

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

### CARRERA DE TURISMO

**Tema: “El perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo”**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del  
título de Licenciados en Turismo

AUTORES: Corrales Bernal Gina Pamela  
Rojas Grijalva Franco Marcelo  
TUTOR: Ing. Bolaños Tobar Dennys Andres MSc.

Tulcán, 2023.

## CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que los estudiantes Corrales Bernal Gina Pamela y Rojas Grijalva Franco Marcelo con el número de cédula 1004813851 y 0401831870 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "El perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

---

Ing. Bolaños Tobar Dennys Andres MSc.

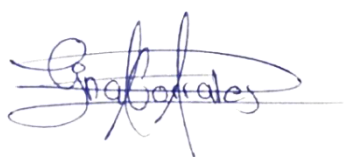
**TUTOR**

Tulcán, julio de 2023

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciados en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Nosotros, Corrales Bernal Gina Pamela y Rojas Grijalva Franco Marcelo con cédula de identidad número 1004813851 y 0401831870 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



---

Corrales Bernal Gina Pamela

**AUTORA**



---

Rojas Grijalva Franco Marcelo

**AUTOR**

Tulcán, julio de 2023

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotros Corrales Bernal Gina Pamela y Rojas Grijalva Franco Marcelo declaramos ser autores de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "El perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Corrales Bernal Gina Pamela

**AUTORA**



---

Rojas Grijalva Franco Marcelo

**AUTOR**

Tulcán, julio de 2023

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar presente en mis comienzos y en mis finales, fue al único que no le asustaron mis miedos a lo largo de mi vida académica.

Quiero agradecer a mis padres Fernando Corrales y Myrian Bernal son dos pilares fundamentales en mi proceso profesional y personal, son quienes siempre me brindaron su guía, apoyo y amor incondicional.

De la misma manera quiero darle gracias a mi Abuelito Bayardo Corrales quién con sus conocimientos y apoyo a lo largo de mi vida universitaria fue un pilar importante.

A nuestro tutor Msc. Dennys Bolaños quién con sus conocimientos nos guio a lo largo de nuestro trabajo de titulación y a todos los docentes que me motivaron y contribuyeron con sus conocimientos en mi formación profesional.

Corrales Bernal Gina Pamela

Agradezco infinitamente a mis padres Marcelo Rojas y María Grijalva a mis hermanas Gabriela y Jocelin, quienes me otorgan su apoyo incondicional tanto económico como emocional, en este trayecto supieron ser mi guía y mi inspiración.

Agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por haberme brindado la oportunidad de haberme formado como profesional, agradezco de igual manera a los diferentes docentes quienes me brindaron los diversos conocimientos a lo largo de la carrera, en especial a mi tutor MSc. Dennys Bolaños que supo ser la guía en este proceso de formación y aprendizaje.

Rojas Grijalva Franco Marcelo

## DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo a Dios que es la base fundamental en mi vida tanto personal como académica.

También quiero dedicar la tesis a mis padres Fernando Corrales y Myrian Bernal quienes son el motor de mi vida que, con su sacrificio, apoyo y guianza me impulsaron a cumplir una de las más importantes metas de vida que tengo.

Va dedicado también a mi abuelito Bayardo Corrales por su apoyo incondicional quien es una de las personas especiales y mi ejemplo a seguir.

A mis queridos hermanos Maiza Corrales, Jimmy Corrales y Deysi Corrales quienes con sus palabras de aliento me motivaban a seguir adelante para que cumpla con mis ideales.

No ha sido sencillo mi camino académico hasta ahora, pero mi esfuerzo, dedicación y la claridad en mis metas me han permitido culminar esta carrera universitaria.

Corrales Bernal Gina Pamela

Dedico el presente trabajo a mis padres Marcelo Rojas y María Grijalva quienes me han apoyado desde el inicio de mi formación como profesional y han sido mi guía en las dificultades que se han presentado durante este tiempo académico.

A mis hermanas Gabriela y Jocelin las cuales han sido mi mayor inspiración, gracias por su apoyo incondicional por las enseñanzas y consejos brindados.

Rojas Grijalva Franco Marcelo

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	12
<b>ABSTRACT</b> .....	13
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	14
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	15
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	15
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	16
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	16
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	17
1.4.1. Objetivo General .....	17
1.4.2. Objetivos Específicos .....	17
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	17
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	18
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	18
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	20
2.2.1. Turismo .....	20
2.2.2. Turista .....	20
2.2.3. Perfil del turista .....	20
2.2.4. Motivaciones del turista para realizar su viaje .....	20
2.2.5. Satisfacción del turista.....	24
2.2.6. La contribución de la cultura al desarrollo local .....	24
2.2.7. Desarrollo del turismo cultural.....	25
2.2.8. Cultura .....	26

2.2.9. Recursos culturales.....	26
2.2.10. Turismo cultural .....	27
2.2.11. Tipos de turismo cultural .....	27
2.2.12. Identidad cultural.....	28
2.2.13. Método e indicadores para medir el turismo cultural .....	29
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>33</b>
3.1.1. Enfoque.....	33
3.1.2. Tipo de Investigación.....	33
3.1.2.1. Investigación documental.....	34
3.1.2.2. Investigación descriptiva .....	34
3.1.2.3. Investigación de campo .....	35
<b>3.2. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>35</b>
3.3.1. Definición de las variables.....	35
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....</b>	<b>39</b>
3.4.1. Método no experimental .....	39
3.4.2. Método bibliográfico.....	39
3.4.3. Método inductivo .....	39
3.4.4. Técnicas.....	39
3.4.4.1. Encuestas .....	39
3.4.4.2. Entrevistas .....	40
<b>3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....</b>	<b>40</b>
3.5.1. Población y Muestra .....	40
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>42</b>
<b>4.1. RESULTADOS.....</b>	<b>42</b>



4.1.1. Resultados de la variable independiente de los cantones. ....	43
4.1.2. Resultados de la variable dependiente desarrollo turístico .....	50
<b>4.2. DISCUSIÓN .....</b>	<b>69</b>
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>72</b>
5.1. CONCLUSIONES .....	72
5.2. RECOMENDACIONES .....	73
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>74</b>
<b>VII. ANEXOS .....</b>	<b>77</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las motivaciones .....	21
Tabla 2. Clasificación de las motivaciones .....	21
Tabla 3. Indicadores para la evaluación del perfil del turista. ....	22
Tabla 4. Definición y Operacionalización de la variable independiente .....	36
Tabla 5. Definición y Operacionalización de la variable dependiente.....	37
Tabla 6. Evaluación del desarrollo del turismo cultural.....	50
Tabla 7. Número de visitantes.....	54
Tabla 8. Educación .....	55
Tabla 9. Gasto en educación.....	55
Tabla 10. Medios de comunicación .....	56
Tabla 11. Patrimonio.....	57
Tabla 12. Ocio .....	58
Tabla 13. Artes Escénicos.....	60
Tabla 14. Espacios Escénicos .....	60
Tabla 15. Festivales .....	61
Tabla 16. Eventos .....	61
Tabla 17. Sala de conciertos.....	62
Tabla 18. Economía.....	62
Tabla 19. Gasto total de viajes de residentes .....	63
Tabla 20. Gasto total en viajes de turistas extranjeros .....	64
Tabla 21. Empleo cultural por actividades económicas.....	64
Tabla 22. Turistas extranjeros que realizan actividades culturales .....	65
Tabla 23. Análisis cualitativo del cantón Otavalo. ....	65
Tabla 24. Análisis cualitativo del cantón Ibarra. ....	67

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Indicadores propuestos para la medición del turismo cultural.....	31
Figura 2. Análisis del Perfil del turista que visita el cantón Otavalo .....	44
Figura 3. Mapa de ubicación del Cantón Ibarra.....	53
Figura 4. Mapa de ubicación del cantón Otavalo. ....	54
Figura 5. Encuestas en el cantón Otavalo .....	85
Figura 6. Encuestas en el cantón Ibarra .....	85
Figura 7. Entrevista al Msc. Marco Lema .....	86
Figura 8. Entrevista a la Msc. Alba Terán .....	86

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC .....	77
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	79
Anexo 3. Instrumento de recolección de información visitantes .....	80
Anexo 4. Instrumento de recolección de información directores.....	83
Anexo 5. Registro fotográfico.....	85

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad analizar el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones y su repercusión en el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo. Para la ejecución de esta investigación se utilizó la metodología de enfoque cualitativo, con un tipo de investigación descriptiva, documental igualmente con una modalidad de campo. La idea a defender se realizó de con el fin de conocer si el perfil del turista repercute en el desarrollo del turismo cultural local de los cantones Ibarra y Otavalo. Mientras que para la recolección de datos se realizó a través de dos instrumentos que son encuestas y entrevistas, en el análisis de resultados se usó el programa SPSS y documentación bibliográfica, descriptiva. La población investigada fueron a los turistas que visitan los cantones Ibarra y Otavalo y a los directores del Departamento de Turismo de los GAD. De modo que se obtuvo como resultados que el perfil del turista si repercute en el desarrollo del turismo cultural local de los cantones antes mencionados. Finalmente se concluye que el perfil del turista que visita el cantón Otavalo tiene como principal motivación el aspecto cultural mientras que el turista que realiza su visita al cantón Ibarra es motivado por el aspecto de reposo y descanso.

**Palabras Claves:** Perfil del turista, Desarrollo del turismo cultural local, Turismo cultural.

## ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the profile of the tourist in order to understand their motivation and their impact on the development of local cultural tourism in the cantons of Ibarra and Otavalo. For the execution of this research the methodology of qualitative with a descriptive research approach was used as well as documentary also with field research. The idea to defend was stated to know if the profile of the tourist affects the development of local cultural tourism in the cantons Ibarra and Otavalo. While data collection was carried out through two instruments: surveys and interviews, the results analysis used the SPSS program and descriptive bibliographic documentation. The population investigated were the tourists who visit the cantons and the directors of the Department of Tourism of the Municipality. As a result, it could be appreciated that the tourist profile has an impact on the development of local cultural tourism in the aforementioned cantons. Finally, it is concluded that the profile of the tourist who visits Otavalo have the cultural aspect as main motivation while the tourist who visit Ibarra is motivated by the aspect of resting and relaxing. Keywords: Tourist profile, Development of local cultural tourism, Cultural tourism.

**Keywords:** Tourist profile, Development of local cultural tourism, Cultural tourism

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se elaboró con la finalidad de identificar el perfil del turista como un medio importante para el conocimiento de las motivaciones de viaje de los turistas que visitan los cantones Ibarra y Otavalo y su repercusión en el desarrollo del turismo cultural local; en primer lugar se planteó como objetivo general Analizar el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones y su repercusión en el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo para cumplirlo se han planteado los siguientes objetivos específicos. Fundamentar bibliográficamente las variables de estudio para obtener una visión más amplia acerca de la investigación, se identificó el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones y se examinar el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo para la determinación de su situación actual.

Por lo cual fue fundamental conocer sobre el perfil del turista y sus motivaciones de los turistas que visitan los cantones Ibarra y Otavalo para lo cual se aplicó varios instrumentos dirigidos a técnicos y jefes de los departamentos de turismo de los cantones, encuestas dirigidas a los turistas de las parroquias y por último un estudio bibliográfico de las variables.

Para esta investigación se desarrolló siete capítulos, en el primer capítulo se ha determinado el problema, el segundo capítulo se fundamentan las variables de investigación, en el tercer capítulo se halla la metodología y la operalización de variables, en el cuarto capítulo se encuentra la metodología y la operalización de las variables, el quinto capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones , en el sexto capítulo se encuentra las referencias bibliográficas del estudio y en el séptimo capítulo se encuentran anexos referentes a la investigación realizada

## **I. EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el país el turismo es una de las fuentes económicas de gran importancia que genera empleo e incrementa oportunidades en los sectores que se dedican al ámbito turístico y que han sido beneficiados debido a sus atractivos y destinos turísticos. La provincia de Imbabura posee grandes cantones como Ibarra y Otavalo que se caracterizan por sus atractivos turísticos culturales y recursos naturales que en su gran mayoría no han sido aprovechados en su totalidad por lo que los turistas desconocen el potencial turístico de turismo cultural que existe en estas localidades.

Sin embargo, fue importante hacer mención que en los cantones existe un limitado conocimiento sobre el perfil del turista debido a que no existe un control estadístico de los mismos al no tener definido el tipo de turistas que los visitan ni tener identificado sus motivaciones y preferencias al momento de realizar turismo en estos cantones, a la vez ocasiona el escaso desarrollo del turismo cultural local por lo que éste no está debidamente enfocado en las necesidades que buscan los turistas y al no contar con una visión clara del perfil del turista perjudica a la población de forma económica.

El desarrollo cultural local tuvo como función establecer un vínculo entre el visitante y la población local, la cual transmite su conocimiento mediante su permanencia en los lugares, de modo que, si no se tiene una dirección clara del desarrollo turístico cultural le privan al turista, en conocer el verdadero origen e identidad de estos cantones.

A pesar de la variada riqueza cultural que existe en los cantones de Ibarra y Otavalo no se han presentado giros positivos en los mismos, al desconocer las motivaciones y preferencias del turista sobre todo haciendo hincapié al desinterés por parte de las instituciones y autoridades que no realizan acciones por despertar el interés de los turistas por la cultura. Consecuentemente afectado al desarrollo turístico cultural local que hoy en día ya no se basa únicamente en la atracción de monumentos, arqueología o sitios históricos, sino al aporte de conocimiento, valores e identidad que se puede brindar a los turistas.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El limitado conocimiento sobre el perfil del turista provoca el desconocimiento de sus motivaciones turísticas, lo que ocasiona el escaso desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo en el año 2022.

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación es de gran importancia de modo que el perfil del turista es un conjunto de características demográficas, sociales, culturales y de distinta mentalidad, que distingue a los visitantes de acuerdo a las preferencias y motivaciones que poseen. Además, el perfil del turista se adquiere mediante una investigación y sirve para definir al público objetivo. Permitiendo saber el tipo de gusto y preferencias de cada turista que visita un sector o localidad (Sandoval, Ordoñez, & Noblecilla, 2018).

La finalidad de analizar el perfil del turista en los cantones Ibarra y Otavalo, fue el punto clave para el desarrollo del turismo cultural local y promoviendo valores dentro de su entorno, así como también involucrar a la sociedad para que todos encuentren las mejores alternativas y puedan emprender proyectos en los que se pueda incentivar y enriquecer de conocimiento sobre la cultura que existe en estos lugares. El reconocimiento que se le da al perfil del turista como un proceso de estrategia de comunicación, que ayuda a la conexión social y emocional del visitante o turista dando así el verdadero significado e interpretación de la cultura que el turista busca con el fin de que incremente su conocimiento cultural.

El desarrollo turístico cultural pudo definirse como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios que son idóneos para satisfacer las necesidades del turista y definido de una mejor manera, generando empleos e ingresos económicos. (Varisco, 2018)

Es importante citar que en la actualidad el turista no desea ser solo un oyente sino también vivir una experiencia distinta a lo usual llevando nuevas expectativas y conocimientos que desarrollen el turismo cultural local y que sean acordes a lo que ellos buscan.

Con la ejecución de esta investigación se beneficiaron de forma directa los pobladores de los cantones Ibarra y Otavalo, de modo que al determinar el perfil del turista generará nuevas actividades y oportunidades de turismo cultural en dichos



lugares. Finalmente, los beneficiarios indirectos fueron los turistas y visitantes que se llevarán una experiencia diferente a la común y a su vez mejora el desarrollo del turismo cultural de las localidades.

#### **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

##### 1.4.1. Objetivo General

Analizar el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones y su repercusión en el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo.

##### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las variables de estudio para obtener una visión más amplia acerca de la investigación.
- Identificar el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones.
- Examinar el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo para la determinación de su situación actual.

##### 1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo aborda la literatura científica el perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural?
- ¿Cuál es el perfil del turista que acude a los cantones Ibarra y Otavalo motivado por el turismo cultural?
- ¿Existe desarrollo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo?
- ¿Reconocer el perfil del turista ayudaría en el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo investigativo se presentan los siguientes antecedentes investigativos que significaron de forma positiva un gran aporte para el desarrollo de la investigación.

Como primer estudio Beltrán y Parra (2017) efectuaron la investigación "Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar" planteando como objetivo general la obtención de clusters o perfiles turísticos en función de las motivaciones turísticas, siguiendo el modelo de Crompton que permite segmentó las conductas y comportamientos en el mercado turístico.

Esta investigación utiliza una metodología de enfoque cuantitativa, mediante el análisis por conglomerados en el cual se obtuvo cuatro perfiles turísticos racionales, emocionales, antropológicos y hedonistas los cuales están relacionados a las necesidades y deseos de los turistas.

El estudio diseñó un cuestionario como instrumento de investigación que se empleó a 796 personas en una escala de Likert que consta de 11 puntos calificativos en la que 0 es la más baja y 10 es la más alta. Obteniendo como resultados o cuatro clases de turistas, denominados racionales, antropológicos, emocionales y hedonistas. Cada uno de ellos tiene unas características y preferencias que los hace adoptar comportamientos similares a la hora de viajar y diferentes del resto.

Al final de la investigación los autores concluyeron que determinar el perfil del turista es importante, porque, el estudio de las motivaciones de los turistas sirve para comprender mejor el comportamiento de las personas a la hora de viajar, siendo este hecho la razón de ser del sistema turístico.

Con respecto a la segunda variable dependiente de la investigación que es el desarrollo del turismo cultural presenta el estudio investigativo de (Mallor, Gonzales y Fayos, 2013) mencionan en su artículo ¿Qué es y cómo se mide el turismo cultural? Un estudio de tipo longitudinal con sucesiones temporales para el caso español, con un enfoque mixto (cualitativo) que permite analizar aspectos culturales y el porcentaje

de gastos por turistas, los datos obtenidos en esta investigación se refieren al desarrollo del turismo cultural al ser una actividad que responde como la mayor de las fuentes de turismo en el mundo como principio de motivaciones sociales y de autoestima para los visitantes y que tienen como propósito la conservación del patrimonio para el desarrollo tanto cultural como económico, para lo cual se establece mediciones considerando a las atracciones culturales relevantes se convierten en la expresión de la cultural del destino y en un indicador turístico, dicha aproximación es posible porque en destinos turísticos existe una serie de datos específicos relevantes que se convierten en indicadores directos como la creación de empleos que son necesarios para el desarrollo del turismo local.

Finalmente, se analizó el estudio de Borbor (2017), con el título "Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro", en donde el perfil del turista es percibido como una fuente potencial turística para el desarrollo del turismo de modo que ayuda a un aporte a la Comuna en la realización de mejoras en el sector turístico e igualmente a los principales actores al tener una idea clara y exacta de qué es lo que el turista busca cuando visita este sector, con esta base las autoridades pertinentes puedan partir con el trabajo de implementación que ayudará al desarrollo de manera significativa y que de esta forma la localidad siga teniendo acogida. Para lo cual, el autor propuso como objetivo principal en su investigación identificación del perfil del turista de la comuna San Pedro haciendo uso de diferentes elementos de estudio para la elaboración de un diagnóstico que aporte al desarrollo turístico comunitario.

Utilizando una metodología de carácter descriptivo con enfoque cualitativo, adjunto a idea a defender, haciendo uso de los instrumentos de encuestas a los turistas que visita la comuna San Pedro y entrevistas a los pobladores de la comuna que realizan actividades turísticas. Obteniendo como resultados que es necesario realizar la investigación sobre la identificación del perfil del turista para así aportar al desarrollo turístico del sector.

Es importante mencionar que el estudio del perfil del turista es uno de los mayores indicadores para lograr el progreso de cambio y mejora de una comunidad, en vista de que de ellos depende la ejecución y el desarrollo del sector turístico local. El turismo es una actividad cambiante y es debido a esta razón que hasta el minúsculo tipo de estudio de seguimiento que se realice va a ayudar a que un determinado

sector que está implementando este mercado conozca las exigencias, motivaciones y necesidades.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### 2.2.1. Turismo

OMT (2011) explica que "turismo" alude a todas y cada una de las actividades que son realizadas por los visitantes, lo que incluye a los turistas y excursionistas en un periodo inferior a 12 meses, con la finalidad de hacer recreación, negocios, pedagógico y ocio.

### 2.2.2. Turista

Moreno (2011) comenta que "el turista es un visitante que permanece o que su estancia es mayor al lapso de 24 horas en el lugar de su visita, con fines de ocio, diversión, salud, religiosos, negocios y educativos" (p.143).

### 2.2.3. Perfil del turista

Es considerado como el análisis del conjunto de características psicológicas, demográficas, geográficas y económicas de un turista. Estimando la causa que dicha persona tuvo para emprender su viaje hacia un destino o atractivo turístico con el objetivo de conocer quiénes son, cuáles son sus motivaciones, expectativas y preferencias al momento de viajar independientemente de que sea un turista nacional o extranjero. (Borbor, 2017)

El estudio del perfil de un turista permite conocer el origen de las personas que visitan un destino turístico, las motivaciones que les impulsó a emprender el viaje y el estilo de vida; permitiendo que el sector turístico crea y mejore la oferta turística en base a las necesidades y preferencias de los turistas. Logrando que se genere una oportunidad de aprovechamiento de los recursos con los que cuenta un país, provincia o cantón mejorando el desarrollo del sector turístico. (Borbor, 2017)

### 2.2.4. Motivaciones del turista para realizar su viaje

La conducta del turista permite conocer la razón por la que realiza su viaje, las motivaciones, necesidades y preferencias representan una herramienta crucial para el análisis profundo y conciso de sus características turísticas.

El estudio de las motivaciones está relacionado con las preferencias y deseos, a su vez tomando en cuenta que son dos conceptos diferentes. En el ámbito turístico las

motivaciones son el comportamiento del turista que sirve para comprender la conducta de viaje y decisión de compra. (Beltrán y Parra, 2017)

Según Beltrán y Parra (2017) segmenta a las motivaciones en dos categorías y subcategorías que permiten precisar el perfil de un turista respecto a sus motivaciones y características. Lo cual se puede corroborar en la Tabla 1 que se encuentra a continuación:

**Tabla 1.** Clasificación de las motivaciones

<b>Motivaciones Psicológicas</b>	
Escape del ambiente cotidiano	Significa un cambio temporal de ambiente que sea diferente al lugar de residencia o trabajo
Exploración y evaluación del yo	Los viajes representan la oportunidad en la que el viajero explora y se dedica a descubrir su identidad, a realizar actividades en las que implique el autoconocimiento.
Relajación	Procedimiento originado de la experiencia de hobbies e intereses que no son desarrollados en el diario vivir.
Prestigio	Impacto y decisión en el viaje de acuerdo al estilo de vida del viajero.
Mejora de las relaciones de parentesco/Motivación Familiar	Los viajes en familia fortalecen las relaciones y se adquieren diferentes experiencias.
Facilitación de la interacción social	El tiempo de vacaciones es propicio para conocer, interactuar y descubrir culturas, costumbres y estilos de vida diferentes a las del entorno. Creando nuevas interacciones entre nuevas personas.
<b>Motivaciones Culturales</b>	
Novedad	Hace relación al interés de conocer, descubrir, interactuar nuevas vivencias.
Educación	Viajar representa una forma de satisfacción en el conocimiento y descubrimiento en aspectos culturales.

**Fuente:** Beltrán y Parra. (2017)

Desde otro estudio Araújo y de Sevilha Gosling (2017) explican una clasificación de categorías que se suman a las anteriores motivaciones, tales como:

**Tabla 2.** Clasificación de las motivaciones

<b>Motivaciones Físicas</b>	
Están relacionadas con la salud física y mental encaminadas al ocio, el descanso y la disminución del estrés diario.	
Motivaciones Psicológicas	
Hace referencia a la mejoría del estado de ánimo, genera nuevas relaciones sociales y familiares al realizar un viaje.	
<b>Motivaciones Sociales o de Prestigio</b>	
Representa al deseo que tiene una persona para ser aceptada y reconocida ante los demás.	

**Fuente:** Araújo y de Sevilha Gosling. (2017)

Según la OMT (2018) las motivaciones de viaje sobresalen en actividades de ocio, distracción y descanso, de forma universal, no obstante, en cada destino se recibe a

turistas con distintos perfiles y características distintivas en los aspectos sociodemográfico como (lugar de procedencia, edad, género), y con gustos, preferencias, motivaciones de viaje, atractivos a visitar, sin olvidar al conjunto de representantes del sector turístico (restaurantes, agencias de viaje, empresas de transporte, etc.) haciendo mención al gasto promedio de los turistas en el destino.

Para el estudio y determinación del perfil del turista el MINTUR (2018) clasifica en dos grupos a los turistas: nacionales e internacionales, en contraste según la OMT (2017) registró que el turismo contribuye con un 2% del PIB nacional de forma directa y con un 5% de forma indirecta e inducida. En el Ecuador 1 de cada 20 empleos son generados en industrias turísticas, logrando ubicar entre las 5 industrias económicas de mayor contribución nacional. Razón por la cual se necesita eficiencia para atraer turistas a un destino, para lo cual se ha diseñado indicadores que logren perfilar a los diferentes viajeros, cuáles son las principales actividades que realizan cuando visitan el país, revelación crucial que permita comprender las preferencias de consumo de los turistas en un destino turístico como tal.

Los aspectos que toma en cuenta el MINTUR para cada grupo de turistas son similares, generando de tal forma los siguientes indicadores para esclarecer el perfil de un turista:

**Tabla 3.** Indicadores para la evaluación del perfil del turista.

	<b>Ítems</b>	<b>Descripción</b>
Características Sociodemográficas	Género	Atributos sociales que designan a una persona en ser hombre o mujer.
	Edad	Número de años que una persona posee, desde que ha nacido.
	Nacionalidad	Procedencia de una persona que pertenece a una nación.
	Grado de instrucción u ocupación	Hace referencia a lo que se dedica una persona ya sea trabajo, empleo, actividad o profesión.
Características Socioeconómicas	Alojamiento	Se refiere al lugar físico que brinda hospedaje turístico a las personas que buscan viajar.
	Transporte	Es el medio de movilización de una persona hacia su destino de llegada, puede ser público o privado.
	Agencias de Viaje	Empresas privadas cuyo oficio es la organización del viaje que una persona necesite realizar de acuerdo a sus necesidades y preferencias conforme a su presupuesto.

	Modo de viaje	Alude a la forma en que una persona viaja, ya sea solo, acompañado por su pareja, amigos o familiares.
	Gasto promedio	Es el egreso del dinero que los turistas pagan por los servicios adquiridos durante su viaje o estancia.
	Planificación	Es la organización del tiempo disponible que tiene una persona para emprender su viaje ya sea a largo o corto plazo.
	Actividades	Son acciones que realizan las personas en su viaje con el fin de obtener una experiencia de acuerdo a su necesidad.
Características Psicográficas	Motivo de viaje	Son actividades que el turista realiza conforme a la necesidad de ocio, negocio, salud, recreación, educación, motivos personales o familiares y religión.
	Información Turística	Es un medio de orientación y asesoramiento que está al alcance y libre elección de un turista para conocer el destino que desea visitar ya sea a través de medios tradicionales o digitales.
<b>TIPOS DE TURISTAS</b>		
Nacionales		Son las personas residentes que realizan sus viajes dentro del país de origen.
Internacionales		Es la persona extranjera/o que visita el país por motivos turísticos, excluyendo motivos de residencia.

**Fuente:** MINTUR (2017).

En cuanto a la metodología de la elaboración del perfil de turistas de los grupos tanto nacionales como internacionales se tomó en cuenta recomendaciones internacionales de acuerdo a las estadísticas de turismo de la OMT, en el documento original de donde ese extrajo la información detallada de los indicadores para la evaluación o medición de los perfiles.

La recopilación del perfil de turistas consta de una variada información y análisis de segmentos característicos de sus preferencias, intereses y necesidades. Con el objetivo de poner en conocimiento de las empresas, autoridades y personas dedicadas al sector turístico para su mejor desarrollo (MINTUR, 2017).

Las fuentes de información que el MINTUR utilizó para diseñar los indicadores que permiten que el perfil un turista sea evaluado se basó en:

- La Encuesta de Turismo internacional – 2015
- El Registro de Entradas y Salidas Internacionales - 2017

- El Observatorio Turístico de Galápagos - 2017
- Euromonitor International - 2017
- Amadeus - 2017

#### 2.2.5. Satisfacción del turista

Hace referencia a la valoración que tuvo el turista desde su experiencia personal. Término en el que se comparan las expectativas del visitante con sus percepciones relacionadas con el contacto real del servicio que recibe. (Reátegui, 2018)

#### 2.2.6. La contribución de la cultura al desarrollo local

Según Sánchez et al. (2006) es posible analizar la contribución de interés de las actividades culturales que mejoran el desarrollo y aporte local mediante tres diferentes puntos de vista:

- Como primer punto se encuentra la aportación de interés de las actividades turísticas culturales que son restauración de monumentos, exhibiciones, actuaciones, visitas a museos que atraen a un sin número de turistas locales mismos que gastarán en los servicios y bienes brindados. Originando ingresos a la localidad estimulando la economía del sector.
- La contribución del punto dos tiene que ver con la capacidad de creación de bienes y servicios que sean novedosos que llamen la atención tanto a turistas como al mercado, de esta manera se producirá un ingreso adicional que retornará como un aspecto positivo para la localidad.
- Como tercer punto, considerar a la cultura como técnicas de valores y referencias que permitan colaborar la comunicación de diversos grupos de individuos de un territorio, de igual manera la elaboración y ejecución de proyectos para los riesgos comunes, siendo esta la aproximación más antropológica. En este punto se puede mencionar la cooperación de la cultura de un lugar a su desarrollo. Esta aproximación representa un acercamiento al comportamiento colectivo alejado de las complicaciones lógicas entre la cultura de un determinado lugar y la cultura de los individuos localizados en dicho territorio.

Las situaciones para instaurar los efectos sobre el desarrollo varían dependiendo del proceso a considerar.

- Al tomar el primer paradigma de atracción, es importante el aporte de las actividades culturales al desarrollo cultural que se establecerán únicamente



- en la población del territorio de su extensión y de su integración, además de la temporada de dichas actividades culturales y de su importancia sinérgica en el empleo local de la población del territorio.
- El segundo paradigma de diseminación se centrará únicamente y dependerá de la concentración local de actividades culturales y de la capacidad que tengan para comunicar y expresar conocimientos específicos y técnicos para potenciar y ganar valor de producción por medio del marketing y originalidad.
- Como último punto si se toma el paradigma de la cultura territorial, dependerá únicamente de la capacidad de diseminar valores y puntos de referencia que animarán a los agentes participantes colectiva o individualmente a pensar y diseñar proyectos enfocados en el desarrollo cultural local de modo que exista una preservación de la identidad cultural y así como de sus recursos turísticos culturales.

#### 2.2.7. Desarrollo del turismo cultural

La cultura es autora de conciencia, productora de inclusión social, aglutinadora y catalizadora de diversidad, de igual manera es considerada como generadora de características sociales y es el eje principal dentro del desarrollo local.

La cultura al ser el eje principal para el desarrollo del turismo cultural local y aporta beneficios a los municipios que son los que promocionan y realizan proyectos para el bien común es fundamental la necesidad de implementar políticas culturales para iniciar el desarrollo turístico cultural de cada territorio.

Por medio de la cultura se entrega una idea de la oferta que está dirigida al gasto pasivo y se afronta a usar lógicas estructurales que revaloricen y al mismo tiempo la observen como un factor de desarrollo que ayude a surgir a los individuos y a la sociedad que la conforman, debido a que fortalecer la cultura es construir urbes, naciones y un mundo globalizado.

La diversidad que implica la cultura está basada en la misma, tal diversidad que convierte a las ciudades en obras de arte multiculturales haciéndoles más ricas y un recurso inagotable para el turismo cultural. (Insa, 2009)

### 2.2.8. Cultura

La cultura abarca todo lo que constituye nuestro ser y conforma nuestra identidad es el conjunto de rasgos distintivos, materiales, espirituales y afectivos que caracterizan una sociedad o un conjunto social, a la vez la cultura engloba las letras, las artes, los derechos fundamentales del ser humano, los modos de vida, los sistemas de valores, tradiciones y creencias. (Unesco, 2017)

### 2.2.9. Recursos culturales

Son elementos en los que interviene o ha intervenido la mano del hombre a través del paso del tiempo, a diferencia de los recursos naturales los recursos culturales son creados por el hombre y pueden ser contemporáneos o históricos los cuales se dividen en atractivos históricos, contemporáneos comerciales y contemporáneos no comerciales.

Atractivos históricos: son aquellas manifestaciones culturales que son transmitidas de generación en generación con el paso del tiempo que requieren de cuidado, restauración y conservación para que puedan subsistir.

- Arquitectura no moderna.
- Regiones de interés etnográfico (fiestas, folklore).
- Construcciones y sitios históricos.
- Vestigios prehispánicos.

Atractivos contemporáneos no comerciales: estos atractivos son creados con un fin cultural o de servicio, pero no de atracción que por lo general son muy fáciles de reconocer.

- Zoológicos.
- Museos y pinturas murales.
- Instituciones de enseñanza.
- Obras artísticas.
- Salas de conferencias y congresos.

Atractivos contemporáneos comerciales: suelen ser temporales que son creados con un fin específico que es el de atraer visitantes para ofrecerles distracción y esparcimiento.

- Parque de diversiones-
- Centros de salud.

- Comercios y mercados.
- Exposiciones nacionales e internacionales.
- Espectáculos teatro como son el cine, espacios deportivos (Entorno, 2016).

#### 2.2.10. Turismo cultural

Según el análisis de Santana (2003) sugiere que "El turismo cultural es creado como una forma alterna con el fin de la consumación y comercialización de la cultura. Pueden ser elementos escogidos de cualquier cultura que pasan a ser productos que son ofertados en el mercado turístico" (p. 31).

El turismo cultural es una forma de turismo que tiene como principal objetivo entre otros de sus fines el conocimiento de sitios históricos y artísticos al igual que el de monumentos que cultiva un efecto realmente significativo sobre estos en cuanto contribuye a la satisfacción de sus propios fines de mantenimiento y protección esta es una forma de turismo justificada que reúne los esfuerzos para el mantenimiento y protección que exige la comunidad humana, debido a los beneficios socio culturales y a la vez económicos que involucra a toda la población implicada. (Senabre, 2015)

El turismo cultural se define como el viaje de turismo que está motivado por comprender, conocer y a su vez disfrutar de un vinculado de aspectos de elementos especiales, materiales, intelectuales, efectivos y espirituales que caracterizan a una sociedad o grupo de personas en específico.

El turista con interés concreto en la cultura, corresponde al segmento de turista cultural, debido a que su valor es directamente inducido a los valores culturales del país que producen a los turistas a realizar su viaje disfrutando de las ofertas turística y productos basados en la cultura como pueden ser sitios arqueológicos, disfrutar de las artesanías, arquitectura, tradiciones, entre otros aspectos únicos del país o localidad visitada. (secretaria de Turismo, 2015)

#### 2.2.11. Tipos de turismo cultural

- Etnoturismo: Este tipo de turismo ocupa todos los instrumentos y medios por los que se desarrolla la actividad turística mediante la cual se da a conocer la forma de vida, su cultura y las costumbres de los pueblos autóctonos. Pero con la diferencia de que los pueblos no participe y no se involucren en la planificación o realización de estas actividades.

- Turismo creativo: se basa principalmente en que los visitantes tengan la oportunidad de desarrollar su potencial creativo por medio de experiencias de aprendizaje esta actividad tiene que ver con la fotografía, pintura, talleres de artesanías, aprendizaje de idiomas entre otros.
- Turismo Étnico o Nostálgico: Se trata de las visitas a los lugares de procedencia ancestral o propia que consiste en visitas motivadas por el deseo de encontrar sus raíces, ya sea donde vivió por un tiempo de su vida o aquellos donde vivieron sus antepasados.
- Turismo Religioso: Comprende principalmente al desplazamiento de los turistas motivados principalmente por la fe. Disfrutan de participar en peregrinaciones a lugares considerados santos o de alto valor espiritual.
- Turismo Indígena: es una actividad turística abordada y manejada principalmente por comunidades y las familias indígenas que se desarrolla en un entorno rural, en donde se es participe de las costumbres y tradiciones ancestrales. A diferencia del etnoturismo el turismo indígena se encarga de la prestación de servicios por parte de la propia comunidad. (Respaldiza, 2014)

#### 2.2.12. Identidad cultural

Según Molano (2007) la identidad cultural recluye un sentido de pertenencia de un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como creencias, costumbres y valores, se puede decir que la identidad no es un concepto fijo más bien se recrea individual y colectivamente que a su vez se enriquece de forma continua de la influencia del exterior.

Los estudios antropológicos y sociológicos han definido que la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro, el concepto de identidad trasciende fronteras, el origen de este concepto se encuentra vinculado casi siempre con un territorio.

La identidad cultural viene definida a través del tiempo con múltiples aspectos en los que se forma su cultura, como instrumentos de comunicación, el lenguaje, las relaciones sociales, ceremonias y ritos propios de igual manera los comportamientos colectivos esto es el las creencias y los sistemas de valores.

Existen manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad diferenciándolas de hechos de la vida cotidiana, mediante actividades que son poco comunes, como rituales, música, danza y fiestas. La

identidad cultural solo se puede manifestar únicamente por medio del patrimonio cultural que posea el territorio siendo estos reconocidos o no el valor de su importancia radica en el sentido de pertenencia que identifica a los miembros de determinada sociedad como suyos y únicos en el mundo ya pueden ser físicos, sociales o de carácter histórico.

#### 2.2.13. Método e indicadores para medir el turismo cultural

Según Gonzáles et al. (2013), actualmente el turismo cultural se ha convertido en un desafío para un sin número de destinos debido por su nivel y poder diferenciador. Su importancia económica radica en varios aspectos. En primera instancia a diferencia de otras formas de turismo y a pesar de que reciente estudios combinan esta dimensión del turismo cultural, existe un consentimiento de la idea de que el turismo cultural no está del todo sometido a la temporalidad ni a la moda, lo que establece su principal fortaleza. De la misma manera el turismo cultural concede a las zonas del interior un desarrollo numeroso que les permite al mismo tiempo mantener su patrimonio y dinamizar la economía local. Como último punto debido a la proliferación de los centros de interés, el turismo cultural es un mercado prospero que ofrece muchas posibilidades de desarrollo lo que da un escenario novedoso a la actividad turística. Por lo tanto, los destinos con mayor presencia de atractivos culturales intentan conservar y protegen su patrimonio cultural implementando nuevos recursos y sobre todo creando una imagen cultural.

Además de que el turismo cultural representa un atrayente económico es una de las áreas de estudio más investigadas en el ámbito turístico, por lo tanto, es reforzado con diferentes propuestas que tratan de examinar la complejidad de formas posibles del turismo cultural, creando una dificultad para su delimitación. El turismo cultural se basa en las motivaciones sociales y en la autoestima debido a que el turista cultural no solo busca optimizar su ego si no también se siente realizado cuando se identifica con poblaciones autóctonas.

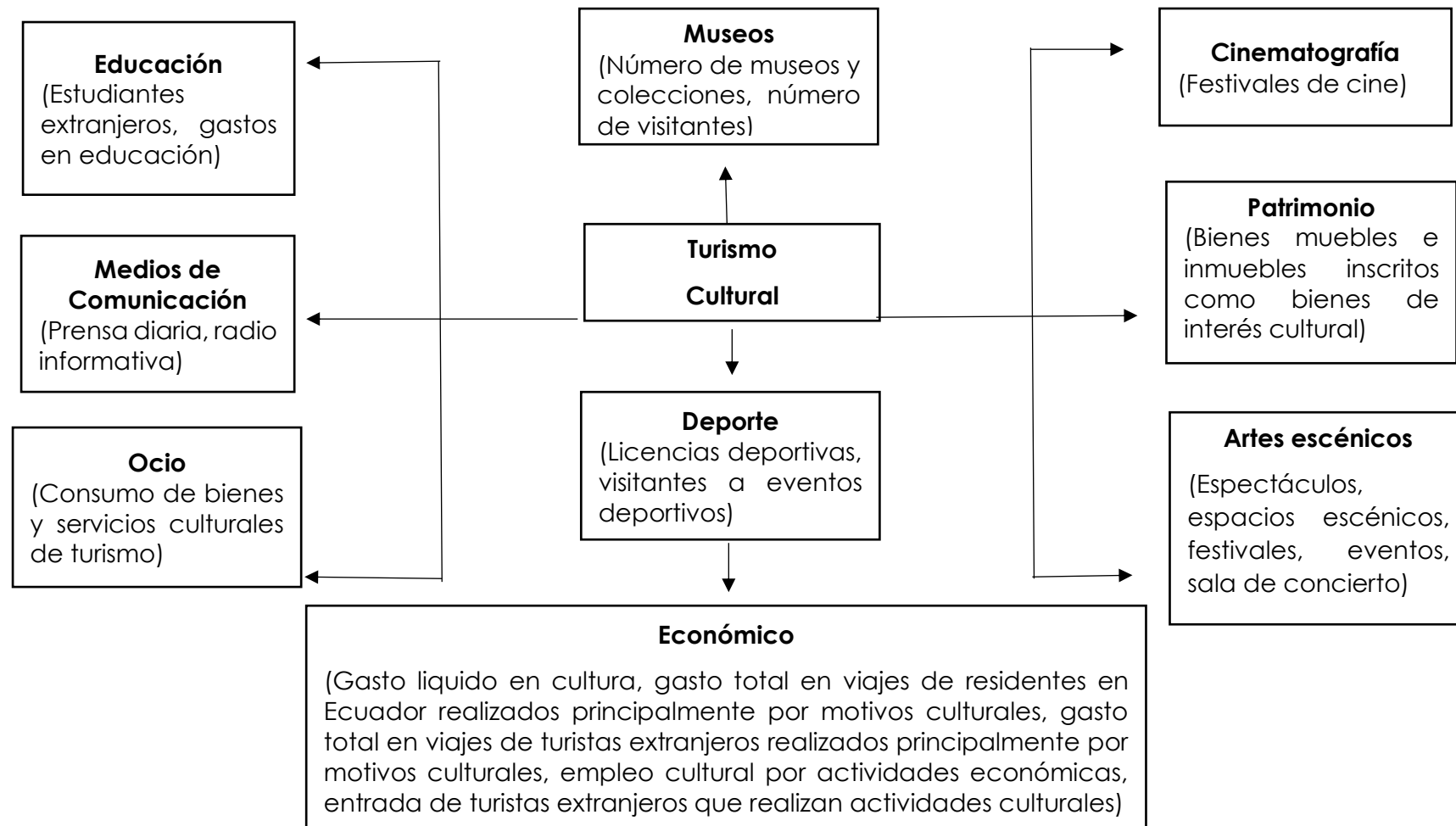
El turismo cultural además de su atractivo económico es un área de estudio clásica en la investigación turística, pero igual es reforzado con diferentes propuestas conceptuales novedosas que tratan de examinar la variedad de formas posibles del turismo cultural, estableciendo una dificultad existente para su delimitación. Mas allá del interés conceptual, metodológicamente no existe una aprobación sobre la metodología de medición del turismo cultural, siendo así un tema de interés para

investigadores debido a la posibilidad de introducir combinaciones de metodologías novedosas, tanto cualitativas como cuantitativas.

Como es de conocimiento el cálculo del turismo cultural es complejo, de modo que se observa una variación de herramientas de medición. A la vez que se genera un mayor interés en el ámbito de investigación científica, las cuales han estado basadas en técnicas cuantitativas en su mayoría, pero se puede observar hoy en día el desarrollo de técnicas cualitativas de medición.

El principal problema para la medición del turismo cultural proviene del hecho de que no existe consenso para la medición de la cultura porque la misma cultura ya es difícil de conceptualizar y medir a través de estudios cuantitativos por la diversidad de definiciones.

El modelo que se plantea a continuación es una forma para medir el turismo cultural mediante dimensiones como el ocio la educación y el deporte, estos factores indican a la cultura como un aspecto importante a nivel de un atractivo dentro de un destino cultural teniendo en cuenta los aspectos socioculturales que todos ellos ayudan a comprender lo que se conoce como turismo cultural, con el enfoque se buscara una visión de los pilares que constituyen la economía cultural y poder justificar el uso de las dimensiones e indicadores como ejes principales.



**Figura 1.** Indicadores propuestos para la medición del turismo cultural.

Se debe mencionar entre los principales ejes para poder medir el desarrollo del turismo cultural se encuentra la educación y el deporte como principales elementos, con respecto al deporte y la definición del turismo cultural supone una ampliación respecto al concepto acerca del ocio por lo que es importante incluirlo como variable en este sentido. Por un lado, el deporte hoy en día es un elemento fundamental para la socialización pues la cultura deportista produce una identidad compartida por tener una dimensión física y a la vez educativa y social.

Con respecto a la educación, los viajes estudiantiles con fines de asistencia a programas culturales han ayudado de forma significativa al desarrollo del turismo cultural y a la eliminación de fronteras entre cultura baja y alta, en este sentido es evidente incluir a la educación como una variable utilizada para medir el impacto del turismo cultural.



### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

##### 3.1.1. Enfoque

La presente investigación se realiza bajo un enfoque cualitativo. Para la ejecución de la presente investigación se utilizó un enfoque cualitativo porque ameritó la comprobación de idea a defender y el análisis entre las variables de estudio, de esta forma se dará cumplimiento al objetivo de la investigación. La investigación cualitativa comprende el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos estudio de caso, experiencia personal, historia de vida, entrevista, textos que describen los momentos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos. El enfoque cualitativo es "específicamente relevante para el estudio de relaciones sociales en un momento como el actual, de rápido cambio social vinculado". (Vasilachis, 2006, p. 25).

Como lo mencionado anteriormente se indica que la investigación se exploró y describió el objeto de estudio, además recolectando información clara como preferencias y motivaciones de acuerdo a las dos variables de estudio perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local. El uso de técnicas como encuestas a los turistas que visitan los cantones de Ibarra y Otavalo y entrevistas que serán dirigidas a los jefes del departamento de turismo encargados en los cantones Ibarra y Otavalo, conjuntamente con la revisión de documentos que ayudarán a la recolección de la información.

##### 3.1.2. Tipo de Investigación

Arias (2012) define a los tipos de investigación como "un proceso planificado y orientado específicamente al cumplimiento de los objetivos dependiendo al nivel de conocimiento que el investigador requiera como resultado" (p. 24).

Acorde con las características de investigación no existe una estructura específica a nivel general, más bien esto depende de cada metodología. Para Arias (2012) "los tipos de investigación se dividen según el nivel, el diseño y el propósito" (p. 22).

Para la presente investigación se utilizó el tipo de investigación según el nivel, por tanto, hace referencia "al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio" (Arias, 2012, p. 23).

#### 3.1.2.1. Investigación documental

El fundamento bibliográfico de las variables investigadas se sustenta en la investigación documental. Desde el punto de vista de Arias (2012) se define como la investigación documental a:

La búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p. 27)

De acuerdo con el concepto anterior la investigación se fundamenta en fuentes primarias y secundarias de manera que se revisó artículos científicos, tesis, documentos electrónicos y libros mismos que permitieron obtener un mayor conocimiento en cuanto a las variables de estudio y determinación de indicadores. De esta manera se logró establecer los antecedentes y el marco teórico del proyecto de investigación aportando a la visión del fenómeno a estudiar.

#### 3.1.2.2. Investigación descriptiva

Según Hernández (2014) argumenta que la investigación descriptiva "se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis" (p.92)

La investigación descriptiva, se tomará la información recolectada mediante las encuestas que se realice a los turistas de los cantones Ibarra y Otavalo, ejecutaremos un estudio descriptivo, provisto de documentación bibliográfica previa para la recolección de datos de información que pueda ser de gran utilidad para nuestros fines.

En este tipo de investigación se basa en aspectos de la realidad en las que se llegaran a conclusiones concretas y puntuales y que estén enfatizadas a deducir las características de un fenómeno

### 3.1.2.3. Investigación de campo

Según Arias (2012) la investigación de campo:

Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p. 31)

Con este tipo de investigación se logrará recolectar datos directamente de los sujetos de estudio, con la oportunidad de observar de cerca las problemáticas que provocan el desconocimiento de las preferencias de los turistas en los cantones Ibarra y Otavalo. Además, este tipo de investigación contribuirá al levantamiento de información tanto a los turistas como a los jefes de los departamentos de turismo de los cantones mencionados con anterioridad.

## **3.2. IDEA A DEFENDER**

El perfil del turista repercute en el desarrollo del turismo cultural local de los cantones Ibarra y Otavalo

## **3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### 3.3.1. Definición de las variables

Variable independiente: El perfil del turista.

El perfil del turista en la actualidad, es uno de los factores claves y determinantes para conocer los gustos y preferencias de un visitante y para estar al tanto de las alternativas por las que se interesa durante su estadía. De modo que a través de sus características demográficas, sociales y culturales se conocerá si planea sus viajes total o parcialmente para disfrutar del turismo.

Variable dependiente: Desarrollo del turismo cultural local.

La cultura es autora de conciencia, productora de inclusión social, aglutinadora y catalizadora de diversidad, de igual manera es considerada como generadora de características sociales y es el eje principal dentro del desarrollo local.

**Tabla 4.** Definición y Operacionalización de la variable independiente

Variable independiente	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Perfil del turista	El perfil del turista en la actualidad, es uno de los factores claves y determinantes para conocer los gustos y preferencias de un visitante y para estar al tanto de las alternativas por las que se interesa durante su estadía. De modo que a través de sus características demográficas, sociales y culturales se conocerá si planea sus viajes total o parcialmente.	Características Sociodemográficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Género</li> <li>• Edad</li> <li>• Nacionalidad</li> <li>• Grado de instrucción u ocupación</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario
		Características Socioeconómicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Transporte</li> <li>• Agencias de viaje</li> <li>• Modo de viaje</li> <li>• Gasto Promedio</li> <li>• Planificación</li> <li>• Actividades</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario
		Características Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivo de viaje</li> <li>• Información Turística</li> <li>• Satisfacción</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario
		Tipos de turistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas Nacionales</li> <li>• Turistas Internacionales</li> </ul>	Encuesta	Cuestionario

**Tabla 5.** Definición y Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Desarrollo del turismo cultural local	La cultura es autora de conciencia, productora de inclusión social, aglutinadora y catalizadora de diversidad, de igual manera es considerada como generadora de características sociales y es el eje principal dentro del desarrollo local.	Museos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de museos y colecciones</li> <li>• Número de visitantes</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
		Educación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes extranjeros</li> <li>• Gasto en educación</li> </ul>	Análisis Documental	Paginas Oficiales (Senescyt-GAD cantonal de Ibarra)
		Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prensa diaria</li> <li>• Radio informativa</li> </ul>	Análisis Documental	Registro público de medios de comunicación 2023
		Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes muebles e inmuebles inscritos como bienes de interés cultural</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
		Ocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de bienes y servicios culturales de turismo</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario
		Artes escénicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espectáculos</li> <li>• Espacios escénicos</li> <li>• Festivales</li> <li>• Eventos</li> <li>• Sala de concierto</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario

---

Económico

- Gasto liquidado en cultura
  - Gasto total en viajes de residentes en Ecuador realizados principalmente por motivos culturales
  - Gasto total en viajes de turistas extranjeros en Ecuador realizados principalmente por motivos culturales
  - Empleo cultural por actividades económicas
  - Entradas de turistas extranjeros que realizan actividades culturales
- Entrevista
- Análisis Documental
- Cuestionario
- Paginas Oficiales (INEC-ENEMDU 2021)
- Entrevista
-

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

#### 3.4.1. Método no experimental

La investigación no experimental, es aquella que se realizara sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, es una investigación en donde no hacemos variar intencionalmente la variable independiente, la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su entorno natural y después analizarlos.

#### 3.4.2. Método bibliográfico

Arias (2012) refiere que el método bibliográfico "es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas" (p. 27).

En base al concepto anterior se utilizará este método con la finalidad de fundamentar el perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local, esto se realizará mediante la búsqueda de información en fuentes como libros, revistas, sitios web, artículos y tesis de investigación referentes a las dos variables de estudio.

#### 3.4.3. Método inductivo

Para Gilberto (2017) "este método se usa cuando se procesan y se analizan los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados y en el análisis e interpretación de la información".

Se utilizará este método debido a la observación, formulación de hipótesis y análisis de los resultados que se obtendrá, a través de las encuestas aplicadas a los turistas y jefes del departamento de turismo en los cantones Ibarra y Otavalo, de esta forma se obtendrá conclusiones generales que partirán de la hipótesis y antecedentes particulares.

#### 3.4.4. Técnicas

##### 3.4.4.1. Encuestas

Arias (2012) "es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema particular" (p. 32).

Se va a aplicar las encuestas a los turistas que visiten los cantones de Ibarra y Otavalo con el fin de analizar la importancia del perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local.

#### 3.4.4.2. Entrevistas

Para la ejecución de este instrumento se utilizó un cuestionario auto administrado, el cual consiste en que el encuestado responderá de forma escrita cada pregunta planteada (Arias, 2012).

### 3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

#### 3.5.1. Población y Muestra

Al no tener un dato exacto de los turistas que visitan los cantones Ibarra y Otavalo, hemos tomado en cuenta la cantidad de visitantes de acuerdo a la página del Ministerio de Turismo, por esta razón nos manejaremos con una cantidad promedio de 180 000 en nuestro universo o población. (MINTUR, 2020)

Cálculo de la muestra

Para esta población se consideró el cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Universo o población

$\delta$  = Varianza de la población, la referencia es 0.5

Z = Valor sobre estimaciones, en relación al 95% equivale a 1.96.

N-1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E= Margen de error

Desarrollo de la fórmula

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

$$n = \frac{180000 \times (0.5)^2 \times (1.96)^2}{(180000 - 1) \times (0.05)^2 + (0.5) \times (1.96)^2}$$

$$n = \frac{180000 \times 0.25 \times 3.84}{(179999 \times 0.0025) + (0.5 \times 3.84)}$$



$$n = \frac{172800}{449.99 + 1.92}$$

$$n = \frac{172876}{451.91}$$

$$n = 382.5$$

Se realizo 383 encuestas tanto en el cantón Ibarra como en el cantón Otavalo para poder obtener nuestros resultados, las encuestas fueron realizadas en los atractivos turísticos culturales.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. RESULTADOS**

El proceso de identificación del perfil del turista contribuyó a determinar, cuál es el tipo de turistas que visitan los cantones Ibarra y Otavalo; de acuerdo a sus motivaciones turísticas, nivel económico y características socioculturales por las que realizan su viaje a los cantones antes mencionados.

Mediante las encuestas dirigidas a los turistas y visitantes se pudo determinar con exactitud la variable independiente del presente trabajo de investigación dando a conocer el perfil del turista que visita los cantones Ibarra y Otavalo.

4.1.1. Resultados de la variable independiente de los cantones.

## ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

El turista que visita el cantón Otavalo tiene en promedio de 26 a 35 años, de género masculino, con educación de tercer nivel.

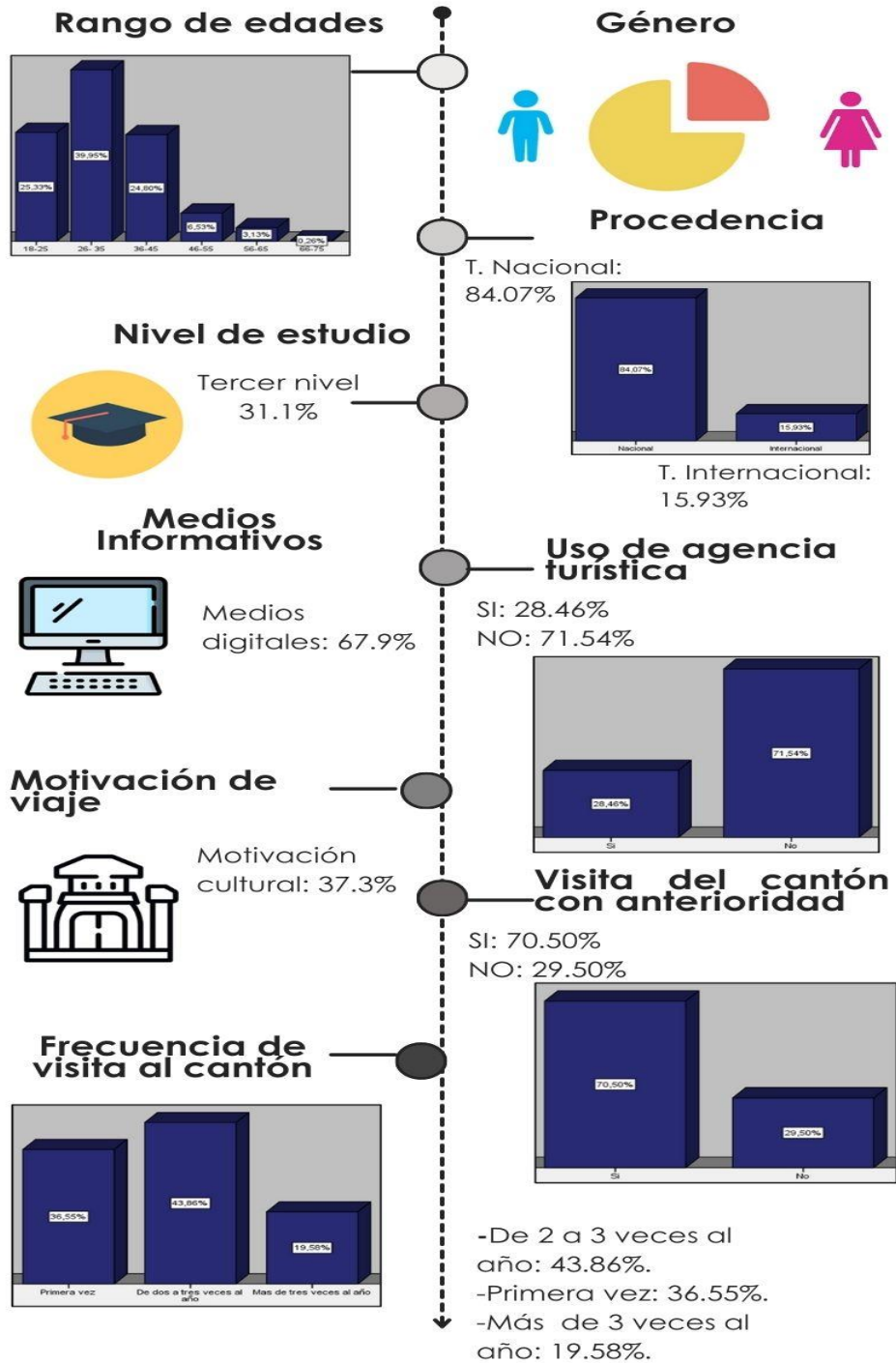




Figura 2. Análisis del Perfil del turista que visita el cantón Otavalo

Los turistas encuestados que visitan el cantón Otavalo en un porcentaje alto de 52,2% corresponde a que son de género masculino, la procedencia en su mayoría menciona que son turistas nacionales provenientes de la provincia de Pichincha en un 84,1%, tienen en promedio de 26 a 35 años representando un porcentaje mayoritario de 39,9%. Los turistas encuestados mayormente tienen un nivel de estudio de Tercer Nivel con un porcentaje del 31,1%, el medio de comunicación que utilizan para informarse del cantón la gran mayoría de turistas encuestados comentó que es a través de medios digitales tales como: Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube, Tik Tok y Twitter, representando un porcentaje de 67,9%, señalan en su mayoría que No realizan su viaje con alguna Agencia Turística, representando un porcentaje mayoritario de 71,5%, mientras que en un 28,5% de respuestas mencionaron que si utilizan una Agencia de Viajes para realizar su visita al cantón.

La principal motivación que poseen los turistas que visitan Otavalo son de carácter cultural, según las respuestas de la gran mayoría de turistas encuestados revelaron que su motivo fundamental es cultural, misma que está representada con un porcentaje de 37,3%. El 70,5% de los turistas en su mayoría señalan que, si han visitado anteriormente el cantón a causa de sugerencias de amigos, negocios, turismo, estudio, salud, etc.

En cuanto a la frecuencia con que los turistas visitan Otavalo en su mayoría es de dos a tres veces al año lo que corresponde al 43,9%, el mayor porcentaje de personas encuestadas de acuerdo al tiempo que planifican permanecer en el cantón corresponde al 43,3% en su respuesta de uno a dos días, el tipo de alojamiento turístico de la preferencia en la gran mayoría explicaron que es una hostería con un porcentaje de 35,8%, el análisis determinó que los viajeros visitan el cantón con el fin de conocer sitios naturales representando un 43,6% debido a su gran variedad y belleza natural de atractivos con los que cuenta la localidad y que a su vez son muy concurridos por turistas. De la lista de atractivos turísticos, culturales y naturales que posee la ciudad en la mayoría de las respuestas que los turistas dieron a conocer que visitan más son La Cascada de Peguche representada con un porcentaje de 17,5%, La Plaza de los Ponchos con un 12,8% y el Parque Cóndor en un 11%, la mayoría de viajeros encuestados específicamente el 33,4% expresan que la actividad turística que prefieren realizar es el Turismo de Compras ya que el destino posee un gran potencial turístico en sus artesanías mismas que representan su etnia y en un mínimo de 4,2% que corresponde a las personas que realizan Turismo Comunitario. El viaje

que realizan en su gran mayoría mencionó que lo hacen en acompañamiento en pareja representando un porcentaje de 29,8% y porcentaje bajo corresponde a que realizan su viaje 9,9% con hijos.

La mayoría de turistas encuestados respondieron que su gasto promedio personal diario durante su visita es de \$100 dólares representado en un porcentaje de 19,6 y el mínimo gasto que realizan es de \$30 dólares interpretado en un 2,3%, lo cuales son cifras importantes que generan un ingreso económico para la localidad gracias al turismo, en cuanto a la experiencia que tuvieron luego de visitar Otavalo la mayoría indico que es muy buena en porcentaje alto de 46,7% y en un mínimo de 1.6% corresponde a que fue mala, los turistas mencionaron en un porcentaje alto de 38,1% que, se debería mejorar la seguridad del cantón Otavalo tanto en los atractivos turísticos como en los establecimientos de alimentación y bebidas y en un mínimo porcentaje 0,8% que se debería realizar una mejoría en la contaminación y en la infraestructura.

## ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

El turista que visita el cantón Ibarra tiene en promedio de 26 a 35 años, de género masculino, con educación de tercer nivel.



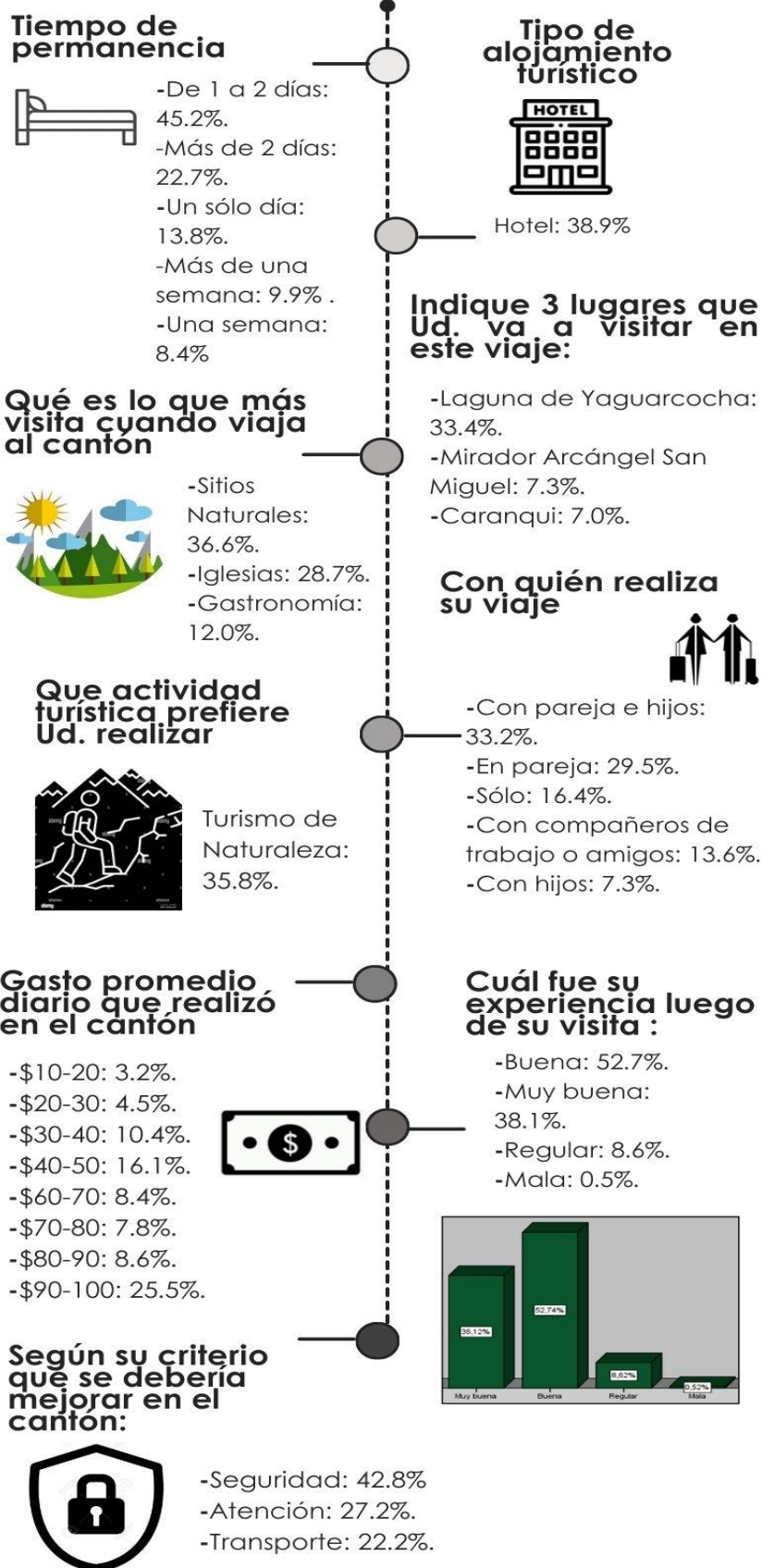


Figura 3. Análisis del Perfil del turista que visita el cantón Ibarra.



Interpretación: Los turistas encuestados que visitan el cantón Ibarra en cuanto a los resultados en su mayoría corresponden al género masculino con un porcentaje de 52,2%, con respecto a la procedencia de los visitantes la mayor parte de turistas son nacionales siendo principalmente de la provincia de Pichincha con un 72,3%, el rango de edades comprendido es entre los 26 y 35 años. El 34,5% de los viajeros encuestados poseen una formación académica de tercer nivel, en los resultados obtenidos fue posible evidenciar que la mayoría de turistas se informaron del cantón Ibarra como un destino turístico a través de los medios tradicionales como televisión, radio y periódicos de modo que la fuente de información de la mayoría se debe a que muchas de las personas encuestadas eran de edad adulta por lo que no manejan tecnología actual y en mucho de los casos no se interesan por manejar redes sociales. Por otro lado, los resultados obtenidos el 86,9% mencionan que no utilizan ninguna agencia de turismo para realizar su viaje mencionaron que no era tan necesario debido a que pueden ir a los centros de información turística del cantón.

Por otro lado, Ibarra cuenta con lugares turísticos que en su mayoría son de entorno natural por lo que se obtuvo un resultado muy inclinado a ello, en vista de que los turistas encuestados mencionaron que su motivación de viajar a Ibarra era sin duda el reposo y el descanso con un 31,6% coincidiendo en esta misma motivación debido a los escenarios naturales y paisajísticos con los que cuenta el cantón, mencionaron en su gran mayoría el 77,0% que han visitado con anterioridad, el 41,3% visita el cantón con una frecuencia de dos a tres veces al año muchos de ellos mencionaron que gracias a su cercanía de su lugar de residencia, el resultado obtenido es favorable de modo que el 45,2% de los turistas se quedan a pernoctar de 1 a 2 días, fue posible evidenciar que el 38,9% tienen favoritismo en el tipo de alojamiento turístico la gran mayoría en un hotel.

El 36,6% de los turistas mencionaron que lo que más visitan en su estadía en el cantón Ibarra son los sitios naturales con los que cuenta debido a que en ellos se puede realizar caminatas, hacer ejercicio y respirar aire puro, los viajeros que visitan el cantón Ibarra son atraídos principalmente la Laguna de Yahuarcocha, el Arcángel San Miguel y Caranqui, el 35,8% de los turistas acuden al cantón por realizar Turismo de Naturaleza como una de las actividades preferidas por los mismos, a causa de que esta actividad es muy amplia y el destino cuenta con sitios naturales impresionantes, según las encuestas realizadas a los turistas evidenciaron que el 33,2% realiza su viaje al cantón acompañado por su pareja e hijos, el 15,9% del total de los encuestados

respondieron que el promedio de gastos diario que ellos realizan en su visita al cantón Ibarra es de \$100 corresponde al 25,5% los cuales se justifican por el hecho de que la mayoría de ellos realizan su viaje con su pareja e hijos y el gasto mínimo de \$20 equivale al 3,2%, el 52,7% de los turistas encuestados dijeron que su experiencia después de visitar el lugar la mayoría explico que fue Buena representando un 52,7% y el mínimo porcentaje de 0,5% mala, finalmente de acuerdo al criterio personal de los turistas encuestados se pudo conocer que se debería mejorar en la seguridad del lugar correspondiendo a un 42,8% puesto que la mayoría de lugares que acuden los turistas no se observa la presencia de policías que se encuentre resguardando la seguridad de los turistas.

#### 4.1.2. Resultados de la variable dependiente desarrollo turístico

**Tabla 6.** Evaluación del desarrollo del turismo cultural

<b>Dimensión: Museos</b>	
<b>Indicador:</b> Número de museos y colecciones	
<b>IBARRA</b>	<b>OTAVALO</b>
Ibarra al ser la cabecera cantonal de la provincia de Imbabura cuenta con un número considerable de museos los cuales se encuentran registrados en el catastro y tienen una buena acogida por los turistas:	En el cantón Otavalo existen 3 Museos registrados en el catastro turístico, mismo que son:
Museo y Centro Cultural Ibarra: el museo alberga colecciones de los periodos precolombinos, colonial y contemporáneo de igual forma cuenta con dos exposiciones temporales de destacados artistas nacionales, el museo también cuenta con una biblioteca y archivos históricos del cantón Ibarra, actualmente el centro cultural cuenta con alrededor de 400 piezas salvaguardadas y clasificadas de las culturas ancestrales de Imbabura y Carchi. En la actualidad el centro está integrado a la Red de Museos del Ministerio de Cultura y Patrimonio.	Museo Mindalae: Es un espacio que ofrece la oportunidad de un acercamiento a los objetos patrimoniales de las culturas ancestrales y actuales de nuestro país en especial del pueblo Otavaleño. El museo exhibe una colección de objetos que hablan de la existencia de un lenguaje, a causa de que los pueblos ancestrales no tenían escritura, pero tenían un lenguaje y los lenguajes se basaban en objetos y los objetos contienen información, memoria y profundidad.
Museo Banco Central del Ecuador Ibarra: se lo cataloga como un museo vivo que pertenece a la red de museos del ministerio de cultura y patrimonio, permite el acceso a la memoria social, cultura y patrimonio, además en sus instalaciones se realizan actividades educativas, culturales y otros eventos con el fin de promover prácticas	Cuenta con 300 piezas réplicas y originales arqueológicas de colección de la cultura de nuestro país. Museo IOA (Instituto Otavaleño de Antropología): Es un atractivo de gran interés representando un espacio académico y cultural de procesos de conocimiento y pensamiento crítico muestra una colecta de materiales precolombinas de las culturas de la Sierra Norte con más de 3000 piezas

---

culturales y de respeto y apropiación del pasado y del presente, el museo realiza exposiciones permanentes en las salas de arqueología, arte colonial y arte moderno.

El museo cuenta con 350 piezas de colección pertenecientes a culturas precolombinas, de igual manera se expone muestras de la etnia afroecuatoriana del Valle del Chota que exhibe una galería de fotografías de sus vivencias diarias.

Museo Nicolas Herrera: el museo recibe el nombre del artista plástico Nicolas Herrera que hace 35 años se dedica a la creación de esculturas y pinturas, en el museo se puede observar sus obras exhibidas en las paredes como son las pinturas relacionadas con la naturaleza, la política y el ser humano, cuadros que reflejan por sí solos la historia por medio de sus trazos y colores.

El museo de arte contemporáneo ubicado en el barrio del mirador de la aduana frente a la laguna de Yahuarcocha alberga alrededor de 300 obras del artista en los que se puede apreciar hombres fusionados con animales, autorretratos, figuras femeninas y algunos rostros anhelantes.

---

Museo del Cuartel: fue creado en el año de 1907 por el mayor Joaquín Delgado comandante del batallón Jaramijó N°8 tras el terremoto de Ibarra ocurrido en 1868, la construcción fue bajo la supervisión de José Domingo Albuja el cual trazo los planos dándole una configuración medieval.

En el año 2000 la municipalidad de Ibarra presenta la propuesta de convertir al cuartel en un museo, pero no es hasta el año 2013 que la propuesta se pone en marcha y se ejecuta las remodelaciones tras conseguir los recursos necesarios financiados por el Gobierno Nacional y el GAD de Ibarra destinándolo como un centro cultural que contiene todas las disciplinas de las artes, el mismo está equipado con siete salas las cuales cuenta con tecnología de última generación en el tema museológico.

El museo cuenta con 250 piezas que van desde cerámicas y artesanías de Latinoamérica, una colección pictográfica de artistas imbabureños

radicadas desde el periodo alfarero, aproximadamente desde 1000 a.C hasta las culturas con las que cohabitó la época de la conquista incaica y española.

---

Museo Viviente Otavalango: Antiguamente conocida como Quinta de San Pedro, en el año 1858 cambia su nombre a Fábrica San Pedro, su primer dueño fue el Dr. José Félix Baldivieso quien tiempo después vende la propiedad al Italiano Pedro Pérez Pareja quién da vida a la fábrica de textilera introduciendo máquinas para la elaboración de cobijas. La propiedad tiene dos hectáreas. Su creación como Museo Viviente Otavalango fue creado en el año 2013 a cargo de 7 ex empleados indígenas de la antigua fábrica San Pedro que tuvieron la idea de este gran proyecto que en la actualidad tiene varios reconocimientos que contribuye a la conservación y revitalización del patrimonio cultural tangible e intangible del pueblo Kichwa Otavalo, donde muestran las tradiciones, costumbres del pueblo Otavaleño, la vestimenta ancestral y elaboración de tejidos,

---

---

sobre el arte religioso de San Antonio de Ibarra, pintores del siglo XIX con obras restauradas de Vicente Troya y Pablo Moreno y fotografías de la memoria histórica de la ciudad de Ibarra.

Centro Cultural Daniel Reyes: abrió sus puertas en diciembre del 2013 está ubicado en la parroquia San Antonio de Ibarra existe un espacio dedicado al arte, formación y promoción cultural, además de la cooperación activa y participación de la población. El nombre del museo es en honor a Daniel Reyes quien fue un referente histórico del arte en San Antonio de Ibarra, nacido en esta parroquia en 1860. Daniel fue un hombre visionario, no se conformó con el oficio adquirido supo en su momento crear y aprovechar las oportunidades, se trasladó a la ciudad de Quito con el objetivo de ampliar y enriquecer su oficio y conocimientos siendo aceptado como escultor y exponente de la escuela quiteña, se dedicó a la escultura de artes plásticas y su habilidad le permitió incursionar en las diferentes expresiones artísticas.

Actualmente el museo de cultura Daniel Reyes cuenta con más de 400 piezas artísticas las cuales han sido donadas por diferentes escultores y artistas de la parroquia de San Antonio de Ibarra, los cuales han hecho de este museo una expresión donde se respira el arte.

Casa Museo Carangue: en la comunidad Zuleta, parroquia Angochagua, es una iniciativa privada he inaugurada por el Ing. Amable Chachalo quien busca plasmar y rescatar la cultura Carangue que existieron en esta localidad hace 500 d.C.

En la casa museo Carangue se puede apreciar los bordados a mano que realizan las personas de la comunidad en los telares artesanales que representan su vestimenta tradicional, de igual manera piezas arqueológicas que muestran la evolución de los pueblos asentados en este rincón del país, actualmente el museo cuenta con 250 piezas de colección que envuelven a casa museo Carangue como un sitio de preservación y tradición de esta cultura.

interpretaciones de las festividades de pueblo así también realizan danzas y música tradicional. El museo cuenta con aproximadamente 500 piezas que van desde máquinas de telares, artesanías hasta cerámicas.

Casa Museo Samay Huasi: descendientes de la nacionalidad Caranqui una de las más antiguas de Ecuador, buscan recuperar su cultura e identidad a través de una pequeña choza-museo que alberga utensilios y artesanías que fueron encontradas en tumbas precolombinas por toda la provincia de Imbabura.

La choza-museo esta revestida con paredes de adobe y techo de paja que recibió el nombre de Samay Huasi que en español significa "casa de descanso" la misma que alberga fotografías, telares, vestimenta típica, vasijas, ollas y utensilios de cerámica que fueron encontradas en tolas.

Samay Huasi cuenta con aproximadamente 500 piezas de las cuales la mayoría son ponedos de barro y ollas de arcilla, las mismas que fueron conseguidas mediante el trueque entre los mismos moradores de la zona.

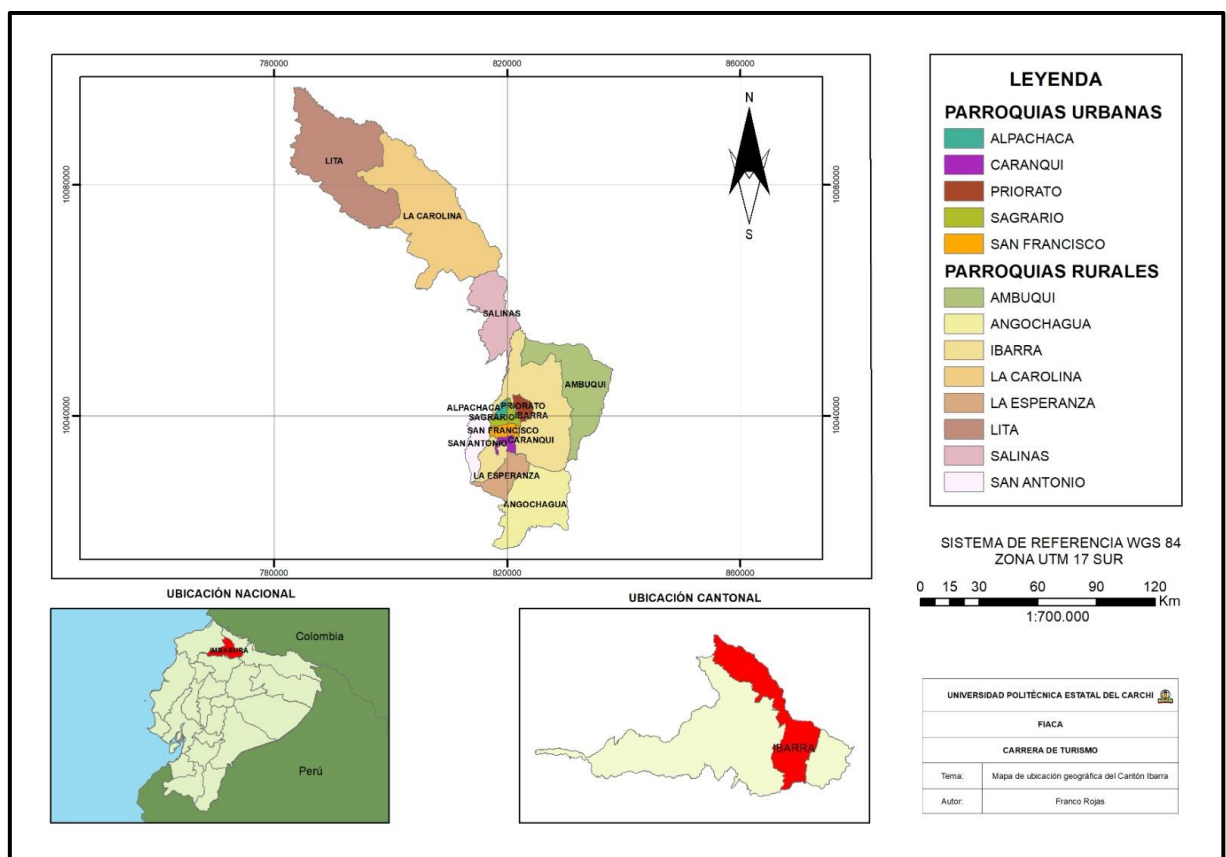
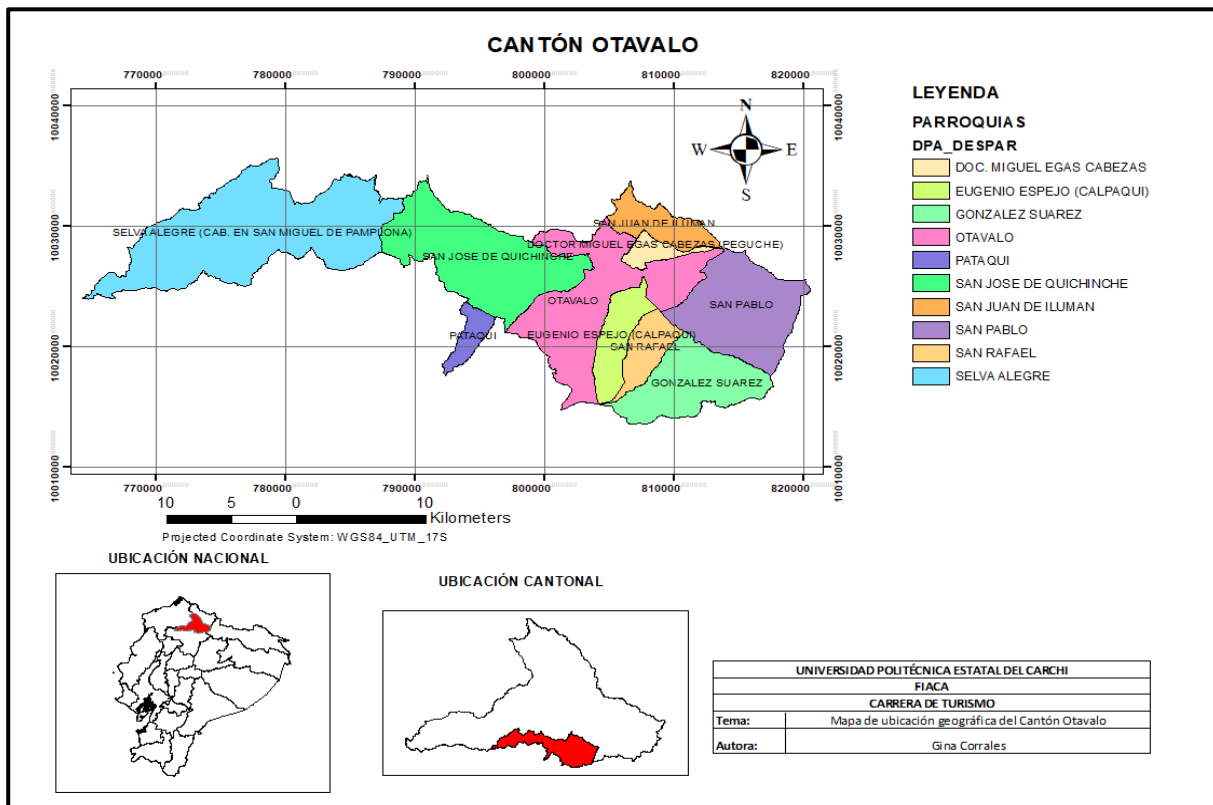


Figura 3. Mapa de ubicación del Cantón Ibarra



**Figura 4.** Mapa de ubicación del cantón Otavalo.

**Tabla 7.** Número de visitantes

**Indicador:** Número de visitantes

Museo y Centro Cultural de Ibarra: el museo registra un número de 350-400 visitas al mes, recibe la visita de unidades educativas de la ciudad. Museo Banco Central del Ecuador: cuenta con un registro de visitantes de 850 personas al mes. Museo Nicolas Herrera: según el registro con el que cuenta el museo, el número de visitantes al mes es de 200-300 visitantes. Museo del Cuartel: registra un numero de 2.000 visitantes mensuales esta cifra puede variar en temporada de festividades del cantón. Centro cultural Daniel Reyes: el centro cultural cuanta con un promedio de visitantes de 200 personas al mes. Casa Museo Carangue: mediante el registro la casa museo es visitada por 50 visitantes al mes. Casa Museo Samay Huasi: este emprendimiento tiene un registro de 16 personas al mes lo que representaría cerca de 200 personas al año.

Museo Mindalae: El lugar al mes recibe alrededor de 30 – 40 visitantes. En su mayoría son turistas nacionales. Museo IOA (Instituto Otavaleño de Antropología): Es importante mencionar que hace aproximadamente tres años el museo cerró por restauración en su infraestructura. Por lo cual no recibe visitas y no existe un registro de visitantes al sitio. Museo Viviente Otavalango: El sitio recibe al mes cerca de 50 a 60 visitantes, en su mayoría son turistas internacionales.

**Tabla 8. Educación**

<b>Dimensión: Educación</b>	
<b>Indicador: Estudiantes extranjeros</b>	
<p>El cantón Ibarra presenta un número de escolaridad dividido en los diferentes niveles de educación los cuales son los siguientes.</p> <p>Educación Inicial: 5.274,00 estudiantes</p> <p>Educación Básica General: 45.963,00 estudiantes.</p> <p>Bachillera General Unificado: 11.787,00 número de estudiantes.</p> <p>Bachillerato Técnico: 3.305,00 estudiantes registrados, generando un total de 66.329,00 estuantes registrados en todo el cantón Ibarra.</p> <p>En cuanto a estudiantes extranjeros en el cantón ofrece ofertas académicas a 307 estudiantes de diferentes nacionalidades como son, Venezuela, Perú, Colombia, Chile y en menor cantidad estudiantes de Estados Unidos y Argentina.</p>	<p>El cantón Otavalo informa un sistema de escolaridad por su diversidad clasificado de la siguiente forma:</p> <p>Cuenta con cincuenta Instituciones Educativas Fiscal, cuatro Instituciones Educativas Fiscomisional, una Institución Educativa Municipal, trece Instituciones Educativas Particular, es decir el cantón cuenta con una totalidad de sesenta y ocho Instituciones Educativas. El sistema de educación en el cantón, va desde el nivel inicial, básico, bachillerato hasta el superior.</p> <p>En todo el cantón existen un total de 56 Centros de Educación Popular Permanente, 6 de estos Centros pertenecen a la Jurisdicción Intercultural y 50 a la jurisdicción Intercultural Bilingüe; de ellos 41 son específicamente Centros de Alfabetización y pertenecientes a la administración intercultural bilingüe.</p> <p>A nivel urbano existen 70 planteles para 22.738 estudiantes mientras que a nivel rural existen 72 planteles para 9019 estudiantes.</p> <p>La educación en el cantón se clasifica en:</p> <p>Educación Inicial: 418 estudiantes</p> <p>General Básico: 26.747 estudiantes en las jurisdicciones Intercultural e Intercultural Bilingüe.</p> <p>Bachillerato: 4.592</p> <p>Educación Superior: 8.493</p>

**Tabla 9. Gasto en educación**

<b>Indicador: Gasto en educación</b>	
<p>El GAD municipal del cantón Ibarra ha realizado la inversión en educación \$1'000.000 de dólares, como lo mencionó Mirian Salgado concejal de Ibarra en el transcurso de entrega de recursos a 14 instituciones educativas. Entre las inversiones están la construcción de 22 salones educativos ubicados</p>	<p>El cantón Otavalo realizó una inversión en cuanto a la educación de aproximadamente 202. 522,89 dólares así lo manifiestan la Msc. Mercedes Cañar directora Distrital de Educación del cantón en el reporte de Rendición de Cuenta. Dinero destinado a las diferentes áreas de educación: 20307,25 dólares corresponden a seguro de bienes</p>

principalmente en zonas rurales y urbanas. Unidad educativa Tarqui perteneciente a la comunidad Awá. Así mismo la municipalidad se ocupó en la creación de la infraestructura patrimonial de la Unidad Educativa 28 de abril, apporto con la cubierta de la Unidad Educativa 17 de Julio. Además, se destinó un presupuesto para la Unidad Educativa Ibarra con el fin de mejorar las fachadas y espacios de los colegios y de igual forma generar un impacto en la imagen de la ciudad. (PDOT, 2021)

, 118333,98 concierne a mantenimiento de la infraestructura de la UE y recaudación de bares escolares, 22648,78 destinados a materiales de aseo y servicio de transporte escolar, 31,219,62 corresponde a materiales de aseo, equipos sistemas y paquetes informáticos, materiales de oficina, titulación, neumáticos, servicio de seguridad y vigilancia Distrito Jatun Kuraka. La cantidad de 41232,88 pertenece a póliza de seguros fidelidad pública, servicio de impresión de títulos, repuestos y accesorios, toner y cartuchos, mantenimiento de infraestructura fondo rotativo, insumos agropecuarios fondo rotativo, servicio de transporte pesado, servicio de control integral de plagas, productos químicos, servicio de impresión de etiquetas, póliza de seguro estudiantil, reparación, repuesto y mantenimiento de equipos de producción. (PDOT, 2019)

**Tabla 10.** Medios de comunicación

**Dimensión: Medios de comunicación**

**Indicador:** Prensa diaria

Diario el Norte	Diario La Hora
La verdad Ibarra	
Primera plana	

**Indicador:** Radio Informativa

Radio Ritmo FM	RADIO Más
Radio Negra Latina	ILUMÁN FM
La Mejor Fm	RADIO Satélite
Radio Universitaria	Armonía 94.3 FM
Municipal la voz de Imbabura	RADIO Canela
Radio Ampara 90.7	
Radio Panorama	
Sónica-Exa FM	
Radio Vocú	
Radio Alborado	
Radio Activa FM 98.7	
Radio Canela	
Radio América Ibarra	



**Tabla 11. Patrimonio**

**Dimensión: Patrimonio**

**Indicador:** Bienes muebles e inmuebles inscritos como bienes de interés cultural

El cantón Ibarra cuenta con bienes muebles e inmuebles los cuales están divididos por parroquias los cuales son los siguientes:	Se han inventariado 240 bienes inmuebles en la ciudad y 594 bienes en todo el cantón como patrimonio cultural.
Viviendas:	Los cuales se dividen en:
Caranqui: 35	Manifestaciones culturales: Vestimenta, Idioma, El Inty Raymi, La Fiesta de San Pedro, La Rama de Gallos, Día de los Difuntos, Fiestas Familiares (bautizos, matrimonios, inauguración de casas nuevas o wasi pichay), La Fiesta del Yamor, Carnaval, Las Pascuas, Kulla Raymi, Pawkar Raymi, Kapak Raymi, Wakcha Karay.
Sagrario: 170	Conocimiento Oral: Mitos, cuentos, leyendas, juegos tradicionales, medicina ancestral, agroecología.
San Francisco: 74	Manifestaciones religiosas: Misas, cultos religiosos, visitas a los santuarios, ofrendas religiosas.
San Miguel de Ibarra: 26	Gastronomía (Comidas- Bebidas Típicas): Yamor, chicha, arropo de mora, colada de churos, papas con cuy, mote, variedad de sopas de granos secos, colada morada, verdura, variedad de postres, tortilla de papas, etc. (PDOT, 2019)
Total: 305	
Iglesias:	
Caranqui: 2	
Sagrario: 2	
San Francisco: 4	
Total: 8	
Convento:	
Caranqui: 3	
Sagrario: 2	
Total: 5	
Colegio:	
Caranqui: 1	
Sagrario: 2	
San Francisco: 4	
Total: 7	
Centro Artesanal:	
Sagrario: 1	
Total: 1	
Escuela:	
Caranqui: 2	
Sagrario: 2	
San Francisco: 2	
Total: 6	
Hogar de acogida:	
Sagrario: 1	
San Francisco: 2	
Total: 3	
Cibv:	
Sagrario: 1	
San Francisco: 1	
Total: 2	

Teatro:  
 San Francisco: 2  
 Restaurante:  
 San Francisco: 3  
 Total: 3  
 Museo:  
 San Miguel de Ibarra: 6  
 Total: 6  
 Edificaciones y otros:  
 Caranqui: 1  
 Sagrario: 13  
 San Francisco: 20  
 Total: 34

En total el cantón Ibarra cuenta con 383 bienes de interés cultural para los turistas. (PDOT, 2021)

**Tabla 12. Ocio**

**Dimensión: Ocio**

**Indicador:** Consumo de bienes y servicios culturales de turismo

<p>Entre el consumo de los bienes culturales en el cantón Ibarra se puede mencionar principalmente a dos atractivos culturales en donde se puede adquirir una producción en serie materializada en un soporte tangible cultural.</p> <p>Bordados de Zuleta: en esta comunidad las mujeres realizan obras de arte en sus bordados, que se volvió una tradición desde 1940.</p> <p>Esta habilidad de la población femenina de Zuleta comienza por la falta de fuentes de trabajo y por la necesidad de sustento, el hábito del bordado comenzó a partir del año 1940 gracias a Avelina Laso, quien era la madre del expresidente Galo Plaza, Avelina trajo la técnica desde el país de España para luego mostrarles a todas las mujeres de la comunidad.</p> <p>El diseño de los bordados consta en paisajes, flores y aves, este bordado tradicional es</p>	<p>El cantón Otavalo posee los siguientes bienes y servicios de interés cultural:</p> <p>La Plaza de Los Ponchos aparte de ser un atractivo turístico de gran realce es uno de los grandes bienes culturales que posee la ciudad siendo un mercado artesanal muy concurrido por los turistas representando de esa forma un centro de acopio y contacto con los comerciantes de textiles y artesanías que tiene como principal dirección la comercialización textil y artesanal producidas en el pueblo Otavaleño, la variedad de los productos que se ofertan van desde textiles, pintura, artesanías, madera, orfebrería, cerámica, barro, talabartería y bisutería.</p> <p>Entre los servicios culturales que tiene la ciudad se encuentran los siguientes:</p> <p>El festival musical andino es uno de los grandes servicios turísticos culturales que ofrece el cantón Otavalo, en el que se expone el folckore. El Runakay es una de las actividades artísticas sobresalientes consiste en festejar la noche del mes</p>
--	---

---

elaborado a mano utilizando un hilo fino, crochet y aguja circular.

Su comercialización se realiza a nivel local donde su venta se encuentra en la casa de las mismas artesanas a las que los turistas visitan para obtener una prenda de entre las cuales elaboran manteles, tapetes, toallas, blusas, vestidos y otros artículos bordados con hilo fino, también de manera semanal sus productos son entregados a compradores de Otavalo, por último, es importante mencionar que se realiza su consumo a nivel nacional y de exportación debido a la alta calidad del bordado. Tallados artesanales de San Antonio: las técnicas y los conocimientos tradicionales en madera de San Antonio ingreso en la lista patrimonio cultural inmaterial del Ecuador.

Los artesanos son herederos de las técnicas de la escuela Quiteña, actualmente existen 707 artistas y artesanos, entre maestros, talladores y aprendices siendo el 66% mayores de 26 años.

En esta parroquia los visitantes pueden visitar los talleres de esculturas, pinturas, tallados y muebles de mucho estilo, lo más importante es que cada obra es creada con la mejor calidad y a precios muy asequibles.

Servicios culturales son definidos como una actividad artística que es consumida y contemplada en el momento, se caracterizan por ser actividades en cierta medida perecederas lo que permite afirmar que son de naturaleza única.

Obra de teatro el Espantapájaros: Obra que fue presentada en el teatro gran Colombia al cual pueden ingresar todo tipo de personas las cuales les interese lo cultural y el arte de la actuación.

---

de febrero como fortalecimiento de su identidad cultural como pueblo Otavaleño en la que los instrumentos tradicionales, danza y música es revalorada.

APAK (Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas) es una producción de promoción y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial de los pueblos y nacionalidades originarias del Ecuador que dieron vida al rodaje "Mindalae" arte especializada en intercambio de y comercio de productos de la zona, puesto que se trata de un video documental histórico a cerca de lo que han significado la producción de tejidos, los viajes, el comercio de artesanías y la música tradicional en la identidad del Kichwa Otavalo. Dentro de los servicios culturales se encuentran la producción de artesanías, el bordado de ponchos.

**Tabla 13. Artes Escénicos**

<b>Dimensión: Artes Escénicos</b>	
<b>Indicador: Espectáculos</b>	
Samurái FT: se trata de un espectáculo de artes marciales mixtas en las que se realiza movimientos como los de boxeo, karate y taekwondo al ritmo de música, este espectáculo se lo realiza en el parque Ciudad Blanca en el que pueden participar cualquier tipo de personas.	Los proyectos de espectáculo que se han desarrollado son para fortalecer la identidad cultural del pueblo Otavaleño: Kapak Raymi es un espectáculo que coincide con el solsticio de invierno que es una velada denominada "Gala Arte Otavalo", Proyecto Municipal "Revitalización Cultural" es una función con la finalidad de activar y fortificar las enseñanzas, mantener el proceso de las oralidades y prácticas ancestrales de la identidad del idioma Kichwa en las nuevas generaciones del cantón.

**Tabla 14. Espacios Escénicos**

<b>Indicador: Espacios Escénicos</b>	
<p>En el cantón Ibarra existen seis espacios escénicos que están destinados a la presentación de diferentes artes escénicas o para espacios de eventos públicos.</p> <p>Todos estos espacios escénicos se los ocupa para realizar presentaciones de música, tallados, danza y talleres de actuación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La caja sala de artes escénicas</li> <li>-Camino rojo danza teatro</li> <li>-Teatro tereques</li> <li>-Casa de la Cultura Ecuatoriana</li> <li>-Casa Durazno</li> <li>-La Experimental</li> </ul>	<p>El cantón cuenta con tres lugares en los cuales se llevan a cabo representaciones teatrales de carácter cultural.</p> <p>Kinti Wasi es un auditorio con una infraestructura peculiar de un gigantesco colibrí que adorna su fachada en la que se lleva a cabo actividades de turismo comunitario, agroecología y gastronomía andina.</p> <p>Teatro Bolívar es un ícono patrimonial y cultural de la ciudad de Otavalo siendo un inmueble que es escenario para la ejecución de distintas actividades culturales.</p> <p>Pakari Tambo es un centro cultural lugar donde se recupera la memoria colectiva del pueblo Otavaleño Kichwa, donde los turistas pueden conocer de cerca a curanderos y parteras conociendo sus saberes ancestrales.</p>

**Tabla 15. Festivales**

<b>Indicador:</b> Festivales	
<p>La fiesta de celebración Inti Raymi es una expresión de música folclórica y un sin número de tradiciones indígenas de toda la Sierra Norte del Ecuador, en este festival se rinde homenaje y agradecimiento al sol y a la cosecha en las que se ven involucradas comunidades Pichincha e Imbabura.</p> <p>Festival Carnaval Coangue: es un hábito cultural que realizan las comunidades afroecuatorianas ubicadas en el Río Chota creada para propagar la riqueza cultural y ancestral de su población por medio de la música Bomba, la danza y sus artesanías las cuales que expresan años de historia.</p> <p>Fiesta Carnaval Palenque: esta comunidad se encuentra ubicada en el cantón Salinas en el que habitan hombres y mujeres afrodescendientes, aquí se celebra el pregón de la alegría con demostración de vestimenta típica africana, también se realiza la exposición del libro de saberes ancestrales que recopila la cultura, tradición y la vida de las culturas situadas en el Valle del Chota.</p>	<p>Carnaval del Amor: es una celebración que se lleva a cabo en la parroquia Gonzales Suárez a mediados de mes de febrero el festival se basa en la presentación de grupos de música y danza con el objetivo de la conservación de la Pacha Mama.</p> <p>Inicio del Año Andino: celebración en el mes de marzo se trata de personas que emigraron a España y Bélgica que regresan cada año a compartir con amigos y familiares como evento social, deportivo y cultural. Los indígenas aquí mencionan a lo ancestral, movimiento solar y planetario que inicia al medio día.</p> <p>Inty Raymi: es una fiesta ancestral significativa que se realiza en junio por el solsticio siendo una ceremonia ritual de agradecimiento de cosecha y producción a la Pacha Mama.</p> <p>Pawkar Raymi: fiesta que se celebra a finales del mes de marzo en honor al florecimiento de los primeros frutos y granos de la tierra.</p> <p>Fiesta del Yamor: es una fiesta integral, religiosa que honra al maíz en sus siete variedades que se realiza en el mes de septiembre.</p>

**Tabla 16. Eventos**

<b>Indicador:</b> Eventos	
<p>Los eventos culturales realizados en el cantón Ibarra son principalmente realizados en la temporada festiva del cantón, entre los principales eventos culturales que se realizan se encuentran los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recital la primera poeta</li> <li>• Alegría en el corazón de Ibarra.</li> <li>• Música y gastronomía en San Miguel Arcángel.</li> </ul> <p>Humazapas (concierto de la música de las comunidades Kichwas de Imbabura de nacer y desarrolla en</p>	<p>Campeonato Nacional de Fritada: evento al que asistieron alrededor de 60.000 turistas, con la finalidad de reactivar el turismo cultural que decayó por la pandemia.</p> <p>Autocine en el atractivo Lago San Pablo: evento organizado por los habitantes de las comunas animados por grupos de música andina.</p> <p>Evento Aguacero: acontecimiento que desarrolla actividades artísticas tradicionales y educativas con el objetivo de reactivar la economía local.</p>

- homenaje al grano sagrado que es el maíz en su cosmovisión y tradición.
- Kulla Raymi (evento demostrativo en donde prepara el suelo para realizar sus siembras por medio de rituales y recibir de esta manera el equinoccio solar de septiembre).
- Feria Binacional del mueble, decoración y ebanistería San Antonio.

**Tabla 17. Sala de conciertos**

**Indicador:** Sala de conciertos

- Auditorio Monseñor Leónidas Proaño      Multieventos: es un espacio deportivo recreacional
- Casa de la Cultura Ecuatoriana núcleo Ibarra      y eventos sociales culturales en el cual se realizan interpretaciones musicales en vivo.

**Tabla 18. Economía**

**Dimensión: Economía**

**Indicador:** Gasto líquido en Cultura

Mediante la entrevista realizada al jefe de departamento de Deporte Educación y Cultura del cantón Ibarra se obtuvo la siguiente información del gasto líquido en cultura.	Los datos obtenidos del gasto líquido en cultura mediante la entrevista realizada al jefe del departamento de turismo del cantón Otavalo son los siguientes:
Espectáculos Culturales y Sociales. Inversión: 100.000,00\$	Revitalización cultural, contratación de actores y gestores culturales para afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad. Inversión: 15.000,00
Promocionar las Artes y Culturas. Inversión: 132.710,00	Bienes artísticos, culturales y bienes deportivos. Inversión: 12.029,00
Transferencia de recursos económicos al GAD Parroquial de San Antonio, para el fortalecimiento de la difusión y promoción turística cultural. Inversión: 10.000\$	Construcción de la plaza cívica elaboración e instalación de los elementos simbólicos interculturales. Inversión: 25.000,00
	Contratación de consultoría para investigación de contenido histórico intercultural de la plaza cívica. Inversión: 30.000,00
	Proyecto de interculturalidad, saberes ancestrales y festividades.

Trasferencia de recursos económicos al GAD de la Parroquia San Antonio para reforzar las jornadas culturales.	<p>Inversión: 4.940,00</p> <p>Festividades del Yamor.</p> <p>Inversión: 1.000,00</p> <p>Agenda cultural contratación de servicios para realizar el proyecto de la agenda cultural</p> <p>Inversión: 7.000,00</p> <p>Contratación de servicio de impresión de materiales de difusión cultural.</p> <p>Inversión: 1.500,00\$</p> <p>Programa de fortalecimiento turístico, artesanal e inter cultural.</p> <p>Inversión: 45.000,00</p> <p>Trasferencia económica a los dirigentes del gobierno Parroquial Rural de Quichinche para fortalecer la cultura y el turismo.</p> <p>Inversión: 5.000,00 Aporte de recursos económicos al GAD Parroquial Ilumán para el fortalecimiento turístico cultural de la parroquia.</p> <p>Inversión: 5.000,00 Trasferencia de recursos económicos al GAD Parroquial de San Rafael para fortalecer el turismo y la cultura.</p> <p>Inversión: 10.404,00\$</p> <p>Trasferencia de recursos económicos al GAD de Pataquí para proyecto productivo con enfoque cultural-turístico de la parroquia.</p> <p>Inversión: 34.043,92 (PDOT, 2019)</p>
---	---

**Tabla 19.** Gasto total de viajes de residentes

**Indicador:** Gasto total en viajes de residentes en Ecuador realizados principalmente por motivos culturales

Según el INEC (2022) revelo los primordiales valores de gasto turístico interno referente por familia durante los meses de agosto, septiembre y octubre d ese año fueron: \$20 dólares el 8,3%, \$30 dólares el 6,5%, \$10 dólares el 6,2%, entre otros. De esta manera la ENEMDU del 2015 que son los últimos datos registrados y actualizados hasta el presente año coloco como los montos más significativos de gasto turístico interno entre los hogares encuestados a: \$100 dólares el 8%, \$20 dólares el 7% y \$50 dólares el 5,9%. A través de las encuestas aplicadas y realizadas a los turistas y visitantes del cantón Otavalo el promedio de gasto máximo es de \$100 y el consumo mínimo de \$30. En cuanto al cantón Ibarra el gasto máximo es \$100 y el gasto mínimo de \$20

## Tabla 20. Gasto total en viajes de turistas extranjeros

---

**Indicador:** Gasto total en viajes de turistas extranjeros en Ecuador realizados principalmente por motivos culturales

---

Según los datos del Banco Central del Ecuador, durante el primer semestre del 2022 ingresaron al país 965 millones de dólares por concepto de turismo, lo que represento el 1,8% del (PIB). En el periodo del 2021 la cifra fue de los 888 millones de dólares es decir 1,7% del PIB.

Para el cálculo de empleo en el sector turístico, el Ministerio de Turismo del Ecuador tomo como fuente de información primaria los datos que fueron publicados en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que tiene como base la encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo.

Como resultado de la encuesta hasta septiembre del 2022 el gasto de turistas que llegan al país por actividades de alojamiento, servicio de comida y actividades culturales y de naturaleza generaron 522.508 dinero en ingreso de divisas. (Banco Central del Ecuador, 2022)

---

## Tabla 21. Empleo cultural por actividades económicas

---

**Indicador:** Empleo cultural por actividades económicas

---

Según las estadísticas de la UNESCO 2022 para el desarrollo cultural del Ecuador, en el país el 2.2% de la población empleada tenía ocupaciones culturales (134, 834 personas). De esta manera el 87% de los individuos tienen trabajos en actividades culturales, mientras el 13% realiza ocupaciones en actividades de equipamiento. Por lo tanto, los subsectores que más apoyaron al empleo nacional incluyen artesanos textiles y del cuero (27.9%), arquitectos (7.0%) diseñadores gráficos y multimedia (5.6%), impresores (4.4%) y profesionales de marketing y publicidad (5.5%).

Por medio de los datos se indica que gracias a las ocupaciones culturales muchos ecuatorianos son beneficiados de la generación de ingresos mejorando su calidad de vida, gracias a las ocupaciones culturales estas benefician la creatividad y el ejercicio de los derechos culturales, asimismo las características del sector del turismo cultural y de su dependencia de micro, pequeñas y medianas empresas locales.

Los resultados resaltan el rol significativo de la cultura como empleador y generador de bienestar, la contribución del sector cultural al empleo esta subestimada en este indicador debido a la dificultad de obtener y correlacionar todos los datos notables.

En el cantón de Ibarra el empleo de trabajo cultural genera empleo a 907 personas las cuales realizan actividades de artesanos tanto en la parroquia de San Antonio como en la parroquia de Angochagua comunidad de Zuleta por sus bordados pues la comunidad se ve involucrada en este trabajo cultural, además de actividades de guianza en los museos locales.

De igual manera en el cantón Otavalo el empleo por turismo cultural genera trabajo a 7550 personas las cuales realizan actividades artesanales en plazas, creaciones textiles, elaboración de pinturas, bisutería de forma tradicional y orfebrería. (UNESCO, 2022)

---



**Tabla 22.** Turistas extranjeros que realizan actividades culturales

**Indicador:** Entradas de turistas extranjeros que realizan actividades culturales

En relación a las entradas de extranjeros al Ecuador se tiene un registro de más de un millón de turistas con ello el país ha generado cifras favorables en el año 2022.

En la pandemia, en el año 2019 llegaron al país 1,3 millones de extranjeros, mientras que en el 2022 llegaron al Ecuador alrededor de 1,1 millones de turistas, según se ha confirmado desde la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo.

En lo que corresponde al cantón Ibarra por medio de la entrevista realizada a la Jefa del departamento de turismo del cantón se obtuvo los siguientes datos, el número de turistas extranjeros del año 2018, es de, 12.940, en el año 2019 se tuvo un registro de 11.560 y en el año 2021, un número de 2019 turistas extranjeros, estos datos se obtuvieron de los registros de museos y sitios turísticos que son los más concurridos por turistas extranjeros, cabe recalcar que al no existir un método claro que determine el ingreso de turistas debido a las diferentes vías de acceso al cantón se realiza un estimado con los registros de los atractivos más concurridos.

El cantón Otavalo en el año 2019 recibió a 14.000 turistas extranjeros, tiempo de pandemia del COVID-19 que disminuyó notablemente las llegadas internacionales, mientras que hoy en día la ciudad recibe alrededor de 20.000 turistas extranjeros anualmente, el turismo y la llegada de turistas en el destino han incrementado y las actividades turísticas se han reactivado admirablemente.

**Tabla 23.** Análisis cualitativo del cantón Otavalo.

<b>Cantón Otavalo</b>	
<b>Perfil del Turista</b>	<b>Desarrollo del Turismo Cultural Local</b>
<b>Motivación de viaje:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Motivaciones de Reposo y Descanso: 30.8%</li><li>-Motivaciones Culturales: 37.3%</li><li>-Motivaciones de Diversión: 17.8%</li><li>-Motivaciones Religiosas: 6.8%</li><li>-Motivaciones Deportivas: 6.0%</li><li>-Motivaciones Terapéuticas: 1.3%</li></ul>	La principal motivación de los turistas que visitan el cantón Otavalo en un porcentaje de 37.3% como mayoritario es de aspecto cultural siendo uno de los destinos turísticos encantadores por su cultura, tradición y gastronomía. Que ofrece un turismo cultural bastante apoyado por las autoridades y los trabajadores de servicios turísticos.
<b>Aspectos Culturales de visita:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Monumentos: 4.2%</li><li>-Sitios Naturales: 43.6%</li><li>-Gastronomía: 18.8%</li><li>-Iglesias: 12.3%</li><li>-Museos: 12.0%</li><li>-Festividades Especiales: 9.1%</li></ul>	En la actualidad los visitantes que ingresan al cantón Otavalo mencionan que su viaje se debe al interés por conocer los sitios naturales representado en un porcentaje alto de 43.6%, seguido de la cifra de 18.8% que corresponde a la gastronomía siendo este un aspecto también preferencia.
<b>Actividades Turísticas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Turismo de Compras: 33.4%</li><li>-Turismo de Aventura: 22.5%</li><li>-Turismo de Naturaleza: 18.8%</li><li>-Turismo Cultural Tangible e Intangible: 16.4%</li><li>-Turismo Gastronómico: 4.7%</li><li>-Turismo Comunitario: 4.2%</li></ul>	Otavalo ofrece diferentes actividades turísticas que se pueden realizar. Entre las alternativas que mayor acogida tiene para las personas que visitan este destino se encuentra el Turismo de Compras como una de las numerosas actividades que realizan representado en un porcentaje de 33.4%, seguido por el Turismo de Aventura en un 22.5%, con un 18.8% corresponde al Turismo de Naturaleza, en un 16.4% se ubica la preferencia del Turismo Cultural Tangible e Intangible, mientras que el Turismo Comunitario y el Turismo Gastronómico informan un mínimo porcentaje de preferencia que ejercen los turistas.

Análisis: El cantón Otavalo como es de conocimiento general es distinguido por sus atractivos turísticos y su cultura, hoy en día es importante mencionar que entre las motivaciones de viaje que los turistas tienen es de aspecto cultural representando una cifra de 37.3% debido a la diversidad de alternativas que el lugar posee, una de las más sobresalientes es sus fiestas tradicionales como el Inty Raymi que se la realiza en el mes de junio en agradecimiento a la madre tierra y del sol por la maduración de frutos, el turismo tangible e intangible es otra de las elecciones que ofrece el sitio, la exquisita y variada gastronomía tradicional es un alternativa importante que el cantón brinda a los visitantes.

En la actualidad los turistas prefieren conocer durante su visita al cantón corresponde a los sitios naturales en un 46.3% que a comparación del año 2019 donde la Pandemia del COVID-19 causó un decaimiento total en la preferencia de visitar los sitios naturales, por ello el GAD del cantón Otavalo apostó por la reactivación del desarrollo cultural como principal alternativa de oferta a los turistas de modo que entre las opciones de reactivación se encuentra las siguientes: eventos y espectáculos musicales culturales. Así también tratando siempre de desarrollar estrategias con enfoque a la naturaleza debido a que los sitios naturales eran la principal preferencia de visita.

Otavalo presenta un desarrollo principalmente en el turismo de compras lo cual se debe a la Plaza de Los Ponchos que aparte de ser un atractivo turístico de gran realce es uno de los grandes bienes culturales que posee la ciudad siendo un mercado artesanal muy concurrido por los turistas tanto nacionales como extranjeros, en el sitio se realiza la venta de textiles, pintura, artesanías, madera, orfebrería, cerámica, barro, talabartería y bisutería. Actualmente se habla de un cambio que representa un 50% para el Turismo de Compras y el Turismo de Naturaleza.

**Tabla 24.** Análisis cualitativo del cantón Ibarra.

<b>Cantón Ibarra</b>	
<b>Perfil del turista</b>	<b>Desarrollo cultural local</b>
<p><b>Motivación de viaje:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Motivación de reposo y descanso: 31.6%</li> <li>-Motivaciones deportivas: 29.2%</li> <li>-Motivaciones culturales: 18.3%</li> <li>-Motivaciones religiosas: 10.2%</li> <li>-Motivaciones de diversión: 8.4%</li> <li>-Motivaciones terapéuticas: 2.3%</li> </ul> <p><b>Aspecto Culturales de visita:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Iglesias: 28.7%</li> <li>-Monumentos: 10.7%</li> <li>-Gastronomía: 12.0%</li> <li>-Museos: 8.1%</li> <li>-Festividades especiales: 3.2%</li> </ul> <p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Turismo de naturaleza: 35.8%</li> <li>-Turismo cultural tangible e intangible: 26.4%</li> <li>-Turismo de aventura: 19.1%</li> <li>-Turismo de compras: 11.5%</li> <li>-Turismo comunitario: 5.0%</li> <li>-Turismo Gastronómico: 2.3%</li> </ul>	<p>La principal motivación de los turistas al visitar el cantón Ibarra es de reposo y descanso debido al entorno natural y cultural con las que cuenta el cantón, en segundo lugar, se encuentra las motivaciones deportivas que es un aspecto importante dentro del desarrollo cultural de una localidad porque el deporte es considerado como factor de unión social porque acerca a personas y comunidades.</p> <p>Las visitas culturales que realizan los turistas al cantón Ibarra se centran en la visita a iglesias que refleja un apego de las personas a la cultura por medio del turismo religioso que tiene que ver con la formación de valores y ética que influyen en la cultura de una sociedad.</p> <p>En cantón Ibarra existen diferentes actividades turísticas para ofrecer a los turistas de ellas la que más resalta es la actividad de turismo de naturaleza debido a la riqueza natural y paisajística con la que cuenta el cantón, en segundo lugar, se encuentra las actividades de turismo cultural tangible e intangible dado que el cantón posee atractivos culturales como festividades, arte, espectáculos, además de tradiciones únicas en el país.</p>

Análisis: El cantón Ibarra es considerado el principal centro comercial de Imbabura tienen una importante oferta de productos gastronómicos y su cercanía a geo sitios de especial paisaje, es por esto que el cantón presenta una gran demanda en lo que se refiere al turismo de naturaleza representado con el 35,8% frente a otras actividades como el turismo de compras, aventura, comunitario entre otros, siendo así el principal motivo para los turistas el conocer los atractivos naturales del cantón Ibarra porque se puede observar el Volcán Imbabura que tiene una visibilidad desde todos los cantones, de igual forma cuenta con la Laguna de Yahuarcocha que es uno de los sitios mayormente visitado por los turistas.

Ibarra también cuenta con atractivos de ámbito cultural los cuales están representados por comunidades indígenas y afro ecuatorianas las mismas que aportan a la cultura del cantón por medio de sus tradiciones culturales su arte y su baile, en Ibarra también se destaca los bordados a mano de la parroquia La Esperanza y la Comunidad de Zuleta en la parroquia Angochagua, y los tallados artesanales en madera de San Antonio de Ibarra que fue nombrado recientemente como Pueblo Mágico.

La provincia de Imbabura cuenta con 174 atractivos turísticos, de los cuales 115 corresponde a las manifestaciones culturales y 59 sitios naturales, siendo el cantón Ibarra el que dispone de mayor cantidad de atractivos turísticos que corresponde a 64, de los cuales 49 son manifestaciones culturales y 15 referentes a sitios naturales, evidenciando la existencia de más atractivos culturales los cuales no han sido tomados en cuenta para elevar el desarrollo del turismo cultural local, debido a un mal enfoque en la percepción de la motivación del turista puesto que no solo busca atractivos naturales cuando realiza su viaje, sino también llega en búsqueda de una experiencia cultural, al existir más atractivos culturales que naturales se debería enfocar el turismo cultural como manera de generar desarrollo turístico, cultural y económico para el beneficio del sector turístico y de igual manera beneficiar a los turistas.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Al realizar esta investigación se pudo identificar el perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo, se reveló las motivaciones, preferencias, estilos de vida y las expectativas que los visitantes tuvieron al emprender su viaje a los destinos antes mencionados. Debido a que el conocimiento del perfil de los turistas toma un papel fundamental en el desarrollo de las localidades, es por ello que se propuso el presente estudio para analizar el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo para la determinación de su situación actual.

Los resultados del estudio permitieron constatar que el perfil del turista si repercute en el desarrollo del turismo cultural local en el cantón Otavalo. Dado que, los encuestados mencionaron en su gran mayoría que su principal motivación de visitar el cantón es por aspectos culturales. Mientras que en el cantón Ibarra en su gran mayoría los turistas dieron a conocer que la motivación cultural no es su primordial interés al visitar la ciudad por lo que en esta localidad no repercute el desarrollo del turismo cultural local.

Como también se pudo conocer que en el cantón Otavalo la principal actividad turística que los turistas realizaron es Turismo de compras presentando un importante desarrollo cultural de la localidad a causa de que la ciudad posee un importante atractivo turístico que es la Plaza de Los Ponchos siendo uno de los grandes bienes culturales que posee la localidad, que es muy concurrido por los turistas tanto nacionales como extranjeros, pues se ofertan la venta de textiles, pintura, artesanías y madera. Así también, en el cantón Ibarra se comprobó que los visitantes tienen una gran inclinación por las motivaciones de reposo y descanso de modo que la actividad turística que representó gran interés en los viajeros es el Turismo de naturaleza porque prefirieron esta actividad de modo a que es muy amplia y además la ciudad cuenta con sitios naturales impresionantes como Yaguarcocha y el Volcán Imbabura.

El perfil del turista ha jugado un papel importante dentro del desarrollo del turismo cultural a nivel mundial, conocer las motivaciones, preferencias y motivos de viaje del

visitante ayuda a encontrar estrategias precisas para crear, mejorar y perfeccionar los servicios y productos turísticos de acuerdo al perfil del visitante que realiza su viaje tanto al cantón Otavalo como al cantón Ibarra para de esta forma brindar un servicio personalizado, claro y adecuado a las preferencias que el turista demanda.

Los autores Beltrán y Parra (2017) en su estudio realizado en España – Universidad Católica San Antonio de Murcia propusieron una temática relevante para obtener resultados relacionados a los perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar, uno de ellos es la obtención de clusters o perfiles turísticos en función de las motivaciones turísticas, siguiendo el modelo de Crompton que permitió segmentar las conductas y comportamientos en el mercado turístico, utilizando una metodología cuantitativa utilizando la tabla de Likert que permitió conocer perfiles de turistas de acuerdo a las motivaciones de viaje al visitar este destino. Es importante mencionar que en la presente investigación se utilizó una metodología cualitativa diferente al enfoque investigativo de los autores antes mencionados, pero es preciso señalar que el modelo de Crompton que se manejó en la investigación los autores de la misma manera se empleó en el actual estudio investigativo en donde es importante mencionar que el modelo es sumamente útil porque detalla las motivaciones turísticas tales como son Motivaciones Psicológicas, Motivaciones Culturales, Motivaciones Físicas y Motivaciones Sociales o de Prestigio que está relacionadas con las necesidades y deseos de las personas al momento de realizar un viaje.

En la investigación realizada por (Mallor, Gonzales y Fayos, 2013) con un enfoque cualitativo que permitió la medición del turismo cultural y donde se analiza e identifica aspectos esenciales que permiten el desarrollo turístico cultural y a la vez la conservación del patrimonio cultural material e inmaterial teniendo en cuenta los indicadores los cuales ayudaron a examinar el nivel de desarrollo del turismo cultural, el cual es diferente para ambos cantones debido a que se encuentran en un nivel diferente de desarrollo turístico cultural, existen diferentes indicadores que no se tomó en cuenta de modo que no aplican en nuestro ámbito de estudio, cabe recalcar que existe un desarrollo de productos turístico que se adaptan a las necesidades del turista desde el punto de vista cultural logrando beneficios tanto de los anfitriones, como de los turistas, es por ello que mediante el estudio elaborado se logró identificar aspectos esenciales con relación al perfil del turista y como estos determinan aspectos que contribuyen al desarrollo del turismo cultural local y para ello se aplicó

encuestas dirigidas a los turistas, entrevistas a los jefes de los departamentos de turismo de cada cantón.

En el estudio de Borbor (2017) efectuado en la Comuna San Pedro, presentó una temática relevante acerca de la identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro, que le permitió obtener como resultados que es necesario realizar la investigación sobre la identificación del perfil del turista para así aportar al desarrollo turístico del sector.

A través de las encuestas realizadas a los turistas de los cantones Ibarra y Otavalo se pudo determinar que el perfil del turista es un factor importante y determinante para el conocimiento de las motivaciones del visitante a causa de que si existe un interés y motivaciones de los turistas por el turismo cultural, además los cantones Ibarra y Otavalo cuentan con la mayoría de los indicadores señalan que el nivel de desarrollo de turismo cultural de cada uno de ellos, recalcando que el cantón Otavalo se encuentra en un mejor nivel de desarrollo cultural porque las autoridades y el GAD cantonal ejecuta proyectos culturales enfocados en el beneficio económico, cultural y sobre todo fomentando la unión y la participación ciudadana. En lo que se refiere al cantón Ibarra se pudo comprobar que cuenta con un mayor número de atractivos culturales que el cantón Otavalo sin embargo el turismo del cantón Ibarra está enfocado en el turismo de naturaleza demostrando la falta de planificación y conocimiento del perfil del turista que visita Ibarra y sobre todo el desconocimiento y la falta de inversión en proyectos y promoción de los atractivos de índole cultural.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- La fundamentación teórica y bibliográfica del tema en base al problema y objetivos planteados son muy escasas debido a que no existen muchas investigaciones.
- Al concluir con el presente trabajo investigativo se concluye que el perfil del turista que visita el cantón Otavalo es principalmente de género masculino, con un tercer nivel de instrucción, entre edades de 26-35 años que está motivado por lo cultural y la principal actividad turística que realiza es turismo de Compras.
- Se concluye que el cantón Otavalo cuenta con 240 bienes inmuebles en la ciudad y 594 bienes en todo el cantón como patrimonio cultural, es decir que el destino posee gran variedad de alternativas culturales que promueve y es aprovechado el turismo cultural.
- Gracias al análisis realizado se puede decir que con una adecuada identificación del perfil del turista de acuerdo a las necesidades y preferencias que éste tenga generará un aporte positivo al desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo, originando así fuentes de ingresos económicos para las localidades y un cambio en los servicios de calidad y productos que cada destino oferte de manera asertiva a las necesidades del viajero.
- El turismo cultural en el cantón Otavalo tiene mucha acogida y apoyo por parte de las autoridades, debido a que en la actualidad han aprovechado y han valorado los aspectos culturales que lo caracteriza como destino turístico.
- El cantón Ibarra cuenta con un número elevado de atractivos culturales que naturales, sin embargo, es importante que se realice un estudio el cual se enfoque en el turismo cultural.
- Se ha concluido que la situación actual del turismo cultural en el cantón Ibarra es baja debido a que no se le presta la importancia correspondiente ni se genera los suficientes proyectos para impulsar los atractivos culturales.



- Los cantones Ibarra y Otavalo no llevan un registro actualizado del perfil del turista es por ello que las acciones de las actividades turísticas están mal enfocadas a lo que los turistas buscan.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- En relación al sustento teórico es imprescindible que exista más investigaciones obtener información tanto del perfil del turista como de las motivaciones y preferencias que posiblemente un viajero pueda tener para de esta forma tener indicadores claros de fuentes que sean confiables que posibiliten veracidad en la investigación.
- Capacitar a las direcciones de turismo y cultura y prestadores de servicios turísticos para que puedan tener las herramientas y conocimientos necesarios para que dentro de la oferta de productos, servicios y actividades turísticas que brindan a los turistas tengan como principal objetivo satisfacer las necesidades y preferencias de los turistas que visitan el cantón Otavalo que gracias a la presente investigación es claro que el viajero realiza su viaje motivado por aspectos culturales y éste sea un enfoque en el ofrecimiento primordial en sus alternativas.
- Mantener la cultura, los sitios naturales y las tradiciones como entes fundamentales y promotores del desarrollo del turismo cultural local para el aprovechamiento en su totalidad en los cantones Ibarra y Otavalo.
- Es fundamental que las direcciones de turismo de los GADS y a los prestadores de servicios turísticos de cada cantón realicen estrategias que les permitan identificar el tipo de perfil de turistas que más visita el destino para que se pueda brindar una atención y oferta clara de las preferencias y necesidades que el viajero tenga.
- Es muy importante que los GADS ayuden al fortalecimiento de los emprendimientos culturales realizados por parte de la población en el ámbito turístico puesto que de esta manera se ayudará al desarrollo económico cultural local generando mayores fuentes de empleo, a través de esta colaboración de emprendedores y GADS.
- Crear un plan de fortalecimiento turístico para preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural del cantón Ibarra y Otavalo.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, G. y De Sevilha Gosling, M. (2017). Los Viajeros y sus Motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26 (1), 62-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (6th ed.). Caracas - República Bolivariana de Venezuela: EPISTEME, C.A.
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Análisis de la proforma del presupuesto general del estado 2022*. [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/ProformaPresupuesto\\_112022.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/ProformaPresupuesto_112022.pdf)
- Beltrán, M., y Parra, M. (2017). Perfiles Turísticos en Función de las Motivaciones para Viajar. *Universidad Católica San Antonio de Murcia*, (39), 41-65. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/290391/212011>
- Borbor, S. (2017). *Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro*. Tesis de Grado. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4124/UPSE-THT-2017-0004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Entorno Turístico. (30 de septiembre de 2016). Definición y Clasificación de los Recursos Turísticos. [https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/#Recursos\\_culturales](https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/#Recursos_culturales)
- Gilberto, G. (2017). *Diseño metodológico*. Recuperado de: <http://tesisymonograficos.blogspot.com/p/disenometodologico.html>.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Insa, J. (2009). *La cultura como estrategia para el desarrollo* [Archivo PDF]. [https://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/LA\\_CULTURA\\_COMO\\_ESTRATEGIA\\_DE\\_DESARROLLO.pdf](https://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/LA_CULTURA_COMO_ESTRATEGIA_DE_DESARROLLO.pdf)

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Encuestas de residentes de empleo en Ecuador*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Mallor, E., Gallarza Granizo, M. y Fayos Gardó, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? *PASOS*, (11), 268-284.  
[http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_01.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Perfiles de Turismo Internacional 2017. Turismo en Cifras*. Obtenido de:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). *Rendición de cuentas*.  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>
- Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Red de Revistas Científicas de América Latina*. 10(1), 135-158. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>.
- Molano, L. (2007). Identidad Cultural un concepto que Evolucionan. *Revista Opera*, (7), 69-84. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- OMT. (2018). *Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias*. Obtenido de:  
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/download/209/184/>
- PDOT. (2019). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo provincia de Imbabura*.  
<https://www.imbabura.gob.ec/index.php/componente-territorial/instrumentos-de-planificacion/pdot-cantonal/file/505-pdot-otavalo>
- PDOT. (2022). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra*.  
<https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/lotaip2021/anexos/s/PDOT%202020-2040%20CANTON%20SAN%20MIGUEL%20DE%20IBARRA.pdf>
- Reátegui, A. (2018). "Satisfacción del turista y su relación con las buenas prácticas en turismo en clientes de IKARO EIRL, Tarapoto, 2018" (Tesis de Maestría, Escuela de Postgrado Universidad César Vallejo).

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29612/Luna\\_RA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29612/Luna_RA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Respaldiza, R. (2014). *Turismo Cultural una oportunidad para el desarrollo local*.

<https://chilesustentable.sernatur.cl/wp-content/uploads/2015/03/Gu%C3%ADa.Proyecto-Chile-M%C3%A9xico-1.pdf>

Sánchez Maldonado, J., Cabrera Yeta, S. y Sánchez Tejeda, A. (2006). *Economía de la cultura: Cultura y Desarrollo Local*. Armenia, Colombia: XIII ENCUENTRO DE ECONOMIA PUBLICA

Santana, A. (2003). *Turismo Cultural, Culturas Turísticas* [Archivo PDF].

<https://www.scielo.br/j/ha/a/bPNDRqnv5mDzhQy54zVDbvF/?format=pdf&lang=es>

Secretaria de Turismo. (11 de mayo de 2015). *Turismo Cultural*. Gobierno de México. <https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Senabre, D. (14 de octubre de 2015). *QUE ES EL TURISMO CULTURAL*.

ResearchGate.[https://www.researchgate.net/publication/282848652\\_Que\\_es\\_el\\_turismo\\_cultural](https://www.researchgate.net/publication/282848652_Que_es_el_turismo_cultural)

Sandoval, D., Ordoñez, & Noblecilla. (2018). *Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador)*. *Scielo*, 14(1). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100014>.

UNESCO. (2017). *Definición de cultura*.

[https://www.eustat.eus/documentos/opt\\_1/tema\\_25/elem\\_11183/definicion.html](https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_25/elem_11183/definicion.html)

UNESCO. (2014). *Indicadores de cultura para el desarrollo*.

[iucd\\_manual\\_metodologico.pdf](#)


Unesco. (2022).

Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. Recuperado de: [http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco\\_c.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf).


Vasilachis, I. (2006). *ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA*. Recuperado de: [https://nanopdf.com/download/investigacion-cualitativa-5af9f69d87405\\_pdf](https://nanopdf.com/download/investigacion-cualitativa-5af9f69d87405_pdf)

## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES**  
**CARRERA DE TURISMO**



### RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

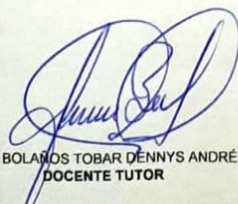
<b>ESTUDIANTE:</b>	Corrales Bernal Gina Pamela		<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1004813851	
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b>	2023 A		<b>FECHA:</b>	20 de julio de 2023	
<b>RESIDENTE TRIBUNAL:</b>	MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO		<b>DOCENTE TUTOR:</b>	MSC. BOLAÑOS TOBAR DENNYS ANDRÉS	
<b>DOCENTE:</b>	MSC. TERÁN ANDRADE JAIRO ANDRÉS		<b>AULA:</b>	206 EDIFICIO DE AULAS	
<b>TEMA DEL TIC:</b>	"El perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Olavalo"				


SUSTENTACION ORAL DEFENSA	No.	CATEGORIA	CRITERIO ÓPTIMO DE EVALUACIÓN	PRESIDENTE	TUTOR	DOCENTE
	1	PROBLEMA - OBJETIVOS	Se expone el planteamiento, formulación y justificación, los objetivos son expuestos como sistémicos para alcanzar el objetivo general; las preguntas de investigación aportan a entender lo que se quiere investigar y son coherentes con los objetivos.	10	10	10
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Es un marco de referencia para el desarrollo e interpretación de los resultados de la investigación. Los antecedentes investigativos incluidos tienen relación con el tema planteado.	10	10	10	
3	METODOLOGÍA	El estudiante explicó el enfoque de la investigación de manera lógica al análisis estadístico, la población, muestra, técnicas e instrumentos presentados, permitiendo entender que el informe es consistente en resultados y discusión.	8	8	8	
4	RESULTADOS	Se analizó la relación entre las variables de manera cualitativa, cuantitativa y fueron representativas a la profesión. Expuso gráficos, figuras, tablas de frecuencia y contingencia coherentes y de acuerdo a la metodología de investigación. Los datos fueron presentados de forma clara y efectiva a lo observado y no exigen interpretaciones.	8	8	9	
5	DISCUSIÓN	La discusión expuesta y defendida establece la relación de los objetivos propuestos, con los antecedentes de la investigación y el tema.	10	10	10	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Las conclusiones y recomendaciones expuestas, son claras, concisas y acordes a los objetivos y resultados de la investigación.	10	10	10	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	El estudiante demostró conocimiento y seguridad del objeto de estudio. Relacionó conceptos y teorías. El vocabulario utilizado fue acorde a la terminología de la profesión con un volumen de voz adecuado. Hizo un uso correcto del tiempo. Utilizó recursos didácticos apropiados.	10	10	10	
<b>PROMEDIO SOBRE SIETE</b>					6,63	
ESCRITO	8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	El formato, la organización de contenidos, redacción, uso de gramática y ortografía, aplicación de normas de citas y referencias cumplen con el formato de la UPEC.	10	10	10
	<b>PROMEDIO SOBRE TRES</b>					3,00
				<b>9,63</b>		

1.36.- De los estudiantes que aprueban el Informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su Informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones acaudadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.


1.35.- De la aprobación de la pre-defensa del Informe final del TIC.- De la aprobación de la pre-defensa del Informe final del TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; el estudiante que no obtenga esta nota mínima, presentará a un segundo proceso de sustentación, transcurrido el término de 10 días desde la fecha primera



MSC. BOLAÑOS TOBAR DENNYS ANDRÉS  
DOCENTE TUTOR



MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO  
PRESIDENTE



MSC. TERÁN ANDRADE JAIRO ANDRÉS  
DOCENTE




CARRERA DE TURISMO  
**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

ESTUDIANTE:	Rojas Grijalva Franco Marcel		CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401831870	
PERIODO ACADÉMICO:	2023 A	FECHA:	20 de Julio de 2023	HORA:	16H00
PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO		DOCENTE TUTOR: MSC. BOLAÑOS TOBAR DENNYS ANDRÉS		
DOCENTE:	MSC. TERÁN ANDRADE JAIRO ANDRÉS		AULA: 206 EDIFICIO DE AULAS: 4		
TEMA DEL TIC:	"El perfil del turista y el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo"				

No.	CATEGORÍA	CRITERIO ÓPTIMO DE EVALUACIÓN	PRESIDENTE	TUTOR	DOCENTE			
SUSTENTACIÓN ORAL - DEFENSA	1	PROBLEMA - OBJETIVOS	Se expone el planteamiento, formulación y justificación, los objetivos son expuestos como sistemáticos para alcanzar el objetivo general; las preguntas de investigación aportan a entender lo que se quiere investigar y son coherentes con los objetivos.			10	10	10
	2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Es un marco de referencia para el desarrollo e interpretación de los resultados de la investigación. Los antecedentes investigativos incluidos tienen relación con el tema planteado.			10	10	10
	3	METODOLOGÍA	El estudiante explicó el enfoque de la investigación de manera lógica al análisis estadístico, la población, muestra, técnicas e instrumentos presentados, permitiendo entender que el informe es consistente en resultados y discusión.			8	8	8
	4	RESULTADOS	Se analizó la relación entre las variables de manera cualitativa, cuantitativa y fueron representativas a la profesión. Espuso gráficos, figuras, tablas de frecuencia y contingencia coherentes y de acuerdo a la metodología de investigación. Los datos fueron presentados de forma clara y efectiva a lo observado y no exigen interpretaciones.			8	8	9
	5	DISCUSIÓN	La discusión expuesta y defendida establece la relación de los objetivos propuestos, con los antecedentes de la investigación y el tema.			10	10	10
	6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Las conclusiones y recomendaciones expuestas, son claras, concisas y acordes a los objetivos y resultados de la investigación.			10	10	10
	7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	El estudiante demostró conocimiento y seguridad del objeto de estudio. Relacionó conceptos y teorías. El vocabulario utilizado fue acorde a la terminología de la profesión con un volumen de voz adecuado. Hizo un uso correcto del tiempo. Utilizó recursos didácticos apropiados.			10	10	10
<b>PROMEDIO SOBRE SIETE</b>			6.63					
DOCUMENTO ESCRITO	8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	El formato, la organización de contenidos, redacción, uso de gramática y ortografía, aplicación de normas de citas y referencias cumplen con el formato de la UPEC.			10	10	10
	<b>PROMEDIO SOBRE TRES</b>			3.00				
					<b>9.63</b>			

Art. 34.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación de la pre-defensa.  
Art. 35.- De la aprobación de la pre-defensa del informe final del TIC.- De la aprobación de la pre-defensa del informe final del TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; el estudiante que no obtenga esta nota mínima, se presentará a un segundo proceso de sustentación, transcurrido el término de 10 días desde la fecha primera

  
MSC. BOLAÑOS TOBAR DENNYS ANDRÉS  
DOCENTE TUTOR

  
MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO  
PRESIDENTE

  
MSC. TERÁN ANDRADE JAIRO ANDRÉS  
DOCENTE

## **Anexo 2.** Certificado del abstract por parte de idiomas



### **UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

#### **Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Corrales Bernal Gina Pamela y Rojas Grijalva Franco Marcelo

**Fecha de recepción del abstract:** 24 de julio de 2023

**Fecha de entrega del informe:** 24 de julio de 2023

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

#### **Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9,5 por lo cual se validó dicho trabajo.

Atentamente



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

**Anexo 3.** Instrumento de recolección de información visitantes

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES**  
**CARRERA DE TURISMO**  
**ENCUESTA**

**Objetivo.** Identificar el perfil del turista para el conocimiento de sus motivaciones.

**Perfil de turista.**

**1. ¿Su género es?**

- Masculino
- Femenino
- LGBTI

**1. ¿Cuál es procedencia es?**

- Nacional
- (Provincia)
- Internacional
- (País)

**3. ¿Cuál es su edad?**

.....

**4. ¿Cuál es su nivel de estudio?**

- |  |   |
|--|---|
| Primaria <input type="checkbox"/>          | Tercer Nivel <input type="checkbox"/>       |
| Secundaria <input type="checkbox"/>        | Nivel de Maestría <input type="checkbox"/>  |
| Formación Técnica <input type="checkbox"/> | Nivel de Doctorado <input type="checkbox"/> |

**5. ¿A través de que medio de comunicación se informó acerca de los cantones Ibarra y Otavalo?**

- |                                     |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| Televisión <input type="checkbox"/> | Instagram <input type="checkbox"/> |
| Periódicos <input type="checkbox"/> | Twitter <input type="checkbox"/>   |
| Facebook <input type="checkbox"/>   | WhatsApp <input type="checkbox"/>  |
| YouTube <input type="checkbox"/>    | Tik Tok <input type="checkbox"/>   |

**6. ¿Ud. utilizó alguna Agencia Turística para visitar el cantón Ibarra y Otavalo?**



SI

NO

**7. ¿Cuál es su motivación de viajar a los cantones Ibarra y Otavalo?**

- |                                   |                          |                           |                          |
|-----------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Motivaciones religiosas           | <input type="checkbox"/> | Motivaciones terapéuticas | <input type="checkbox"/> |
| Motivaciones de reposo y descanso | <input type="checkbox"/> | Motivaciones deportivas   | <input type="checkbox"/> |
| Motivaciones culturales           | <input type="checkbox"/> | Motivaciones de diversión | <input type="checkbox"/> |

**8. ¿Anteriormente Ud. ha visitado los cantones Ibarra y Otavalo?**

- SI, ya lo he visitado antes
- NO

**9. ¿Con qué frecuencia visita Ud. los cantones Ibarra y Otavalo?**

- Primera vez
- De dos a tres veces al año
- Más de tres veces al año

**10. ¿Qué tiempo tiene planificado permanecer los cantones Ibarra y Otavalo?**

- |                   |                          |                   |                          |
|-------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Un solo día       | <input type="checkbox"/> | Una semana        | <input type="checkbox"/> |
| De uno a dos días | <input type="checkbox"/> | Más de una semana | <input type="checkbox"/> |
| Más de dos días   | <input type="checkbox"/> |                   |                          |

**11. ¿Qué tiempo tipo de alojamiento turístico Ud. prefiere?**

- |                       |                          |                                |                          |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Hotel                 | <input type="checkbox"/> | Lodge                          | <input type="checkbox"/> |
| Hostería              | <input type="checkbox"/> | Resort                         | <input type="checkbox"/> |
| Hostal                | <input type="checkbox"/> | Refugio                        | <input type="checkbox"/> |
| Hacienda Turística    | <input type="checkbox"/> | Campamento Turístico (Camping) | <input type="checkbox"/> |
| Hacienda de Huéspedes | <input type="checkbox"/> | Glamping                       | <input type="checkbox"/> |

**12. ¿Cuándo visita los cantones Ibarra y Otavalo qué es, lo que más le interesa conocer?**

- |            |                          |                         |                          |
|------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Iglesias   | <input type="checkbox"/> | Sitios Naturales        | <input type="checkbox"/> |
| Museos     | <input type="checkbox"/> | Sitios Gastronómicos    | <input type="checkbox"/> |
| Monumentos | <input type="checkbox"/> | Festividades especiales | <input type="checkbox"/> |

**13. ¿Indíquenos tres de los principales lugares que Ud. visitó o va a visitar en este viaje a los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....  
.....

**14. ¿Qué actividad turística prefiere Ud. realizar?**

Turismo Cultural Tangible e Intangible	<input type="checkbox"/>	Turismo de Naturaleza	<input type="checkbox"/>
Turismo de Aventura	<input type="checkbox"/>	Turismo Comunitario	<input type="checkbox"/>
Turismo de Compras	<input type="checkbox"/>	Turismo Gastronómico	<input type="checkbox"/>

**15. ¿Con quién realiza su viaje?**

Sólo	<input type="checkbox"/>	Con pareja e hijos	<input type="checkbox"/>
Con hijos	<input type="checkbox"/>	Con compañeros de trabajo o amigos	<input type="checkbox"/>
Con pareja	<input type="checkbox"/>		

**16. ¿Cuál es su gasto promedio personal diario que realizó en este viaje a los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....

**17. ¿Cuál fue su experiencia después de haber visitado los cantones Ibarra y Otavalo?**

Muy Buena	<input type="checkbox"/>	Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>

**18. ¿De acuerdo a su criterio que cosas se debería mejorar en los cantones Ibarra y Otavalo?**

Transporte	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>
Atención	<input type="checkbox"/>
Otro ¿Cuál?.....	

**Anexo 4.** Instrumento de recolección de información directores

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES**  
**CARRERA DE TURISMO**

**ENTREVISTA**

**Objetivo:** Examinar el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo para la determinación de su situación actual.

**Desarrollo del turismo cultural local.**

**1. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**2. ¿Cuáles son los meses con más afluencia turística en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**3. ¿Cuántos turistas visitan los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**4. ¿Cuál es el atractivo más visitado en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**5. ¿Según sus datos cuántos trabajos por turismo existen en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**6. ¿En el último año la industria turística y los prestadores de servicios turísticos han aumentado en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**7. ¿Qué proyectos se han puesto en marcha para el desarrollo del turismo cultural local en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**8. ¿Cuál es el presupuesto que destina la dirección de turismo para el desarrollo del turismo cultural en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**9. ¿Qué actividades turístico culturales se promueven desde su dirección en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**10. ¿Ud. cree que las acciones impulsadas desde el municipio para el desarrollo cultural son suficientes en los cantones Ibarra y Otavalo?**

.....  
.....

**Anexo 5.** Registro fotográfico



**Figura 5.** Encuestas en el cantón Otavalo



**Figura 6.** Encuestas en el cantón Ibarra



**Figura 7.** Entrevista al Msc. Marco Lema



**Figura 8.** Entrevista a la Msc. Alba Terán