojamiento	Delegados de la Cámara de Turismo
Establecimientos de alimentación	Gerente
Establecimientos de diversión y recreación	Gerente
Agencias de viajes	Gerente
<b>TRANSPORTES</b>	
Sindicato de choferes profesionales de Otavalo	Secretario general
Asociación de cooperativas de taxis de Otavalo	Presidente
<b>FERIAS Y MERCADOS</b>	
UNAIMCO	Presidente
Federación de Artesanos de Otavalo	Presidente
<b>SOCIEDAD CIVIL</b>	
Federación de Barrios	Presidente
Comunidades del sector rural	Presidente de las Juntas Parroquiales
<b>INSTITUCIONES EDUCATIVAS QUE IMPARTEN TURISMO</b>	
Del nivel docente	Un representante de las instituciones
Del nivel estudiantil	Un representante de instituciones educativas

El compañerismo y la cooperación institucional mutua son la clave para implementar gran parte de esta estrategia. Se puede tener varias formas de trabajo conjunto:



## **6.9 EL MONITOREO Y EVALUACIÓN**

Esta estrategia será útil siempre y cuando se la implemente. Existe por lo tanto necesidad de dar un seguimiento adecuado para conocer lo que sucede con la implementación de las propuestas y determinar las acciones preventivas o correctivas a ser tomadas. Puede tener sentido el hecho de que se actualicen los puntos de acción en forma anual. En los próximos años claro está las circunstancias cambiarán, nuevos retos y oportunidades todavía desconocidos se presentarán por sí solos.

Por esta razón, se propone que una revisión anual del Plan de Manejo debe ser realizada. Esta será responsabilidad de la Unidad de Turismo del Gobierno Municipal y la comisión de turismo, la Cámara de turismo del cantón, en primera instancia y del Comité Intersectorial de turismo en segunda. Este último deberá producir un pequeño suplemento resaltando los avances logrados, y algunos cambios sugeridos de las prioridades para los próximos años, con la finalidad de socializar a los sectores interesados el trabajo desarrollado. La estrategia global en su conjunto deberá ser reformulada hasta el año 2020.

Se recomienda hacer uso del Plan de Manejo, seguimiento y evaluación, en el que se resumen herramientas y métodos que permitan unificar criterios para su aplicación, tanto en el nivel estratégico como táctico y operativo.

## CONCLUSIONES

- El Plan de Manejo Turístico del cantón Otavalo tiene connotaciones muy extensas, debido a que sobre el mismo recae la responsabilidad directa del éxito de la actividad turística ya que no solamente está enfocado en regular, normar, impulsar y promocionar el turismo en el cantón sino también a crear los medios necesarios que permitan el inicio y normal desarrollo de la operación turística en el mercado turístico nacional y con proyecciones hacia el mercado internacional.
- El Plan de Manejo Turístico se constituye en la herramienta clave para el desarrollo turístico del cantón, cuya sostenibilidad está dada por la visión y misión del Plan de Manejo, su capacidad técnica, administrativa, la credibilidad y legitimización que la población tenga sobre la misma, donde los actores inmersos cumplen eficientemente sus responsabilidades dentro de un enfoque de participación comunitaria.
- Los programas establecidos y los perfiles de los proyectos son indispensables para la solución de los problemas y el logro de los objetivos, sobre todo para la previsión y gestión de los recursos técnicos, institucionales, comunitarios a, ambientales y económicos.

## **RECOMENDACIONES.**

- El Plan debe ser tomado como una herramienta preliminar para el desarrollo turístico del cantón, ya que inicialmente contempla la necesidad de realizar estudios técnicos para la consecución de los propósitos expresados en cada proyecto, solo entonces se podrá conocer la cantidad y calidad de recursos para la ejecución del mismo.
- Es vital socializar y validar el contenido del Plan con toda la ciudadanía y mantenerla constantemente informada sobre los avances de su ejecución ya que desde el principio debe existir absoluta apertura, transparencia, honestidad para lograr la credibilidad y el interés ciudadano.
- El Plan debe ser aprobado en el concejo municipal como una herramienta de desarrollo económico cantonal, ya que solo de ese modo podrá convertirse en una política institucional permanente del municipio y no en el requerimiento de las autoridades de turno.
- El Municipio de Otavalo debe responsabilizarse por la ejecución del Plan, aun cuando existan actividades en las que no tiene competencia directa, en estos casos debe promover, gestionar, motivar y facilitar las herramientas necesarias a quienes tengan la responsabilidad directa en el cumplimiento de estas actividades.

## VII. BIBLIOGRAFÍA

MINISTERIO DE TURISMO del Ecuador Ley de Turismo del Ecuador, 2011.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT), Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Edición para América Latina y El Caribe.2009.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT), Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para Administradores Locales. 2009.

ÁLVAREZ, José. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.Edigraf.Riobamba.2009.

UNACH, FACULTAD DE INGENIERÍA. Reglamento del Trabajo de Titulación o Graduación, Formulario del Proyecto de Investigación. Riobamba-Ecuador. 2010.

NOBOA Patricio. Manual de facilitación y capacitación para el desarrollo del turismo sostenible, 2008.

MINISTERIO DE TURISMO, Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador “PLANDETUR 2020”, 2010.

MINISTERIO DE TURISMO, Manual de Imagen ITUR. Ecuador. 2008

MINISTERIO DE TURISMO, Guía A Los Turistas Aplicar Recomendaciones Básicas En Sus Desplazamientos. Ecuador, 2009.

AVILES, José. (2008) EL GUÍA DE TURISMO. Quito-Ecuador. Segunda edición.

JURAN, Carlos. (2008). CALIDAD TURÍSTICA. Madrid-España. Segunda edición.

MARTI, José. (2009). NUEVAS FORMAS DE CAPACITACIÓN. Puebla-México. Segunda edición.

MINISTERIO DEL AMBIENTE DEL ECUADOR, (2010). POLÍTICAS Y PLAN ESTRATÉGICO DEL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS DEL ECUADOR 2007-2016. Quito- Ecuador. Segunda edición.

CAPACITACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE. Cuenca –Ecuador. Tercera Edición.

RODRÍGUEZ, Arnaldo. 2008. TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS EN EL ECUADOR. Quito- Ecuador. Cuarta edición.

SUMMERS, Dona 2008. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD, Puebla-México Segunda edición.

WELLINGTON, Patricia. 2008. CÓMO BRINDAR UN SERVICIO INTEGRAL AL CLIENTE. Guayaquil-Ecuador. Primera edición.

## **LINKOGRAFÍA:**

<http://www.turismogob.ec>

<http://www.otavalo.gob.ec/>

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

<http://www.turismo.gob.ec/>

[http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur\\_2020.pdf](http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur_2020.pdf)

[http://www.turismo.gob.ec/documentos/plan\\_nacional\\_del\\_buen\\_vivir.pdf](http://www.turismo.gob.ec/documentos/plan_nacional_del_buen_vivir.pdf)

<http://www.calidadturistica.com>

<http://www.eduturismo.com>

<http://www.es.wikipedia.org.com>

<http://www.mintur.org>

<http://www.planetaecuador.com>

**VIII. ANEXOS**  
**ANEXO N° 1**

**TABLA N° 43**  
**Ingreso y egreso de turistas al Ecuador**

TRIMESTRES	2011						
	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	SALDO c = ( a - b )
	VIAJES	TRANSPORTE	( a )	VIAJES	TRANSPORTE		
I TRIMESTRE	199,2	1,6	<b>200,8</b>	152,9	76,5	<b>229,4</b>	-28,6
II TRIMESTRE	198,5	1,5	<b>200</b>	157	84,1	<b>241,1</b>	-41,1
III TRIMESTRE	214	1,6	<b>215,6</b>	155,5	84,4	<b>239,9</b>	-24,3
IV TRIMESTRE	225,6	1,6	<b>227,2</b>	157,1	79,2	<b>236,3</b>	-9,1
<b>TOTAL</b>	<b>837,2</b>	<b>6,3</b>	<b>843,5</b>	<b>622,5</b>	<b>324,2</b>	<b>946,7</b>	<b>-103,1</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador 2011 a junio 2012

**Elaborado:** Javier Aucancela V.

- (1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.
- (2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.
- (3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

ANEXO N° 2

TABLA N° 44

Ubicación del turismo - ingreso por turismo / exportaciones, (1) i trimestre 2011-2012

AÑOS/TRIM	* TURISMO	PETRÓLEO CRUDO	BANANO Y PLÁTANO	CAMARÓN	DERIVADOS PETRÓLEO	OTROS ELAB.	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES
						PROD. MAR			Productos Primarios e Industrializados
			-2		-3		-1		
2011	200,8	2.851,00	627,9	265	253	173,8	130,7	202,7	5.344,00
UBICACIÓN	6	1	2	3	4	7	8	5	
2012	250,3	3.529,90	579,1	300,4	272,3	247,5	147,8	225,9	6.195,70
UBICACIÓN	5	1	2	3	4	6	8	7	

(1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

(2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.

(3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

(\*) Según Balanza de Pagos del Ecuador (Viajes y Transporte de Pasajeros)



**ANEXO N° 3**

**Ubicación del turismo - cuadro comparativo - evolución de los 10 principales mercados / entradas**

**TABLA N° 45**

**PRINCIPALES MERCADOS EMISORES**

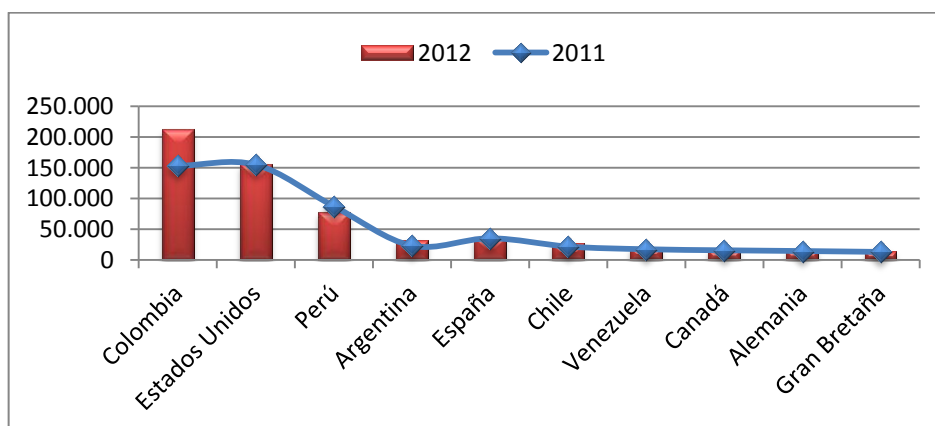
ENERO -JULIO / 2011 - 2012			
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES 2011 2012			
Var% 2012/2011			
Colombia	153.033	212.965	39,16
<b>Estados Unidos</b>	154.872	155.405	0,34
Perú	87.114	77.930	-10,54
<b>Argentina</b>	22.876	31.732	38,71
España	35.033	37.089	5,87
<b>Chile</b>	21.580	26.350	22,1
Venezuela	17.182	20.341	18,39
<b>Canadá</b>	15.494	16.356	5,56
Alemania	14.266	16.491	15,6
<b>Gran Bretaña</b>	12.835	14.059	9,54

**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

**Elaboración:** Javier Aucancela

**ANEXO N° 4**

**FIGURA N° 19**



**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

**Elaboración:** Javier Aucancela

ANEXO N° 5

TABLA N° 46

Mercados claves

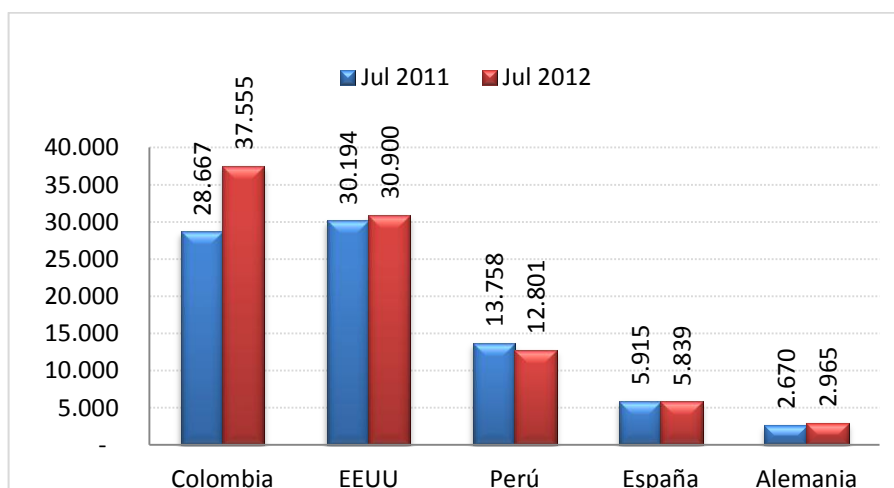
País	jul-11	jul-12	Variación	Acumulado	Acumulado	Variación	
				ENE- JUL. 2011	ENE -JUL. 2012		
Colombia	28.667	37.555	8.888	153.033	212.965	59.932	39%
EEUU	30.194	30.900	706	154.872	155.405	533	0%
Perú	13.758	12.801	-957	87.114	77.930	-9.184	-11%
España	5.915	5.839	-76	35.033	37.089	2.056	6%
Alemania	2.670	2.965	295	14.266	16.491	2.225	16%
<b>TOTAL</b>		90.060	69%				
<b>ARRIBOS JULIO</b>		<b>130.783</b>					

Fuente: Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012  
 Elaboración: Javier Aucancela

ANEXO N° 6

FIGURA N° 20

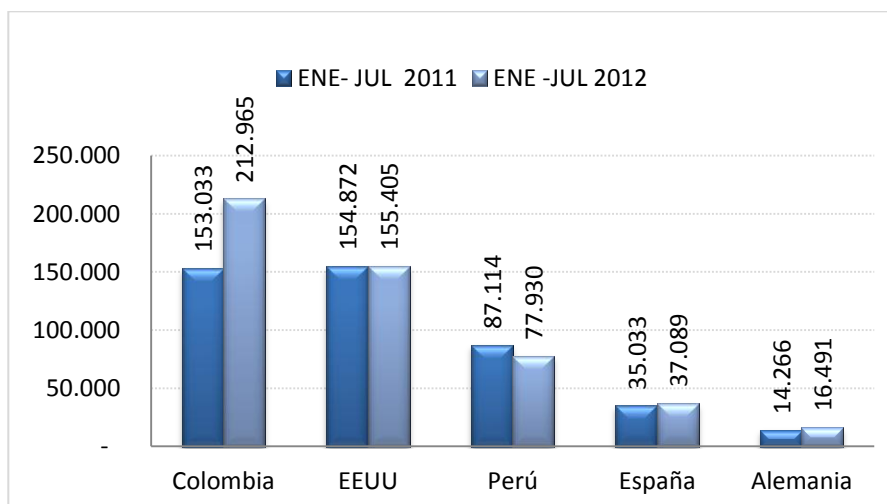
Comparativo arribos - mercados claves



Fuente: Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012  
 Elaboración: Javier Aucancela

**ANEXO N° 7**

**FIGURA N° 21**  
**Comparativo arribos acumulados - mercados clave**



**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012  
**Elaboración:** Javier Aucancela

**ANEXO N° 8**

**TABLA N° 47**  
**Mercados de consolidación**

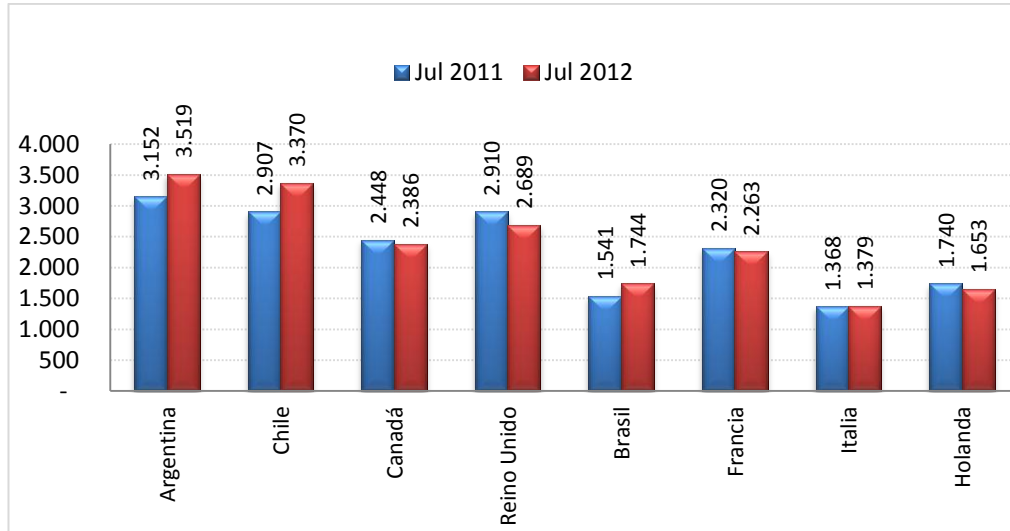
País				Acumulado	Acumulado		
	jul-11	jul-12	Variación	Ene-Jul. 2011	Ene-Jul. 2012	Variación	
Argentina	3.152	3.519	367	22.876	31.732	8.856	39%
Chile	2.907	3.370	463	21.580	26.350	4.770	22%
Canadá	2.448	2.386	-62	15.494	16.356	862	6%
Reino Unido	2.910	2.689	-221	14.059	12.835	-1.224	-9%
Brasil	1.541	1.744	203	10.013	10.530	517	5%
Francia	2.320	2.263	-57	11.363	10.833	-530	-5%
Italia	1.368	1.379	11	7.781	8.187	406	5%
Holanda	1.740	1.653	-87	5.787	7.263	1.476	26%
<b>TOTAL</b>		19.003	15%				
<b>ARRIBOS JUL.</b>		<b>130.783</b>					

**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012  
**Elaboración:** Javier Aucancela

**ANEXO N° 9**

**FIGURA N° 22**

**Comparativo arribos - mercados de consolidación**



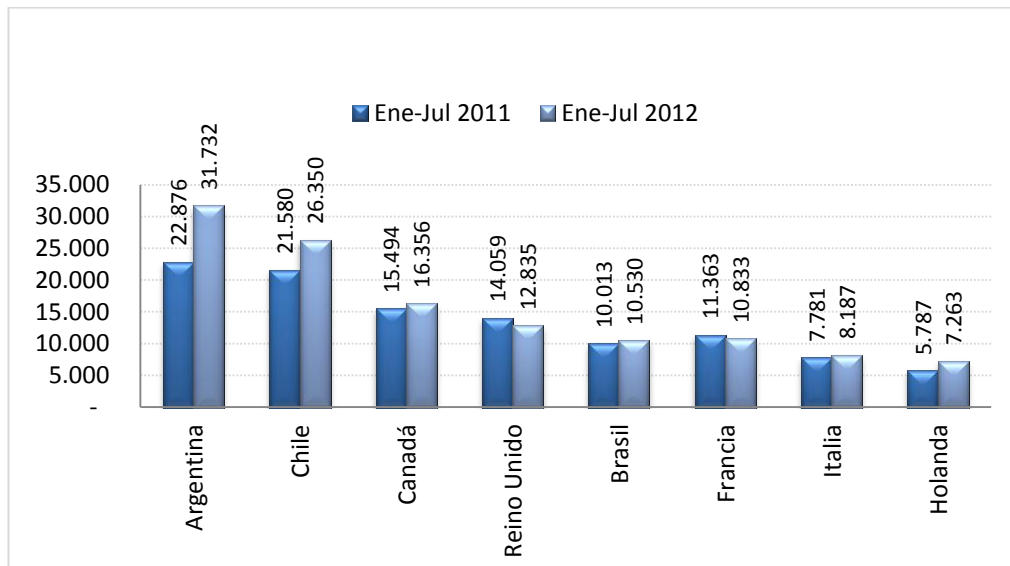
**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

**Elaboración:** Javier Aucancela

**ANEXO N° 10**

**FIGURA N° 23**

**Comparativo arribos acumulados / mercados de consolidación**



**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

**Elaboración:** Javier Aucancela

**ANEXO N° 11**

**TABLA N° 48**

**Mercados de oportunidad**

País	jul-11	jul-12	Variación	Acumulado	Acumulado	Variación	
				Ene-Jul. 2011	Ene-Jul. 2012		
Venezuela	2.838	3.561	723	17.182	20.341	3.159	18%
México	1.904	1.771	-133	9.776	11.069	1.293	13%
Panamá	831	935	104	4.715	5.888	1.173	25%
Suiza	1.208	1.422	214	5.383	4.831	-552	-10%
Bélgica	935	903	-32	3.117	3.378	261	8%
Costa Rica	405	476	71	2.541	2.909	368	14%
Austria	331	433	102	1.487	1.699	212	14%
<b>TOTAL</b>		9.501	7%				
<b>ARRIBOS JUL.</b>		<b>130.783</b>					

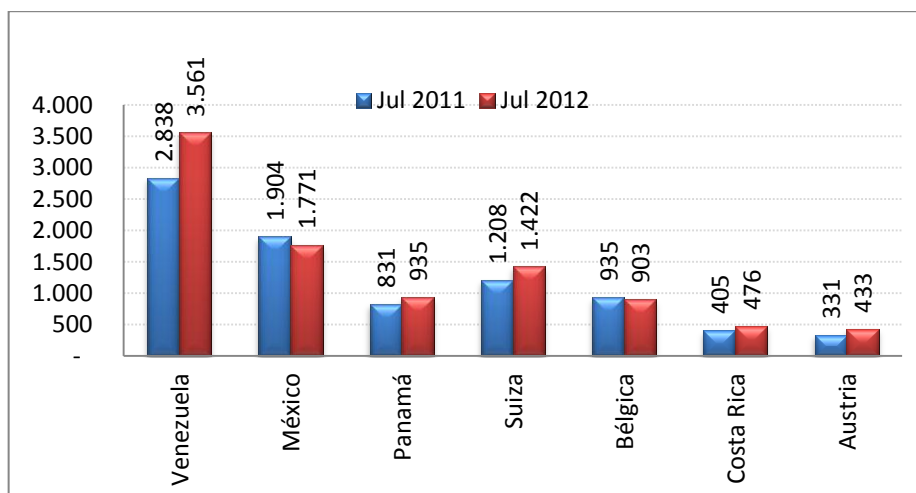
**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

**Elaboración:** Javier Aucancela

**ANEXO N° 12**

**FIGURA N° 24**

**Comparativo arribos / mercados de oportunidad**



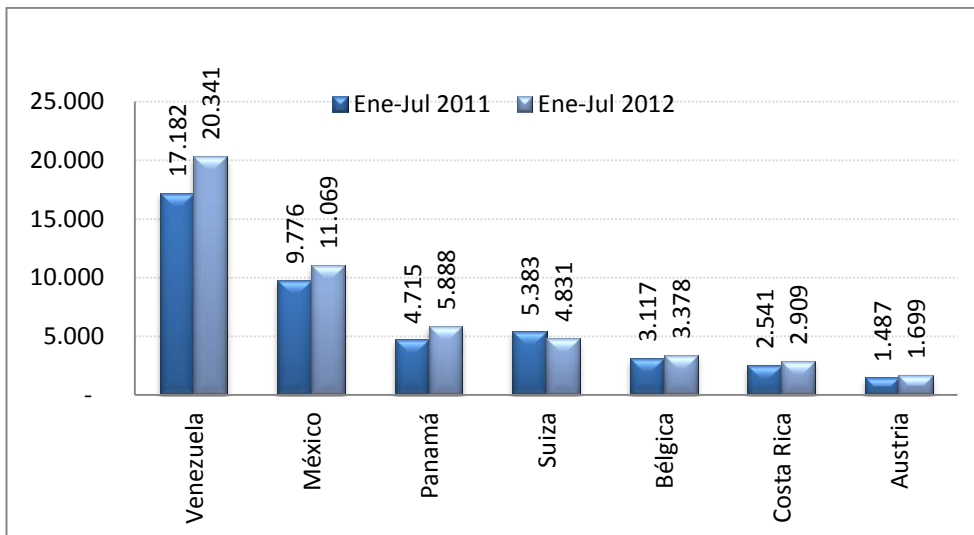
**Fuente:** Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

**Elaboración:** Javier Aucancela

ANEXO N° 13

FIGURA N° 25

Comparativo arribos acumulados / mercados de oportunidad



Fuente: Dirección Nacional de Migración / Ministerio de Turismo- 07/08/2012

Elaboración: Javier Aucancela

ANEXO N° 14

TABLA N° 49

Ingreso de turistas al Ecuador 2008-2012

MES	2008	2009	2010	2011	2012
ENE.	92.378	86.544	96.109	105.541	127.119
FEB.	74.174	72.742	89.924	86.424	99.551
MAR.	77.946	72.226	82.452	87.486	96.975
ABR.	67.557	72.910	70.540	87.509	92.627
MAY.	74.667	70.277	77.618	82.811	92.646
JUN.	89.262	89.889	91.602	99.944	118.293
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>475.984</b>	<b>464.588</b>	<b>508.245</b>	<b>549.715</b>	<b>627.211</b>
JUL.	109.250	102.571	110.545	117.997	
AGO.	96.336	87.221	95.219	98.987	
SEP.	73.757	68.124	71.776	80.083	
OCT.	79.814	77.960	83.701	88.338	
NOV.	83.458	76.965	81.253	92.566	
DIC.	86.698	91.070	96.359	113.292	
<b>TOTAL</b>	<b>1.005.297</b>	<b>968.499</b>	<b>1.047.098</b>	<b>1.140.978</b>	

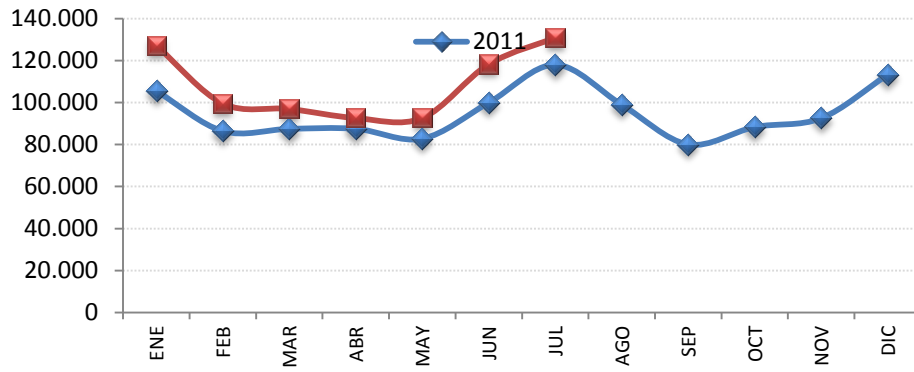
Fuente: Banco Central del Ecuador junio 2012

Elaboración: Javier Aucancela

ANEXO N° 15

FIGURA N° 26

Entrada de extranjeros al Ecuador 2011-2012



Fuente: Banco Central del Ecuador junio 2012

Elaboración: Javier Aucancela

**ANEXO N° 16**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**Facultad de Ingeniería**  
**Escuela de Gestión Turística y Hotelera**

**OBJETIVO:** El propósito de la encuesta es identificar la demanda turística para el desarrollo del Plan de Manejo Turístico del Cantón Otavalo.

**CONFIDENCIALIDAD:** Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos con esta encuesta son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

**INSTRUCCIONES**

1. Trate de contestar todas las preguntas.
2. Marque con una x el paréntesis que indica su respuesta.
3. Escriba con letra clara los renglones donde sea necesario.
4. Sus criterios son de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo.

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**FORMULARIO:** \_\_\_\_\_

**SEXO:**

1.- M ( )

2.- F ( )

**1. ¿Cuál es su procedencia?**

- 1) Norte América ( )      2) Europa ( )      3) Asia ( )  
4) Sudamérica ( )      5) Ecuador ( )

**2. ¿Cuál es su nivel de instrucción?**

- 1) Primaria ( )    2) Secundaria ( )    3) Superior ( )    4) Post Grado ( )

**3. ¿Cuál es su ocupación?**

- 1) Comerciante ( )    2) Empleado Privado ( )    3) Empleado Público ( )  
4) Estudiante ( )    5) Otro ( )    ¿Cuál? .....

**4. ¿Con qué frecuencia usted visita el Cantón Otavalo?**

- 1) Semanal ( )    2) Mensual ( )    3) Una vez al año ( )

**5. ¿Qué lugar usted utiliza para pasar la noche en el Cantón Otavalo?**

- 1) Hotel ( )    2) Hostal ( )    3) Hostería ( )    4) Hostales Residencia ( )  
5) Otro ( )    ¿Cuál? .....



**6. ¿Cuándo visita el Cantón Otavalo lo hace?**

- 1) Con Tour Organizado (Agencia de Viajes) ( )      2) Con Amigos ( )  
3) Con Familia ( )      4) Con Pareja ( )      5) Solo ( )

**7. ¿Qué lugares usted visita en el Cantón Otavalo?**

- 1) Laguna de San Pablo ( )    2) Cascada de Peguche ( )    3) El lechero ( )  
4) Parque Cónдор ( )    5) Núcleo Histórico ( )    6) Otros Lugares ( )  
¿Cuáles?.....

**8. ¿Por qué medio conoció el Cantón Otavalo?**

- 1) Tv reportajes ( )    2) Guías Turísticas ( )    3) Revistas Especializadas ( )  
4) Internet ( )    5) Amigos ( )    6) Otros ( ) ¿Cuál? .....

**9. ¿Qué categoría posee Otavalo como producto turístico?**

- 1) Excelente ( )      2) Bueno ( )      3) Malo ( )

**10. ¿Cree usted que un Plan de Manejo ayudara al desarrollo turístico del cantón Otavalo?**

- 1) Si ( )      2) No ( )

Porque.....

**11. ¿Cree usted que un Plan de Manejo permite prever problemas y tomar decisiones de manera preventiva?**

- 1) Si ( )      2) No ( )

Porque.....

**LE AGRADECEMOS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN.**

FIRMA.....

ANEXO N° 17



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

Engineering Faculty

Tourist and Hotelier Management Engineering School

OBJECTIVE: The purpose of this survey is to identify the tourist demand in order to develop a Plan of Tourist Management in the Otavalo Canton.

CONFIDENTIALITY: This survey is anonymous, the information obtained with this survey is strictly confidential and the investigator promises reserve.

INSTRUCTIONS:

- 1. Try to answer all of the questions.
2. Mark with one x inside the parenthesis that indicates your answer.
3. Write with clear letter the lines where it is necessary.
4. Your criteria are of supreme usefulness for the development of this work.

DATE: \_\_\_\_\_

FORM: \_\_\_\_\_

SEX:

1.-M ( )

2.-F ( )

1. Where are you from?

- 1) North America ( ) 2) Europe ( ) 3) Asia ( ) 4) South America ( )

2. What is your instruction level?

- 1) Primary ( ) 2) Secondary ( ) 3) Higher ( ) 4) Post Graduate ( )

3. What do you do for a living?

- 1) Businessperson ( ) 2) Private Employee ( ) 3) Civil servant ( )
4) Student ( ) 5) Other ( ) Which? ... ..

4. How often do you visit the Otavalo Canton?

- 1) Weekly ( ) 2) Monthly ( ) 3) Once a year ( )

5. Where do you stay when you visit Otavalo?

- 1) Hotel ( ) 2) Hotel ( ) 3) Inn ( ) 4) Hotels Investigates ( ) 5) Other ( )
Which? ... ..

**6. Who do you visit the Otavalo Canton with?**

- 1) With an Organized Tour (Travel Agency) ( )    2) With friends ( )  
3) With family members ( )    4) With girlfriend/boyfriend ( )    5) Alone ( )

**7. Which places do you visit in the Otavalo Canton?**

- 1) San Pablo Lake ( )    2) Peguche Waterfall ( )    3) The milk tree ( )  
4) Condor Park ( )    5) Historic Center ( )    6) Other Places ( )

Which? .....

**8. How did you know about Otavalo?**

- 1) TV articles ( )    2) Tourist Guides ( )    3) Specialized Magazines ( )  
4) Internet ( )    5) Friends ( )    6) Others ( )

Which?.....

**9. Which category does Otavalo have as a tourist product?**

- 1) Excellent ( )    2) Good ( )    3) Poor ( )

**10. Do you think that a Management Plan would help in the tourist development of the Otavalo Canton?**

- 1) Yes ( )    2) No ( )

Why? .....

**11. Do you think that a Management Plan will allow foreseeing problems and making decisions of a preventive way?**

- 1) Yes ( )    2) No ( )

Why? .....

**WE ARE THANKFUL FOR YOUR VALUABLE COLLABORATION.**

**SIGNATURE:** .....

ANEXO N° 18

**PAQUETE ECONÓMICO**  
**ITINERARIO RUTA ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA**  
 2D-1N (Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Quito)

**NO OLVIDE TRAER:**

- Bloqueador solar,
- Alimentos para picar,
- Ropa abrigada,
- Ropa Impermeable,
- Agua,
- Cámara Fotográfica.

**PLAZA DE PONCHOS**

**BÚHO BLANCO PARQUE CONDOR**

**DISTRIBUCIÓN GRATUITA**

CASA DE TURISMO  
 Dirección: Modesto Jaramillo y Quiroga  
 Telf: 2 920 - 460

iturotavalo@yahoo.es  
 desarrollo@otavalo.gov.ec

**RUTA ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA**

2 DÍAS-1 NOCHE  
 (QUITO-SAN RAFAEL-OTAVALO-PEGUCHE-QUITO)

HOTEL DE PREFERENCIA  
 SALIDA DE MARTES A MÉRCOLES

**otavalo**

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**otavalo**

Otavalo, situado en la sierra norte del Ecuador es uno de los principales centros histórico-culturales que constituye hoy por hoy, un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio y trayectoria.

La pujanza de su gente y la creatividad de sus hábiles artesanos, sumado a sus pintorescos paisajes han convertido a Otavalo en el principal mercado artesanal de Latinoamérica y parada obligatoria para los visitantes extranjeros que llegan a Ecuador.

**CASCADA DE PEGUCHE**

**ITINERARIO RUTA ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA**  
 2D-1N (Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Quito)

HOTEL DE PREFERENCIA  
 SALIDA DE MARTES A MÉRCOLES

<b>DÍA 1</b>	TRASLADO QUITO-SAN RAFAEL
	DESAYUNO TRADICIONAL
	VISITA A SAN RAFAEL (Totora SISA)
	VISITA AL LAGO SAN PABLO (Visita Puerto Lago)
	VISITA AL SOCAVÓN
	ALMUERZO TRADICIONAL
	VISITA AL MERCADO DE PONCHOS
	REGISTRO HOTEL
	CENA TRADICIONAL
	CITY NIGHT CENTRO HISTÓRICO DE OTAVALO
	CANELAS TRADICIONAL
<b>DÍA 2</b>	DESAYUNO TRADICIONAL (HOTEL)
	TRASLADO OTAVALO-PEGUCHE
	VISITA TALLERES ARTESANALES ASOC. JATARI
	ALMUERZO TRADICIONAL ASOC. JATARI
	VISITA A LA CASCADA PEGUCHE
	TRASLADO OTAVALO - QUITO

**OTAVALO URBANO**

**Elaboración:** Javier Aucancela V.

ANEXO N° 19

**PAQUETE AVENTURA, CULTURA, NATURALEZA**  
**ITINERARIO ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA**  
 3D-2N (Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Otavalo-Quito)

**NO OLVIDE TRAER:**

- Bloqueador solar
- Alimentos para picar
- Ropa abrigada
- Ropa Impermeable
- Agua
- Cámara Fotográfica.

**ÁRBOL LECHERO**

**BOSQUE DE PEGUCHE**

**DISTRIBUCIÓN GRATUITA**

CASA DE TURISMO  
 Dirección: Modesto Jaramillo y Quiruga  
 Tel.: 2 920 - 460  
 iturotavalo@yahoo.es  
 desarrollo@otavalo.gov.ec

**RUTA ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA**

**3DÍAS - 2NOCHES (QUITO-SAN RAFAEL-OTAVALO-PEGUCHE-OTAVALO-QUITO)**

HOTEL DE PREFERENCIA - ASOCIACIÓN JATARI  
 SALIDA DE MARTES A JUEVES

otavalo

Elaboración: Javier Aucancela V.

otavalo

Otavalo, situado en la sierra norte del Ecuador es uno de los principales centros histórico-culturales que constituye hoy por hoy, un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio y trayectoria.

La pujanza de su gente y la creatividad de sus hábiles artesanos, sumado a sus pintorescos paisajes han convertido a Otavalo en el principal mercado artesanal de Latinoamérica y parada obligatoria para los visitantes extranjeros que llegan a Ecuador.

**CASCADA DE PEGUCHE**

**ITINERARIO ARTESANÍAS, CULTURA Y NATURALEZA**  
 3D-2N (Quito-San Rafael-Otavalo-Peguche-Otavalo-Quito)

HOTEL DE PREFERENCIA - ASOCIACIÓN JATARI  
 SALIDA DE MARTES A JUEVES

**DÍA 1**

- TRASLADO QUITO - SAN RAFAEL
- DESAYUNO TRADICIONAL
- VISITA A SAN RAFAEL (Totoras SISA)
- VISITA AL LAGO SAN PABLO (Visita Puerto Lago)
- VISITA AL SOCAVÓN
- ALMUERZO TRADICIONAL
- VISITA AL MERCADO DE PONCHOS
- PERFECTO HOTEL CHEQUITOS
- CENA TRADICIONAL
- CITY NIGHT CENTRO HISTÓRICO DE OTAVALO

**DÍA 2**

- DESAYUNO TRADICIONAL
- TRASLADO OTAVALO - LECHERO
- VISITA LECHERO
- TRASLADO LECHERO - PARQUE CÓNDO
- VISITA PARQUE CÓNDO
- TRASLADO PARQUE CÓNDO - PEGUCHE
- ALMUERZO TRADICIONAL ASOC. JATARI
- VISITA TALLERES ARTESANALES ASOC. JATARI
- TRASLADO ALMOJANIMO ASOC. JATARI
- CENA TRADICIONAL ASOC. JATARI
- DEMOSTRACIÓN DE MÚSICA ANDINA
- CANELASO TRADICIONAL

**DÍA 3**

- DESAYUNO TRADICIONAL ASO. JATARI
- VISITA A LA CASCADA PEGUCHE
- TRASLADO PEGUCHE - OTAVALO
- ALMUERZO TRADICIONAL OTAVALO
- TRASLADO OTAVALO - QUITO

OTAVALO URBANO


Elaboración: Javier Aucancela V.

ANEXO N° 20


**PAQUETE COMPLETO**  
**JÓVENES-ADULTOS (28-45 años) (45-60 años)**

**NO OLVIDE TRAER:**


Bloqueador solar,  
Alimentos para picar,  
Ropa abrigada,  
Ropa Impermeable,  
Agua,  
Cámara Fotográfica.



**CERRO FUYA FUYA**



**GAVILÁN  
PARQUE CONDOR**




**DISTRIBUCIÓN GRATUITA**

CASA DE TURISMO  
Dirección: Modesto Jaramillo y  
Quiroga  
Taf.: 2 920 - 460

iturrotavalo@yahoo.es  
desarrollo@otavalo.gov.ec


Diseño y Fotografía: Alfredo Javier Aucancela Verga  
Mujer: Unidad de Turismo




**RUTA ARTESANÍAS,  
CULTURA Y NATURALEZA**

**4DÍAS - 3NOCHE S  
(QUITO-SAN RAFAEL-ILUMÁN-  
PEGUCHE-OTAVALO-QUITO)**

HACIENDA DE PREFERENCIA - CHUQUITOS  
HOTEL ASOCIACIÓN SATARI  
SALIDA DE MARTES A VIERNES





**Elaboración:** Javier Aucancela V.

otavalo

Otavalo, situado en la sierra norte del Ecuador es uno de los principales centros histórico-culturales que constituye hoy por hoy, un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio y trayectoria.

La pujanza de su gente y la creatividad de sus hábiles artesanos, sumado a sus pintorescos paisajes han convertido a Otavalo en el principal mercado artesanal de Latinoamérica y parada obligatoria para los visitantes extranjeros que llegan a Ecuador.



**CASCADA DE PEGUCHE**

ITINERARIO ARTESANIAS CULTURA Y NATURALEZA	
4DÍAS (QUITO-SAN RAFAEL-ILUMÁN-PEGUCHE-OTAVALO-QUITO)	
HACIENDA DE PREFERENCIA - CHUQUITOS HOTEL ASOCIACIÓN SATARI	
SALIDA DE MARTES A VIERNES	
<b>DÍA 1</b>	TRABAJO OTAVALO-SAN RAFAEL DESAYUNO TRADICIONAL VISTA A SAN RAFAEL, DONDE SE HA TRABAJADO EN TIEMPO SAN RAFAEL - ILUMÁN VISTA A TALLERES ARTESANIALES ILUMÁN ALMUERZO TRADICIONAL ILUMÁN VISTA A LA INDUSTRIA DE CERAMICA LOCAL TRABAJO A LA HACIENDA TAMBO COCA CENA TRADICIONAL
<b>DÍA 2</b>	DESAYUNO TRADICIONAL TRABAJO ILUMÁN-PEGUCHE VISTA A TALLERES ARTESANIALES ASOCIACIÓN SATARI ALMUERZO TRADICIONAL ASOCIACIÓN SATARI VISTA A LA CASCADA PEGUCHE TRABAJO A LA HACIENDA ASOCIACIÓN SATARI CENA TRADICIONAL IDENTIFICACIÓN DE MICHICA ANTIÑA CANTINA TRADICIONAL
<b>DÍA 3</b>	DESAYUNO TRADICIONAL ASOCIACIÓN SATARI TRABAJO PEGUCHE - OTAVALO VISTA AL BOGAVOS ALMUERZO TRADICIONAL VISTA A LA INDUSTRIA DE BOGAVOS REGISTRO HOTEL CHUQUITOS CENA TRADICIONAL CITA NOCHE CON EL DEPARTAMENTO DE OTAVALO
<b>DÍA 4</b>	DESAYUNO TRADICIONAL TRABAJO OTAVALO-QUITO VISTA A QUITO TRABAJO A QUITO - PASEO EN CONDOR CENA PASEO CONDOR TRABAJO PASO CONDOR-LAGO SAN PABLO VISTA AL LAZO SAN PABLO (Vista Paso Lazo) ALMUERZO TRADICIONAL PASEO LAGO TRABAJO PASEO LAGO-QUITO




**Elaboración:** Javier Aucancela V.

ANEXO N° 21

GUÍA TURÍSTICA DE OTAVALO 2013

Fuente: Unidad de Turismo del cantón Otavalo

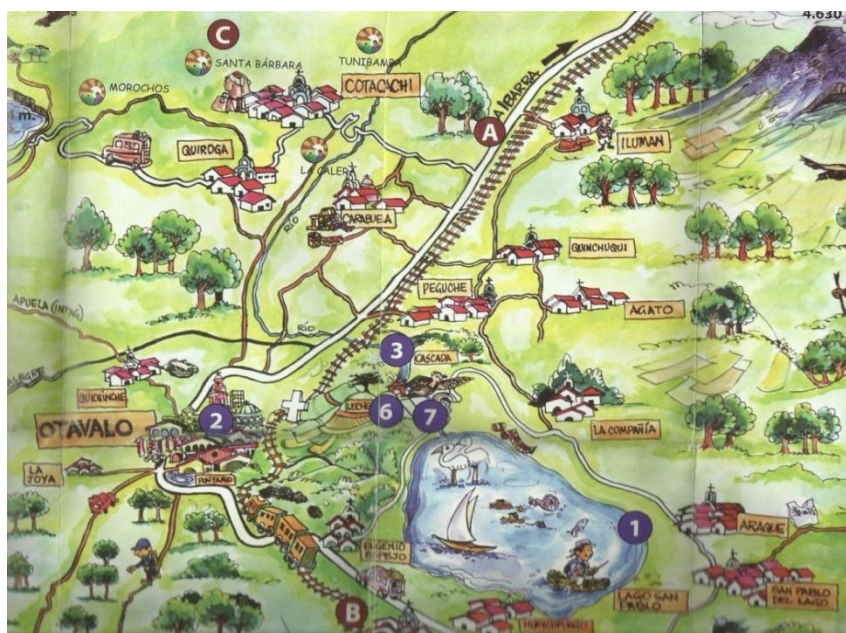
ANEXO N° 22

MAPAS TURÍSTICOS DE OTAVALO

Fuente: Unidad de Turismo del cantón Otavalo

ANEXO N° 23

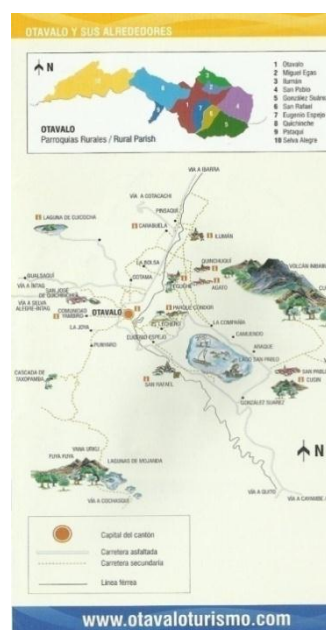
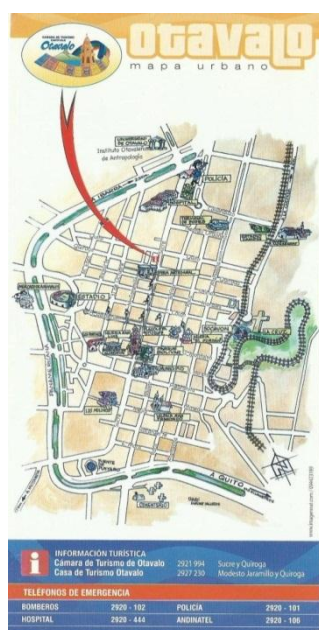
MAPAS TURÍSTICOS DE OTAVALO



Fuente: Unidad de Turismo del cantón Otavalo

ANEXO N° 24

MAPAS TURÍSTICOS DE OTAVALO



Fuente: Unidad de Turismo del cantón Otavalo



**FOTO N° 1 LOGOTIPO GOBIERNO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN OTAVALO**



Gobierno Municipal de Otavalo

**FOTO N° 2 LOGOTIPO OTAVALO**



**FOTO N° 3 FACHADA Y LOBBY CASA DE TURISMO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N°4 CALLE SUCRE (AV. TURÍSTICA)**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 5 ATARDECER IGLESIA JORDAN, IGLESIA SAN LUIS**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 6 PLAZA DE PONCHOS, FERIA ARTESANAL SÁBADO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 7 PUESTO ARTESANAL, PLAZA DE PONCHOS**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 8 MIRADOR COLIBRÍ, CRUZ DEL PAPA**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 9 OTAVALO AL AMANECER**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 10 FIESTA DEL YAMOR, DANZA TRADICIONAL.**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 11 FIESTA YAMOR, CONCIERTO COLECTIVO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 12 MUJERES OTAVALEÑAS, ASC. JATARI**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 13 MUJER LABRANDO TIERRA, LECHERO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 14 ATARDECER LECHERO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 15 BÚHOS PARQUE CÓNDROR**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 16 LAGO SAN PABLO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

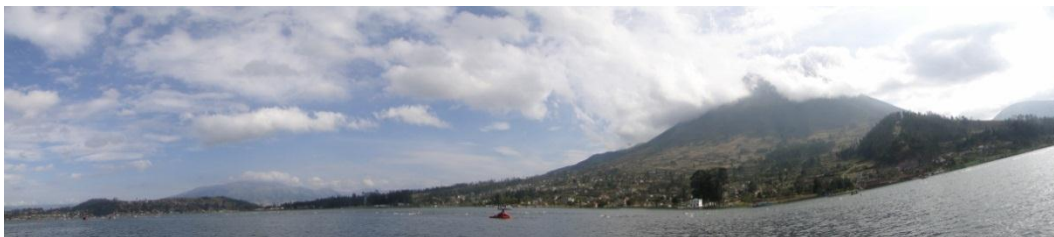
**FOTO N° 17 CRUCE DEL LAGO SAN PABLO**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.



**FOTO N° 18 LAGO SAN PABLO VISTA PANORÁMICA**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 19 PARQUE CÓNDROR VISTA PANORÁMICA**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 20 LAGUNA MOJANDA**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 21 ELEVACIÓN FUYA FUYA**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 22 PLAZA CEREMONIAL PEGUCHE**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 23 INGRESO CASCADA PEGUCHE**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 24 CASCADA PEGUCHE**



**Elaboración:** Javier Aucancela V.

**FOTO N° 25 EVIDENCIA FOTOGRÁFICA**



**Elaboración: Javier Aucancela V.**



**Elaboración: Javier Aucancela V.**



**Elaboración: Javier Aucancela V.**



REPUBLICA DEL ECUADOR  
**GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO**

Otavalo, 12 de abril del 2012

Señor:

Alfredo Javier Aucancela Vargas


**ESTUDIANTE DE LA ESCUELA DE GESTION TURISTICA Y HOTELERA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**


Presente.-


En mi calidad de Director de Desarrollo Económico Local, y atendiendo a su solicitud, autorizo a su persona para el desarrollo del Proyecto de Grado, el mismo que lleva como título **“ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE MANEJO TURÍSTICO DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO – IMBABURA 2012-2013”**, para la cual la Unidad de Turismo de esta dirección aportara con la información que usted requiera, así mismo con el compromiso de que este proyecto de grado sea entregado de forma oficial a la Dirección de Desarrollo Económico Local del Municipio de Otavalo.

Particular que informo para los fines pertinentes.

Atentamente

  
MBA. Marcelo Lema

  
GOBIERNO AUTÓNOMO DE IMBABURA  
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN

  
JEFATURA DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL  
MUNICIPIO DE OTAVALO

**DIRECTOR DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL**