



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

CARRERA DE TURISMO

**PROYECTO TURÍSTICO RURAL “EMBELLECE TU COMUNIDAD” DE LA
COMUNA QUITUGO DEL CANTÓN COTACACHI**

AUTOR:

HÉCTOR JAIRO MUÑOZ MUÑOZ

TUTOR:

Dr. Jorge Eloy Rueda Ubidia

**Proyecto de investigación presentado como requisito para la obtención del título de
Ingeniero en Marketing y Turismo Internacional**

OTAVALO, ECUADOR

ABRIL, 2019



UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE MARKETING Y TURISMO INTERNACIONAL
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, 27 de noviembre de 2019

Se aprueba el empastado más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:
PROYECTO TURISTICO RURAL “EMBELLECE TU COMUNIDAD” DE LA
COMUNA QUITUGO DEL CANTON COTACACHI

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Héctor Jairo Muñoz Muñoz

C.I: 1003062393

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:

Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: PhD. Cecilia Polaino De Los Santos

C.I: 1756957351

Tutor del trabajo de Grado

Nombre: Dr. Jorge Eloy Rueda Ubidia

C.I: 1001355088

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Adrián Manuel Andrade Orbe

C.I: 1002841672

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Daissy Lorena Alvear Oña

C.I: 1003558192

AUTORÍA

Yo, Héctor Jairo Muñoz Muñoz, portador de la cédula de ciudadanía N° 1003062393, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad de Otavalo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Héctor Jairo Muñoz Muñoz

CERTIFICACION DEL TUTOR

Certifico que el proyecto de investigación titulado , bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título **de Ingeniería en Marketing y Turismo Internacional**, del estudiante Héctor Jairo Muñoz Muñoz, y cumple con las condiciones requeridas por el reglamento de trabajos de titulación (Arts. 16 y 26).

Dr. Jorge Eloy Rueda Ubidia
Cl. N°1001355088

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mi comunidad Quitugo, donde nací, crecí y viviré para siempre.

AGRADECIMIENTO

A mi tutor de tesis, el Doctor Jorge Rueda; a mi esposa Yolanda Santillán por todo el apoyo; a mis padres Mesías y Elena; a mi hermano Guido, por el apoyo y acompañamiento, y agradezco en sí a todos quienes piensan diferente, para seguir construyendo una comunidad más viva, creativa y productiva.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo denominado Proyecto Turístico Rural “Embellece tu Comunidad” de la Comuna Quitugo del Cantón Cotacachi, entre sus objetivos principales está el desarrollo sostenible e integral de la comunidad y los sectores aledaños, mediante la creación de una Asociación denominada KAMBAK, que se enfoca en fortalecer las capacidades y conocimientos de los comuneros y los integrantes de la Asociación. Se enfoca en integrar a la juventud y las mujeres con la experiencia de los mayores para ofertar productos y servicios turísticos rurales de calidad, embelleciendo el entorno, conservando la riqueza paisajística, revalorizando la cultura y artesanía, promoviendo la igualdad, calidad, transparencia y responsabilidad. Los datos investigativos del presente proyecto han brindado nuevos conocimientos de la situación actual de la comunidad en la actividad turística, además, se observan las opciones y oportunidades de desarrollo en el área en mención. Por su parte, los turistas que visitan al Cantón también están buscando espacios innovadores en el servicio turístico rural. Esta premisa sirve de fundamento en el planteamiento de una propuesta de turismo rural con la creación de la Asociación KAMBAK, que se encargará de desarrollar los productos y servicios turísticos aglomerando a todas las familias interesadas en participar del proyecto. Se ofertarán desde alojamiento y convivencia rural hasta turismo de aventura. El espacio físico y relieve de la comunidad otorga beneficios para todo tipo de actividad turística.

Palabras clave: turismo, rural, embellecimiento, comunidad, cultura, artesanía, servicio, Quitugo.

ABSTRACT

This work named Rural Tourist Project "Beautify your community" of the Comuna Quitugo of the Cantón Cotacachi, among its main objectives are the sustainable and integral development of the community and surrounding areas, through the creation of a Association named KAMBAK, which focuses on strengthening the capacities and knowledge of the community members and the members of the Association. Focuses on integrating youth and women with experience of elders to offer products and rural tourism services quality, beautifying the environment, preserving the rich landscape, enhancing culture and crafts, promoting the equality, quality, transparency and responsibility. Research data of this project have provided new knowledge of the current situation of the community in tourist activity, in addition, there are options and development opportunities in the area in question. Meanwhile, tourists who visit to the Canton are also looking for innovative spaces in the rural tourism service. This premise is based on the approach of a proposal for a rural tourism with the creation of the Association KAMBAK, which will develop products and tourist services massing all families interested in participating in the project. They will be offered from accommodation and rural coexistence to adventure tourism. Physical space and relief of the community provides benefits for all types of tourist activity.

Key words: tourism, rural, beautification, community, culture, craftsmanship, service, Quitugo.

ÍNDICE

PORTADA	i
AUTORÍA	ii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE.....	ix
INDÍCE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	1
1.1 El Turismo a nivel mundial.....	1
1.2 Productos turísticos.....	2
1.2.1 Turismo Comunitario	2
1.2.2 Turismo Rural.....	3
1.2.3 Emprendimientos Turísticos rurales.....	4
1.2.4 La actividad turística sostenible	5
1.2.5 La ornamentación parte del embellecimiento y atracción de turistas.....	6
1.3 Desarrollo del Turismo en el Ecuador	6
1.3.1 Productos turísticos en el Ecuador.....	8
1.3.2 Turismo en Imbabura.....	11
1.3.3 Turismo en Cotacachi.....	14
1.4 La Cultura y el Turismo.....	15

1.4.1	Costumbres	16
1.5	Comunidad.....	17
1.6	Eco-comunidad	17
1.6.1	Comuna Quitugo.....	17
1.7	Empoderamiento y liderazgo comunitario.....	18
1.7.1	Socialización.....	19
CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN		21
2.1	Antecedentes Investigativos.....	21
2.2	Objetivos investigativos.....	22
2.3	Mecánica Operativa	22
2.3.1	Población o universo	22
2.4	Identificación de la Muestra.....	24
2.4.1	Determinación del tamaño de la muestra	24
2.5	Métodos de investigación aplicados en la investigación	25
2.6	Técnicas de Investigación	27
2.6.1	Encuesta.....	27
2.6.2	Observación	28
2.7	Instrumentos.....	28
2.7.1	Cuestionario.....	28
2.7.2	Ficha de observación	28
2.8	Tabulación y Análisis de Información.....	28
2.8.1	Tabulación y análisis de encuestas realizadas a los comuneros	28
2.8.2	Tabulación y análisis de encuestas realizadas a Turistas	40
2.8.3	Levantamiento de información de atractivos turísticos en el Cantón.....	49
2.9	Matriz FODA.....	51

2.9.1	Estrategias de cruce FODA	52
2.10	Resultados del diagnóstico	53
CAPÍTULO 3 PROPUESTA.....		54
3.1	Descripción de la Propuesta.....	54
3.2	Objetivos del proyecto	58
3.2.1	Objetivo general	58
3.2.2	Objetivos específicos.....	58
3.3	Desarrollo del Proyecto.....	59
3.3.1	Plan de socialización comunitaria	59
3.3.2	Adecuación y embellecimiento	60
3.3.3	Quitugo atractivo turístico	62
3.4	Aspectos Legales de la Asociación.....	62
3.4.1	Estatutos de la asociación de turismo rural y comunitario “KAMBAK”	62
3.5	Organización Administrativa de la Asociación	66
3.5.1	Misión.....	67
3.5.2	Visión.....	67
3.5.3	Valores.....	68
3.5.4	Alcance	68
3.5.5	Logo.....	68
3.5.6	Estructura Orgánica-funcional.....	69
3.6	Oferta Turística	72
3.6.1	Servicios a ofertar.....	72
3.6.2	Tour comunitario	74
3.6.3	Promoción y difusión de la oferta turística.....	75
3.7	Cronograma de ejecución del proyecto.....	77

3.8	Presupuesto y financiamiento	79
3.9	Impactos.....	82
3.9.1	Impacto Cultural.....	83
3.9.2	Impacto Turístico.....	83
3.9.3	Impacto Económico.....	84
3.9.4	Impacto Ambiental	85
	CONCLUSIONES.....	86
	RECOMENDACIONES	87
	ANEXOS	93

INDÍCE DE TABLAS

Tabla 1 Selección de Productos y atractivos turísticos del Ecuador	9
Tabla 2 Ingreso de Turistas y Visitantes 2016, Reserva ecológica Cotacachi Cayapas	23
Tabla 3: Pregunta No. 1 ¿Conoce los atractivos turísticos de la comunidad?	29
Tabla 4: Pregunta No. 2 ¿Con cuáles de los siguientes atractivos turísticos cuenta la comunidad?	29
Tabla 5: Pregunta No. 3 ¿Qué importancia tiene para usted el turismo (visita de turistas a la comunidad)?	30
Tabla 6: Pregunta No. 4 ¿En qué forma le beneficia a usted a y a su familia la visita de turistas?	31
Tabla 7: Pregunta No. 5 ¿Actualmente, usted o la comunidad recibe la visita de turistas?	32
Tabla 8: Pregunta No. 6 ¿Cuán importante considera usted que la comunidad sea embellecida mediante la higiene y mejoramiento de fachadas?	33
Tabla 9: Pregunta No. 7 ¿En cuál de estos temas de capacitación le gustaría participar para hacer de la comunidad un lugar de atracción turística?	34
Tabla 10: Pregunta No. 8 ¿Señale la frecuencia apropiada de capacitación?	35
Tabla 11: Pregunta No. 9 ¿Cuál de estos horarios son más apropiados para usted?	36
Tabla 12: Pregunta No. 10 Las capacitaciones le gustaría que se realicen:	37
Tabla 13: Pregunta No. 11 ¿Estaría dispuesto a participar de un proyecto de turismo rural y comprometerse a embellecer su comunidad?	38
Tabla 14: Pregunta No. 12 ¿Qué beneficios y mejoras considera usted que generaría la implementación de un proyecto turístico rural en la comunidad?	39
Tabla 15: Pregunta No. 1. ¿Qué tipo de atractivos turísticos prefiere visitar?	41
Tabla 16: Pregunta No. 2 ¿Los lugares que visita disponen de una infraestructura embellecida y adecuada?	42
Tabla 17: Pregunta No. 3 ¿Usted piensa que los lugares que visita son accesibles?	42
Tabla 18: Pregunta No. 4 ¿Mediante qué medios usted llega a los lugares que visita?	43
Tabla 19: Pregunta No. 5 ¿Le gustaría disponer dentro de sus opciones de visita una comunidad que brinde todas las facilidades turísticas y que satisfaga sus necesidades de estancia y alimentación?	44

Tabla 20: Pregunta No. 6 ¿Le gustaría participar en una ruta turística rural, que le permita observar los atractivos naturales y manifestaciones culturales en un ambiente adecuado? .	45
Tabla 21: Pregunta No. 7 ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos le gustaría observar en un área rural?	46
Tabla 22: Pregunta No. 8 ¿Conoce usted la Comunidad de Quitugo?	47
Tabla 23: Pregunta No. 9 ¿Si en la comunidad de Quitugo se llevara a cabo la ruta turística con los atractivos culturales de su elección, estaría dispuesto a visitar?	48
Tabla 24: Matriz FODA	51
Tabla 25: Estrategias de cruce FODA	52
Tabla 26: Cronograma de ejecución del proyecto	77
Tabla 27: Presupuesto para el proyecto	79
Tabla 28: Financiamiento	80
Tabla 29: Niveles de impacto de un proyecto	82
Tabla 30: Matriz de impacto Cultural.....	83
Tabla 31: Impacto Turístico	83
Tabla 32: Impacto Económico.....	84
Tabla 33: Impacto Ambiental	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Metas arribo de Turistas PLANDETUR 2020	8
Gráfico 2 Actividades Turísticas en las Parroquias Rurales de Imbabura	14
Gráfico 3 Ingreso Turistas y Visitantes 2016	23
Gráfico 4 Conocimiento de atractivos turísticos en la comunidad	29
Gráfico 5 Atractivos Turísticos de la comunidad	30
Gráfico 6 Importancia del Turismo	31
Gráfico 7 Beneficios del Turismo	32
Gráfico 8 Visitas de turistas a la comunidad	33
Gráfico 9 Importancia de embellecer la comunidad	34
Gráfico 10 Temas de capacitación para la comunidad	35
Gráfico 11 Frecuencia de capacitaciones	36
Gráfico 12 Horarios apropiados para capacitación	37
Gráfico 13 Lugar preferido para capacitación	38
Gráfico 14 Disposición para participar de un proyecto turístico rural	39
Gráfico 15 Beneficios de ejecutar un proyecto turístico rural en la comunidad	40
Gráfico 16 Atractivos turísticos preferidos por turistas	41
Gráfico 17 Infraestructura embellecida existente	42
Gráfico 18 Accesibilidad a lugares	43
Gráfico 19 Medios empleados para llegar a lugares que visita	44
Gráfico 20 Deseo de facilidades turísticas: estancia y alimentación	45
Gráfico 21 Participar en una ruta turística rural	46
Gráfico 22 Atractivos turísticos deseados	47
Gráfico 23 ¿Conoce Quitugo?	48
Gráfico 24 Disposición para visitar la comunidad Quitugo	49
Gráfico 25 Provincia de Imbabura	54
Gráfico 26 Mapa Turístico de la Provincia de Imbabura	55
Gráfico 27 Mapa Santa Ana de Cotacachi	56
Gráfico 28 Mapa Comunidad de Quitugo	58
Gráfico 29 Etapas del Proyecto	59
Gráfico 30 Contenido Plan de Socialización y Concientización	60

Gráfico 31 Logo de la Asociación KAMBAK	68
Gráfico 32 Organigrama estructural	69

INTRODUCCIÓN

El Capítulo 1 denominado Fundamentos Teóricos, contiene un marco de referencia conceptual y teórica que fundamenta el conocimiento actual de las actividades turísticas rurales desde el campo mundial hasta la localidad. Se observa los postulados de diferentes autores expertos en la temática y se han interpretado sus posiciones adaptándolas a las exigencias del proyecto expuesto.

El Capítulo 2 se denomina Metodología de Investigación, donde se presenta la metodología empleada en la recopilación de información sobre la situación actual de la comunidad, el nivel de participación y aspiración a propuestas de desarrollo mediante el turismo rural. Además, contiene datos de las posibles aspiraciones de los turistas que visitan otros lugares aledaños al sector. También se presenta un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la comunidad y el proyecto. Se identifican también los atractivos turísticos que pueden ser potencializados en la oferta.

El Capítulo 3 denominado Propuesta se compone de la localización del proyecto, el desarrollo de la propuesta y las acciones requeridas para el éxito y consecución de los fines establecidos en el trabajo. Además, se establece la creación de la Asociación KAMBAK como un recurso organizativo para ejecución y seguimiento de los postulados. La participación activa de los comuneros y la autogestión serán fundamentales en el financiamiento y cumplimiento del presupuesto. También se plantea impactos o incidencias del proyecto en aspectos como el turístico, cultural, económico y ambiental. Al término del presente proyecto se obtiene conclusiones y se plantean recomendaciones que servirán para futuras investigaciones en el ámbito turístico rural.

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 El Turismo a nivel mundial

La actividad dinámica denominada turismo comprende “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (OMT, 2008, p. 1). El turismo es una actividad que implica desplazamiento entre un punto y otro, con la particularidad de que esta acción también comprende el retorno de las personas a su lugar de origen.

Esta actividad tiene sus impactos en lo económico, social, natural, en la población local y en los mismos visitantes. Es una acción conjunta e interrelacionada cuyo fin es el de satisfacer las necesidades de estancia temporal de las personas (...) Durante las últimas décadas la actividad turística ha ido en continuo crecimiento y se ha diversificado convirtiéndose en uno de los sectores económicos más importantes en el mundo. Este crecimiento se debe a la aparición de nuevos atractivos y destinos turísticos. Los beneficios socioeconómicos de los países se reflejan en el aumento de empresas turísticas que generan plazas de empleo y ocupación, además de otros sectores como la agricultura y hasta las telecomunicaciones. En algunos países, el turismo es una de las fuentes principales de ingreso; las ventajas competitivas y comparativas difieren de un país a otro y los convierten en lugares más desarrollados en el sector (OMT, 2008, p. 1).

La Organización mundial del Turismo menciona (WTO, 2018) que el arribo de turistas internacionales para el año 2017 creció un 7% desde el año 2009, siendo Francia el destino turístico más visitado.

Cada país difiere en crecimiento en la actividad turística. También, los factores sociales, económicos y políticos globales afectan el desarrollo de la misma. Sin embargo, siempre está en crecimiento, debido a que se han optado nuevas modalidades de turismo y se van creando y descubriendo nuevos atractivos, satisfaciendo las necesidades de los visitantes (WTO, 2018, p. 5).

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.2 Productos turísticos

Se puede dividir la actividad turística según Navarro (2015) en dos componentes fundamentales: los recursos turísticos y los atractivos turísticos, ambos muy relacionados entre sí ya que ambos interactúan como elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que desde su uso y manejo racional permiten ser causa suficiente para generar y motivar los desplazamientos turísticos.

Los atractivos y recursos turísticos como producto son la mayor motivación para que el turista desee visitar un lugar en especial y genere toda una corriente de desplazamientos hacia un lugar determinado ya que logran satisfacer la demanda de los turistas y presentan importantes condiciones para que se realicen desplazamientos temporales. Así, y de acuerdo a la región que se visite, los recursos turísticos constituyen parte de los atractivos ya que constituyen los elementos de aquello que se puede ofrecer a los visitantes y hacen parte del sistema turístico. Así, y a partir de diversas clasificaciones indagadas por el autor, se puede concluir que

- Todas las propuestas focalizan en el aspecto formal y ninguna en el funcional.
- Todas las clasificaciones destinan una categoría precisa para los bienes naturales.
- La agrupación o subdivisión de los bienes culturales varía de un autor a otro.
- Obtienen una débil presencia los bienes intangibles, los bienes muebles, las personas y los grupos humanos: recursos turísticos de relieve en numerosos destinos del mundo.
- Ocasional inclusión de elementos (infraestructura, estructura, instalaciones, recursos humanos, capital financiero) que desempeñan otras funciones en el sistema turístico, antes que motivar la visita (Navarro, 2015, p. 345).

1.2.1 Turismo Comunitario

El turismo comunitario se puede relacionar a lo rural y comunidad, por lo que el turismo comunitario

se desarrolla en el medio rural a través de diferentes servicios turísticos, pero con la especificidad de ser gestionado bajo modelos de gestión comunitaria (...) como una alternativa y manera inclusiva de llevar el desarrollo económico a los sectores rurales,

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

surge el turismo comunitario, permitiendo la participación de los pobladores locales, quienes desarrollan estrategias de atracción de turistas al sector (Kekutt, 2014, p. 55).

Así, toda actividad relacionada, incluso el reparto de utilidades originadas por el turismo son repartidas entre la comunidad. Desde esa perspectiva permite el desarrollo integral del sector.

El turismo comunitario surge como una herramienta de erradicación de la pobreza en las áreas rurales en países en vías de desarrollo, especialmente en América Latina. Esta forma de hacer turismo se enfoca en la transmisión de la riqueza cultural de los pueblos, la preservación de la identidad y la conservación de la naturaleza. Las comunidades rurales son los beneficiarios directos de esta modalidad, implementado como un turismo responsable que se enfoca en mejorar la calidad de vida y demás aspectos socioeconómicos, surge como alternativa de desarrollo de los pueblos (...) El papel de las comunidades es de vital importancia, puesto que son las que se encargan de planificar, gestionar y ejecutar las actividades de atracción turística. El nivel de involucramiento de los pobladores determinará el éxito del sector en turismo (Kekutt, 2014, p. 56).

1.2.2 Turismo Rural

Como refiere Varisco (2016) el turismo rural es una actividad que genera interés desde el siglo XIX, por el interés de grupos poblacionales de desplazarse a este tipo de espacios y bajo la óptica de tres elementos emergentes que lo motivan, como lo son el agotamiento del turismo convencional, el desarrollo social de las corrientes ecologistas y la progresiva mercantilización de la naturaleza. Es un concepto muy amplio que puede llegar a hablar de turismo de naturaleza, turismo costero, e incluyendo modalidades como lo son el agroturismo, el turismo deportivo, de aventura, técnico científico, de salud, de eventos, gastronómico, entre otros.

Sin embargo, Kieffe (2018) asevera que el intento de conservar los espacios rurales como producto turístico se ven confrontados por los programas de desarrollo local de las comunidades, puesto que el avance tecnológico, la utilización de maquinaria en la producción de la tierra, la dotación de energía eléctrica y otros servicios básicos, entre otros, han sido factores que repercuten en un declive del área rural. Se han realizado

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

modificaciones a la naturaleza a un costo alto al patrimonio natural y con consecuencias irreversibles.

El apoyo estatal con políticas e incentivos al desarrollo del turismo, el empoderamiento de los GADs locales, en los últimos años están promoviendo el uso adecuado de los recursos endógenos como producto turístico (...) A diferencia del turismo comunitario, el turismo rural, permite que los habitantes del sector rural lleven a cabo el uso adecuado de los recursos naturales, patrimonio cultural y demás factores de la ruralidad como atractivo turístico, sin que los beneficios producto de la actividad sean repartidos con toda la comunidad, como lo es en el turismo comunitario (Kieffe, 2018, p. 38).

1.2.3 Emprendimientos Turísticos rurales

Los emprendimientos turísticos rurales se originan con fines sociales que pretenden paliar las falencias de desarrollo existentes en las comunidades. Tanto las organizaciones e individuos llevan a cabo estos emprendimientos turísticos “para mantener a la población en sus territorios originarios, mejorar su bienestar, el nivel de renta y las relaciones sociales de colaboración; además de incentivar la cultura y la innovación” (Morales-Urrutia, Morales-Urrutia, & Hong-Hong, 2017, p. 107).

Para Parra Alviz, Rubio Guerrero, & López Posada (2017),

La actitud emprendedora es la capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlo realidad. La actitud emprendedora es iniciar, hacer, actuar y no esperar (p. 7).

En este sentido, los emprendimientos turísticos rurales se enfocan en la territorialidad y empoderamiento de los habitantes del sector, con enfoques de protección a los recursos naturales y compromiso integral para el desarrollo sostenible de su entorno.

Tal como se ha observado, durante los últimos años, el intento de salir de la pobreza y la desigualdad, empoderamiento y uso de sus recursos naturales, ha generado iniciativas propias de los habitantes de la ruralidad, creando espacios de atracción turística en sus

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

comunidades. Esta actitud propia del ser humano se conoce como actitud emprendedora (Morales-Urrutia et al., 2017, p. 111).

1.2.4 La actividad turística sostenible

Para la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible es: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2018, p. 1). También sugiere que los principios de sostenibilidad se enmarcan en todo lo relacionado con el medioambiente, lo económico y sociocultural. Y que el turismo sostenible debe:

Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica,

Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural,

Y, asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza (OMT, 2018, p. 1).

Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, Roldán Ruenes, y Ferrales Arias (2016) aclaran que la sostenibilidad tiene una connotación de perdurabilidad en el tiempo con la conservación en el largo plazo de los recursos empleados. En el caso del turismo, la sostenibilidad comprende el uso de los recursos sin afectar las condiciones del entorno para las generaciones en el futuro. En este sentido el desarrollo turístico sostenible implica la articulación de los tres pilares de la sostenibilidad, que son la economía, el ecosistema y la sociedad, a partir de un aumento en los procesos de sensibilización del turista en aspectos ecológicos y sociales, así como un mayor empoderamiento de las sociedades receptoras en el ejercicio de este tipo de actividades

1.2.5 La ornamentación parte del embellecimiento y atracción de turistas

El ornamento en su contexto expresa maneras, acciones de hacer algo más llamativo y vistoso. Que agrade a la vista del observador. En este sentido, la Real Academia de la Lengua Española (2018) menciona que ornamento es lo natural visto de diferentes adornos y acciones que se llevan a cabo para embellecer de diferentes formas y colores, “adorno, compostura, atavío que hace vistosa una cosa”. Por otra parte Sempértegui Cárdenas (2017) refiere que:

En lo concerniente a la ornamentación, se nota que en todas las etapas de la historia de la arquitectura, las construcciones urbanas tienden a ocultar los materiales usados y los métodos aplicados, mediante formas decorativas o simplemente con recubrimiento de estuco, chapa o pintura, con el objeto de otorgar funcionalidad a las estructuras (...) La ornamentación es parte del embellecimiento de los espacios turísticos. Sin embargo, no todos los espacios o áreas naturales requieren intervención, ya que son lugares naturales con su propio encanto. Es de resaltar que en lo concerniente a la ornamentación, en la medida de intervención humana sobre los espacios naturales, puede perjudicar su atractivo turístico. Por lo que, la ornamentación es necesaria en los sectores de convivencia humana para hacer de esas áreas, lugares vistosos con identidad, seguros y agradables cuyo objeto es la captación de turistas tanto locales como foráneos (p. 16).

1.3 Desarrollo del Turismo en el Ecuador

El Ecuador es uno de los países más diversos del planeta, se encuentra en el nor-occidente de Sudamérica y la línea equinoccial, limita al Norte con Colombia y al Sur y Este con Perú, y al Oeste con el Océano Pacífico. Consta de cuatro regiones que son: Costa, Sierra, Amazonía y la Región insular -Galápagos-. Existen 24 provincias y en cada una de ellas se encuentra una biodiversidad y riqueza paisajística casi única, lo que ha llevado a la UNESCO a declarar como Patrimonio Natural de la Humanidad a la Reserva Marina y Parque Nacional Galápagos, y al Parque Nacional Sangay. También existen reservas de biósfera como lo son: Galápagos, Yasuní, Sumaco, Podocarpus-El Cónдор, El Cajas, entre otros (MINTUR, 2018).

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

De acuerdo a Poveda Burgos, Rendón Pérez, & Castro Carrasco (2018), en las 24 provincias “Se puede encontrar 1800 especies de orquídeas, 1640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos, entre lo más sobresaliente” (p. 3), convirtiéndolo como un lugar de destino ideal para el turista.

Además, de su riqueza natural y biodiversidad en toda su extensión, la diversidad cultural es otro de los factores que resalta en el Ecuador. Como mencionan Poveda Burgos, Rendón Pérez, & Castro Carrasco, (2018), de acuerdo al reconocimiento del estado existen 14 nacionalidades y 18 pueblos entre los cuales se encuentran los pueblos indígenas, montubios, afros, mestizos y blancos. Cada uno de estos pueblos y nacionalidades contienen riqueza y patrimonio cultural expresadas en sus manifestaciones y acciones cotidianas como el idioma, la artesanía, fiestas y juegos tradicionales entre otros.

La actividad turística en el Ecuador mantiene una tendencia en crecimiento durante las últimas décadas. Conforme el Banco Mundial en el período 2000 – 2013 mantuvo un crecimiento del 4,30% frente al 3,80% de crecimiento en América del Sur. Aun cuando no existen estudios relacionados al impacto que ha generado el turismo a nivel del Ecuador, existen datos relevantes en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017) sobre la evolución turística cada año.

De acuerdo al Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales para el año 2016, (INEC, 2017) ingresaron 975.877 turistas extranjeros, de los cuales el 60,27% arribaron en avión, el 37,72% en transporte terrestre y el 1,78% por barco. De todos los turistas el 24,60% estaba comprendido en las edades entre 20 a 29 años, el 19,30% entre 30 a 39 años, el 13,96% entre 40 a 49 años, el 14,42% 60 años y más, el 12,37% entre 50 y 59 años, el 9,19% de 10 a 19 años, y el 6,13% menores de 10 años. Sin embargo, para en el año 2017 los datos preliminares del Ministerio de Turismo fueron que arribaron al Ecuador 1'617.914 turistas. Estos datos no específicamente refieren a extranjeros cuyo propósito de ingreso al país es el de hacer turismo.

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Sin embargo, de los datos estadísticos se puede apreciar el desafío para el Ecuador en establecer políticas que incentiven el desarrollo del sector turístico. Algunos de los desafíos que Poveda Burgos et al, (2018), encontraron fueron:

- Limitada evaluación de la competencia turística;
- Baja promoción a gran escala y relaciones públicas limitadas con la industria turística y otros actores relacionados;
- Información del mercado turístico para la toma de decisiones limitado;
- Pérdida de participación en el mercado turístico global;
- Falta de estrategias para una acertada promulgación de la información, promoción y comercialización del turismo ecuatoriano;
- Alto margen de desconocimiento de la oferta turística por nichos (P. 14).

Sin embargo, conforme a las proyecciones en el PLANDETUR 2020 (Ministerio de Turismo, 2007) se observa que hay un interés genuino en la atracción de turistas.

Gráfico 1. Metas arribo de Turistas PLANDETUR 2020.

	2006	2010	2016	2020	Multiplicador 2020 / 2006
Llegadas visitantes internacionales	840.001	1.153.799	1.958.764	2.029.722	2,42
Generación de divisas (en miles)	499.400	683.995	1.236.309	1.837.778	3,68
Gasto por visitante internacional (por estancia)	594,52	609,92	733,13	967,68	1,63
Turismo interno	903.695*	1.355.543	1.717.021	1.897.760	2,1

Los datos de turismo interno disponibles corresponden a los obtenidos durante la realización de la Cuenta Satélite del Turismo de Ecuador, en el año 2002.

Fuentes: Foro Económico Mundial. Informe sobre Competitividad de Viajes y Turismo 2007- Perfil Económico del Ecuador.
Ministerio de Turismo. Gerencia de Planificación/Estadísticas.
Organización Mundial de Turismo. Barómetro Enero 2007.
Elaborado por T&L / PLANDETUR 2020

Activar Windows

1.3.1 Productos turísticos en el Ecuador

En el Ecuador existen aproximaciones a una base informativa de la planta turística existente. De acuerdo al Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador, elaborado por el Ministerio de Turismo (2007) “PLANDETUR 2020” en el

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Ecuador hay tres líneas de productos claves que son: “Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura” (p. 15). Así mismo, existen líneas de producto identificadas como son:

- Ecoturismo y Turismo de naturaleza
- Turismo cultural
- Turismo de deportes y aventura
- Convenciones y congresos
- Turismo de salud
- Turismo de sol y playa
- Agroturismo
- Turismo comunitario

En el PLANDETUR 2020, “se rescata que las ofertas en estas líneas de producto son limitadas, puesto que en algunos casos únicamente se han desarrollado como oferta para el turismo interno” (Ministerio de Turismo, 2007), y se establece de manera general y con consideraciones valorativas como la unicidad, Valor Intrínseco, Carácter Local, Notoriedad, Concentración de oferta de los atractivos y productos turísticos existentes en el país.

Tabla 1. Selección de Productos y atractivos turísticos del Ecuador.

En Ecoturismo

Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin ya lo dijo, son únicas.

Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biosfera.

Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonía Lacustre.

Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas en la Amazonía Andina.

Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora.

Napo Wildlife Center, el nuevo modelo para la conservación.

Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural.

Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad del mundo.

La Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas.

Bosque Petrificado de Puyango, primer puesto mundial en diversidad de aves.

La Ruta del Sol: Parque Nacional Machalilla, museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Suramérica.

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Parque Nacional Podocarpus, área protegida más austral del país.
Lodges Amazónicos, proyectos amazónicos de alojamiento.
Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad.
Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, los manglares más altos del mundo.
La Ruta del Sol: Puerto López, destino ecoturístico en la zona del Pacífico.
Parque Nacional Cajas, complejo lacustre.
Reserva Ecológica El Ángel, esponja de agua del Ecuador.
Reserva Ecológica de Limoncocha.
Reserva Ecológica Cayambe-Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador.
Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo.
Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro inca.

En Turismo de Deportes y Aventura

Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin ya lo dijo, son únicas.
La Avenida de Las Cascadas, la belleza singular del agua.
Montañita, la capital del Surf del Ecuador.
Baños de Tungurahua, aventura, descanso y diversión.
Laguna de Quilotoa, un volcán con una inmensa laguna en su cráter.
La Ruta del Sol: Isla de La Plata, la Isla Sagrada de la cultura Valdivia.
La Avenida de Los Volcanes, hacia la búsqueda de los Colosos.

En Turismo Cultural

Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo.
Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura.
Otavalo y su mercado indígena, capital intercultural del Ecuador.
Ingapirca, la capital Inca.
Vilcabamba, el paraíso de la longevidad.
Riobamba, la experiencia del ferrocarril andino a Alausí.
Hacienda San Agustín de Callo, hacienda histórica de los Andes.
La Ruta del Sol: Montecristi, la tierra del sombrero de paja toquilla.
Cotacachi, el mercado del cuero.

En Turismo de Cruceros

Manta, ciudad-puerto de entrada de cruceros y cuna de la paja toquilla y taba
Río Napo: Cruceros fluviales – Ruta del Manatee, el crucero fluvial amazónico.

En Agroturismo

Paseo de los Sabores ...Cacao, Banano, Café
Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En Turismo Comunitario (productos específicos)

San Miguel (Esmeraldas)	Kuya Llacta (Cañar)
FUNDECOL (Esmeraldas)	Kushiwaira (Azuay)
Agua Blanca (Manabí)	Principal (Azuay)
Salando (Manabí)	Saraguro (Loja)
Prodecos (Guayas)	Pacto Sumaco (Napo)
San Clemente (Imbabura)	Salazar Aitana (Napo)
Manduriacos(Imbabura)	Runa Wasi (Napo)
Junín (Imbabura)	Galeras(Napo)
Runa Tupari (Imbabura)	Río Blanco(Napo)
Yunguilla (Pichincha)	Machacuyacu(Napo)
Pastocalle (Cotopaxi)	Capirona(Napo)
Salinas (Bolívar)	Wasila Talag(Napo)
Casa Cóndor (Chimborazo)	Chuva Urku(Napo)
Guarguallá (Chimborazo)	Waysa yaku de Alukus(Napo)
Shayakrumi (Cañar)	Pavacachi (Pastaza)

Convenciones y congresos

Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo.
Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura.
Guayaquil, puerto principal y desarrollo urbano ejemplo de América

Turismo en Salud

Papallacta, puerta de entrada al Amazonía.
Vilcabamba, el paraíso de la longevidad.
Baños de Tungurahua, aventura, descanso y diversión.
Puyo, centro urbano más grande del Oriente meridional del Ecuador

Fuente: PLANDETUR 2020, (Ministerio de Turismo, 2007, p. 17-18)

1.3.2 Turismo en Imbabura

En la actualidad la Provincia de Imbabura ha sido denominada por la UNESCO como Geoparque Mundial (El Comercio, 2015), que potencializará las capacidades e infraestructura turística de todos los cantones y más aún las comunidades, lugares donde radican los atractivos naturales turísticos. Además, la ONU (2019) también ha declarado al año 2019, como el año de las Lenguas indígenas con el propósito de fortalecer la cultura y

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

los pueblos indígenas. Estos acontecimientos marcan un hito importante de referencia para fortalecer y desarrollar proyectos sostenibles turísticos que beneficien la ruralidad.

Alineados a los propósitos regionales y mundiales, junto con el desarrollo del turismo a nivel mundial, se propone un estudio referente que pretende la estructuración investigativa y teórico-práctico sobre Turismo Rural en la Comuna Quitugo. Es imprescindible rescatar el patrimonio cultural de la Comuna, los recursos naturales existentes y las capacidades organizativas para proponer y ejecutar proyectos que se enmarcan en el desarrollo sostenible local. En este sentido se plantea el presente trabajo con una estructura técnica, sencilla y práctica para beneficio colectivo del sector en mención.

La Provincia de Imbabura está ubicada en el norte del Ecuador. Sus coordenadas son: 00° 07 y 00° 52 latitud norte; 77° 48' y 79° 12' longitud oeste. Cuenta con seis cantones que son: Pimampiro, Urcuqui, Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi y Otavalo. Limita al norte con la Provincia del Carchi, al sur con la Provincia de Pichincha, por el oeste con la Provincia de Esmeraldas y por el este con la Provincia de Sucumbios. Tiene una riqueza paisajística dentro de sus límites, con los volcanes y sus lagos y lagunas, por lo que merecidamente se le llama la provincia de los lagos (GPI, 2018). Sus lagos y lagunas son:

- Laguna de San Pablo en Otavalo
- Laguna Puruhanta en Pimampiro
- Laguna de Cuicocha en Cotacachi
- Laguna de Mojanda en Otavalo, que cuenta con tres lagos.
- Laguna de Yaguarcocha en Ibarra
- Laguna de Piñán en Cotacachi
- Laguna Negra en Pimampiro, y
- Lago San Marcos en Otavalo

Los volcanes que resaltan son el “Taita Imbabura” y la “Mama Cotacachi”. Estos espacios naturales son considerados como atractivos turísticos. Sin embargo, no todos son visitados con la frecuencia y afluencia de turistas. De acuerdo a la página web

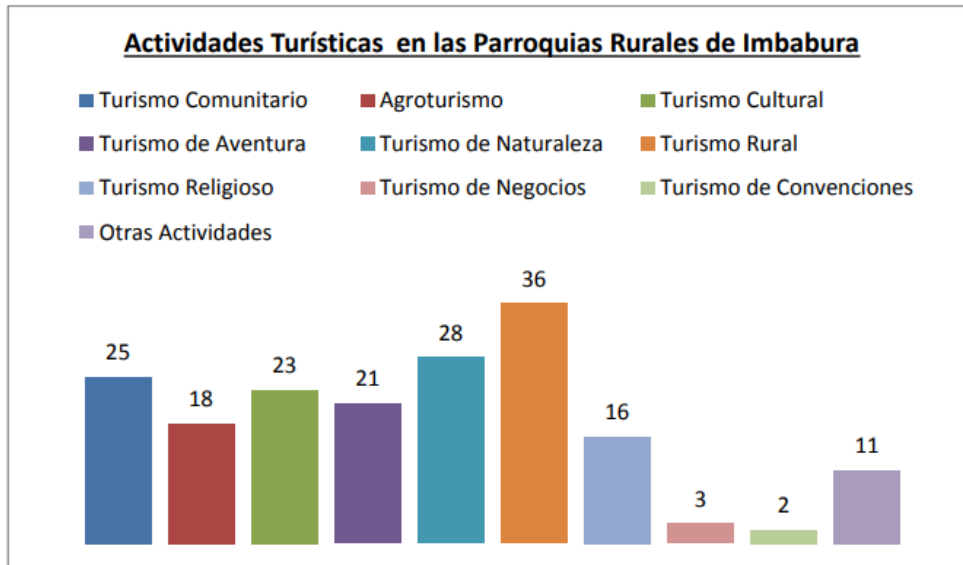
CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

<https://www.tripadvisor.co/> los atractivos turísticos que se destacan en la Provincia de Imbabura son:

- Laguna de Cuicocha en Cotacachi
- Parque Cóndor y el Lechero en Otavalo
- Plaza de Ponchos de Otavalo
- Cascada de Peguche en Otavalo
- Tren de la Libertad en Ibarra
- Museo de las culturas en Cotacachi
- Museo del Banco Central del Ecuador – Ibarra
- Museo Otavalango en Otavalo
- Museo Fábrica Imbabura en Atuntaqui
- Parque Bulevar Céntrica en Ibarra
- Mirador Arcangel San Miguel en Ibarra
- Gruta y la Cruz del Socavón
- Nagulví Hot Springs en Cotacachi.
- Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas

Aun cuando no existen datos concretos de la cantidad de visitas de turistas a nivel provincial, cada Cantón registra datos referentes de ingreso a los mismos, especialmente, a los atractivos turísticos. Pero a esto se puede agregar los estudios realizados por Torres Merlo (2017) sobre las actividades turísticas en el sector rural de la provincia de Imbabura:

Gráfico 2. Actividades Turísticas en las Parroquias Rurales de Imbabura.



Fuente: Encuesta realizada a los Presidente de los GAD's Parroquiales

Fuente: (Torres Merlo, 2017, p. 83)

1.3.3 Turismo en Cotacachi

Los datos obtenidos de Posso Yepes (2015) sobre los la ubicación del Cantón Cotacachi corresponde lo siguiente:

El cantón Cotacachi, está ubicado en las faldas del volcán que lleva su mismo nombre, y está a 28km de la ciudad de Ibarra y a 98km de la ciudad de Quito. La población de acuerdo al último censo 2010, es de 40.036 habitantes entre indígenas, mestizos y afroecuatorianos, el idioma que utilizan es el español y le kichwa. Su altitud va desde 200 a 4.944 m.s.n.m. con una temperatura que oscila entre 7°C a 24°C (p. 39).

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Cotacachi de acuerdo a la página web del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi (2018) posee lugares naturales como la laguna de Cuicocha, Intag, la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, donde existe una alta biodiversidad y es considerada como área protegida. Además, en el sector urbano encontramos productos elaborados en cuero, gastronomía como las carnes coloradas y la chicha de jora, el café de Intag. También, en sus comunidades encontramos una riqueza étnica con sus manifestaciones culturales como la música, danza, artesanías, entre otros.

Las fuentes de ingreso económico radican en la producción agrícola, manufacturas en cuero, artesanías y el turismo comunitario. Durante todo el año, el Cantón es visitado por turistas nacionales y extranjeros. Actualmente, existe una colonia de extranjeros retirados habitando en el sector urbano y rural; lo que ha generado mayor atracción de turistas y por ende generando polos desarrollo económico y social. De acuerdo a los registros de ingreso a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi (2018), durante el 2016 ingresaron 190.377 turistas entre nacionales y extranjeros. El proceso de participación ciudadana impulsado por los líderes locales ha permitido el apareamiento de nuevos productos y oferta turística rural comunitaria.

Los enfoques turísticos se centran en lo natural y cultural con dimensiones identitarias que permite la participación indígena en procesos que los lleven a salir de la pobreza y la desigualdad. En el año 2000 con el apoyo de la Unión de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cotacachi – UNORCAC, se crea la empresa de turismo comunitario Runa Tupari Native Travel, cuyo fin es promover un “encuentro con indígenas”, y que los turistas tengan un contacto más cercano con la naturaleza y la cultura. Además, permita el desarrollo sustentable de las comunidades mediante la actividad turística (...) Si bien es cierto, las estrategias por llevar a cabo un plan sostenido que beneficie a todo el cantón han sido constantes, no se ha logrado el éxito esperado. Aún existen comunidades tanto urbanas y rurales que no están incluidas en propuestas de desarrollo turístico. Por lo que es imperativo políticas consistentes en promoción y estrategia turística integral. Aunque, durante los últimos años, se ha observado el latente crecimiento de iniciativas o emprendimientos turísticos propias de las comunidades o sus habitantes para aprovechar los espacios naturales y su patrimonio cultural (GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi, 2018).

1.4 La Cultura y el Turismo

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Basurto Cedeño, Pennington-Gray, & Snyder Matthews (2015) concuerdan en la importancia del turismo cultural o de patrimonio como un medio por el cual los turistas tienen la posibilidad de acercarse y conocer de los varios aspectos relacionados a las expresiones artísticas, costumbres, tradiciones, la arquitectura, las expresiones intangibles, la historia y la ciencia relacionadas con una comunidad y lugar determinados donde se pueda experimentar y vivir aspectos de la cultura local. Es beneficioso para el desarrollo sostenible de la actividad turística pues los impactos positivos son visibles y se reflejan en la generación de beneficios sociales y económicos en los lugares en los cuales se practican.

Durante los últimos años se ha vinculado de manera práctica la cultura con el turismo y otras acciones, originando la industria cultural. Estas industrias culturales son las que generan contenidos simbólicos y representativos de la identidad, colocándola de manifiesto ante la colectividad. Para Posso Yépez (2015) el concepto de industrias culturales

...está relacionado con las actividades generadoras de productos culturales creativos cuyo origen es la iniciativa e inventiva del ser humano, con énfasis en los bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico y patrimonial (...) Esto actualmente, se ha categorizado en un tipo de turismo cultural. La convivencia del foráneo con las manifestaciones culturales de los pueblos y esto a su vez hace que también sea revalorizada y promocionada (p. 63).

Por ende se pone de manifiesto todas las acciones propias como las costumbres y de más aspectos relacionados a la identidad con el fin de alcanzar objetivos de desarrollo.

1.4.1 Costumbres

Parte de la cultura, son las costumbres de un pueblo, expresada en su qué hacer cotidiano. Como lo argumentó González (2014),

Una Costumbre es una característica propia de la sociedad, por lo general, se trata de un evento o una situación repetitiva, haciendo de la continuidad de ésta una tradición o costumbre. Una costumbre por lo general viene dada por las características propias de la cultura del entorno social que la maneja (...) Costumbre es lo que caracteriza y diferencia a los pueblos. Es lo que hace diversa a una nación. Se convierte en un patrimonio inmaterial que permite ser aprovechado y rescatado. Por lo que, al hacer

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

turismo siempre se estará relacionado con este patrimonio inmaterial que hace de los pueblos y comunidades, lugares de atracción turística.

1.5 Comunidad

Para Vallejo-Martín, Moreno-Jiménez & Ríos-Rodríguez (2017) es ese sentir de una colectividad de pertenencia en la cual cada integrante se siente y sabe ser parte de un grupo, compartiendo un conjunto de creencias que les permite un compromiso y necesidad de estar juntos. La noción de comunidad está fuertemente asociada a un territorio geográfico y a un vínculo del grupo humano con el espacio que se habita y comparte. El sentido de comunidad tiene relación a cuatro componente básicos que articulan a los individuos en un mismo grupo y este con un territorio: la pertenencia, la influencia, la integración en función de la satisfacción de necesidades compartidas y de la misma manera una conexión emocional que les vincula entre sí. Es a la vez una estructura organizativa que articula a los individuos al grupo y a su vez cada miembro tiene su función dentro de la comunidad para así poder alcanzar aquellas metas y objetivos colectivos que benefician a todo el grupo.

1.6 Eco-comunidad

Al mencionar sobre los aspectos relevantes y desarrollo sostenible de las comunidades surge una nueva concepción denominada eco-comunidad. Son comunidades comprometidas con su entorno y como lo mencionara Rafols (2015):

Las eco-comunidades pueden ser consideradas tanto procomunes materiales como inmateriales, puesto que gestionan la tierra y los recursos físicos de forma comunitaria mientras que, simultáneamente, establecen normas, convicciones, instituciones y procesos que fomentan una identidad común, que a su vez contribuye a la preservación y reproducción de la comunidad (p. 1).

1.6.1 Comuna Quitugo

En el blog de Jairo Muñoz (2014), se explican datos relacionados a la Comuna:

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La comuna Quitugo, está ubicado a 3km de Cotacachi, ingresando por la antigua carretera empedrado Cotacachi Otavalo, la comuna Quitugo limita con el cantón Otavalo, aproximadamente a 4 km. Se puede ingresar en bus desde Otavalo en 15 minutos y hay buses cada 10 min, pasa el bus Transporte Cotacachi, y transporte seis de julio. La comunidad cuenta con vertientes o fuentes de agua, agua mineral, riachuelos, caída de agua, quebradas, bosques, miradores, senderos, excelente para turismo rural, turismo de aventura, deporte de extremo, etc.

Quitugo está a una altura de 2563msnm. El ingreso principal de la mayoría proviene de la ocupación del 90% de hombres a la albañilería, las mujeres casi en 95% es ama de casa. Segundo fuente de ingreso es la artesanía a mano realizado por mujeres de la comunidad, quienes elaboran: manillas, gorras bufandas, fajas, confecciones de sacos y camisas. En tercer lugar es la agricultura, cuya producción se emplea en el consumo familiar, ya que en el mercado la agricultura es mal pagada

La comuna de Quitugo se traduce en una palabra compuesta de Quito y go. Quito hace referencia a la ciudad capital, y go = ito (es un diminutivo en kichwa), las dos palabras juntas quiere decir quitosito, quito querido o quitito. En los primeros años la comunidad era una hacienda, cuyos dueños eran de Quito. Los antecesores trabajaban para ellos, cultivando la tierra que producía: quinua, trigo, cebada, centeno, chochos, frijoles y maíz. Cuando los propietarios llegaban a la hacienda la gente acostumbraban decir ya vienen los de quito querido, en kichwa Quitugo. De ahí que, en el paso de los años los comuneros adoptaron este término y lo pusieron por nombre a su comuna, el cual se conserva hasta la actualidad.

Los fenómenos sociales tales como: la migración, la globalización, entre otros han afectado de manera directa a las costumbres, tradiciones de las comunidades; Rafael Muñoz Otavalo morador del sector, indica que con anterioridad las fiestas se celebraban con alegría con la presencia de jóvenes y enraizados en las tradiciones. Sin embargo, en la actualidad los jóvenes han ido perdiendo la identidad, tal es así que, hasta su vestimenta ha cambiado, prefieren utilizar en el caso de los hombres un jean antes que un traje tradicional; se teme que con el paso del tiempo, se pierdan las tradiciones. De igual manera, la visión occidental se ha interiorizado en la juventud de la generación actual perdiendo así la cosmovisión indígena la cual se caracteriza por el respeto a la naturaleza y a lo que ella ofrece, lo que en consecuencia ha derivado en que las comunidades, actualmente, estén descuidadas y mal ornamentadas, asimismo, los jóvenes del centro de la ciudad, están desconectados de la realidad social comunitaria, si bien es cierto, pertenecen a un solo cantón pero no están conscientes de la realidad ajena.

1.7 Empoderamiento y liderazgo comunitario

Para Sánchez Vidal (2015) el empoderamiento parte de una serie de elementos clave que permiten que un individuo y comunidad puedan asumir los múltiples retos que el entorno,

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

la sociedad y su momento histórico le imponen, hacia la consecución de fines que benefician a todo un grupo, como lo son:

- Adquisición de poder personal participando en acciones colectivas para alcanzar bienes y metas sociales valiosas y legítimas.
- Impulsar el sentimiento subjetivo de potencia (sobre todo en grupos marginales), generando expectativas de empoderamiento.
- Promover/fortalecer los procesos de comunicación social que posibilitan la elaboración de objetivos comunes, la organización social y la participación en acciones colectivas.
- Ayudar a discriminar los contextos sociales que permiten el empoderamiento cooperativo de aquéllos en que hay que usar el conflicto y la confrontación para redistribuir el poder.
- Asesorar/facilitar la realización de acciones eficaces en la consecución de bienes sociales valiosos que permiten la adquisición efectiva de poder y confirman las expectativas iniciales (p. 1241).

El desarrollo de propuestas sostenibles requiere el empoderamiento comunitario y el direccionamiento de un liderazgo político firme. Como lo señalan Castillo Montesdeoca, Martínez Roget, & Vásquez Rozas (2015),

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso (...) Tanto en las comunidades y en todos los espacios sociales, no existirá desarrollo a menos que haya el empoderamiento y liderazgo. Es decir, los proyectos no serán sostenibles sin el involucramiento y la integración de todos los actores sociales. Para ello es imprescindible la socialización y participación activa comunitaria, en talleres, foros, conversatorios y demás recursos (p. 75).

1.7.1 Socialización

En la actualidad se considera que la gestión del conocimiento en sociedades y comunidades requiere de la integración espiral de cuatro elementos que dan una naturaleza dinámica y continua a la transmisión de información de manera que articula el conocimiento tácito e explícito bajo cuatro modalidades: la socialización, la externalización, la combinación y la interiorización. Este flujo permite no solo la transmisión de datos sino también la generación de nuevo conocimiento, como lo explican Varela, López y Pirela (2017):

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

-Socialización: en este paso se tiene la finalidad de generar conocimiento tácito en los individuos de la organización, compartiendo modelos mentales, experiencias y habilidades técnicas.

-Externalización: se trata de consolidar el conocimiento tácito de los individuos en conocimiento explícito, de forma que se puede formalizar en código o documentos con el lenguaje normal.

-Combinación: este paso busca convertir determinados conocimientos explícitos en la combinación de conocimientos iniciales para desarrollar conceptos nuevos, ideas e innovación.

-Internalización: supone la generación de nuevo conocimiento tácito a partir de la interiorización del conocimiento explícito a través de la práctica y el aprendizaje por experiencia (p. 556).

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes Investigativos

Los fenómenos sociales tales como: la migración, la globalización, entre otros han afectado de manera directa a las costumbres, tradiciones de las comunidades; Rafael Muñoz Otavalo morador de la Comuna Quitugo (Comunicación personal, 2018), indica que con anterioridad las fiestas se celebraban con alegría con la presencia de jóvenes y enraizados en las tradiciones. Sin embargo, en la actualidad los jóvenes han ido perdiendo la identidad, tal es así que, hasta su vestimenta ha cambiado, prefieren utilizar en el caso de los hombres un jean antes que un traje tradicional; se teme que con el paso del tiempo, se pierdan las tradiciones. De igual manera, la visión occidental se ha interiorizado en la juventud de la generación actual perdiendo así la cosmovisión indígena la cual se caracteriza por el respeto a la naturaleza y a lo que ella ofrece, lo que en consecuencia ha derivado en que las comunidades, actualmente, estén descuidadas y mal ornamentadas, asimismo, los jóvenes del centro de la ciudad, están desconectados de la realidad social comunitaria, si bien es cierto, pertenecen a un solo cantón pero no están conscientes de la realidad ajena.

La comunidad de Quitugo, está ubicado a 3km de Cotacachi, ingresando por la antigua carretera empedrado Cotacachi Otavalo, la comuna Quitugo limita con el cantón Otavalo, aproximadamente a 4 km. Se puede ingresar en bus desde Otavalo en 15 minutos y hay buses cada 10 min, pasa el bus Transporte Cotacachi, y transporte seis de julio. La comunidad cuenta con vertientes o fuentes de agua, agua mineral, riachuelos, caída de agua, quebradas, bosques, miradores, senderos, excelente para turismo rural, turismo de aventura, deporte de extremo, etc.

Quitugo está a una altura de 2563 msnm. El ingreso principal de la mayoría proviene de la ocupación del 90% de hombres a la albañilería, las mujeres casi en 95% es ama de casa. Segundo fuente de ingreso es la artesanía a mano realizado por mujeres de la comunidad, quienes elaboran: manillas, gorras bufandas, fajas, confecciones de sacos y camisas. En

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

tercer lugar es la agricultura, cuya producción se emplea en el consumo familiar, ya que en el mercado la agricultura es mal pagada.

En consecuencia, estos aspectos observados permitieron llevar a cabo una investigación que permitió identificar las fortalezas organizacionales y turísticas de la Comuna Quitugo.

2.2 Objetivos investigativos

La metodología de investigación ejecutada en este trabajo pretende lo siguiente:

- Diagnosticar atractivos turísticos y el desarrollo del turismo rural en la comunidad como mecanismo de propuesta y desarrollo local.
- Identificar la percepción de turistas frente a las propuestas turísticas que la comunidad pretende ofertar.

Todo esto conlleva a una base investigativa que sustente una propuesta integral en la Comuna Quitugo.

2.3 Mecánica Operativa

2.3.1 Población o universo

Población 1. Para la determinación de la población objeto de estudio se obtuvo datos que reposan en las actas de la Comuna Quitugo. Estos datos refieren que existen 450 habitantes censados entre los cuales se ha encontrado 115 cabezas de hogar, a quienes se direccionó una encuesta para identificar su decisión de empoderamiento en un proyecto de embellecimiento comunitario como estrategia de atractivo turístico.

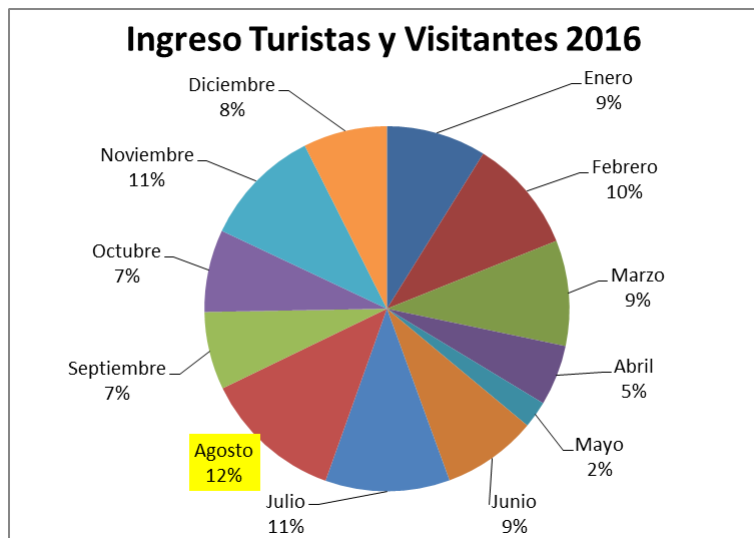
Población 2. Dentro de este trabajo investigativo se tomó en cuenta a los turistas que visitan la reserva ecológica Cotacachi Cayapas. De acuerdo a los archivos del GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi (2018) indican que solo durante el año 2016 visitaron la Reserva 190377 turistas, siendo el mes de agosto el mes de mayor afluencia de turistas, tal como se observa en la siguiente Tabla y gráfico.

Tabla 2. Ingreso de Turistas y Visitantes 2016, Reserva ecológica Cotacachi Cayapas.

2016		
Mes	Total	Porcentaje
Enero	16840	8,85%
Febrero	19211	10,09%
Marzo	17786	9,34%
Abril	10227	5,37%
Mayo	4542	2,39%
Junio	15977	8,39%
Julio	20994	11,03%
Agosto	23555	12,37%
Septiembre	13113	6,89%
Octubre	13892	7,30%
Noviembre	20093	10,55%
Diciembre	14147	7,43%
	190377	100%

Fuente: (GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi, 2018)

Gráfico 3. Ingreso Turistas y Visitantes 2016.



Fuente: (GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi, 2018)

2.4 Identificación de la Muestra

Muestra 1: En base de la población 1 se procedió a inferir de manera no probabilística la muestra para este segmento, por lo que se obtuvo como muestra a los cabeza de hogar de la Comuna Quitugo. Además, en vista de ser una comunidad pequeña en número de habitantes se procedió a emplear la técnica del censo.

Muestra 2: Para la población 2 identificada se procedió a implementar un método de cálculo matemático y obtener la muestra sobre la población de visitantes y turistas que llegan a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas. Al ser probabilístico el procedimiento, se toma en cuenta al universo de 190377 turistas.

2.4.1 Determinación del tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra 1: La muestra comprende los 115 cabezas de hogar de la Comuna Quitugo, de acuerdo al censo de la comunidad, mismos que fueron encuestados.

Tamaño de la muestra 2: Se procedió a aplicar la siguiente fórmula matemática para identificar la muestra.

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot Z^2}{(N - 1)e^2 + d^2 \cdot Z^2}$$

Los significados de los componentes de esta fórmula son:

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo o población a estudiarse.

d = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25 cuya desviación típica es de 0.5.

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

e = Límite aceptable de error de muestra 7% es decir 0.07.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se toma en relación al 95% equivale a 1.96.

Aplicación de la fórmula:

$$N = \frac{(190377)(0.5)^2(1.96)^2}{(190377 - 1)(0.07)^2 + (0.50)^2(1.96)^2}$$
$$N = \frac{(190377)(0.25) (3.8416)}{(190377 - 1)(0.0049) + (0.25) (3.8416)}$$
$$N = \frac{182838,071}{932,8424 + 0.9604}$$
$$N = \frac{182838,071}{933,8028}$$

$$N = 195,80 \approx \mathbf{196 \text{ (Turistas)}}$$

Para la población de turistas identificado la muestra fue de 196 turistas.

2.5 Métodos de investigación aplicados en la investigación

En el presente estudio se aplicó los siguientes métodos de investigación:

Método Inductivo.- como lo mencionan Rodríguez Jiménez y Pérez Jacinto (2017) se procede a indagar por casos particulares y la observación de los fenómenos que se repiten de manera reiterada, generando un marco comparativo que permite llegar a generalizaciones sobre aquello que se estudia y plantear conclusiones desde los rasgos comunes encontrados. Al aplicar este método en el presente trabajo se observó y recabó información local comunitaria que permitió hacer conjeturas, sobre la potencialidad que la comuna Quitugo tiene de ser una opción de visita para los turistas, por sus paisajes,

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

desarrollo cultural y artesanal, así como el nivel de compromiso y empoderamiento del proyecto de embellecimiento local.

Método Deductivo.- Rodríguez Jiménez y Pérez Jacinto (2017) refieren que este método

Tuvo su origen entre los filósofos griegos. Aristóteles y sus discípulos lo implantaron como un proceso del pensamiento en el que, de afirmaciones generales, se llegaba a afirmaciones particulares que aplicaban las reglas de la lógica. Mediante este procedimiento, se organizan hechos conocidos y se extraen conclusiones mediante una serie de enunciados, conocidos como silogismos, que comprenden: la premisa mayor, la premisa menor y la conclusión (pág. 188).

Siendo que las percepciones generales de todos los visitantes y turistas lo observan al Cantón y sus comunidades como espacios de atractivo turístico, esto representa una excelente oportunidad para la Comuna Quitugo a que esta desarrolle proyectos turísticos como un mecanismo de desarrollo sostenible.

Método Cuantitativo.- se fundamenta en el método científico como camino de construcción de un conocimiento válido, verificable y que dé cuenta de la realidad, por medio de procedimientos que parten de la formulación de una hipótesis la cual se comprueba desde la experimentación, con carácter hipotético deductivo donde lo general se verifica con la recolección de datos empíricos que validan las afirmaciones sobre las realidades particulares observadas (Mousalli-Kayat, 2016).

En este estudio se usó una fórmula estadística en el muestro de turistas, también al tabular la información se obtuvo valores numéricos de los cuales se pudo observar de manera absoluta y en porcentajes las percepciones de los encuestados dando validez empírica a los resultados presentados.

Método cualitativo.- este método se aplicó como lo propusiese Vásquez (2015), que, “La investigación cualitativa implica la recogida, el análisis y, lo más importante, la interpretación de aquellos datos que no son medibles de forma objetiva o matemática, es decir, que no puede reflejarse en forma de números” (pág. 22). La percepción de los

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

comuneros en las reuniones de socialización del presente proyecto fue muy favorable, al aplicar este método. Así mismo. Se logró conocer el nivel de empoderamiento y los sentimientos de cada jefe de hogar para llevar a cabo proyectos como este en toda la comunidad.

2.6 Técnicas de Investigación

Las técnicas empleadas para el levantamiento de información primaria fueron: las encuestas y la observación.

2.6.1 Encuesta

La encuesta permitió obtener información escrita de la percepción de los comuneros y turistas sobre el presente proyecto. Se llevó a cabo mediante una estructura

Participantes: Se realizó el estudio y planteamiento de las alternativas con los jefes de hogar de las 115 familias de la comunidad. Además, se obtuvo los datos de la muestra de 196 turistas, quienes visitan la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

Instrumentos: los instrumentos a ser empleados fueron los cuestionarios con preguntas de tipo electiva tanto para turistas y los habitantes de la comunidad. También se emplearon fichas y reportes de observación. Los formatos empleados se encuentran en Anexo 1 y Anexo 2.

Procedimiento: Se procedió a validar en primera instancia las preguntas de las encuestas y la socialización respectiva del proceso investigativo con la comunidad. Posteriormente se ejecutó el formulario para la obtención de la información local, seguido de la información turística de los visitantes al Cantón.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.6.2 Observación

En esta técnica que requirió la apreciación del investigador generó información de tipo cualitativa. Como lo explica Guerrero Bejarano (2016) esta técnica está determinada por la acción tanto de observar un fenómeno y describir aquello que se percibe por parte de quien observa. Su finalidad es aproximarse y entender un acontecimiento de manera tal y como se produce, logrando el registro de información pertinente que dé cuenta de las causas que generó aquello que es observado. Esta técnica se implementó en la comunidad y su entorno para determinar los potenciales atractivos naturales, así como los cambios y mejoras a realizar en la ornamentación, higiene y seguridad.

2.7 Instrumentos

2.7.1 Cuestionario

El cuestionario se elaboró con preguntas cerradas y de tipo electivas tanto para los jefes de hogar objeto de estudio así como para los turistas

2.7.2 Ficha de observación

La ficha de observación se empleó en el levantamiento de información sobre la comunidad. Especialmente para el levantamiento de los potenciales atractivos turísticos que pueden ser usados en la propuesta. Además, también se observó los espacios y edificaciones donde se pueden llevar a cabo acciones de embellecimiento mediante la ornamentación.

2.8 Tabulación y Análisis de Información

2.8.1 Tabulación y análisis de encuestas realizadas a los comuneros

A continuación se expone los resultados de las encuestas llevadas a cabo a los comuneros en la Comuna Quitugo, a los 115 cabeza de familia.

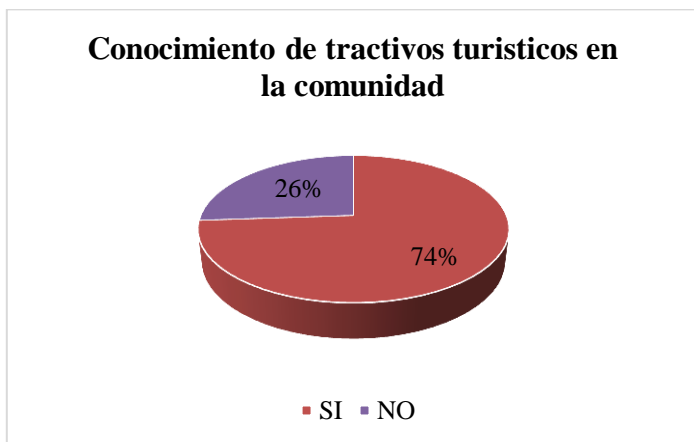
CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Tabla 3: Pregunta No. 1 ¿Conoce los atractivos turísticos de la comunidad?

Indicadores	Frecuencia	%
SI	85	74%
NO	30	26%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 4. Conocimiento de atractivos turísticos en la comunidad.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

La reacción atiende a las diferentes ocupaciones que los habitantes llevan a cabo. La mayoría está familiarizado con el término atractivo turístico, el resto requería un poco más de explicación. Sin embargo, la mayoría refiere una expectativa e involucramiento en la actividad turística.

Tabla 4. Pregunta No. 2 ¿Con cuáles de los siguientes atractivos turísticos cuenta la comunidad?

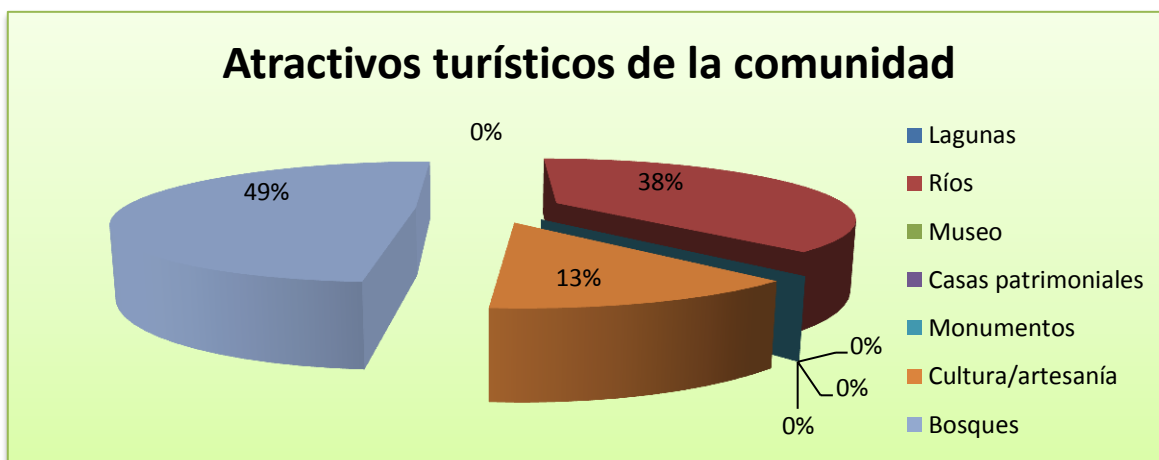
Indicadores	Frecuencia	%
Lagunas	0	0%
Ríos	44	38%
Museo	0	0%
Casas patrimoniales	0	0%
Monumentos	0	0%

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Cultura/artesanía	15	13%
Bosques	56	49%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 5. Atractivos Turísticos de la comunidad.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

La comuna tiene tres atractivos turísticos que resaltan de las opciones presentadas. Cuenta con bosques, seguido por los ríos y cultura/artesanías. Esto permite un direccionamiento estratégico en los planes y proyectos comunitarios. Además, representa una fortaleza natural y cultural que se pretende hacer uso correcto con la presente propuesta.

Tabla 5. Pregunta No. 3 ¿Qué importancia tiene para usted el turismo (visita de turistas a la comunidad)?

Indicadores	Frecuencia	%
Muy importante	62	54%
Importante	51	44%
Poco importante	2	2%
Nada importante	0	0%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 6. Importancia del Turismo.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

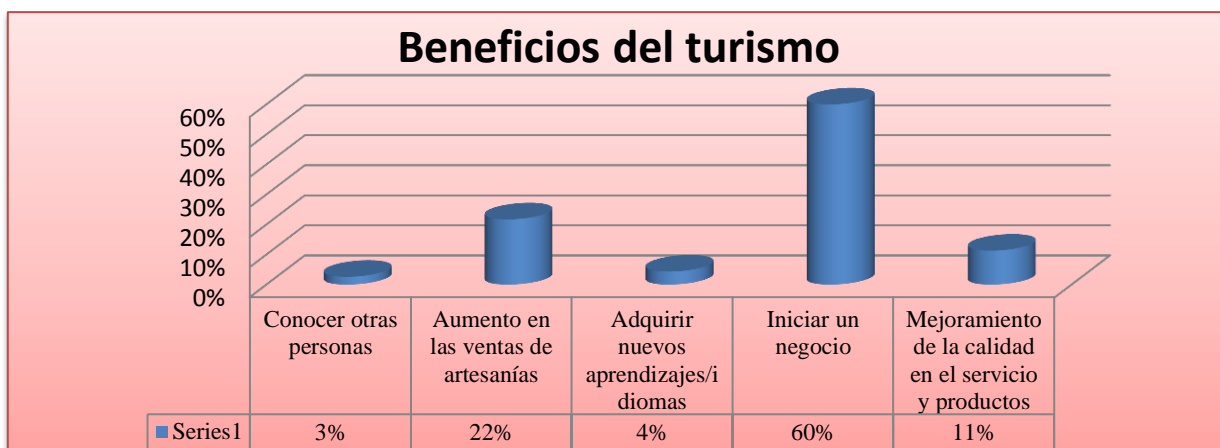
La relevancia de la visita turística dentro de sus actividades cotidianas se refleja en que la mayoría de los encuestados, considera muy importante que los turistas visiten la comunidad, similar tendencia asegura que es importante y unos pocos cree que tiene poca importancia. De una u otra manera los comuneros se encuentran vinculados a la actividad o consideran una excelente posibilidad que el sector sea visitado por foráneos.

Tabla 6. Pregunta No. 4 ¿En qué forma le beneficia a usted a y a su familia la visita de turistas?

Indicadores	Frecuencia	%
Conocer otras personas	3	3%
Aumento en las ventas de artesanías	25	22%
Adquirir nuevos aprendizajes/idiomas	5	4%
Iniciar un negocio	69	60%
Mejoramiento de la calidad en el servicio y productos	13	11%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 7. Beneficios del Turismo.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

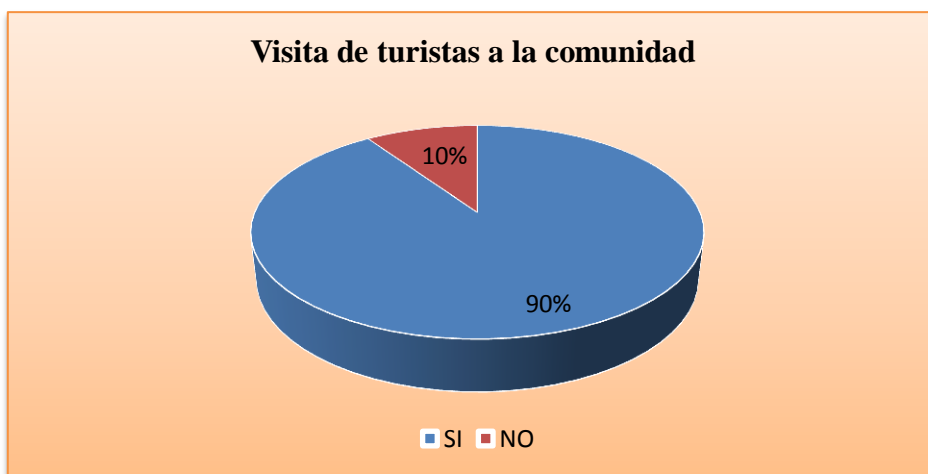
Desde la perspectiva de los comuneros la visita de turistas a la localidad beneficiaría sus familias en iniciar un negocio, aumentarían sus ventas de manufacturas, permitiría mejorar la calidad de servicios y productos ofertados, mientras el conocer otras personas y aprender nuevos idiomas no son considerados con relevancia en toda la comunidad. El desarrollo económico de la localidad es una prioridad y los comuneros lo afirman, la visita de turistas puede brindarles las oportunidades de desarrollo que aspiran.

Tabla 7. Pregunta No. 5 ¿Actualmente, usted o la comunidad recibe la visita de turistas?

Indicadores	Frecuencia	%
SI	12	10%
NO	103	90%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 8. Visitas de turistas a la comunidad.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

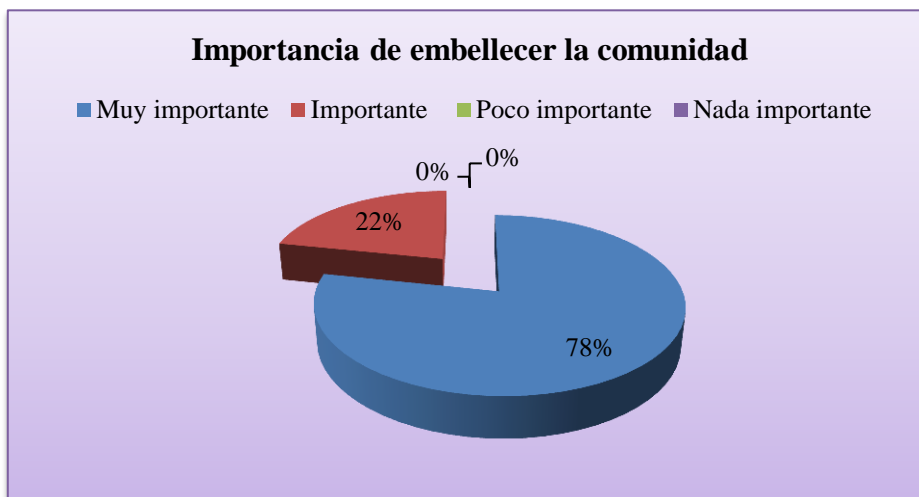
La mayoría de los encuestados afirma que la comunidad de Quitugo si ha recibido turistas con regularidad. Esta referencia sugiere que los turistas si visitan la comunidad. Los comuneros son conscientes de que hay un buen potencial de personas que visitan la localidad, con diferentes motivos. Una pequeña cantidad asegura que no visitan turistas a la comunidad.

Tabla 8. Pregunta No. 6 ¿Cuán importante considera usted que la comunidad sea embellecida mediante la higiene y mejoramiento de fachadas?

Indicadores	Frecuencia	%
Muy importante	90	78%
Importante	25	22%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 9. Importancia de embellecer la comunidad.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

La mayoría de los comuneros piensa que es muy importante embellecer la comunidad mediante higiene y mejoramiento de fachadas. Unos pocos aseveran que es importante. Sugiere el gran significado que este asunto tiene para los comuneros. Todo asunto relacionado con el mejoramiento, la comunidad está de acuerdo y se observa comprometida con aquellos cambios, los cuales tiene el objetivo de apoyar al desarrollo comunitario.

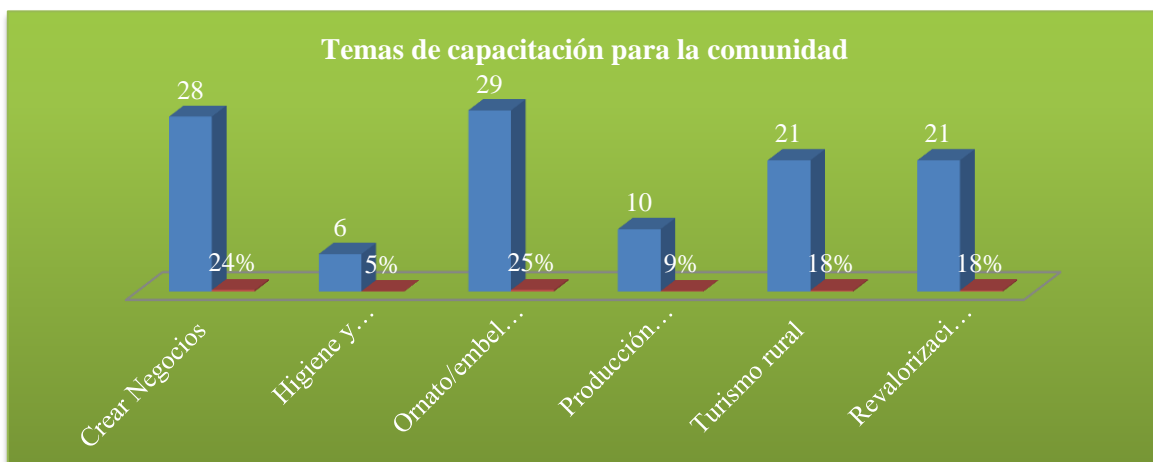
Tabla 9. Pregunta No. 7 ¿En cuál de estos temas de capacitación le gustaría participar para hacer de la comunidad un lugar de atracción turística?

Indicadores	Frecuencia	%
Crear Negocios	28	24%
Higiene y cuidado de animales menores	6	5%
Ornato/embellecimiento de casas	29	25%
Producción de alimentos	10	9%
Turismo rural	21	18%
Revalorización de expresiones culturales	21	18%
TOTAL	115	100%

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 10. Temas de capacitación para la comunidad.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

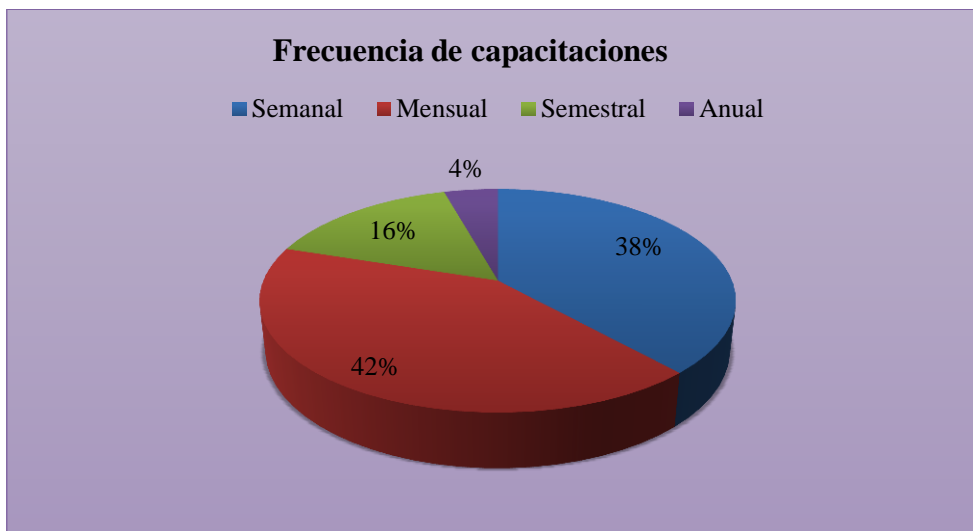
Sobre los temas que consideran que son relevantes al iniciar programas de capacitación para la comunidad y las iniciativas de hacer de su comunidad un atractivo turístico se destaca el ornato, seguido de crear negocios; temas relacionados al turismo rural y revalorización de expresiones culturales, cada uno, cuenta con una buena aceptación, producción de alimentos, la higiene y cuidado de animales menores con aceptación menor. Esta premisa refiere los temas de mayor interés y participación.

Tabla 10. Pregunta No. 8 ¿Señale la frecuencia apropiada de capacitación?

Indicadores	Frecuencia	%
Semanal	44	38%
Mensual	48	42%
Semestral	18	16%
Anual	5	4%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 11. Frecuencia de capacitaciones.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

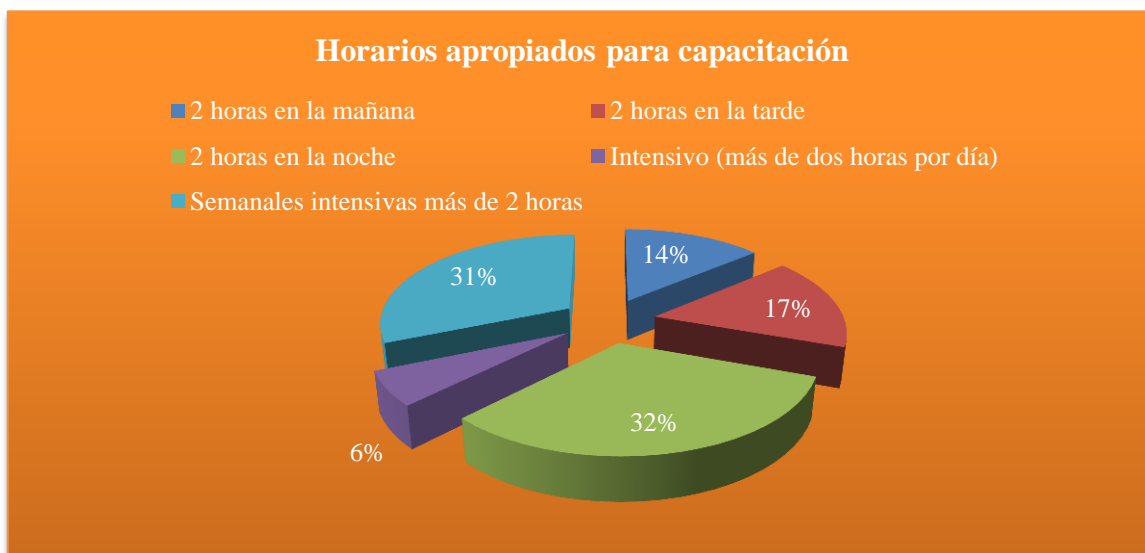
Las preferencias sobre la frecuencia de capacitación permite estructurar los programas de capacitación acorde a la disponibilidad de tiempo de los comuneros, esto es de manera mensual, y las que sean posibles de manera semanal. Algunas se programaran de manera semestral y anual.

Tabla 11. Pregunta No. 9 ¿Cuál de estos horarios son más apropiados para usted?

Indicadores	Frecuencia	%
2 horas en la mañana	16	14%
2 horas en la tarde	19	17%
2 horas en la noche	37	32%
Intensivo (más de dos horas por día)	7	6%
Semanales intensivas más de 2 horas	36	31%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 12. Horarios apropiados para capacitación.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

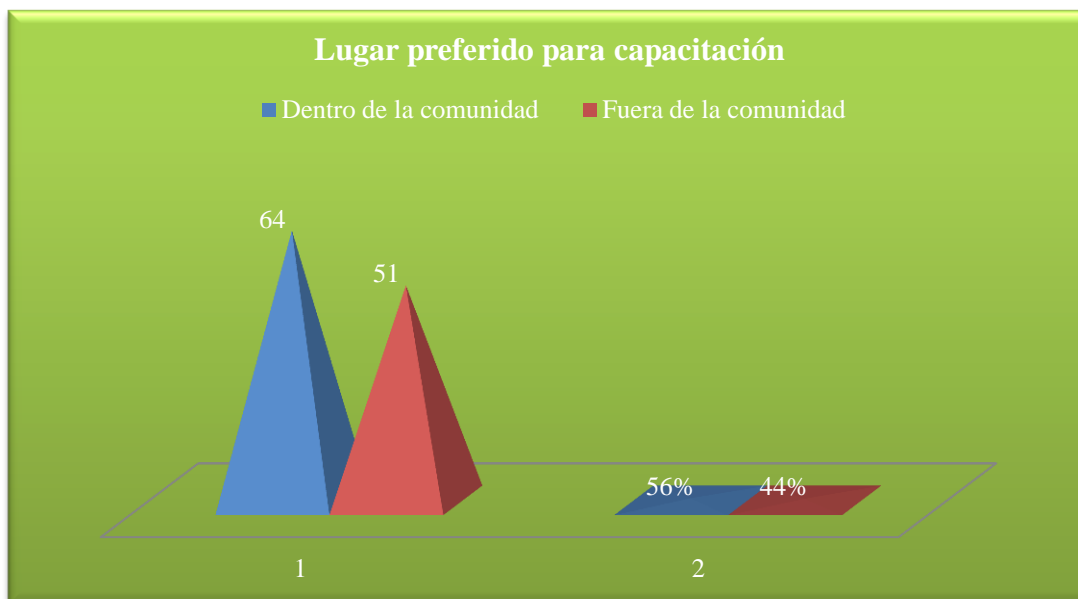
Para las capacitaciones, la tercera parte prefiere que sean dos horas en la noche, y otra tercera parte prefiere de manera intensiva en la semana más de dos horas. Sigue la disponibilidad con las dos horas en la tarde y con dos horas en la mañana; una pequeña parte prefiere intensivo, más de dos horas por día. Este comportamiento atiende a las ocupaciones y labores cotidianas de los comuneros, sin embargo la mayoría está dispuesta a participar en la tarde y en la noche de las capacitaciones.

Tabla 12. Pregunta No. 10 Las capacitaciones le gustaría que se realicen:

Indicadores	Frecuencia	%
Dentro de la comunidad	64	56%
Fuera de la comunidad	51	44%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 13. Lugar preferido para capacitación.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

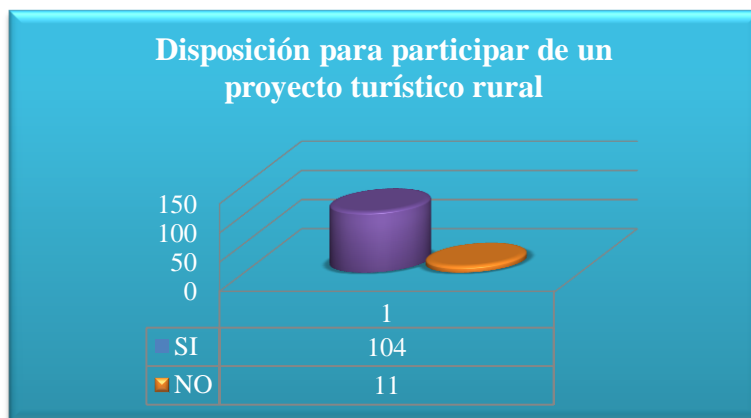
Más de la mitad de los comuneros prefiere que las capacitaciones se lleven a cabo dentro de la comunidad y poco menos de la mitad fuera de la comunidad. Tiene mucho que ver con el horario de disponibilidad y el medio de transporte de acceso a la comunidad. Por lo tanto, la mayoría de las capacitaciones, por preferencia de los habitantes del sector se deberán ejecutar dentro de la comuna.

Tabla 13. Pregunta No. 11 ¿Estaría dispuesto a participar de un proyecto de turismo rural y comprometerse a embellecer su comunidad?

Indicadores	Frecuencia	%
SI	104	90%
NO	11	10%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 14. Disposición para participar de un proyecto turístico rural.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

Al consultar a los comuneros sobre su disposición para participar de un proyecto de turismo rural, la mayoría afirma que estaría dispuesto. Mientras que una cantidad mínima no considera oportuno participar. Casi la totalidad de los comuneros está dispuesta a ser incluido en una propuesta turística, como se refleja en sus expectativas de hacer de la comunidad un lugar embellecido mediante la capacitación y demás factores necesarios para atraer turistas a la comunidad.

Tabla 14. Pregunta No. 12 ¿Qué beneficios y mejoras considera usted que generaría la implementación de un proyecto turístico rural en la comunidad?

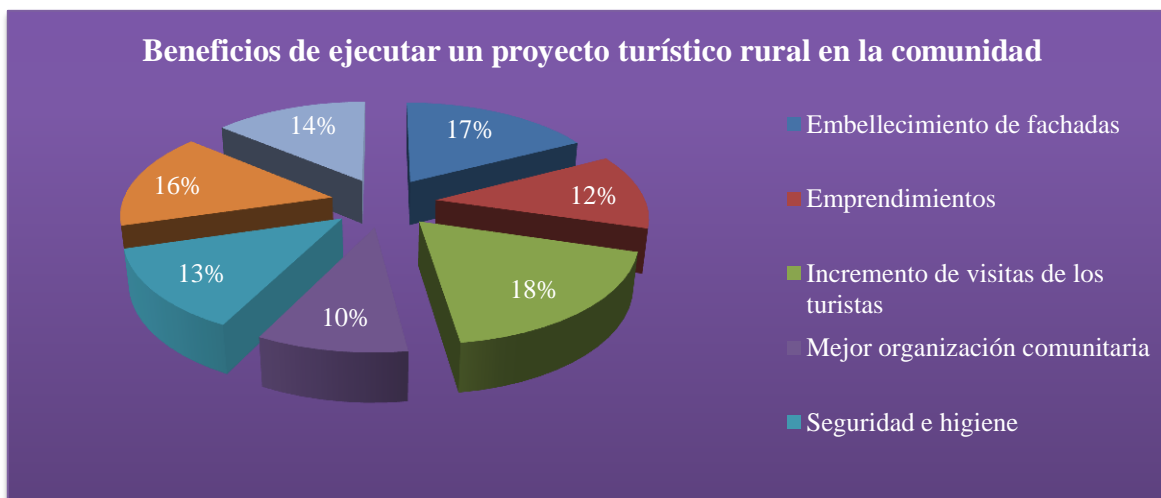
Indicadores	Frecuencia	%
Embelllecimiento de fachadas	20	17%
Emprendimientos	14	12%
Incremento de visitas de los turistas	21	18%
Mejor organización comunitaria	11	10%
Seguridad e higiene	15	13%
Más ingresos económicos	18	16%
Revalorización de la identidad cultural	16	14%

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

TOTAL	115	100%
-------	-----	------

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 15. Beneficios de ejecutar un proyecto turístico rural en la comunidad.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

Los comuneros observan una gran oportunidad en la implementación de un proyecto turístico dentro de la comunidad, consideran que atraerá más turistas y hará de la comuna un lugar más atractivo, también confían que les generará más ingresos económicos a las familias. De manera similar en todos los aspectos refieren que les permitirá rescatar la identidad cultural, la seguridad e higiene, que les brindará la oportunidad de generar nuevos emprendimientos y mejor organización comunitaria. Se observa que es relativo entre mejorar la comunidad y hacerla más atractiva frente a la llegada de más turistas al sector. Además, esto generará mayor desarrollo económico local.

2.8.2 Tabulación y análisis de encuestas realizadas a Turistas

A continuación se expone los resultados de las encuestas llevadas a cabo a la muestra de 196 turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón frente a la propuesta de implementar un proyecto turístico rural con el embellecimiento de la Comuna Quitugo.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Tabla 15. Pregunta No. 1. ¿Qué tipo de atractivos turísticos prefiere visitar?

Indicadores	Frecuencia	%
Museos	21	10%
Parques y mercados	5	3%
Lagunas	65	33%
Comunidades Indígenas	78	40%
Montañas	27	14%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 16. Atractivos turísticos preferidos por turistas.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

Cerca de la mitad de turistas que visitan el Cantón Cotacachi prefiere visitar comunidades indígenas, una tercera parte vienen por las Lagunas, unos pocos cuyo interés son las montañas, otros los museos y apenas una pequeña cantidad los parques y mercados. En este sentido, la comuna Quitugo tiene un gran patrimonio cultural étnico que será de atractivo

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

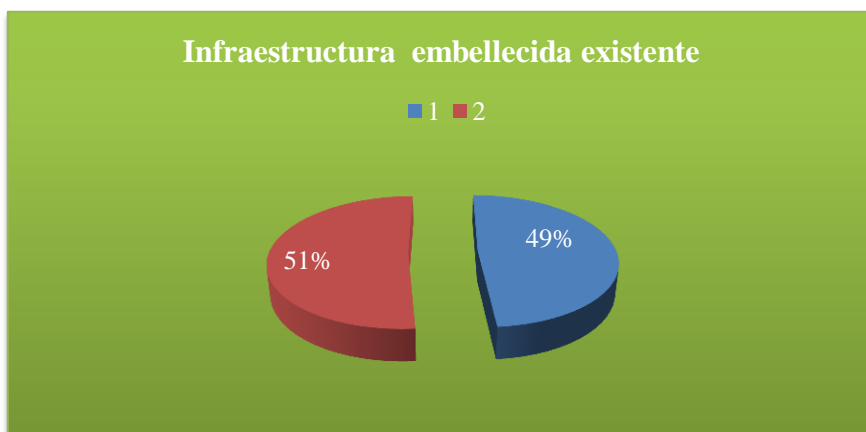
para los turistas; además, se puede incluir en las visitas la laguna de Cuicocha que está dentro del Cantón, incluyendo la excursión a la Mama Cotacachi.

Tabla 16. Pregunta No. 2 ¿Los lugares que visita disponen de una infraestructura embellecida y adecuada?

Indicadores	Frecuencia	%
Si	95	49%
No	101	51%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 17. Infraestructura embellecida existente.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis

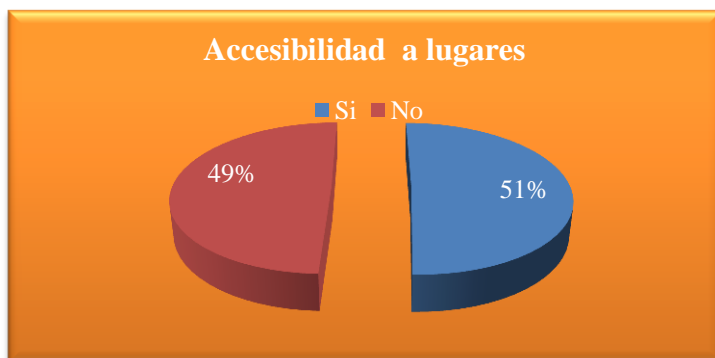
La mitad de los turistas han observado que los lugares visitados no cuentan con una infraestructura embellecida. La otra mitad reconoce que si cuentan con estos espacios.

Tabla 17: Pregunta No. 3 ¿Usted piensa que los lugares que visita son accesibles?

Indicadores	Frecuencia	%
Si	99	51%
No	97	49%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 18. Accesibilidad a lugares.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

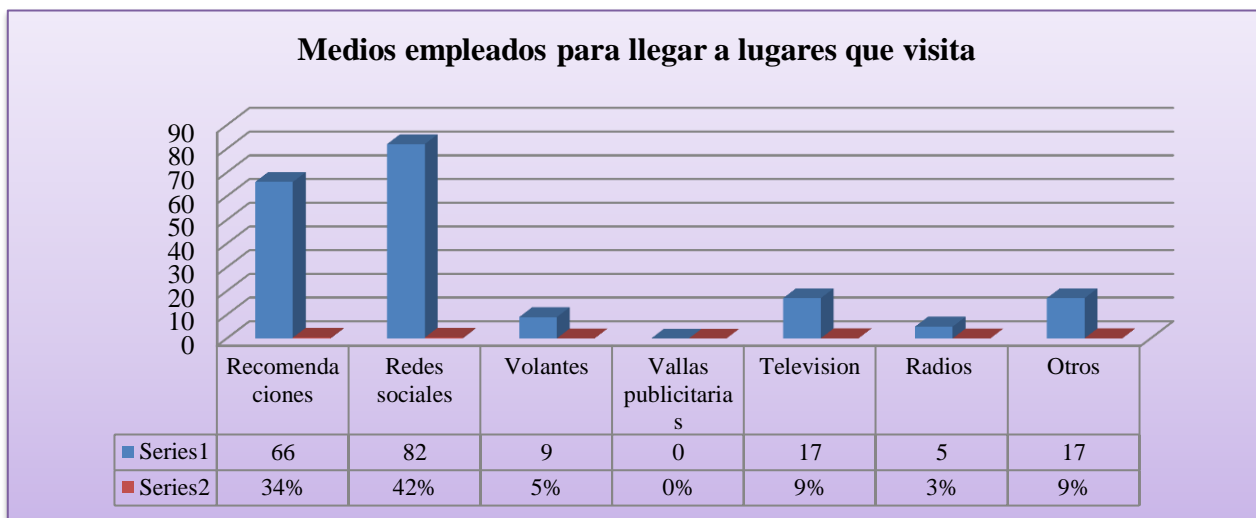
Sobre la accesibilidad que refiere a las vías de acceso a los lugares turísticos, la mitad de los visitantes mencionan que si son accesibles. Un poco menos de la mitad de los visitantes refiere que no existe accesibilidad. Es una referencia importante no solo para las propuestas en la comunidad sino también en otros lugares atractivos, también se plantea una observación para las autoridades locales para acciones relacionadas en infraestructura y acceso a los espacios.

Tabla 18. Pregunta No. 4 ¿Mediante qué medios usted llega a los lugares que visita?

Indicadores	Frecuencia	%
Recomendaciones	66	34%
Redes sociales	82	42%
Volantes	9	5%
Vallas publicitarias	0	0%
Televisión	17	9%
Radios	5	3%
Otros	17	9%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 19. Medios empleados para llegar a lugares que visita.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis

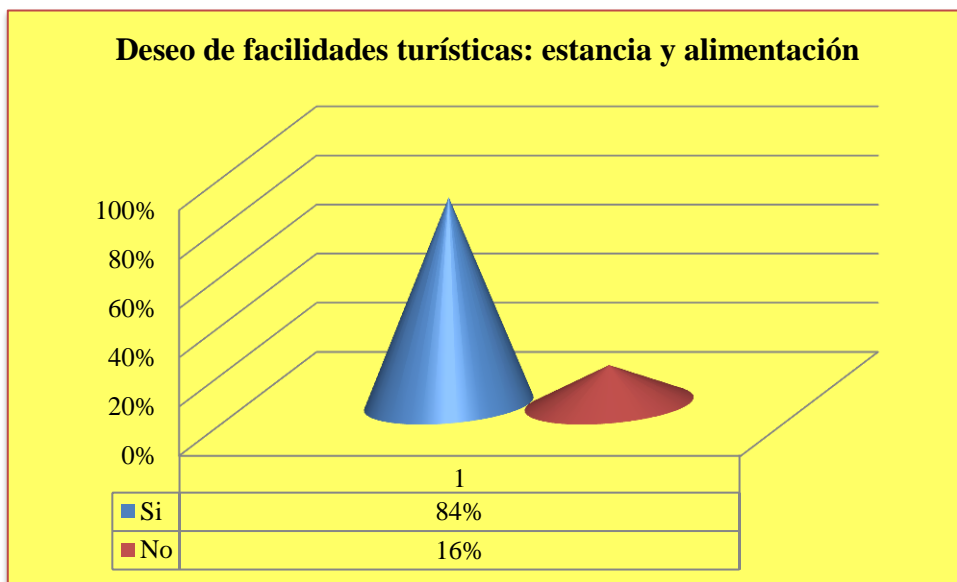
Los turistas llegan a los lugares turísticos del Cantón porque han empleado las redes sociales como una opción comunicacional, una tercera parte visitan porque han recibido recomendaciones de otros turistas ya experimentados. Unos pocos mediante la televisión, y otros que se ha mencionado en revistas y medios impresos así como volantes.

Tabla 19. Pregunta No. 5 ¿Le gustaría disponer dentro de sus opciones de visita una comunidad que brinde todas las facilidades turísticas y que satisfaga sus necesidades de estancia y alimentación?

Indicadores	Frecuencia	%
Si	165	84%
No	31	16%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 20. Deseo de facilidades turísticas: estancia y alimentación.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis

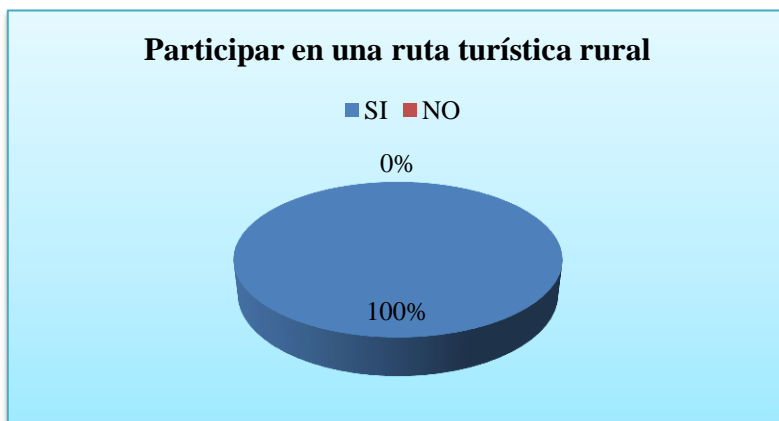
La mayoría de los turistas prefiere que en una misma comunidad exista la opción de alimentación y estancia, mientras que unos pocos no prefiere tal opción. Esto permite una estructuración de la propuesta de manera integral que permita satisfacer la demanda de los clientes turísticos. La posibilidad de tener facilidades en el mismo sector refleja la oportunidad de mantener a los visitantes dentro realizando diferentes acciones turísticas; esto también permite pensar en opciones adicionales para mantener satisfecho al visitante.

Tabla 20. Pregunta No. 6 ¿Le gustaría participar en una ruta turística rural, que le permita observar los atractivos naturales y manifestaciones culturales en un ambiente adecuado?

Indicadores	Frecuencia	%
Si	196	100%
No	0	0%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 21. Participar en una ruta turística rural.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

Todos los encuestados han acertado en que dentro de sus expectativas turísticas se incluya la observación de atractivos naturales y manifestaciones culturales. La totalidad ha afirmado positivamente. Esto refleja una parte de la factibilidad de la presente propuesta. Los turistas que visitan la ruralidad esperan encontrar además, de los espacios naturales y la cultura, un ambiente adecuado de estancia, permanencia.

Tabla 21. Pregunta No. 7 ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos le gustaría observar en un área rural?

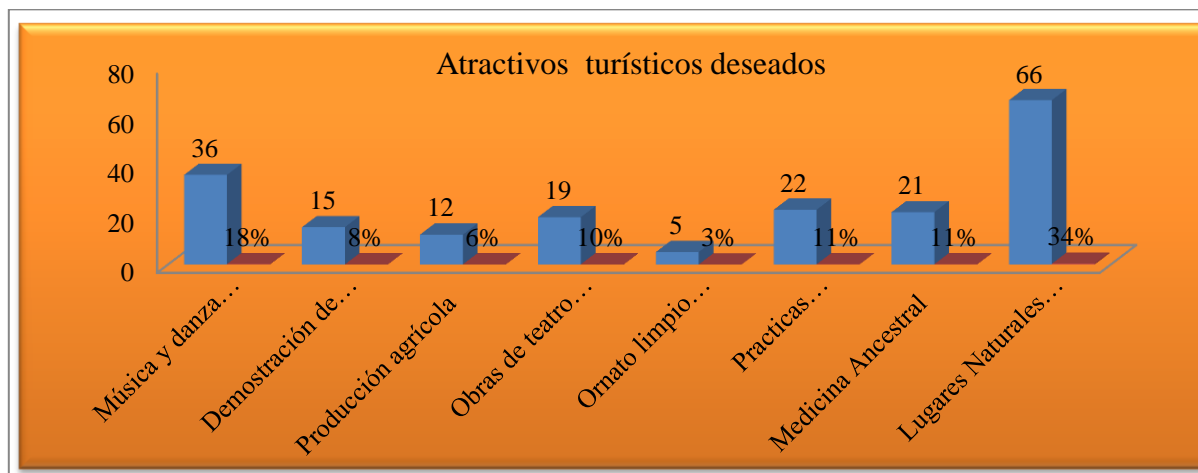
Indicadores	Frecuencia	%
Música y danza propia de la zona	36	18%
Demostración de producción de artesanías	15	8%
Producción agrícola	12	6%
Obras de teatro con identidad	19	10%
Ornato limpio conservando la identidad	5	3%
Prácticas alimentarias	22	11%
Medicina Ancestral	21	11%

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Lugares naturales conservados (ríos, quebradas y bosques)	66	34%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 22. Atractivos turísticos deseados.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

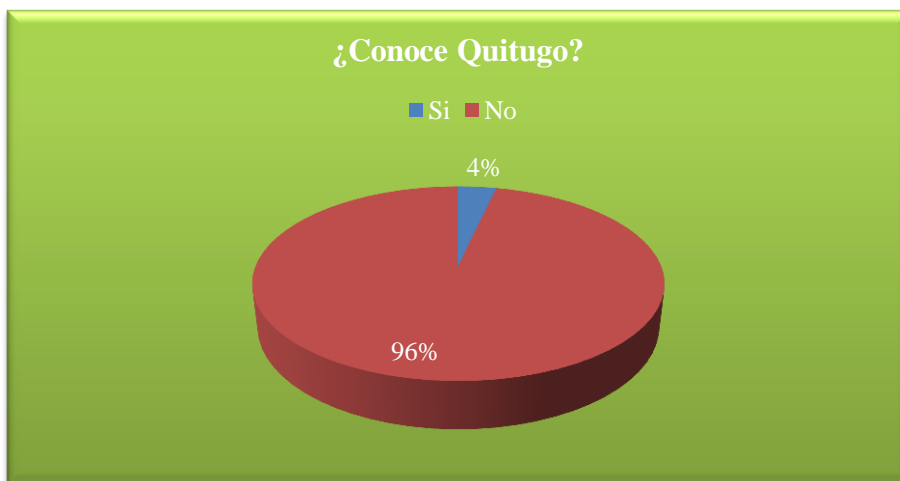
Las preferencias de los turistas en torno a la oferta son muy variadas. Sin embargo, una tercera parte prefiere visitar lugares naturales conservados como ríos, quebradas y bosques. La otra tercera parte prefiere escuchar música y danza propia de la zona. Las prácticas alimentarias y medicina ancestral son otros de los atractivos que prefieren los turistas así como observar obras de teatro con identidad y que exista demostración de producción de artesanías; una pequeña proporción la producción agrícola que se realiza en la zona, y una mínima ornato limpio conservando la identidad. Este comportamiento sugiere que no se requiere grandes cambios para atraer a nuevos turistas a la comunidad.

Tabla 22: Pregunta No. 8 ¿Conoce usted la Comunidad de Quitugo?

Indicadores	Frecuencia	%
Si	7	4%
No	189	96%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 23. ¿Conoce Quitugo?



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

De la totalidad de los turistas encuestados casi la totalidad no conoce la comunidad Quitugo, tan solo unos pocos de ellos conocen la comuna. Esto permite reconocer que hay muchas acciones que realizar en promocionar el sector. Además, refleja que es posible potencializar la zona a pesar de los pocos turistas que están familiarizados con la comuna.

Tabla 23: Pregunta No. 9 ¿Si en la comunidad de Quitugo se llevara a cabo la ruta turística con los atractivos culturales de su elección, estaría dispuesto a visitar?

Indicadores	Frecuencia	%
Si	196	100%
No	0	0%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Gráfico 24. Disposición para visitar la comunidad Quitugo.



Fuente: Encuesta 2018 Comuna Quitugo

Análisis:

La totalidad de los turistas encuestados aseveran que si estarían dispuestos a incluir dentro de sus visitas, a la comunidad de Quitugo, que incluya los atractivos culturales y demás oferta turística ofertada. Esta premisa es un aliciente en la viabilidad del presente trabajo. Es una pauta para establecer los demás componentes y reconocer que es posible ejecutar un proyecto turístico rural en la comuna objeto de estudio.

2.8.3 Levantamiento de información de atractivos turísticos en el Cantón

Los atractivos turísticos se han identificado a nivel del Cantón conforme se verifica en la lista de atractivos turísticos en el Anexo 3, que la municipalidad ha identificado. Entre las que se ha observado en la comuna Quitugo resaltan:

- Cascada Toro Pakcha.- se usa para rituales y ceremonias andinas en concordancia con las celebraciones del calendario andino.
- Artesanías a mano y en telar (producción de gorras, pulseras, fajas).- tanto los hombres y las mujeres se dedican a la producción artesanal manual y en telar. Las mujeres combinan las actividades de la casa con la elaboración de los productos,

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

luego los comercializan en el mercado artesanal de Cotacachi o en la feria de la Plaza de Ponchos de la ciudad de Otavalo.

- Producción agrícola y cuidado de animales menores.- la producción agrícola en las pequeñas parcelas de propiedad familiar son la fuente alimento para la zona. La producción con sus herramientas tradicionales pueden generar una manera de atracción turística. La producción de animales menores también es otra actividad a la que se dedican algunos comuneros.
- Bosques.- existen aún bosques que forman parte de las quebradas existentes, donde se ha desarrollado algunos senderos turísticos para observación de la flora de la comunidad.
- Manifestaciones culturales.- las actividades productivas también lo mezclan con actividades de distracción además del deporte (ecuavoley y el futbol), también la música y danza forman parte de la convivencia local.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.9 Matriz FODA

La investigación del presente trabajo ha permitido identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la comunidad y ejecución del proyecto. Se describe de la siguiente manera:

Tabla 24. Matriz FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Presencia de manifestaciones culturales en la comunidad (artesanías, música, danza)2. La comunidad cuenta con paisajes naturales (ríos, bosques, terrenos cultivados, flora andina)3. Organización comunitaria permite coordinar acciones conjuntas	<ol style="list-style-type: none">1. Incremento de ingreso de turistas al Cantón.2. Apoyo por parte de organizaciones públicas y privadas para promoción y difusión del turismo rural.3. Cercanía a vías de primer orden.4. Las preferencias de los turistas relacionados con la estancia y disfrute de lo rural.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Viviendas en estado de deterioro.2. Prima el individualismo en las actividades productivas3. Limitada oferta de productos y servicios de turismo comunitario.4. Deficiente accesibilidad e infraestructura en la comunidad (vías de acceso y servicios básicos, seguridad)	<ol style="list-style-type: none">1. Inestabilidad económica.2. Cambios climáticos (afectan en la producción agrícola).3. Delincuencia existente en otras comunidades.4. Intromisión de las grandes empresas turísticas.5. Pérdida gradual de manifestaciones culturales por adopción de nuevos hábitos de vida.

Fuente: elaboración propia

2.9.1 Estrategias de cruce FODA

Se ha identificado las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del proyecto y la comunidad. Sin embargo, se establece en este trabajo las estrategias que pueden servir en el desarrollo apropiado y correcto del proyecto turístico rural. Se plantea una estrategia de cruce entre fortalezas y oportunidades (FO), fortalezas y amenazas (FA), debilidades y oportunidades (DO), debilidades y amenazas (DA).

Tabla 25. Estrategias de cruce FODA.

Estrategia de cruce FO	Estrategia de cruce FA
<p>Los turistas en la actualidad buscan lugares de esparcimiento en el sector rural; se establece la promoción y difusión de recursos naturales, humanos-étnicos, manifestaciones culturales, infraestructura vial por medio del Ministerio de Turismo y convenios con agencias de turismo rural a nivel nacional e internacional para atraer a los turistas.</p>	<p>La organización comunitaria existente puede servir de gran recurso en la conformación de brigadas de seguridad que impidan la intromisión de la delincuencia. Además, las iniciativas comunitarias organizadas pueden hacer frente a los grandes desafíos económicos nacionales inclusive la generación de otras fuentes de ocupación adicionales a la agrícola.</p>
Estrategia de cruce DO	Estrategia de cruce DA
<p>Con el apoyo de las organizaciones público y privado fomentar la integración que permita a la comunidad proponer y ejecutar propuestas de desarrollo económico con el aprovechamiento de la demanda existente en turismo rural creando productos y servicios turísticos, interviniendo los espacios deteriorados por medio del embellecimiento de sectores estratégicos de la comunidad, y rescatando las manifestaciones culturales.</p>	<p>Una propuesta turística puede generar opciones de ocupación laboral y en sí el desarrollo económico local. Se pueden implementar programas de capacitación en seguridad ciudadana, innovación y emprendimiento; también incluir alianzas estratégicas con otras organizaciones turísticas existentes en el mercado para potenciar las capacidades locales productivas y desde el fortalecimiento de la asociatividad.</p>

Fuente: elaboración propia

2.10 Resultados del diagnóstico

Se han empleado los métodos y técnicas, así como los instrumentos necesarios en el proceso investigativo. Los resultados de implementar la metodología en el presente trabajo, si bien es cierto que no ha considerado toda la problemática existente en la comuna Quitugo, pretende ser un estudio que sirva de base para otros estudios en el futuro, por lo que:

- La comuna Quitugo tiene una riqueza natural, cultural que puede ser puesta en uso apropiado para la propuesta de un proyecto de turismo rural que beneficie a toda la comunidad.
- A pesar de los desafíos organizacionales y de infraestructura local, el deseo de implementar un proyecto de desarrollo local por parte de los comuneros, que incluye el embellecimiento de sus viviendas, supera la expectativa del investigador.
- El conocer las preferencias de los turistas permitió establecer estrategias que vinculen el patrimonio natural y cultural con el que cuenta la comuna y las expectativas de los visitantes.
- Los turistas están de acuerdo que incluirían en sus visitas si en la comuna Quitugo existen los servicios y productos turísticos propuestos en este presente trabajo.

Con estas premisas y los resultados que anteceden se valida la viabilidad de la propuesta de embellecer la comunidad con enfoques de Turismo rural sostenible que permita el desarrollo social y económico de la Comuna Quitugo.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.1 Descripción de la Propuesta

Los resultados investigativos del presente trabajo establecen los lineamientos para la formulación de una propuesta de turismo rural en la Comuna Quitugo. La propuesta que se origina se denomina “Embellece tu comunidad”. Comprende un conjunto de acciones para hacer de la comuna un lugar seguro y atractivo para turistas nacionales y extranjeros, crear un producto turístico con enfoque rural, natural y ecológico.

Macro localización

La provincia de Imbabura, conocida como la provincia de los Lagos por los lagos y lagunas que se encuentran dentro de su territorio. Se limita al Norte: Provincia del Carchi y Esmeraldas; al Sur: Provincia de Pichincha; al Este: Provincias de Sucumbíos y Napo; y al Oeste: Provincia de Esmeraldas. Se divide en seis cantones (ECURED, 2018):

- Antonio Ante
- Cotacachi
- Ibarra
- Otavalo
- Pimampiro
- San Miguel de Urququí

Gráfico 25 Provincia de Imbabura



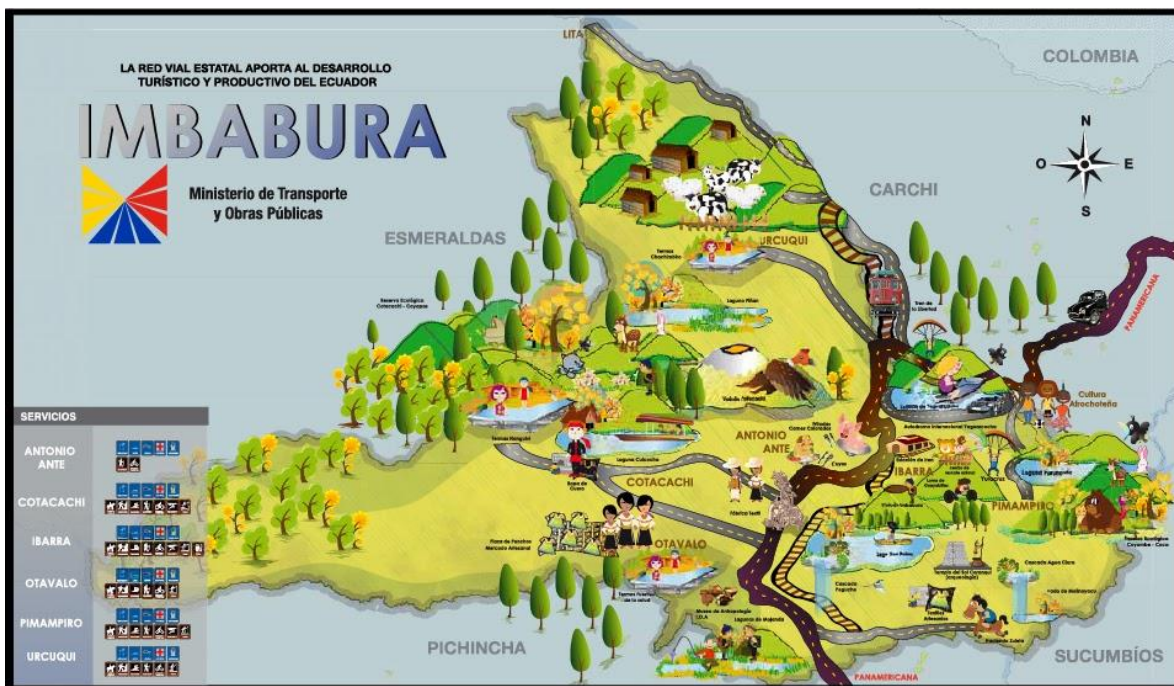
La provincia cuenta con atractivos naturales muy diversos y climas que van desde los 8° C hasta los 28° C. Su vegetación es amplia con pinos eucaliptos, nogales, pinos, álamos, cactus, pinos, entre otros, dentro de su territorio tropical y praderas. Su fauna se compone de osos de anteojos, guanta, tigrillo, boas, jaguares entre otros, tipos de las zonas cálidas y las zonas altas como el páramo.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

La economía se basa en el comercio, la producción textil-artesanal, tallado en madera, talabartería, comercio interno de alimentos, producción agrícola, y el turismo. Para esta última actividad productiva se han identificado atractivos turísticos de manera general, y se aprecia la diversidad y opciones turísticas en toda la Provincia.

Mapa Turístico de la Provincia de Imbabura

Gráfico 26. Mapa Turístico de la Provincia de Imbabura



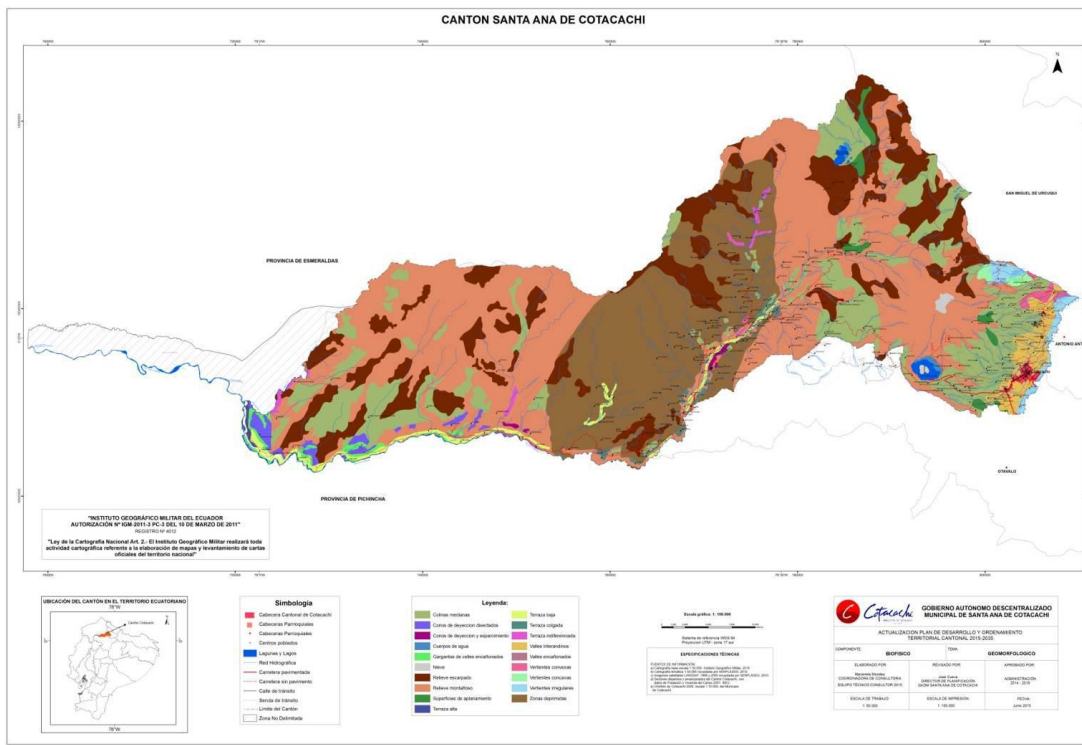
Fuente: (ecuadorteespera.com, 2018)

Micro localización

Cotacachi conocida con el slogan “RELIQUIA ECOLOGICA Y CULTURAL DE LOS ANDES” es una Villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas asentada en las faldas del Cotacachi. Es considerada Capital Musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo por la música y denominada Castillo de Luz por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales lo que le convierte en el cantón más próspero de la provincia.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Gráfico 27 Mapa Santa Ana de Cotacachi



Fuente: GAD Municipio de Cotacachi, PDOT (2015)

Información general

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Cabecera Cantonal: Cotacachi

Ubicación: 25km de la ciudad de Ibarra y a 104 km al noreste de Quito.

Límites: Norte: Urcuquí; Sur: Otavalo y la Provincia de Pichincha; Este: Antonio Ante
Oeste: Provincia de Esmeraldas

Superficie: 1.809 km²

Altitud: 2,418 msnm

Temperatura 14°C

Parroquias urbanas: El Sagrario y San Francisco

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Parroquias rurales: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, Carcía Moreno, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo

Población: 45.000 habitantes

Idioma: Español y Kichwa

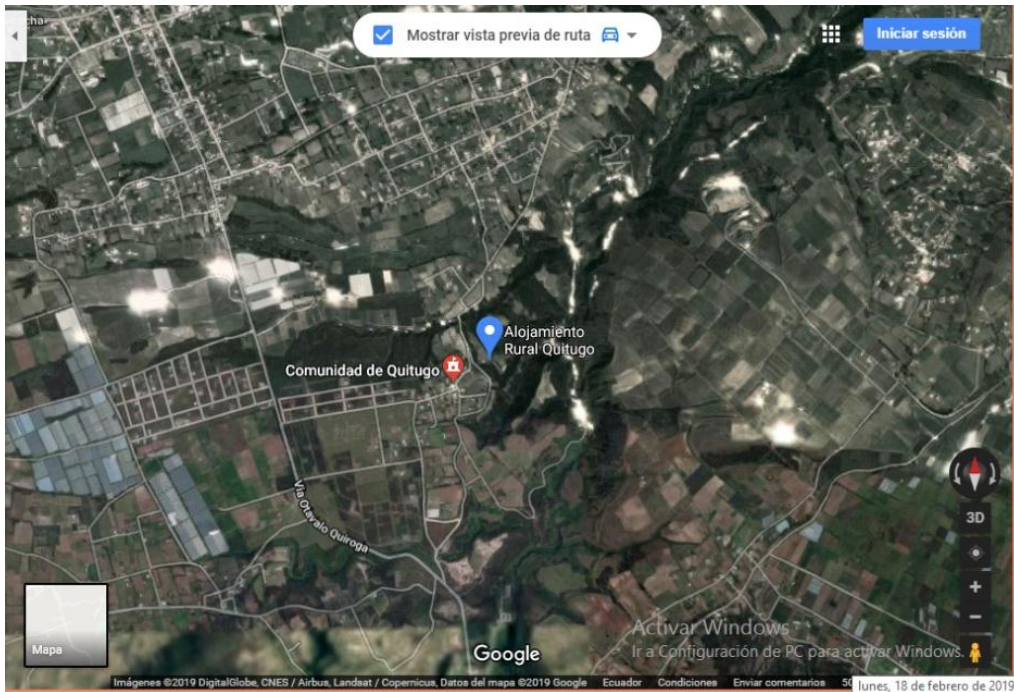
Grupos Étnicos: Indígenas, mestizos y afroecuatorianos

Zonas: Andina, Subtropical y Tropical

Moneda: Dólar Americano

La comuna Quitugo es parte de la Parroquia El Sagrario del Cantón Cotacachi. La comunidad de Quitugo, está ubicado a 3km de Cotacachi, ingresando por la antigua carretera empedrado Cotacachi Otavalo, la comuna Quitugo limita con el cantón Otavalo, aproximadamente a 4 km. Se puede ingresar en bus desde Otavalo en 15 minutos y hay buses cada 10 min, pasa el bus Transporte Cotacachi, y transporte seis de julio. La comunidad cuenta con vertientes o fuentes de agua, agua mineral, riachuelos, caída de agua, quebradas, bosques, miradores, senderos, excelente para turismo rural, turismo de aventura, deporte de extremo, principalmente.

Quitugo está a una altura de 2563 msnm. El ingreso principal de la mayoría proviene de la ocupación del 90% de hombres a la albañilería, las mujeres casi en 95% es ama de casa. Segundo fuente de ingreso es la artesanía a mano realizado por mujeres de la comunidad, quienes elaboran: manillas, gorras bufandas, fajas, confecciones de sacos y camisas. En tercer lugar es la agricultura, cuya producción se emplea en el consumo familiar.



Fuente: Google Maps, 2019

El área de influencia del proyecto serán todas las viviendas de las 115 familias que habitan en la Comuna Quitugo. Se geolocaliza de manera práctica por medio de Google Maps y se puede llegar por las vías de acceso que están en buen estado.

3.2 Objetivos del proyecto

3.2.1 Objetivo general

Implementar un proyecto turístico rural denominado “embellece tu comunidad” en la comuna Quitugo del Cantón Cotacachi, con el fin de impulsar el desarrollo económico y social de las familias del sector.

3.2.2 Objetivos específicos

- Proponer la adecuación y embellecimiento de fachadas, viseras y espacios verdes en las propiedades de los comuneros.

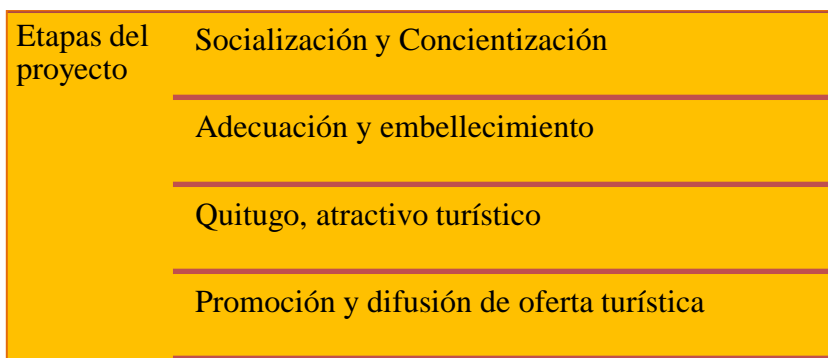
CAPÍTULO 3 PROPUESTA

- Diseñar una ruta turística en la Comuna Quitugo.
- Establecer los medios de difusión, promoción y comercialización de la oferta turística
- Socializar con los habitantes del sector la propuesta de turismo rural

3.3 Desarrollo del Proyecto

El presente proyecto comprende algunas etapas que hará de la comunidad un atractivo turístico rural. La propuesta se consolida en acciones por parte de los comuneros así como de los responsables del proyecto y de los organismos comprometidos con el desarrollo de programas turísticos comunitarios.

Gráfico 29. Etapas del Proyecto.

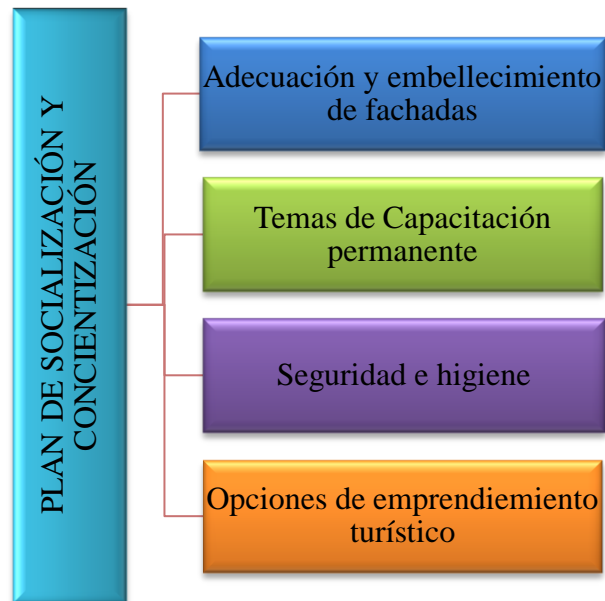


Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Plan de socialización comunitaria

Debido a que es un proyecto rural que incluye a todos los comuneros es imprescindible la socialización del proyecto así como la presentación de sus ventajas y desafíos que este puede acarrear. En este sentido se planteó un plan de socialización comunitaria que comprendió las temáticas diferentes y necesarias:

Gráfico 30. Contenido Plan de Socialización y Concientización



Fuente: elaboración propia

3.3.2 Adecuación y embellecimiento

El desarrollo del proyecto tiene su primer componente de adecuar y embellecer las fachadas, viseras, y al contar con un espacio para área verde plantar un jardín o césped. Actualmente, las viviendas de la comunidad mantienen su forma tradicional de construcción con cemento, algunas se encuentran con deterioro por el paso del tiempo.

Acciones a tomar:

- Identificación de muros de viviendas que se incluyen en el programa con mayor deterioro para refacciones necesarias.
- Higiene y medioambiente adecuado para el desarrollo del producto y la oferta turística con procedimientos de calidad: tratamiento de la basura y desechos.
- Establecer Protocolos de seguridad para garantizar a los turistas el fácil acceso a los lugares atractivos turísticos: letreros y comunicados, organización comunitaria contra la delincuencia.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

- Identificación de familias que incluirán en sus viviendas cabañas para estancia de turistas: adecuaciones y equipamiento de mobiliario, electrodomésticos y equipo tecnológico de ser necesario.
- Construcción de espacios y áreas en función de la propuesta: áreas de esparcimiento, jardines, áreas de reunión para eventos artísticos culturales, espacios para exposición de artesanías, áreas para turismo de aventura, senderos, entre otros.

Para cada una de las acciones previstas en el caso del embellecimiento de fachadas se realizará un convenio con el Instituto Daniel Reyes de Cotacachi, para que se encarguen de decorar las fachadas (originalidad y concordancia con la cosmovisión) de las casas de las familias que se incluyan en el proyecto. La pintura será obtenida con autogestión.

Propuesta para aceras, jardines y cercos vivos.

Las aceras serán decoradas con diseño rústico de la zona, con jardines y cercos vivos. Esto se llevará cabo con el apoyo de los comuneros, organizaciones locales y nacionales que deseen apoyar la iniciativa.

Jardines y áreas verdes se harán en convenio con la asociación TRYC “KAMBAK”, para adquirir mantenimiento y capacitación en el uso del suelo, diseño y decoración de jardines. Además serán aliados estratégicos para adquirir maceteros, plantas, rótulos en madera y diseño de jardinería y cultivo.

La habilitación de espacios verdes con jardines, plantas y áreas verdes permitirá el embellecimiento del paisaje para visitantes y la comunidad en sí, con el uso preferente de la vegetación nativa y las técnicas tradicionales de su siembra y cuidado, como forma de fortalecer los ecosistemas propios de la zona.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.3.3 Quitugo atractivo turístico

Al considerar a Quitugo como un atractivo Turístico se pretende la creación de una Asociación de Turismo Rural y Comunitario “KAMBAK” su base legal se establece mediante creación de estatutos aprobados por el órgano regulador del Ministerio de Turismo.

3.4 Aspectos Legales de la Asociación

La Asociación cuenta con un estatuto de constitución que está en revisión por el órgano rector, los artículos se describen en el Anexo 4, sin embargo se expone un extracto del mismo:

3.4.1 Estatutos de la asociación de turismo rural y comunitario “KAMBAK”

Capítulo Primero

- DENOMINACION, AMBITO DE ACCION, DOMICILIO Y NATURALEZA JURÍDICA DE LA ORGANIZACIÓN

ART. 1.- DENOMINACIÓN Y ÁMBITO DE ACCIÓN.- Se constituye la **ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO “KAMBAK”** de conformidad con los Arts. 319, 326 nral 7 y 66 nral.13 de la Constitución de La Republica del Ecuador y Título XXX del Libro Primero del Código Civil se constituye la Asociación no lucrativa denominada **ASOCIACION DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO “KAMBAK”**, dotada de personalidad jurídica propia y capacidad de obrar y que se regirá por la legislación nacional vigente, así como por las demás disposiciones complementarias constantes en los presentes Estatutos y en su caso el Reglamento de Régimen Interno, y por los acuerdos válidamente adoptados por su Asamblea General y su Órgano de Representación, dentro de la esfera de su respectiva competencia.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

ART. 2.- DOMICILIO.- La Asociación tendrá su domicilio en la Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia San Francisco, Comunidad de Quitugo, a lado de la casa comunal casa color plomo de dos pisos, correo: quitugoeexploring@gmail.com. Tfno. 0999191363

ART. 3.- ÁMBITO DE ACCIÓN.- La Asociación, es una persona jurídica, de derecho privado, de servicio social y sin fines de lucro, con duración indefinida y número de Socio (a)s indeterminado, cuya estructura, funcionamiento y finalidades se determinan en el presente estatuto, siendo su ámbito de acción específico el desarrollo ordenado, consciente y responsable del turismo rural y comunitario sustentable en la comunidad de Quitugo

ART. 4.- PROHIBICIÓN.- Como tal no podrá intervenir en asuntos de carácter político, racial, laboral, sindical y religioso. Tampoco ejercerán actividades de crédito o de comercio.

ART. 5.- OBJETO Y FINALIDAD DE LA ASOCIACIÓN.

Los fines de la Asociación serán los siguientes:

- **OBJETO.-** Contribuir a un avance ordenado, consciente y responsable del Turismo Rural y Comunitario en la Comunidad de Quitugo constituyéndola en una actividad generadora de desarrollo Socio (a)económico y sostenible, respetando en todo momento el patrimonio natural y cultural, recuperación y mantenimiento de las tradiciones culturales propias, fomentando la promoción y el crecimiento de una oferta de Turismo Rural y Comunitario de calidad, en atención a los modelos propios del medio rural y comunitario, pero ante todo impulsando aquellos proyectos singulares en los que se fomente y valore la gestión familiar, ofertando productos y servicios turísticos donde se relacione la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural a fin de rescatar los valores naturales, culturales y Socio (a)-productivos, evitando a su vez el éxodo del campo e incorporando a la mujer y a los jóvenes como protagonistas; debiéndose dejar de manifiesto además

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

que la asociación realizará actividades de voluntariado de acción social y desarrollo o planes y programas de beneficio comunitario dentro del área de sus competencias y dentro de su capacidad económica, a través de los aportes voluntarios por parte de sus Socio (a)s, entendiéndose que no siempre el voluntariado constituye erogaciones de índole monetario – económico, sino también enfocado al aspecto de orden social directo acorde a la realidad del medio en que se desarrolla.

- **FINALIDAD DE LA ASOCIACIÓN.**

Los fines de la Asociación serán los siguientes:

- a. Servir de núcleo de convergencia de las iniciativas de promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos a través del Turismo Rural y Comunitario en La comunidad de Quitugo, divulgando estos productos turísticos y colaborando con estamentos competentes en su desarrollo para lograr la consolidación del Turismo en referencia como oferta diferenciada del turismo convencional, promocionando y fomentando la investigación, el conocimiento y la preservación del medio ambiente, del patrimonio natural y de la cultura tradicional, todo ello con el objetivo de que el Turismo Rural y Comunitario contribuya a dinamizar, diversificar y desarrollar la economía rural y comunitaria, mejorando a su vez las condiciones de vida de esta población alineadas al Sumak Kawsay establecida constitucionalmente.

- b. Introducir y asesorar a los oferentes de los diferentes productos y servicios relacionados con el Turismo Rural y Comunitario en La parroquia San Francisco, Cotacachi en las nuevas tecnologías para la comercialización de su producto o servicio turístico, logrando la venta directa del propietario al viajero e introduciéndolo en los mercados de origen de sus clientes, sirviendo de interlocutor con los agentes e intermediarios turísticos.

ART. 6.- ACTIVIDADES.

Para el cumplimiento de sus fines la Asociación organizará las siguientes actividades:

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

- Organización de un colectivo homogéneo para lograr el desarrollo turístico sostenible de la Parroquia y sus Comunidades, mediante la promoción de nuevas alternativas turísticas, sensibilizando al tejido social para la mejora de la calidad de vida en el medio rural y comunitario.
- Fomento de iniciativas de Turismo Rural y Comunitario, divulgando este producto turístico, colaborando con las instituciones para su desarrollo.
- Actuaciones de promoción del Turismo Rural y Comunitario como medida de potenciación para el desarrollo de servicios y productos complementarios en diferentes vertientes relacionadas con el turismo alternativo estos es: Acervo cultural, Folklore, Arte, Artesanía, Arqueología, rutas alimentarias (gastronomía), turismo de estancias (hospedaje), turismo de aventura, Senderismo, turismo deportivo, turismo de aventura acuática y náutica, ecoturismo, etnoturismo, turismo vivencial y de experiencias, transfer a la comunidad, etc.
- Desarrollo de redes e infraestructura informática como servicio especializado de apoyo al Turismo Rural y Comunitario, con elaboración de normas de Calidad homogéneas y con el asesoramiento en aspectos como acondicionamientos, gestiones, subvenciones y otros.
- Intercambio de experiencias con entidades análogas y búsqueda de líneas de actuación conjunta.
- Puesta en marcha de actividades y programas o cualquier otro instrumento que suponga un medio para la recuperación patrimonial, cultural y el desarrollo del turismo en el medio rural y comunitario, como celebración de congresos, encuentros, cursos, charlas, jornadas, etc., como medio de formación y sensibilización, promoviendo y fomentando la investigación, el conocimiento y preservación de los patrimonios heredados, así como la rehabilitación y rescate de éste en todas sus manifestaciones.
- Difusión a través de publicaciones o cualquier otro medio de aquellas actividades, realizaciones o proyectos que redunden en beneficio de los fines previstos.
- Intercambio de asesoramiento con otras entidades o personas con conocimientos especializados para la consecución de los objetivos.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

- Gestión de programas de rehabilitación del patrimonio natural, cultural y sus distintas formas por iniciativa propia o en colaboración con otras entidades, tramitación de reservas, campañas de promoción, etc.
- Participación con entidades cuyo objeto social sea acorde al establecido en estos Estatutos, en estructuras de agrupamiento y asociación o federación.
- Propender mancomunadamente a la fortaleza de la asociación que permita el reconocimiento y respeto por parte del organismo de control a la actividad turística desarrollada por la Asociación;
- Proceder ante los Organismos de control a la defensa de sus asociados, cuando así amerite el caso;
- Procurar mejores condiciones de vida para sus miembros, buscando mejores niveles de capacitación turística;
- Realizar gestiones ante las instituciones públicas y privadas, nacionales o extranjeras para el financiamiento de los diferentes proyectos y programas de turismo, que inicie la Asociación en beneficio de sus asociados;
- Incentivar la unidad, solidaridad y mutua colaboración entre sus miembros y demás gestores turísticos;
- Buscar créditos favorables para sus miembros, a fin de que se inviertan en capacitación, profesionalización y mejoramiento en las áreas relacionadas con la actividad turística que desarrollan sus asociados;
- Cualquier otra actividad consecuente o conducente a los objetivos previstos en los Estatutos.

3.5 Organización Administrativa de la Asociación

La gestión social de la organización se enmarca en los que implica el denominado “triángulo estratégico de Moore” donde se entrelazan tres dimensiones: el talento para proponer una visión transformadora, la habilidad de movilizar recursos y esfuerzos para el cumplimiento de esa visión, y la capacidad de transformar los recursos en la operatividad de bienes y servicios en pos del cumplimiento de esa misión. La visión se construye para dar respuesta y solución a un problema social. El fin social que se persigue se enmarca en la

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

definición de una misión organizacional que se traduce en los objetivos de la organización, donde se define qué es lo que se va a hacer para el cumplimiento de la misión, la cual está orientada por la visión que busca un impacto y transformación de la realidad actual con los aportes generados desde la organización. Para ello se establecen unos valores los cuales definen el posicionamiento de la organización frente al problema social y por ende, resultan siendo un marco de comportamiento colectivo que permite la operatividad de las acciones y el uso racional de los recursos como parte de la responsabilidad social que asume la organización desde su visión y misión (Beaumont, 2017).

3.5.1 Misión

Impulsar el desarrollo económico y social de la comunidad de Quitugo desde el diseño e implementación de iniciativas productivas en el ámbito del turismo rural, con la participación de jóvenes, mujeres y las familias de la comunidad, así como de las instituciones públicas y privadas interesadas y competentes en generar un modelo que pueda ser ejemplo para otras comunidades, y, de esta manera ser replicado como aporte de nuestra comunidad para el desarrollo del país, generando progreso con calidad, eficiencia, transparencia y con alta responsabilidad y compromiso social, ambiental y cultural.

Como organización de turismo trabajamos para el desarrollo sostenible que impulsa el crecimiento socioeconómico de nuestra base asociativa y las comunidades rurales por medio de estrategias innovadoras que utilizan el turismo.

3.5.2 Visión

Ser para el año 2029 una organización consolidada que aporta al desarrollo local desde la promoción e implementación de un modelo de gestión integral, que desemboca en la creación de productos y servicios turísticos alternativos, competitivos y complementarios, contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y comunidades participantes de nuestros proyectos y programas.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.5.3 Valores

Compromiso.- nos comprometemos en buscar la mejora continua mediante acciones comunitarias de integración y brindando satisfacción al cliente.

Respeto.- nos respetamos entre nosotros y también a quienes nos visitan, respetamos el medio ambiente y nuestros valores culturales.

Sostenibilidad.- estamos convencidos que las acciones comunitarias conjuntas entre los comuneros y las demás organizaciones, generarán desarrollo y sostenibilidad al proyecto.

Honestidad.- vivimos el lema “ama shua, ama llulla, ama killa”

3.5.4 Alcance

En primer lugar la asociación tiene alcance e impacto en la comuna de Quitugo, con la proyección de ir vinculando a otras comunidades aledañas como los son La Calera, Azama, San Martín y San Ignacio.

3.5.5 Logo

El logo a ser usado en los medios de difusión que representa la misión de la Asociación es:

Gráfico 31. Logo de la Asociación KAMBAK



Fuente: elaboración propia

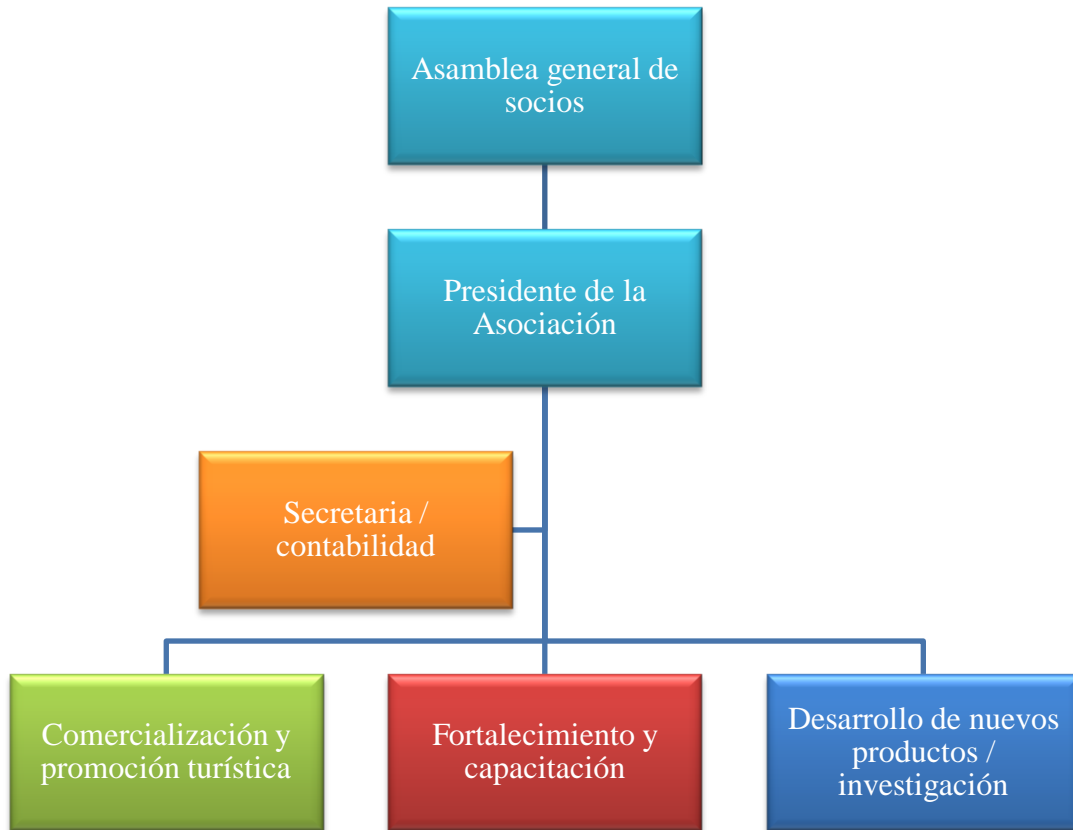
CAPÍTULO 3 PROPUESTA

El logo significa desde el término Kichwa tanto trabajo conjunto como reciprocidad, intercambio y vinculación de los interesados en cumplir metas comunes en beneficio de la colectividad. El isotipo o imagen representa la unión de las personas en torno a un fin común, semejando las personas con un vínculo entre ellos, así como con el entorno medioambiental pues la articulación de las tres personas asemeja a una montaña o cerro, elemento natural de gran importancia para nuestra cosmovisión. El rojo representa la sangre de las familias de la comunidad que les une desde un pasado ancestral. El amarillo es la riqueza del territorio que se refleja en su gente y entorno natural, y el azul representa la tranquilidad y seguridad que es resultado del trabajo conjunto y mancomunado de los asociados, la comunidad, así como las entidades públicas y privadas que apoyan las iniciativas que se ejecutan de manera articulada, responsable y comprometida con la labor de impulsar y aportar al desarrollo económico y social local.

3.5.6 Estructura Orgánica-funcional

Gráfico 32. Organigrama - Estructura de la Asociación Kambak

CAPÍTULO 3 PROPUESTA



Fuente: elaboración propia

Estructura Funcional

Las áreas que se originan para el correcto funcionamiento de la Asociación y para cumplimiento de los fines y objetivos son seis: Asamblea General de Socios, Presidencia, Secretaría/Contabilidad, Comercialización y Promoción Turística, Fortalecimiento Organizacional y Capacitación, y Desarrollo de Nuevos Productos e Investigación.

Asamblea General de Socios: La Asociación KAMBAK con su Asamblea general será el órgano rector para todas las acciones que se desarrollen por el bien de la comunidad y el proyecto. Es la máxima autoridad de la asociación en cuanto que es la asamblea la que dispone de las acciones y gestiones a realizar para la ejecución de proyectos y actividades

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Presidencia: Contará con un presidente de la Asociación, quien hará las funciones de ser el representante legal y demás funciones que el estatuto le otorgue. Esta representación implica que sea la cara visible de la organización y realice las gestiones y acciones necesarias para el buen desenvolvimiento de los proyectos a implementar.

Secretaría/Contabilidad: En esta instancia y en el marco de los estatutos se registran las acciones, decisiones y evidencias de la realización de actividades de la asociación. Esto conlleva a llevar un registro contable que permita un manejo adecuado y responsable de los recursos económicos y financieros para el cumplimiento de objetivos y metas de la organización.

Comercialización y Promoción Turística: esta área se encargará de ofertar los productos y servicios turísticos que el área de Desarrollo de Nuevos Productos e Investigación vaya creando dentro de la comunidad, incluyendo los precios justos de cada ruta o paquete turístico. También se encarga de llevar a cabo las gestiones correspondientes para posicionar a Quitugo como una comunidad referente en turismo rural, mediante promoción, publicidad, manejo de medios de difusión en medios análogos, internet, redes sociales.

Fortalecimiento y Capacitación: esta área se ocupará del fortalecimiento comunitario mediante los planes de integración y capacitación. Se encargará de estructurar propuestas de capacitación en las temáticas seleccionadas de preferencia obtenidas en este estudio y las demás que sean necesarias para un correcto funcionamiento y ejecución del proyecto turístico.

Desarrollo de Nuevos Productos e Investigación: esta área se enfoca en llevar a cabo investigación de las demandas de los turistas, así como el encontrar y proponer nuevos atractivos turísticos. Además, se encarga de desarrollar las rutas turísticas, los nuevos emprendimientos, la ejecución del plan de embellecimiento y creación de espacios para estancia y disfrute de los turistas.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Los perfiles del talento humano para cada área serán calificados mediante los existentes en el mercado laboral. Sin embargo, cada perfil debe estar relacionado a temas turísticos, desde bachilleres hasta estudios superiores. Para generar opciones de ocupación para los mismos integrantes de la comunidad, se dará prioridad a quienes tengan conocimientos y experiencias básicos en las áreas en mención.

3.6 Oferta Turística

La Asociación ofertará productos y servicios turísticos a partir de lo definido en el diagnóstico realizado previamente, del cual emergen unas opciones específicas desde los atractivos presentes en la comunidad y las capacidades que se pueden desarrollar desde la asociación, sus integrantes y las familias participantes en el proyecto de embellecimiento de la comunidad.

3.6.1 Servicios a ofertar

El FODA realizado y las estrategias planteadas permiten identificar unas actividades potenciales que se pueden desarrollar en la comunidad de Quitugo, gracias a aquellas capacidades presentes desde el territorio, el medio ambiente y la cultura local. Cada elemento parte de la necesidad de potenciar aquellas actividades mediante la respectiva capacitación y acompañamiento en cada uno de estos campos por parte del equipo de la Asociación KAMBAK.

- Turismo de convivencia.- este tipo de turismo se enfoca en las acciones de interrelación entre el turista y la comunidad, con acciones básicas como el que el turista se involucre en la producción agrícola básica. Este tipo de actividad se realiza actualmente desde algunas operadoras de turismo externas a la comunidad, con lo cual se puede generar el espacio y capacitación para que se inicie un nuevo ciclo de oferta de servicios desde la propia comunidad.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

- Turismo de aventura.- Las opciones de turismo de aventura en la comunidad y los sectores más cercanos pueden brindar al turista posibilidades como ciclismo de montaña y canyoning, por la composición del territorio en la cual hay varios senderos y fuentes hídricas susceptibles de ser utilizados en este sentido. Así se vincula la actividad física y el contacto con la naturaleza, y una interacción entre las personas con el territorio de forma activa.
- Gastronomía andina.- los visitantes tienen la oportunidad de degustar la gastronomía andina preparada con todas exigencias de calidad en cuanto a sabor, cultura y salubridad. La Ruta Gastronómica a implementar articulará a familias con la capacidad de ofertar varios de los platos y bebidas tradicionales de la cultura kichwa de Quitugo, como lo son el Cuy Asado, la Fritada y la Chicha de Jora.
- Manifestaciones culturales.- Las manifestaciones culturales son parte fundamental de la oferta turística. Tanto la música y danza serán expuestas por grupos de la propia comunidad, en la Ruta Cultural que enlaza sitios de interés con presentaciones artísticas. La artesanía y su comercialización serán parte importante de esta ruta donde la producción local puede ser expuesta.
- Trekking.- Ruta por senderos para observación de bosques, vegetación nativa y fauna local, como oferta muy atractiva para los turistas que deseen observar un hermoso entorno reflejo de la región de los andes desde la comunidad de Quitugo.
- Ruta de investigación.- en la comunidad existen cavernas que pueden ser observadas y al mismo tiempo pueden ser objeto de estudio. Para ello se requerirá equipo técnico necesario para respiración y permanencia en profundidad y presión.

Además, de las actividades turísticas expuestas se pretende ofertar

- Canopi
- Salto extremo
- Tela araña

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

- Rapelling (150 metros)
- Convivencia en albergues
- Turismo de negocios
- Turismo de salud
- Teambuilding empresarial
- Centro de formación (talleres, conferencias, eventos)

3.6.2 Tour comunitario

Realizado y dirigido por Jairo Muñoz, un corto documental que cuenta la historia de quien ya deberían de ser sumados y un símbolo respetado en nuestro país... pero ¿cuántos de nosotros conocemos a Oswaldo Matango? Tal vez les resulte más familiar el término agricultor o mejor aún “arador” si bien es cierto ¿qué tiene de diferencia? Cuarto de siglo lleva Oswaldo arando las tierras en la comuna Quitugo, a pesar de carecer la visión al 100%, en busca de la economía para su familia de 4 hijos, 1 joven adoptivo, y sus dos padres, y su esposa Alicia.

La vida y cultura kichwa y un oficio que roza el abismo de la extinción. Tradición ancestral de un hombre de 38 años que bien podría ser el único en el mundo que mantiene esta costumbre que se convierte en el sustento de su vida y combustible de su legado. Si bien son ciertos los únicos testigos de sus lágrimas son subaro y marquez, grandes y robustos toros, quienes generosamente han aceptado ser socios para la vida vulnerable. La necesidad del único hijo, lo inicio en la tarea que realiza dos veces por semana y que ya vio el desertar de sus colegas por trabajos más estables.

Como que nace una necesidad patriótica de visitar y valorar más los emprendimientos...y admirar a Oswaldo.

Empezamos nuestro viaje con un recorrido de la comunidad de Quitugo, visita a talleres de artesanías y la caída de agua Turo Faccha “El agua misteriosa”. Participaremos de una hermosa actividad del arado con Oswaldo y sus dos toros. Tendremos la oportunidad de

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

realizar turismo de aventura; canopi, rappeling, salto del tigre, trekking, ciclopaseo, etc., finalmente participar de una pesca deportiva con Oswaldo.

Si desea se puede hospedar en un hermoso albergue.

Una comunidad de contrastes, tanto culturales como geográficos, emprendedores como innovadores. Una comunidad de encanto, de donde se vuelve inspirado... y quizás un poco transformado con Oswaldo.

3.6.3 Promoción y difusión de la oferta turística

Para el correcto funcionamiento del proyecto turístico rural, se propone un mecanismo que sirva para la promoción y difusión de la oferta turística, por lo tanto se considera los siguientes para el correcto posicionamiento.

Comunicación/ Publicidad

- Diseño y comunicación web
- Uso de redes sociales: Facebook, twitter.
- Revistas especializadas de turismo rural a nivel internacional
- Trípticos y volantes

Con el propósito de introducirnos en el mercado se llevará a cabo al principio alianzas estratégicas con agencias de turismo a nivel nacional e internacional para atraer a los turistas. En el mediano y largo plazo el canal de distribución objetivo será un canal corto, entre los turistas y la Asociación KAMBAK.

Las empresas turísticas que operan en la actualidad al mismo tiempo son aliados y también son una competencia. La intención de la Asociación es beneficiar a toda la comunidad con un proyecto turístico rural. Premiar e incentivar a las familias que se comprometen con el embellecimiento de sus viviendas. Generar promociones en ocasiones fuera de temporada para los turistas. Todas las acciones correspondientes que promuevan el fortalecimiento

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

organizacional comunitaria y posición a la Comuna Quitugo en el mercado turístico rural a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.7 Cronograma de ejecución del proyecto

Tabla 26. Cronograma de ejecución del proyecto

Actividades / semanales	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Responsables
	S1	S2	S1	S2	S3	S4	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
Socialización del proyecto con los comuneros y líderes comunitarios.																					Promotor del proyecto
Consecución de recursos materiales, financieros, humanos. Cooperación local, nacional e internacional.																					Promotor del proyecto y equipo técnico
Adecuación y embellecimiento de fachadas, viseras, jardines.																					Promotor del proyecto, GAD's, comuneros.
Promoción y publicidad en																					Promotor del proyecto, equipo

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

diferentes medios: prensa escrita, tv, radio, redes sociales.																				técnico
Selección de participantes y evaluación del proyecto.																				Promotor del proyecto
Oferta y posicionamiento turístico y participación en concursos.																				Promotor del proyecto y equipo técnico
Evaluación: Posterior a la culminación del embellecimiento se llevará a cabo una reunión de evaluación y presentación de informe del promotor del proyecto a todas las organizaciones y sectores involucrados.																				

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.8 Presupuesto y financiamiento

Para la ejecución del proyecto se requiere inversión económica en el embellecimiento de las viviendas y cercos, obras civiles de construcción para las familias que serán parte del proyecto, construcción de Cabañas rústicas, equipamiento, adecuación de áreas para turismo de aventura, bicicletas de montaña, equipos para turismo de aventura, se incluye los costos de constitución de la Asociación y la promoción y difusión de la Comuna y organización. Los valores se han determinado costos promedios del mercado.

El presupuesto inicial es de USD \$ 404.000,00 distribuido de la siguiente manera:

Tabla 27. Presupuesto para el proyecto

Presupuesto del Proyecto			
Descripción	Cantidad	Valor	Total
Jardines y cercos	15	\$ 4.500,00	\$ 67.500,00
Obras civiles de construcción	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Cabañas rústicas	10	\$ 12.500,00	\$ 125.000,00
Equipos e instalaciones cabañas	10	\$ 1.800,00	\$ 18.000,00
Adecuaciones para turismo de aventura (tela araña, rappelling, senderismo, canyoning, etc.)	7	\$ 15.000,00	\$ 105.000,00
Bicicletas de montaña	10	\$ 650,00	\$ 6.500,00
Equipos para turismo de aventura	15	\$ 3.800,00	\$ 57.000,00
Organización asociativa, promoción y difusión turística inicial. Administración por seis meses.	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
TOTAL			\$ 429.000,00

Fuente: elaboración propia

El financiamiento de la inversión se distribuye entre la participación de la comunidad y cooperantes de orden nacional e internacional. Para la elaboración de la siguiente tabla de montos y porcentajes de participación del financiamiento se ha realizado aproximaciones con las instituciones que serán involucradas en lo económico.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Tabla 28. Financiamiento

Organización	Monto	%
Comunidad	\$ 92.500,00	21,56%
GAD Cotacachi	\$ 35.000,00	8,16%
Ministerio de Turismo	\$ 5.000,00	1,17%
Fundación FIDAL y otros	\$ 296.500,00	69,11%
TOTAL	\$ 429.000,00	100%

Fuente: elaboración propia

Existen otras organizaciones como las que se enlistan a continuación con quienes ya se ha realizado acercamientos y tiene interés en apoyar el presente proyecto para llevarlo a la realidad:

- Fundación FIDAL
- Colectivo “Sembrando armonía”
- Colectivo “ASOBEL”
- Fundación “Empodera Mundo”
- Municipio de Cotacachi
- Comunidad de Quitugo
- Visión Mundial
- Prefectura de Imbabura
- Ministerio de Turismo

La gestión interna dentro de la comunidad y el apoyo de organizaciones externas, serán fundamentales en la ejecución del proyecto y la consecución de los objetivos y fines que se plantea como proyecto y como Asociación KAMBAK. Los beneficios obtenidos en la operatividad del proyecto serán los recursos que serán empleados en mejorar las condiciones de vida de los habitantes y continuar con el fortalecimiento organizacional.

La estrategia de marketing que permite la implementación de un modelo financiero sustentable parte de la inversión inicial de los actores atrás mencionados, de la mano de la

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

articulación de las “4 p” que permiten la generación de recursos para la comunidad al corto, mediano y largo plazo. Esto es, como lo resume Guanín Villamarín (2019) el cruce de variables que inciden directamente en la demanda de un producto o servicio para que éste genere los recursos que se proyectan:

Producto.- Que comprende también a los bienes y servicios, las características de las cuales se encarga el marketing son el diseño del producto, la marca, el concepto del producto y los servicios post venta.

Precio.- Esta basada en las políticas comerciales de las empresas fijados por la producción, que incluyen los costes y rentabilidad y en segundo lugar por las necesidades del mercado, este valor es estipulado de acuerdo a la oferta y a la demanda y es una de las variables más importantes dentro del marketing mix.

Distribución.- Se refiere al ciclo, fabricante, intermediario, cliente; estos canales de distribución son áreas económicamente activas en la que el producto o servicio entra al mercado llevando su derecho de propiedad hasta llegar al consumidor.

Los canales de distribución emplean etapas como el almacenamiento, inventarios, transporte, ventas etc.

Promoción.- Son métodos que consisten en alcanzar las metas encaminadas a incentivar la compra de un producto o servicio en un tiempo determinado y a un target establecido, ya sea mediante medios de comunicación, puntos de venta, redes sociales entre otras (p. 9-10).

Se proyecta bajo esta lógica el aumento exponencial de los ingresos de las familias participantes del proyecto en relación con la inversión gradual en la habilitación y puesta en marcha de los productos turísticos. Para tal fin serán las adaptaciones al contexto y situaciones actuales las que permitirán una adecuada implementación de los servicios a ofertar desde el manejo y coordinación responsables que la Asociación Kambak llevará a cabo en el marco de su visión, misión y valores de la organización.

Así, para el término de cinco años, la comunidad no sólo habrá recuperado su inversión sino que además tendrá la posibilidad de establecer cada vez más nuevos nichos de mercado al establecer este modelo de autogestión de fondos no reembolsables, con la capacidad de que en el largo plazo las utilidades para las familias, a diferencia de la situación actual, sean totalmente propias y teniendo en cuenta que el apoyo institucional múltiple desde las competencias de cada entidad es parte de su función sustantiva según sea el caso.

3.9 Impactos

A continuación se observa un análisis de los impactos o incidencias que el proyecto generará en aspectos relevantes. Esto implica la identificación de las ventajas o desventajas de implementar un proyecto turístico rural en la Comuna Quitugo.

La metodología empleada en el presente análisis toma en cuenta las áreas o enfoques del proyecto, sin un orden de prioridad, en el campo turístico, cultural, ambiental y económico. Y para una mejor determinación de incidencia se considera niveles de escala y ponderación que permite un análisis ajustado a la realidad.

Tabla 29. Niveles de impacto de un proyecto

Niveles de Impacto	Ponderación
Impacto alto positivo	3
Impacto medio positivo	2
Impacto bajo positivo	1
Punto de Indiferencia	0
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1

Fuente: Elaboración Propia

Para cada área de incidencia del proyecto se ha elaborado una matriz donde se observa los indicadores y escala de impacto, para luego determinar mediante ponderación, el nivel de impacto que genera el proyecto. Luego se establece un análisis y se argumenta los datos obtenidos. También se realiza la identificación general de todos los impactos con su valoración para el análisis y las conclusiones generales del proyecto en mención.

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.9.1 Impacto Cultural

Tabla 30. Matriz de impacto Cultural

No.	Indicadores	Nivel de impacto						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Revalorización de la cultura							X
2	Difusión del producto ancestral							X
3	Fortalecimiento de la interculturalidad							X
4	Preservación de comida tradicional						X	
5	Fortalecimiento comunitario						X	
TOTAL							4	9

Fuente: elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto} = (\sum_{n=1}^n 13/5 = 2.6$$

Ni 2.6 = Medio Positivo

Análisis:

Respecto del impacto en la Cultura, el proyecto pretende fortalecer y revalorizar las manifestaciones culturales de la comunidad, estas serán puestas en conocimiento del turista y a su vez será difundida a nivel nacional e internacional. En la ponderación, el proyecto tiene incidencia de 2,6, como impacto medio positivo. También, se puede esperar una mayor práctica de la interculturalidad con la visita de otras culturas al sector. Los valores ancestrales pueden ser objeto de estudio para ser expuestas y valoradas para bien y uso del patrimonio de la Comuna Quitugo.

3.9.2 Impacto Turístico

Tabla 31. Impacto Turístico

No.	Indicadores	Nivel de impacto						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Atracción y pernoctación de turistas							X
2	Desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos							X

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3	Difusión y promoción turística							X
4	Inclusión en paquetes y rutas							X
5	Innovación en el servicio							X
TOTAL								15

Fuente: elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto} = (\sum_{n=1}^n 15/5 = 3$$

Ni 3 = Ato Positivo

Análisis:

El presente trabajo logrará un impacto alto positivo, con su ponderación de 3, servirá para que a la comunidad lleguen turistas no solo de paso, sino más bien para pernoctar y hacer uso de todas las actividades que se ofertarán con el proyecto. Además, el interés de mantener y fidelizar a los turistas, siempre se podrá innovar en el servicio e incrementar el producto turístico

3.9.3 Impacto Económico

Tabla 32. Impacto Económico

No.	Nivel de impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Creación de nuevos negocios							X
2	Mayor nivel de ingreso							X
3	Atracción de inversión						X	
4	Disminución en costos de promoción						X	
5	Plazas de trabajo							X
TOTAL							4	9

Fuente: elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto} = (\sum_{n=1}^n 13/5 = 2.6$$

Ni 2.6 = Medio Positivo

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Análisis

En el campo económico el proyecto tiene incidencia de 2,6 lo que refleja un impacto medio positivo. Se prevé observar mayor desarrollo económico por la generación de empleo, con la creación de nuevos negocios, del mismo modo los niveles de ingreso de las familias de la comunidad pueden incrementar. Estos indicadores observados en lo económico serán una parte del fomento de desarrollo de los participantes del proyecto y de toda la comunidad.

3.9.4 Impacto Ambiental

Tabla 33. Impacto Ambiental

No.	Nivel de impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Higiene							X
2	Protección a áreas naturales						X	
3	Reforestación							X
4	Tala de bosques y plantas endémicas						X	
5	Vías de acceso						X	
TOTAL							6	6

Fuente: elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto} = (\sum_{n=1}^n 12/5 = 2.4$$

Ni 2.4 = Medio Positivo

Análisis

Para el medio ambiente el proyecto puede ser beneficioso, porque en su ejecución, no se pretende dañar la riqueza paisajística existente. Con un impacto medio positivo de 2,4, el costo ambiental de adecuar o adaptar el entorno para las actividades turísticas serán muy bajas, sin embargo, se contrarrestará con la reforestación de árboles y plantas endémicas en los espacios existentes. La mejora en la higiene será visible en la comunidad; el orden y tratamiento de los desechos será una temática imprescindible en la ejecución de la propuesta.

CONCLUSIONES

El presente trabajo concluye en los siguientes postulados que son producto del estudio y análisis del investigador:

Los fundamentos teóricos sobre turismo rural y ecocomunidad aún están en proceso de construcción con experiencias de otros países. En el Ecuador son muy pocas las experiencias positivas difundidas en el turismo rural y comunitario. En Cotacachi y sus comunidades los resultados favorables son muy limitados puesto que los proyectos existentes no cumplen los fines y objetivos de desarrollo integral y sostenible.

Los comuneros aún necesitan trabajar en consensos para alcanzar mayores resultados de desarrollo comunitario. El cambio generacional puede ser un referente de involucramiento en propuestas de beneficio integral, sin embargo, la continua aculturización de los jóvenes es una amenaza constante a los valores culturales. La ventaja del relieve y las riquezas naturales existentes en el sector son una fortaleza para aprovechamiento del turismo.

La asociatividad es una opción para fomento productivo en la comunidad. Se hace necesaria la creación de la Asociación de turismo rural y comunitario KAMBAK que será fundamental en la ejecución de propuestas integrales y sostenibles, elaboración de rutas, promoción y difusión de la oferta turística, capacitación, entre otros.

La capacidad de autogestión es necesaria en todos los proyectos de desarrollo comunitario. A pesar de las capacidades locales de la Comuna Quitugo en llevar adelante propuestas para beneficio integral de las familias, se requiere de conocimientos técnicos y especializados así como el nexo con instituciones locales, nacionales y extranjeras que brinden asistencia para cumplir con los objetivos planteados.

Se concluye que es viable una propuesta como la que consta en el presente trabajo con las consideraciones y mejores que se requieran en el proceso de ejecución.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones al término del presente estudio son:

Se requiere mayor profundización en los estudios e investigación sobre turismo rural a nivel local y nacional. Para que sirva de base y fundamento teórico de estudios en el futuro.

Las actividades de las instituciones públicas y privadas necesitan reorientarse en torno al desarrollo de las comunidades mediante propuestas de turismo rural y comunitario como la que se expone en el presente trabajo y brindarles toda la asistencia necesaria. Las capacidades organizativas si existen y son suficientes para que estos organismos procuren en el corto, mediano y largo plazo potencializar los espacios atractivos.

Los comuneros además de sus experiencias vivenciales deben ser partícipes de capacitación y educación organizativa, liderazgo, empoderamiento y proyectos de desarrollo. Se requiere preparación y conocimientos que lo pueden obtener con el apoyo de la Asociación KAMBAK.

Se debe dar continuidad a los vínculos y estrechar los lazos existentes entre la organización comunitaria y las entidades de apoyo para concretar otros proyectos que impulsen el desarrollo sostenible e integral de la Comuna Quitugo.

Se recomienda ejecutar el proyecto expuesto para beneficio comunitario y desarrollo sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

- Avila, O. (2015). *WikiHow. Instrucciones: folleto turístico*. Recuperado el 06 de Junio de 2015, de: <http://es.wikihow.com/hacer-un-folleto-tur%C3%ADstico-de-viajes>
- Basurto Cedeño, E.; Pennington-Gray, L. & Snyder Matthews, J. (2015) *Preservación del patrimonio cultural para el desarrollo turístico*. (8), N° 19.
- Beaumont, M. (2016) *Gestión social: estrategia y creación de valor*. Departamento Académico de Ciencias de la Gestión, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castillo Montesdeoca, E., Martínez Roget, F., & Vásquez Rozas, E. (2015). El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Gelega de Economía*, (10) 69-88.
- Corredera, I. C. (2015). *Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento*. España: Editorial IC.
- GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi. (2018). *Atractivos Turísticos del Cantón*. Recuperado el 26 de octubre de 2018 de: <https://drive.google.com/file/d/0B9curYjGOUscbWhpb2lPUm0yaXc/view>
- GAD Municipio Santa Ana de Cotacachi (2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2035*. Cotacachi: GAD Municipio de Cotacachi - Care Ecuador.
- Guanín Villamarín M. (2019) *Plan de promoción para el turismo termal en la provincia del Carchi*. Tesis de Grado. Universidad Tecnológica Israel.
- Guerrero Bejarano, A. (2016) La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*. (1), No. 2, pp. 1-9. Universidad Internacional del Ecuador.
- Gonzales, L. (2014). *Concepto Costumbre*. Recuperado el 05 de Abril de 2015, de <http://conceptodefinicion.de/costumbre/>
- GPI (2018). *Datos Generales Imbabura*. Recuperado el 5 de diciembre de <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/datos-generales.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017). *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales*. Quito: INEC.
- Jaureguiberry, M. (2015). *Manual de Turismo*. Facultad de Ingeniería. Recuperado el 05 de Mayo de 2017, de

<http://www.fio.unicen.edu.ar/usuario/segumar/Laura/material/Que%20es%20la%20Capacitaci%F3n.pdf>

Kekutt, E. B. (2014). *Turismo: Herramienta Social*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

Kieffe, M. (2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural. *El Periplo Sustentable*, 8-43.

Ministerio de Turismo. (2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020*. Quito: Publicaciones MINTUR. (Referencia vigente oficial del estado).

Montecinos, A. (2015). *E-gourmet. La Guía Gastronómica de México*. Recuperado el 04 de Abril de 2015, de: http://egourmet.com.mx/sociales_detail.php?id_social=493

Morales-Urrutia, X., Morales-Urrutia, D., & Hong-Hong, E. (2017). Emprendimiento social en el sector del turismo comunitario: una primera aproximación al caso de las comunidades indígenas del Ecuador. *Revista Iberoamericana de Turismo*, (12) 105-120.

Mousalli-Kayat, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Research Gate: Mérida.

Muñiz, R. (2015). Grado en publicidad y relaciones públicas. *Atención al cliente* (21) p. 1-11. Madrid: 5ta Edición.

Navarro, D. (2015) Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), p. 335-357. Universidad de Murcia.

OMT (2007). *Entender el turismo: Glosario básico*. Recuperado el 06 de Abril de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (referencia vigente oficial OMT).

OMT (2018). *Definición Turismo*. Obtenido el 30 de Octubre de 2018 de: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Oyarvide Ramírez, P.; Nazareno Véliz, I.; Roldán Ruenes, A. y Ferrales Arias, Y. (2016) Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Dossier* (71). Centro de Estudios de Dirección Empresarial y Territorial.

Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. (2017). *Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Pérez, G. (2015). *Metodología de la investigación educacional*. Ecured: Quito.

Posso Yépez, M. (2015). *Regeneración y puesta en valor turístico del patrimonio industrial, fábrica de textiles Imbabura, del cantón Antonio Ante (Ecuador)*. Tesis Doctoral. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

Poveda Burgos, G., Rendón Pérez, J., & Castro Carrasco, D. (2018). Incentivo del Turismo en el Ecuador como una fuente de empleo, inclusión y desarrollo sostenible-sustentable. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (4) 1-16.

Rafols, R. (2015). *Eco-comunidades*. Recuperado el 31 de julio de 2018 de: http://www.ecologiapolitica.info/?p=2338#_ftn1

Real Academia Española (2018) *Ornamento*. Recuperado el 06 de septiembre de 2018 de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=ornamento>

Ríos, M. J. (2015). *Eventoclick*. Recuperado el 05 de Mayo de 2015, de: <http://www.eventoclick.com/eventos-pr/ferias/que-es-una-feria-sus-ventajas-r.html>

Rodríguez, A. & Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, (82), p. 179-200.

Rodríguez, M. (2015). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo*. Rodríguez, M. (ed.). Málaga, Andalucía, España.

Sánchez Vidal, A. (2015) ‘Nuevos’ valores en la práctica psicosocial y comunitaria: Autonomía compartida, auto-cuidado, desarrollo humano, empoderamiento y justicia social. *Universitas Psychologica* (14) No. 4.

Sagastume, M. (2015). *Manual para organizadores de ferias*. Recuperado el 06 de Junio de 2015, de <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

Sempértegui Cárdenas, M. (2017). *Catálogo Comentado de Ornamentos Arquitectónicos, periodo 1870 – 1940*. Tesis de Maestría. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Torres Merlo, O. (2017). Temáticas especializadas para rutas turísticas en la Provincia de Imbabura. *HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación*, 18, 76-89.

Ministerio de Turismo (2015). *Principales Indicadores de Turismo de Llegadas de Extranjeros al Ecuador Febrero 2015*. Recuperado el 24 de Junio de 2015 de: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/TurismoReceptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-febrero-2015.pdf>

- Valero Matos, J.; López Molina, M. & Pirela Morillo, G. (2017) Sistema de gestión de conocimiento para comunidades académicas. *Opción*, (33), 82, p. 550-562. Universidad del Zulia.
- Vallejo-Martín, M.; Moreno-Jiménez M. & Ríos-Rodríguez, M. (2017) Sentido de comunidad, fatalismo y participación en contextos de crisis socioeconómica. *Psycosocial Intervention*, (18) Elsevier.
- Varisco, C. (2016) Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. (14), 1, p. 153-167.
- Vásquez Moraga, L. (2015). *Recursos de la programación cultural*. Málaga: IC Editorial.
- Viajandox.com (2014). *Fiestas tradicionales*. Recuperado el 08 de Junio de 2015, de <http://www.viajandox.com/imbabura/fiestas-tradicionales-otavalo.htm>
- WTO (2018). International Tourism Trends 2017. *UNWTO Tourism Highlights*, (20).
- Yubero, S. (2005). *Socialización y Aprendizaje Social*. Madrid: Editorial Alianza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ecuadorteespera.blogspot (2018) *Ruta del Sol*. Recuperado el 22 de diciembre de 2018 de: <https://ecuadorteespera.blogspot.com/p/ruta-del-sol.html>
- ECURED (2018) *Limites de la provincia de Imbabura*. Recuperado el 20 de diciembre de 2018 de [https://www.ecured.cu/Provincia_de_Imbabura_\(Ecuador\)#L.C3.ADmites](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Imbabura_(Ecuador)#L.C3.ADmites)
- El Comercio (2013) *Inicio Proyecto Geoparque Imbabura*. Recuperado el 1º de marzo de 2019 de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/proyecto-geoparque-imbabura-inicio-2015.html>
- GPI (2018) *Datos Generales de la Provincia de Imbabura*. Recuperado el 5 de marzo de 2019 de: <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/datos-generales.html>
- Google Maps (2019) *Mapa comunidad de Quitugo*. Recuperado el de 18 de febrero de 2019 de: www.google.com/maps/place/comunidad+de+Quitugo
- MINTUR (2018) *Ecuador como destino turístico*. Recuperado el 4 de marzo de 2019 de: <https://turismo.gob.ec>
- Muñoz, J. (2014) *Blog de Jairo Muñoz*. Recuperado el 27 de febrero de 2019 de: <http://quito-go.blogspot.com/2014/07/alojamiento-rural-y-tours.html>

ONU (2019) *Declaración Año 2019 como el Año Internacional de las Lenguas Indígenas*.
Recuperado el 20 de febrero de 2019 de: <https://es.iyil2019.org/>

ANEXOS

Anexo 1 Formato de encuesta para los habitantes de la Comuna Quitugo

UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Investigación previa a la titulación de Ingeniero en Turismo

Proyecto Turístico Rural “Embellece tu comunidad” de la Comuna Quitugo del Cantón Cotacachi.

Objetivo: Diagnosticar atractivos turísticos y el desarrollo del turismo rural en la comunidad como mecanismo de propuesta y desarrollo local.

INFORMACIÓN GENERAL

- a) Nombre:.....
b) Ciudad:.....Parroquia:.....Comunidad:
.....

INSTRUCCIONES

- Señale con una X según corresponda.

1. ¿Conoce los atractivos turísticos de la comunidad?

SI	
NO	

2. ¿Con cuáles de los siguientes atractivos turísticos cuenta la comunidad?

Lagunas	
Ríos	
Museo	
Casas patrimoniales	
Monumentos	
Cultura/artesanía	
Bosques	

3. ¿Qué importancia tiene para usted el turismo (visita de turistas a la comunidad)?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	

4. ¿En qué forma le beneficia a usted a y a su familia la visita de turistas?

Conocer otras personas	
Aumento en las ventas de artesanías	
Adquirir nuevos aprendizajes/idiomas	
Iniciar un negocio	
Mejoramiento de la calidad en el servicio y productos	

5. ¿Actualmente, usted o la comunidad recibe la visita de turistas?

SI	
NO	

6. ¿Cuán importante considera usted que la comunidad sea embellecida mediante la higiene y mejoramiento de fachadas?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	

7. ¿En cuál de estos temas de capacitación le gustaría participar para hacer de la comunidad un lugar de atracción turística?

Enumere del 1 al 5 las opciones que se presentan, siendo el 1 más importante y el 5 menos importante.

Crear Negocios	
Higiene y cuidado de animales menores	
Ornato/embellecimiento de casas	
Producción de alimentos	
Turismo rural	
Revalorización de expresiones culturales	

8. ¿Señale la frecuencia apropiada de capacitación?

Semanal	
Mensual	
Semestral	
Anual	

9. ¿Cuál de estos horarios son más apropiados para usted?

2 horas en la mañana	
2 horas en la tarde	
2 horas en la noche	
Intensivo (más de dos horas por día)	

10. Las capacitaciones le gustaría que se realicen:

Dentro de la comunidad	
Fuera de la comunidad	

11. ¿Estaría dispuesto a participar de un proyecto de turismo rural y comprometerse a embellecer su comunidad?

Si	
NO	

12. ¿Qué beneficios y mejoras considera usted que generaría la implementación de un proyecto turístico rural en la comunidad?

Enumere del 1 al 5 las opciones que se presentan, siendo el 1 más importante y el 5 menos importante

Embellecimiento de fachadas	
Emprendimientos	
Incremento de visitas de los turistas	
Mejor organización comunitaria	
Seguridad e higiene	
Más ingresos económicos	
Revalorización de la identidad cultural	

Gracias por su participación.

UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Investigación previa a la titulación de Ingeniero en Turismo

Proyecto Turístico Rural “Embellece tu comunidad” de la Comuna Quitugo del Cantón Cotacachi.

Objetivo: Diagnosticar atractivos turísticos y el desarrollo del turismo rural en la comunidad como mecanismo de propuesta y desarrollo local.

INFORMACIÓN GENERAL

- a) Nombre:.....
- b) Ciudad:.....País:.....

1. ¿Qué tipo de atractivos turísticos prefiere visitar?

Museos	
Parques y mercados	
Lagunas	
Comunidades indígenas	
Montañas	

2. ¿Los lugares que visita disponen de una infraestructura embellecida y adecuada?

Si	
No	

3. ¿Usted piensa que los lugares que visita son accesibles?

Si	
No	

4. ¿Mediante qué medios usted llega a los lugares que visita?.

Recomendaciones	
Redes sociales	
Volantes	
Vallas publicitarias	
Televisión	

Radios	
Otros	

5. ¿Le gustaría disponer dentro de sus opciones de visita una comunidad que brinde todas las facilidades turísticas y que satisfaga sus necesidades de estancia y alimentación?

Si	
No	

6. ¿Le gustaría participar en una ruta turística rural, que le permita observar los atractivos naturales y manifestaciones culturales en un ambiente adecuado?

Si	
No	

7. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos le gustaría observar en un área rural?

Música y danza propia de la zona	
Demostración de producción de artesanías	
Producción agrícola	
Obras de teatro con identidad	
Ornato limpio conservando la identidad	
Prácticas alimentarias	
Medicina ancestral	
Lugares naturales conservados (ríos, quebradas, bosques)	

8. ¿Conoce usted la Comunidad de Quitugo?

Si	
No	

9. ¿Si en la comunidad de Quitugo se llevara a cabo la ruta turística con los atractivos culturales de su elección, estaría dispuesto a visitar?

Si	
No	

Anexo 3 Inventario de Atractivos Turísticos de Cotacachi

DATOS GENERALES	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CASA DE LAS CULTURAS	IGLESIA MATRIZ SANTA ANA DE COTACACHI	MUSEO DE LAS CULTURAS	TOLAS DE GUALIMÁN	TOLAS DE PERIBUELA	ARTESANÍA DE CUERO
	CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES
	TIPO	HISTÓRICAS	HISTÓRICAS	HISTÓRICAS	HISTÓRICAS	HISTÓRICAS	ETNOGRAFÍA
	SUBTIPO	ARQUITECTURA CIVIL	ARQUITECTURA RELIGIOSA	MUSEOS	SITIOS ARQUEOLÓGICOS	SITIOS ARQUEOLÓGICOS	ARTESANÍAS (Cuero)
UBICACIÓN	PROVINCIA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA
	CANTÓN	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI
	PARROQUIA	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	APUELA	IMANTAG	EL SAGRARIO
	LONGITUD (UTM)	804395 E	804498 E	804443 E	773637 E	804243 E	804302 E
	LATITUD (UTM)	33153 N	33224 N	33242 N	37064 N	43023 N	33036 N
CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	NOMBRE DEL POBLADO	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	PEÑAHERRERA	IMANTAG	QUIROGA
		14.20	14.21	14.22	3.12	11.55	3
DISTANCIA (km)	PEGUCHE	PEGUCHE	QUIROGA	APUELA	COTACACHI	TOPO	
	11.50	11.51	3	6.4	19.17	5.60	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	ALTURA (m.s.n.m.)	2452	2453	2453	1729	2604	2450
	TEMPERATURA (°C)	15	15	15	20	12	16
	ÉPOCA DE ORIGEN	S. XX	ÉPOCA COLONIAL	1888	PERÍODO DE INTEGRACIÓN	PERÍODO DE INTEGRACIÓN	FINALES S. XIX
	RELEVANCIA DEL ATRACTIVO	Pinturas de O. Guayasamín. Piezas arqueológicas de la Cultura Panzaleo.	Columnas del altar mayor doradas en pan de oro. Figuras de la Escuela Quiteña.	Reseña histórica de Cotacachi, manifestaciones culturales, tradiciones, artesanías y música.	Vasijas, pondos, piedras de moler, cráneos y osamenta.	Utilizadas como base de vivienda o sitios de ceremonias.	La materia prima inicial es el cuero que viene de napa (res u oveja), nubuk y cuero engrasado.

DATOS GENERALES	NOMBRE DEL ATRACTIVO	ARTESANÍA DE LUFA	ALFARERÍA COTACACHI COMUNIDADES TUNIBAMBA Y ALAMBUELA	ARTESANÍA EN CABUYA DE SANTA ROSA	ARQUITECTURA VERNÁCULA DE PIÑÁN	CARNES COLORADAS	SEMANA SANTA COTACACHI
	CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES
	TIPO	ETNOGRAFÍA	ETNOGRAFÍA	ETNOGRAFÍA	ETNOGRAFÍA	ETNOGRAFÍA	ETNOGRAFÍA
	SUBTIPO	ARTESANÍAS	ARTESANÍAS	ARTESANÍAS	ARQUITECTURA VERNÁCULA	COMIDAS Y BEBIDAS TÍPICAS	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS
UBICACIÓN	PROVINCIA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA
	CANTÓN	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI
	PARROQUIA	GARCÍA MORENO	EL SAGRARIO	PLAZA GUTIÉRREZ	IMANTAG	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO
	LONGITUD (UTM)	746936 E	804916 E	781499 E	787818 E	804302 E	804498 E
	LATITUD (UTM)	26795 N	36117 N	41746 N	56932 N	33036 N	33224 N
CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	NOMBRE DEL POBLADO DISTANCIA (km)	NANGULVÍ 11.9	COTACACHI 4.24	APUELA 9.35	LA PRIMAVERA 19.7	QUIROGA 3	QUIROGA 3
		APUELA 21	QUIROGA 7.47	PEÑAHERRERA 17.35	SAN BLAS 35.44	OTAVALO 12.40	PEGUCHE 11.50
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	ALTURA (m.s.n.m.)	648	2452	1983	3090	2450	2453
	TEMPERATURA (°C)	22	14	16	10	16	15
	ÉPOCA DE ORIGEN	1988		1970			
	RELEVANCIA DEL ATRACTIVO	Los productos son exportados a Japón, USA España y Francia.	Tunibamba y Alambuela conservan esta herencia cultural trabajada solamente por mujeres.	Son elaborados por el "Grupo de Mujeres y Medio Ambiente", conformado por 43 integrantes.	En Piñán se aprecia este tipo de arquitectura, el grupo lo integran 35 familias.	El plato típico es la carne colorada. En agosto y septiembre se prepara junto con la chicha de Jora.	Inicia el domingo 1 de abril (Domingo de Ramos) hasta el domingo 8 de abril (Domingo de Pascua).

W a Configurac

DATOS GENERALES	NOMBRE DEL ATRACTIVO	INTI RAYMI COTACACHI	DÍA DE LOS DIFUNTOS	FERIA INTERNACIONAL DEL CUERO	FIESTA DE LA JORA	CAFÉ ORGÁNICO RÍO INTAG	TALLER DE JABONES ARTESANALES EL ROSAL
	CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES
	TIPO	ETNOGRAFÍA	ETNOGRAFÍA	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS
	SUBTIPO	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS	FERIAS	FIESTAS	EXPLOTACIONES AGRÍCOLAS	EXPLOTACIONES AGRÍCOLAS
UBICACIÓN	PROVINCIA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA	IMBABURA
	CANTÓN	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI	COTACACHI
	PARROQUIA	QUIROGA, IMANTAG, EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	SAN FRANCISCO	PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DEL CANTÓN	APUELA	GARCÍA MORENO
	LONGITUD (UTM)	804498 E	804498 E	804498 E	804498 E	776872	765737 E
	LATITUD (UTM)	33224 N	33224 N	33224 N	33224 N	30421 N	26816 N
CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	NOMBRE DEL POBLADO DISTANCIA (km)	ATUNTAQUI 14.20	ATUNTAQUI 14.20	QUIROGA 3	ATUNTAQUI 14.20	APUELA 0.8	GARCÍA MORENO 2.8
		PEGUCHE 11.50	PEGUCHE 11.50	PEGUCHE 11.50	PEGUCHE 11.50	PEÑAHERRERA 8	NANGULVÍ 24.22
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	ALTURA (m.s.n.m.)	2453	2453	2453	2453	1574	1589
	TEMPERATURA (°C)	15	15	15	15	20	20
	ÉPOCA DE ORIGEN						
	RELEVANCIA DEL ATRACTIVO	Inicia el 21 de junio (solsticio de verano) y se extiende hasta el 1 de julio (Santa Lucía).	Cada 2 de noviembre acuden al campo santo llevando ofrendas alimenticias.	Se realiza en el feriado de Semana Santa.	La chicha de Jora es una bebida ancestral que ha recuperado su valor cultural.	Hay una producción de 220 quintales obtenidos de manera orgánica sin usar agroquímicos.	Cuatro tipo de jabones: hierba luisa, sangre de drago, papaya y sábila natural.

**ESTATUTOS DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO
“KAMBAK”**

CAPÍTULO I

DENOMINACION, AMBITO DE ACCION, DOMICILIO Y NATURALEZA JURÍDICA DE LA ORGANIZACIÓN

ART. 1.- DENOMINACIÓN Y ÁMBITO DE ACCIÓN.- Se constituye la **ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO “KAMBAK”** de conformidad con los Arts. 319, 326 nral 7 y 66 nral.13 de la Constitución de La Republica del Ecuador y Título XXX del Libro Primero del Código Civil se constituye la Asociación no lucrativa denominada **ASOCIACION DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO “KAMBAK”**, dotada de personalidad jurídica propia y capacidad de obrar y que se registrá por la legislación nacional vigente, así como por las demás disposiciones complementarias constantes en los presentes Estatutos y en su caso el Reglamento de Régimen Interno, y por los acuerdos válidamente adoptados por su Asamblea General y su Órgano de Representación, dentro de la esfera de su respectiva competencia.

ART. 2.- DOMICILIO.- La Asociación tendrá su domicilio en la Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia San Francisco, Comunidad de Quitugo, a lado de la casa comunal casa color plomo de dos pisos, correo: quitugoeexploring@gmail.com. Tfno. 0999191363

ART. 3.- ÁMBITO DE ACCIÓN.- La Asociación, es una persona jurídica, de derecho privado, de servicio social y sin fines de lucro, con duración indefinida y número de Socio (a)s indeterminado, cuya estructura, funcionamiento y finalidades se determinan en el presente estatuto, siendo su ámbito de acción específico el desarrollo ordenado, consciente y responsable del turismo rural y comunitario sustentable en la comunidad de Quitugo

ART. 4.- PROHIBICIÓN.- Como tal no podrá intervenir en asuntos de carácter político, racial, laboral, sindical y religioso. Tampoco ejercerán actividades de crédito o de comercio.

ART. 5.- OBJETO Y FINALIDAD DE LA ASOCIACIÓN.

Los fines de la Asociación serán los siguientes:

a. OBJETO.- Contribuir a un avance ordenado, consciente y responsable del Turismo Rural y Comunitario en la Comunidad de Quitugo constituyéndola en una actividad generadora de desarrollo Socio (a)económico y sostenible, respetando en todo momento el patrimonio natural y cultural, recuperación y mantenimiento de las tradiciones culturales propias, fomentando la promoción y el crecimiento de una oferta de Turismo Rural y Comunitario de calidad, en atención a los modelos propios del medio rural y comunitario, pero ante todo impulsando aquellos proyectos singulares en los que se fomente y valore la gestión familiar, ofertando productos y servicios turísticos donde se relacione la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural a fin de rescatar los valores naturales, culturales y Socio (a)-productivos, evitando a su vez el éxodo del campo e incorporando a la mujer y a los jóvenes como protagonistas; debiéndose dejar de manifiesto además que la asociación realizará actividades de voluntariado de acción social y desarrollo o planes y programas de beneficio comunitario dentro del área de sus competencias y dentro de su capacidad económica, a través de los aportes voluntarios por parte de sus Socio (a)s, entendiéndose que no siempre el voluntariado constituye erogaciones de índole monetario – económico, sino también enfocado al aspecto de orden social directo acorde a la realidad del medio en que se desarrolla.

b. FINALIDAD DE LA ASOCIACIÓN.

Los fines de la Asociación serán los siguientes:

Servir de núcleo de convergencia de las iniciativas de promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos a través del Turismo Rural y Comunitario en La comunidad de Quitugo, divulgando estos productos turísticos y colaborando con estamentos competentes en su desarrollo para lograr la consolidación del Turismo en referencia como oferta diferenciada del turismo convencional, promocionando y fomentando la investigación, el conocimiento y la preservación del medio ambiente, del patrimonio natural y de la cultura tradicional, todo ello con el objetivo de que el Turismo

Rural y Comunitario contribuya a dinamizar, diversificar y desarrollar la economía rural y comunitaria, mejorando a su vez las condiciones de vida de esta población alineadas al Sumak Kawsay establecida constitucionalmente.

Introducir y asesorar a los oferentes de los diferentes productos y servicios relacionados con el Turismo Rural y Comunitario en La parroquia San Francisco, Cotacachi en las nuevas tecnologías para la comercialización de su producto o servicio turístico, logrando la venta directa del propietario al viajero e introduciéndolo en los mercados de origen de sus clientes, sirviendo de interlocutor con los agentes e intermediarios turísticos.

ART. 6.- ACTIVIDADES.

Para el cumplimiento de sus fines la Asociación organizará las siguientes actividades:

- Organización de un colectivo homogéneo para lograr el desarrollo turístico sostenible de la Parroquia y sus Comunidades, mediante la promoción de nuevas alternativas turísticas, sensibilizando al tejido social para la mejora de la calidad de vida en el medio rural y comunitario.
- Fomento de iniciativas de Turismo Rural y Comunitario, divulgando este producto turístico, colaborando con las instituciones para su desarrollo.
- Actuaciones de promoción del Turismo Rural y Comunitario como medida de potenciación para el desarrollo de servicios y productos complementarios en diferentes vertientes relacionadas con el turismo alternativo estos es: Acervo cultural, Folklore, Arte, Artesanía, Arqueología, rutas alimentarias (gastronomía), turismo de estancias (hospedaje), turismo de aventura, Senderismo, turismo deportivo, turismo de aventura acuática y náutica, ecoturismo, etnoturismo, turismo vivencial y de experiencias, transfer a la comunidad, etc.
- Desarrollo de redes e infraestructura informática como servicio especializado de apoyo al Turismo Rural y Comunitario, con elaboración de normas de Calidad

homogéneas y con el asesoramiento en aspectos como acondicionamientos, gestiones, subvenciones y otros.

- Intercambio de experiencias con entidades análogas y búsqueda de líneas de actuación conjunta.
- Puesta en marcha de actividades y programas o cualquier otro instrumento que suponga un medio para la recuperación patrimonial, cultural y el desarrollo del turismo en el medio rural y comunitario, como celebración de congresos, encuentros, cursos, charlas, jornadas, etc., como medio de formación y sensibilización, promoviendo y fomentando la investigación, el conocimiento y preservación de los patrimonios heredados, así como la rehabilitación y rescate de éste en todas sus manifestaciones.
- Difusión a través de publicaciones o cualquier otro medio de aquellas actividades, realizaciones o proyectos que redunden en beneficio de los fines previstos.
- Intercambio de asesoramiento con otras entidades o personas con conocimientos especializados para la consecución de los objetivos.
- Gestión de programas de rehabilitación del patrimonio natural, cultural y sus distintas formas por iniciativa propia o en colaboración con otras entidades, tramitación de reservas, campañas de promoción, etc.
- Participación con entidades cuyo objeto social sea acorde al establecido en estos Estatutos, en estructuras de agrupamiento y asociación o federación.
- Propender mancomunadamente a la fortaleza de la asociación que permita el reconocimiento y respeto por parte del organismo de control a la actividad turística desarrollada por la Asociación;

- Proceder ante los Organismos de control a la defensa de sus asociados, cuando así amerite el caso;
- Procurar mejores condiciones de vida para sus miembros, buscando mejores niveles de capacitación turística;
- Realizar gestiones ante las instituciones públicas y privadas, nacionales o extranjeras para el financiamiento de los diferentes proyectos y programas de turismo, que inicie la Asociación en beneficio de sus asociados;
- Incentivar la unidad, solidaridad y mutua colaboración entre sus miembros y demás gestores turísticos;
- Buscar créditos favorables para sus miembros, a fin de que se inviertan en capacitación, profesionalización y mejoramiento en las áreas relacionadas con la actividad turística que desarrollan sus asociados;
- Cualquier otra actividad consecuente o conducente a los objetivos previstos en los Estatutos.

ART. 7.- DOMICILIO SOCIAL.

La Asociación tendrá su domicilio en la Comunidad de Quitugo, Parroquia San Francisco, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

ART. 8.- ALCANCE TERRITORIAL Y DURACIÓN.

La Asociación tendrá como ámbito territorial de actuación la Parroquia de San Francisco, y sus alrededores, sin perjuicio de su participación o integración en otras asociaciones, federaciones o confederaciones de ámbito nacional o internacional. La duración será por tiempo indefinido.

El acuerdo de disolución se adoptará conforme a lo dispuesto en los presentes Estatutos.

CAPÍTULO II: DE LOS ASOCIADOS, FORMAS DE ADMISIÓN Y PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE SOCIO (A)

ART. 9.- ASOCIADOS.

Podrán ser miembros de la Asociación aquellas personas naturales que se encuentren radicadas en la Parroquia San Francisco o en la circunscripción del Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, o que a su vez su objeto o finalidad coincida, con lo dispuesto en el Art. 5 de los presentes Estatutos deseen brindar servicios relacionados con el Turismo Rural y Comunitario autorizados por el organismo competente.

ART. 10.- PROCEDIMIENTO DE ADMISIÓN.

- a.** El solicitante dirigirá escrito al Presidente (a) en el que expresará su voluntad de adherirse a esta Asociación y contribuir al logro de los fines asociativos. Esta solicitud deberá estar suscrita por el requirente y vendrá acompañada de la Certificación del Acta de la Asamblea General en la que se acuerde la incorporación a esta Asociación y cualquier otra documentación exigida legalmente o por acuerdo del Directorio.
- b.** El Presidente (a) o el Secretario (a) deberá entregar al interesado constancia escrita de su solicitud e incluirá en el Orden del Día de la próxima reunión de la Asamblea General la relación de todas las solicitudes presentadas, siendo necesario el voto favorable de al menos dos tercios de sus miembros para acordar la admisión.
- c.** Contra el acuerdo denegatorio de admisión por parte de la Asamblea General no cabrá recurso alguno.
- d.** No se adquirirá la condición de Socio (a) mientras no se satisfaga íntegramente la cuota de admisión que establezca la Asamblea General.

ART. 11.- CLASES DE ASOCIADOS.

Los asociados pueden ser:

- 1. fundadores:** Las personas naturales que suscribieron el Acta de Constitución.
- 2. Adherentes:** Son aquellas personas naturales que solicitaren por escrito su voluntad de ingresar a la Asociación y fueren legalmente aceptados previo el cumplimiento de los requisitos para el efecto.

3. **Honorarios:** los que a juicio de la Asamblea General colaborasen de forma notable en el desarrollo de los fines de la Asociación y/o quienes destaquen por ayudar con actos relevantes tales como: sociales, culturales, turísticos, medios económicos y materiales a la Asociación, pudiendo ser tanto personas naturales como jurídicas, y éstas últimas públicas o privadas.

ART. 12.- PARA SER MIEMBROS SE REQUIERE:

1. Ser mayor de edad;
2. Estar en goce de los derechos de ciudadanía;
3. Estar radicados en la Parroquia San Francisco o en la circunscripción del Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura o que a su vez su objeto o finalidad coincida, con lo dispuesto en el Art. 5 de los presentes Estatutos y deseen brindar servicios relacionados con el Turismo Rural autorizados por el organismo competente.
4. Pagar la cuota de ingreso establecido al momento de ser aceptado.

ART. 13.- DERECHOS DE LOS ASOCIADOS FUNDADORES Y ADHERENTES.

Los asociados tendrán los siguientes derechos:

- a. Asistir, participar y votar en las Asambleas Generales y extraordinarias con voz y voto.
- b. Elegir ser elegido para formar parte de los órganos de la asociación.
- c. Asistir y participar en las Asambleas Ordinarias y extraordinarias con voz y voto;
- d. Representar a la Asociación ante las diferentes instituciones públicas y privadas sobre asuntos concernientes a la organización; y,
- e. Gozar de todos los beneficios que establezca la Asociación a favor de todos los afiliados.
- f. Ser informados del desarrollo de las actividades de la entidad, de su situación patrimonial y de la identidad de los asociados.
- g. Participar en los actos de la asociación.
- h. Conocer los estatutos, los reglamentos y normas de funcionamiento de la asociación.
- i. Consultar los libros de la asociación, conforme a las normas que determinen su acceso a la documentación de la entidad.

- j. Separarse libremente de la asociación.
- k. Ser oído con carácter previo a la adopción de medidas disciplinarias contra él y a ser informado de los hechos que den lugar a tales medidas, debiendo ser motivado, en su caso, el acuerdo que imponga la sanción.
- l. Impugnar los acuerdos de los órganos de la asociación, cuando los estime contrarios a la Ley o a los Estatutos.
- m. Los demás que resulten de las normas legales y de los Estatutos de la Asociación, o de los acuerdos válidamente adoptados por sus órganos sociales.

ART. 14.- OBLIGACIONES DE LOS MIEMBROS FUNDADORES Y ADHERENTES.

Serán obligaciones de los asociados:

- a. Compartir las finalidades de la asociación y colaborar para la consecución de las mismas.
- b. Pagar las cuotas y otras aportaciones que se determinen mediante acuerdo adoptado por la Asamblea General.
- c. Cumplir el resto de las obligaciones que resulten de las disposiciones estatutarias.
- d. Acatar y cumplir los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de gobierno y representación de la Asociación.
- e. Ocupar los cargos para los que resulten elegidos y desempeñar fielmente las obligaciones inherentes a dicho cargo.
- f. Asistir y participar en las Asambleas Ordinarias y extraordinarias con voz y voto;
- g. Participar en las diferentes actividades de la Asociación;
- h. Representar a la Asociación ante las diferentes instituciones públicas y privadas sobre asuntos concernientes a la organización; y,
- i. Gozar de todos los beneficios que establezca la Asociación a favor de todos los asociados.

ART. 15.- SON OBLIGACIONES DE LOS MIEMBROS

HONORARIOS:

- a. Asistir a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias cuando sean convocados por el Directorio de conformidad con el presente estatuto, con voz sin voto; y,

- b. Cumplir con las disposiciones del estatuto, reglamento interno y resoluciones de la Asamblea General.

ART. 16.- SON DERECHOS DE LOS MIEMBROS HONORARIOS:

- a. Asistir y participar en las deliberaciones de la Asamblea General, con derecho a voz y no a voto;
- b. Participar en las diferentes actividades o programas de la Asamblea General;
- c. Representar ante las diferentes Instituciones públicas y privadas en asuntos concernientes a los intereses de la Asociación, cuando el lo solicite;
- d. Desempeñar las funciones que le encomiende el directorio

ART. 17.- DEL INGRESO O EGRESO DE MIEMBROS.- Será comunicado al Ministerio de Turismo para el correspondiente registro.

ART. 18.- PROCEDIMIENTO DE ADMISIÓN DE ASOCIADOS ADHERENTES Y HONORARIOS.

- a. La admisión de asociados adherentes y honorarios será propuesta por El Directorio para su aprobación en Asamblea General Ordinaria o Extraordinaria, siendo necesario el voto favorable de los dos tercios de la asamblea.
- b. Los Socio (a)s honorarios adquirirán tal condición desde el momento que se produzca su aceptación por escrito al ofrecimiento que le realizará el Presidente (a) en un plazo no superior a un mes desde su aprobación en Asamblea General.

ART. 19.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO.

Se perderá la condición de asociado:

- a. Por voluntad de la entidad interesada, o del asociado colaborador u honorario, manifestada por escrito al Directorio.
- b. Por acuerdo adoptado por el órgano competente de la Asociación, conforme al régimen disciplinario en el Estatuto.

El acuerdo de expulsión se notificará por escrito por el Presidente (a), y contra él cabrá recurso ante la primera Asamblea General que se celebre.

La baja del asociado, por cualquier motivo, no le exime de satisfacer las obligaciones y compromisos de cualquier naturaleza que tuviera pendiente.

CAPÍTULO III: DE LOS ÓRGANOS DIRECTIVOS Y FORMAS DE ADMINISTRACIÓN

ART. 20.- ÓRGANOS DE LA ASOCIACIÓN.

Son órganos de la Asociación:

- a. La Asamblea General.
- b. El Directorio.

ART. 21.- CARÁCTER Y COMPOSICIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL.

El órgano supremo de la Asociación es la Asamblea General, integrada todos los Socio (a)s incluidos los honorarios, en el momento de celebración de la Junta Ordinaria de aprobación de cuentas y presupuesto. La Asamblea General adoptará sus acuerdos por el principio mayoritario o de democracia interna.

La Asamblea General deberá ser convocada en sesión ordinaria al menos una vez al año, dentro del primer semestre, para examinar y aprobar la liquidación anual de cuentas y el presupuesto, y en sesión extraordinaria cuando así lo acuerde el Directorio y cuando lo solicite la quinta parte, al menos, de los miembros de la Asamblea; En el supuesto de que la convocatoria se efectúe a iniciativa de los miembros de la Asamblea, la reunión deberá celebrarse en el plazo máximo de treinta días hábiles desde la presentación de la solicitud.

ART. 22.- CONVOCATORIAS Y ORDEN DEL DÍA.

Las Asambleas Generales serán convocadas con el plazo mínimo de diez días de antelación, vía correo electrónico, fax o carta, por el Presidente (a) o cualquier persona que éste designe, haciendo expresa indicación del orden del día establecido por el Directorio o por los miembros de la Asamblea que hayan solicitado su convocatoria.

En la convocatoria de la Asamblea General, tanto ordinaria como extraordinaria, se indicará el lugar, fecha y hora tanto de la primera como de la segunda convocatoria, debiendo mediar un mínimo de 30 minutos entre ambas.

A la convocatoria de la Asamblea General se acompañará el Orden del Día comprensivo de los asuntos a tratar, debiendo, además, incluirse cualquier asunto que, estando dentro de los fines de esta Asociación, haya sido expresamente indicado por los asociados que hayan solicitado su convocatoria.

Se puede considerar como punto de urgencia a tomar en consideración en la Asamblea General aquellos asuntos solicitados por al menos dos miembros del Directorio o por la quinta parte de los miembros de la Asamblea, si es ratificado por unanimidad de los asistentes.

ART. 23.- CONSTITUCIÓN.

Las Asambleas Generales, tanto ordinarias como extraordinarias, quedarán válidamente constituidas en primera convocatoria cuando a ellas concurren, la mayoría de sus miembros; y en segunda convocatoria cualquiera que sea el número de miembros concurrentes siempre que iguallen o superen la cuarta parte del total.

Los miembros de la Asamblea podrán conferir, con carácter especial para cada reunión, su representación a otro miembro que estimen procedente, mediante escrito dirigido a la Presidencia, no pudiendo nadie ser representante de más de 2 miembros.

ART. 24.- RÉGIMEN DE ACUERDOS.

Los acuerdos de la Asamblea General, válidamente constituida, se adoptarán por mayoría simple de los miembros presentes o representados, cuando los votos afirmativos superen los negativos.

Requerirán mayoría cualificada de los miembros presentes o representados, que resultará cuando los votos afirmativos supongan las tres quintas partes de los presentes o representados, los acuerdos relativos a disolución de la entidad, modificación de los Estatutos, disposición o enajenación de bienes, la adopción de una cuestión de confianza al Directorio bonificación o remuneración de los miembros del Directorio.

ART. 25.- FUNCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL.

Corresponde a la Asamblea General, deliberar y tomar acuerdos sobre los siguientes asuntos:

- a. Examinar y aprobar el Plan General de actuación o Plan Operativo Anual y la Memoria anual que le presente El Directorio.
- b. Aprobar el Presupuesto anual de gastos e ingresos del siguiente año y el estado de cuentas del ejercicio anterior.
- c. Decidir sobre la disposición o enajenación de bienes.
- d. Elegir y separar a los miembros de El Directorio.
- e. Solicitar la declaración de utilidad pública o interés público.
- f. Controlar la actividad de El Directorio y aprobar su gestión.
- g. Modificar los Estatutos.
- h. Acordar la disolución de la Asociación.
- i. Designar la Comisión Liquidadora.

- j.** Acordar la bonificación o remuneración de los miembros del Directorio, en su caso.
- k.** Ratificar las altas acordadas por el Directorio y conocer las bajas voluntarias de los asociados.
- l.** Resolver, en última instancia, los expedientes relativos a sanción y separación de los asociados, tramitados conforme al procedimiento disciplinario establecido en los presentes Estatutos.
- m.** Otras que le sean de su competencia en atención a la normativa aplicable.

ART. 26.- CERTIFICACIÓN DE ACUERDOS.

En las Asambleas Generales actuarán como Presidente (a) y Secretario (a) quienes lo sean del Directorio, siendo éstas las personas encargadas de certificar, de manera conjunta, los acuerdos adoptados por las Asambleas.

ART. 27.- DEFINICIÓN DEL DIRECTORIO.

El Directorio es el órgano de gobierno, gestión y representación de la Asociación, de acuerdo con las disposiciones y directivas de la Asamblea General.

Los miembros del Directorio serán elegidos por la Asamblea General de entre sus miembros, mediante votación a mano alzada, y su mandato durara dos años, pudiendo ser reelegidos para el mismo cargo por un periodo similar y por una sola ocasión.

ART. 28.- MIEMBROS DEL DIRECTORIO.

Serán requisitos indispensables para ser miembro del Directorio:

- a.** Ser mayor de edad.
- b.** Estar en pleno uso de los derechos civiles.
- c.** No estar incurso en los motivos de incompatibilidad establecidos en la legislación vigente.
- d.** Ser Socio (a) activo de procedencia en la Asamblea General.

ART. 29.- CONVOCATORIAS, ORDEN DEL DÍA Y CONSTITUCIÓN.

Las reuniones del Directorio se celebrarán previa convocatoria del Presidente (a), o de la persona que éste designe, acompañada del orden del día, consignando lugar, fecha y hora.

Se reunirá por lo menos una vez al mes, y siempre que lo estime necesario el Presidente (a) o lo soliciten al menos dos de sus miembros.

Para su válida constitución será precisa la asistencia de al menos, un tercio de sus componentes, presentes o representados; los acuerdos se adoptarán por mayoría simple de los miembros presentes o representados, salvo aquellos relativos a sanción o separación de los asociados, en los cuáles se precisará mayoría cualificada de tres quintos de los miembros presentes o representados.

La representación solamente podrá conferirse a otro miembro del Directorio con carácter especial para cada reunión y mediante carta dirigida al Presidente (a), no pudiendo la misma persona representar a más de un miembro.

ART. 30.- COMPOSICIÓN, DURACIÓN Y VACANTES.

El Directorio estará integrada por un Presidente (a), un Vicepresidente (a) (a), un Secretario (a), un Tesorero tres vocales principales y tres vocales suplentes.

Los miembros del Directorio comenzarán a ejercer sus funciones una vez aceptado el mandato para el que hayan sido designados por la Asamblea General.

Las vacantes que se produzcan en el Directorio, antes de terminar su período de mandato, serán cubiertas por los miembros del directorio en orden de prelación o a su vez por los suplentes respectivos, dando cuenta de las sustituciones en la primera Asamblea General que se celebre, debiendo ratificarse dicho acuerdo por la Asamblea; en caso contrario, se procederá en la misma sesión a la elección del miembro de la Asamblea que debe cubrir la vacante.

ART. 31.- CAUSAS DE CESE.

Los miembros del Directorio podrán ser separados de sus cargos por los siguientes motivos:

- a. Por renuncia voluntaria.
- b. Por muerte o declaración de fallecimiento, enfermedad o cualquier otra causa que le impida el ejercicio de sus funciones.
- c. Por pérdida de la calidad de asociado por parte de la entidad a la que representa en la Asamblea General.
- d. Por incapacidad, inhabilitación o incompatibilidad de acuerdo con la legislación vigente.
- e. Por el transcurso del período de su mandato.
- f. Por separación acordada por la Asamblea General.
- g. Por la comisión de una infracción muy grave, conforme dicta el presente estatuto.

El Directorio dará cuenta a la Asamblea General de la separación de sus miembros, debiendo ratificarse por la Asamblea cuando el acuerdo de separación haya sido adoptado por el motivo expresado en el literal g) citado anteriormente.

ART. 32.- ATRIBUCIONES DEL DIRECTORIO.

Las facultades de El Directorio se extenderán, con carácter general, a todos los actos propios de las finalidades de la asociación, siempre que no requieran, conforme a los presentes Estatutos, autorización expresa de la Asamblea General. En particular son facultades de El Directorio:

- a. Velar por el cumplimiento de los Estatutos y ejecutar los acuerdos tomados en las Asambleas Generales.
- b. Confeccionar las Memorias, cuentas, inventarios, balances y presupuestos de la Asociación.
- c. Elegir a los miembros del Directorio que deban asumir, de manera provisional, las funciones de Tesorero y/o Secretario (a), por ausencia, enfermedad o cese de éstos, hasta la celebración de la próxima Asamblea General, siempre que ambos cargos queden vacantes de manera simultánea.
- d. Elaborar el borrador del Reglamento de Régimen Interior.
- e. Acordar la celebración de actividades.
- f. Tener a disposición de los asociados el Libro de Registro de Asociados.
- g. Tener a disposición de los asociados los libros de Actas y de Contabilidad; así como la documentación de la entidad.
- h. Recaudar la cuota de los asociados y administrar los fondos sociales.
- i. Instruir los expedientes relativos a la sanción y separación de los asociados y adoptar, de forma cautelar, la resolución que proceda de los mismos, hasta su resolución definitiva por la Asamblea General.
- j. Adoptar y ejecutar las acciones de gobierno y administración de la Asociación.
- k. Interpretar los preceptos contenidos en los Estatutos o en los Reglamentos o Normativas Internas, en su caso.
- l. Organizar y coordinar las actividades y distribuir los trabajos y responsabilidades entre los asociados.

- m. Proponer a la Asamblea General la cuantía de las cuotas de entradas y periódicas y su forma de pago.
- n. Acordar la creación de Comisiones o Comités a fin de delegar en ellos facultades concretas o encomendar tareas específicas cuando las necesidades lo aconsejen. Dichas Comisiones o Comités dará cuenta de sus actividades al Directorio, sin perjuicio de que ésta deba informar después de la Asamblea, y serán presididas por un miembro del Directorio.
- o. Cuantas deriven de las Leyes o los presentes Estatutos, y en general, cuantas facultades no estén reservadas a la Asamblea General.

ART. 33.- FUNCIONES DEL PRESIDENTE (A).

Serán atribuciones del Presidente (a).:

- a. Ostentar la representación legal de la Asociación.
- b. Presidir las reuniones del Directorio y de la Asamblea General de acuerdo con lo establecido en los presentes Estatutos.
- c. Velar por el cumplimiento de los fines sociales.
- d. Autorizar con su firma las actas, certificaciones y demás documentos de la Asociación.
- e. Y en general cuantas facultades se le confieran por estos Estatutos, el Reglamento de Régimen Interno y los acuerdos de la Asamblea General.

ART. 34.- FUNCIONES DEL VICEPRESIDENTE (A)

Serán facultades del Vicepresidente (a) (a) sustituir al Presidente (a), al Tesorero y/o al Secretario (a), en caso de ausencia o enfermedad, asumiendo sus funciones, con carácter provisional, cuando el titular cesare en el cargo; y las que les delegue el Presidente (a) o la Asamblea General.

En ningún caso podrá simultáneamente desempeñar las funciones de Tesorero y Secretario (a).

ART. 35.- FUNCIONES DEL SECRETARIO (A)

Corresponderá al Secretario (a)

- a. Redactar y certificar, con el visto bueno del Presidente (a), las actas de las sesiones de las Asambleas Generales y del Directorio, así como sus convocatorias.

- b. Llevar el Libro Registro de Asociados, consignando en ellos la fecha de su ingreso y las bajas que hubiere, así como el libro Registro de Representantes de las entidades asociadas.
- c. Recibir y tramitar las solicitudes de ingreso.
- d. Llevar una relación del inventario de la Asociación.
- e. Tener bajo su custodia los documentos y archivos de la Asociación.
- f. Expedir certificaciones, con el visto bueno del Presidente (a).
- g. Cualquier otra que le sea encomendada por acuerdo del Directorio.

ART. 36.- FUNCIONES DEL TESORERO(A).

Son facultades del Tesorero(a)

- a. Tendrá a su cargo los fondos pertenecientes a la Asociación.
- b. Elaborar los presupuestos, balances e inventarios de la Asociación.
- c. Firmará los recibos, cobrará las cuotas de los asociados y efectuará todos los cobros y pagos. Todas las órdenes de pago llevarán además la firma del Presidente (a) o, en su ausencia, del Vicepresidente (a) (a).
- d. Llevar y custodiar los Libros de Contabilidad.
- e. Cualquier otra que le sea encomendada por acuerdo de El Directorio.

ART. 37.- FUNCIONES DE LOS VOCALES.

Los vocales desempeñarán las funciones que les confieran el Directorio o la Asamblea General.

ART. 38.- ELECCIÓN DEL DIRECTORIO.

Los cargos directivos serán elegidos de entre los miembros de la Asamblea General, mediante sufragio libre, directo y a mano alzada.

Procederá la convocatoria de elecciones en los siguientes casos:

- a. Por expiración del mandato.
- b. En caso de prosperar cuestión de confianza acordada en Asamblea general extraordinaria.
- c. En caso de cese de la mayoría de los miembros del Directorio

ART. 39.- ÓRGANO FISCALIZADOR.

Habrá un órgano de fiscalización compuesto por dos miembros titulares, el que tendrá 2 miembros suplentes. El mandato de los mismos durara dos años.

Art. 40.- Para integrar los órganos sociales se requiere pertenecer a la categoría de Socio (a) activo, con una antigüedad similar a las de los Socio (a)s fundadores o por lo menos dos años como parte de la asociación y ser mayor de edad.

Art. 41.- En caso de licencia, renuncia, fallecimiento o cualquier otra causa que ocasione la vacancia transitoria o permanente de un cargo titular, entrará a desempeñar lo el suplente que corresponda. Este reemplazo se hará por el término de la vacancia y siempre que no exceda el mandato por el que fuera elegido dicho suplente.

ART. 42.- EL ÓRGANO DE FISCALIZACIÓN TENDRÁ LAS SIGUIENTES ATRIBUCIONES Y DEBERES:

- a. Examinar los libros y documentos de la asociación por lo menos cada tres meses;
- b. Asistir a las sesiones de la comisión directiva cuando lo estime conveniente;
- c. Fiscalizar la administración, comprobando frecuentemente el estado de la caja y la existencia de los títulos y valores de toda especie;
- d. Verificar el cumplimiento de las leyes, estatutos, y reglamentos, en especial en lo referente a los derechos de los Socio (a)s y las condiciones en que se otorgan los beneficios sociales;
- e. Dictaminar sobre la memoria, inventario, balance general y cuenta de gastos y recursos presentados por el Directorio;
- f. Convocar a asamblea ordinaria cuando omitiere hacerlo la comisión directiva;
- g. Solicitar la convocatoria a asamblea extraordinaria cuando lo juzgue necesario;
- h. Vigilar las operaciones de liquidación de la asociación. Todas estas funciones las ejercerá de manera tal que en ningún momento dificulten la marcha regular de la administración societaria.

ART. 43.- NORMAS DE PRESUPUESTO, CONTROL INTERNO, TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN DE LA GESTIÓN Y ENTREGA DE CARGO.

Las normas que a continuación se describen tienen como finalidad institucionalizar un nuevo funcionamiento operativo y administrativo de La Asociación de Turismo Rural y Comunitario “Quitú-Go” debiendo ser observadas de manera obligatoria por todos quienes conforman la Asociación en referencia bajo responsabilidad del Directorio.

Las normas de presupuesto, control interno, transparencia en la información de la gestión, y entrega de cargo, tienen su origen en el siguiente concepto: Los derechos estatutarios de los miembros de la asociación, individualmente o en la forma en que decidan organizarse, son el motivo que justifica la existencia del Directorio. Es derecho de los asociados el de estar informados en todo momento de las decisiones administrativas y económicas que en su nombre toma el Directorio, este derecho nace desde el momento en que el Socio (a) con sus aportes y pago de derechos cubre los costos de gestión del Directorio

Otro objetivo importante de las normas propuestas es, lograr que las asambleas generales de la asociación transcurran en un ambiente de tranquilidad y mucha productividad en beneficio de los asociados en su conjunto.

Para que las normas propuestas sean eficientes, El Directorio en función debe entender que en todo momento desempeñan sus funciones por encargo y en representación de los asociados, sus decisiones deben ser institucionales, transparentes y siempre orientadas al bien común.

El documento desarrollará los temas en el mismo orden presentado en el título:

1.- Normas de Presupuesto.

El presupuesto de ingresos y egresos de la asociación, es el documento a través del cual el Directorio solicita fondos y autorización de gasto a la asamblea general de la asociación. Este documento a su vez constituye el marco de la evaluación de la gestión del Directorio.

El presupuesto anual de la asociación debe ser presentado para la aprobación de la asamblea general respetando las siguientes normas:

- a. El presupuesto de ingresos y egresos debe ser remitido a los asociados, dentro de la primera semana del mes de diciembre de cada año, el presupuesto remitido será aprobado en la asamblea general ordinaria del mes de enero de cada año.

b. El presupuesto de ingresos y egresos remitido, debe incluir una carta personal del Presidente (a) de la Asociación, quien en nombre del Directorio expone la política de gestión que implementara durante el año que se iniciará, que objetivos específicos logrará con el presupuesto solicitado, presentará un calendario de metas bimensual que permita visualizar el logro de las metas a través del año a iniciarse.

c. Las observaciones y las consultas sobre el presupuesto se recibirán y contestarán como máximo hasta la segunda semana de del mes de diciembre de cada año. Las observaciones y las consultas pueden canalizarse por secretaria de la Asociación

d. Las modificaciones que generen las observaciones de los asociados serán implementadas en el transcurso de la tercera semana del mes de diciembre de cada año, en esta semana se debe contar con el presupuesto definitivo para el año próximo a iniciarse.

e. El presupuesto de ingresos y egresos será aprobado por la asamblea general.

2.- Normas de control interno referidas a la ejecución presupuestal

Las normas de control interno que a continuación se desarrollan, tienen como objetivo cumplir lo estipulado en los estatutos de la Asociación, garantizar corrección en los gastos y adquisiciones que realice la asociación y sentar las bases para una política de transparencia y participación de los asociados.

De acuerdo con los estatutos de la asociación, corresponde al Directorio la gestión política y gerencial de la asociación. En consecuencia, las normas que a continuación se presentan, tienen como responsable al Directorio quien a su vez tendrá que supervisar se cumplan con las normas de control interno, finalmente el Directorio y Tesorería responden ante la asamblea general por el incumplimiento de las normas de control interno.

Normas de control interno sobre ingresos en efectivo de la asociación.

Las presentes normas de control interno cubren todos los ingresos en efectivo de la asociación, no existen excepciones:

a. Todo ingreso en efectivo de la asociación será recibido por el Tesorero/a de la Asociación.

b. Está prohibido bajo responsabilidad del Tesorero/a utilizar para cualquier tipo de pago el efectivo ingresado a la caja de la Asociación

c. El Tesorero/a en forma obligatoria otorgará el recibo de ingreso a caja conjuntamente la boleta o la factura que justifica el ingreso a caja.

d. El Tesorero/a, bajo responsabilidad, depositará en la cuenta de la Asociación más tardar el día siguiente la totalidad de los fondos receiptados por cualquier concepto.

e. El Tesorero de la asociación registrará en una cuenta específica la recepción y depósito de las liquidaciones de caja recibidas.

f. En caso se produjera el incumplimiento de las normas sobre depósito del efectivo o la utilización del efectivo, el Tesorero, bajo responsabilidad y en forma inmediata, informará al Directorio y organismo fiscalizador sobre el particular con la motivación respectiva.

3.- Normas de control interno sobre las formas de pago de la asociación

a. Todo desembolso de dinero por parte de la asociación, se realiza con cheque a excepción de los desembolsos de caja chica.

b. A través de la caja chica solo se puede cubrir gastos que tengan como valor máximo USD. 50 (**cincuenta dólares norteamericanos**) y preferentemente solo movilidad. Lo expresado en esta norma obliga a una planificación de las compras de la asociación con el objetivo de realizarlas por volumen.

4.- Normas de control interno sobre documentos fuente que soportan la emisión de un cheque o un desembolso de caja chica.

Los documentos que soportan la emisión de un cheque o un desembolso de caja chica son los que indican la ley de comprobantes de pago, si se realizase un desembolso que no se sustente en lo indicado en la presente norma será responsabilidad directa de los suscriptores de los documentos de pago, en el caso de la asociación los comprobantes de pago son los siguientes sin ninguna excepción:

- Facturas
- Recibos de Honorarios (en caso de existirlos)
- Boletas de venta
- Recibos de luz, agua y teléfono
- Boletos de ómnibus
- Declaración jurada de movilidad de menor cuantía
- Recibos internos para adelantos de jornales y sueldos

- Recibos internos para fondos a rendir cuenta, en este caso la rendición de fondos se sustentará con los documentos indicados en la presente norma y a más tardar el último día de la semana en que se otorgó el fondo a rendir cuenta.

5.- Normas de control interno sobre la autorización de gastos y pagos de obligaciones de la asociación.

Los gastos de la asociación obedecen al presupuesto aprobado por la asamblea general, los gastos extraordinarios son aprobados por una asamblea extraordinaria. Por lo expuesto no existe la posibilidad de realizar gastos o obras que no estén previstos en un presupuesto aprobado por la asamblea general, realizar gastos fuera de presupuesto configura la malversación de fondos en agravio de persona jurídica.

Para cumplir con lo expresado en el párrafo anterior, se seguirán las siguientes normas de control interno:

- a. Todo gasto o adquisición que supere el valor de USD 100.00, debe ser acompañado por tres cotizaciones, el tesorero/a nombrado por la asociación, otorgarán la buena pro indicando el motivo e informando de este hecho al Directorio de la asociación, por la norma expuesta los gastos o adquisiciones que realice la asociación deben ser planificadas de tal manera que la actividad prevista en esta norma no insuma gran cantidad de tiempo.
- b. Todos los gastos o adquisiciones que serán cubiertos por la asociación, deberán estar adjuntados la certificación de partida presupuestaria que soporta el gasto a realizarse conferida por parte del o la Tesorera.
- c. Los documentos fuentes que soportan los gastos a realizarse, deben llevar en el margen inferior izquierdo la firma y el sello del Presidente (a) de la Asociación y el tesorero nombrado por el Directorio, la firma de ambos funcionarios indica que han verificado que existe un saldo presupuestal que soporta el gasto o la adquisición a realizarse.
- d. El tesorero/a de la asociación, presentará al Directorio, una relación de los gastos o adquisiciones a ser cubiertos a través del formato solicitud de desembolsos, la solicitud de desembolsos debe estar prenumerada, El Directorio aprobará la solicitud de desembolsos en su totalidad o en parte.
- e. La solicitud de desembolsos aprobada por el Directorio, será remitida a Tesorería para la emisión de los cheques respectivos, los vouchers de contabilidad que sustentan la

emisión de un cheque, en forma obligatoria indicarán el número de la solicitud de desembolso que los origina.

6.- Normas de control interno sobre transparencia en la información de la gestión.

Las normas de transparencia en la información de la gestión, se enmarcan dentro de las tendencias de control ciudadano sobre las autoridades elegidas que se desarrollan en nuestro país. Para cumplir con las normas expuestas, El Directorio debe utilizar toda la capacidad instalada a su disposición, de tal manera que lo indicado en las presentes normas se convierta en objetivos prioritarios.

Las normas que a continuación se desarrollan, tienen como objetivo informar en forma constante a los asociados, de las decisiones y actos que en su nombre realiza el Directorio y el Tesorero/a, la información debe tener una calidad que evite que en la asamblea general el Socio (a) muestre desconcierto ante la información que se le brinda y por esta razón la asamblea se vea perturbada.

Por lo expuesto, el Presidente (a), por mandato del Directorio, pondrá en conocimiento de los asociados, organismo fiscalizador la siguiente información por escrito o por medios informáticos:

- a. Calendario anual de las reuniones del Directorio y el lugar donde se realizarán las reuniones, invitando a los asociados a participar de las mismas.
- b. Publicación del contenido de las actas del Directorio más tardar 3 días útiles después de haberse producido la reunión.
- c. Ayuda memoria mensual comentando las actividades que desarrolla el Directorio, eventos que pueden afectar la calidad de vida de los asociados, así como problemas de tipo económico que pueden afectar la marcha de la administración de la asociación. Los temas que deben ser informados en forma obligatoria son los siguientes: Situación tributaria de la asociación ante el SRI, situación tributaria de la asociación ante la municipalidad de **Ibarra** (Que construcciones a realizado la Asociación), situación de las licencias de construcción y tributos adeudados), situación procesal de los juicios que esté enfrentando la Asociación (en caso de existir). Relación y situación procesal de las demandas interpuestas por la asociación. Otros aspectos que merezcan informarse.
- d. Balance general con anexos e indicación de antigüedad de las partidas que integran el valor de una cuenta del balance general y del estado de ganancias y pérdidas.

- e. Evolución del control presupuestal autorizado por la asamblea general
- f. Listado general de los cheques emitidos con cargo a las cuentas de la Asociación.

7.- Normas de control interno para la entrega de cargo del Directorio saliente a un Directorio entrante.

La entrega de cargo de un Directorio saliente a una Directorio entrante es el acto administrativo más importante de la asociación, este acto determina la calidad de la gestión de una Directorio saliente y los parámetros que servirán para medir la gestión de El Directorio entrante.

De acuerdo a los estatutos de la asociación, la gestión le corresponde al colectivo del Directorio, por esta razón, el Directorio en pleno es responsable de cumplir con la entrega de cargo, para realizar este acto administrativo, el Directorio saliente debe convocar en forma obligatoria a los siguientes entes: Los Asociados, Organismo Fiscalizador. Los documentos que se entregarán en esta oportunidad son los siguientes:

- a. Balance general y estado de ganancias y pérdidas de la asociación con un corte al 31 de julio del año en curso. Ambos documentos deben contar con notas que expliquen la naturaleza del contenido de las cuentas.
- b. Libros de contabilidad debidamente cerrados y que concuerden con la información entregada en los estados financieros.
- c. Control presupuestal con un corte al 31 de julio del año en curso, este documento debe estar acompañado de comentarios ejecutivos que expliquen la evolución y los resultados que se entregan.
- d. Balance de caja, documento que contiene la relación de las cuentas bancarias propiedad de la asociación y los saldos de las mismas, relación de las obligaciones que por todo concepto adeuda la asociación. Este documento debe concluir indicando un superávit o un déficit financiero al momento de la entrega del cargo.
- e. Memoria ejecutiva que indica los logros de la gestión de El Directorios aliente, avance durante su gestión de los planes a largo plazo, problemas que deberá solucionar El Directorio entrante y los planes a largo plazo que se deberán seguir desarrollando.
- f. Relación de los juicios que enfrenta la asociación y la situación procesal de los mismos.

- g. Relación de las demandas interpuestas por la asociación y situación procesal de las mismas.
- h. Relación de activos fijos propiedad de la asociación.
- i. Cumplimiento de las normas de control interno suscrita por el organismo fiscalizador.

ART. 44.- JUNTA ELECTORAL.

Concluido el mandato del Directorio o aprobada una cuestión de confianza, se constituirá la Junta Electoral, que estará formada por dos miembros de la Asamblea que voluntariamente se presten para esta función, los cuales no podrán formar parte de alguna de las candidaturas presentadas; caso de no presentarse voluntarios, formarán la citada Junta los asociados de mayor y menor edad.

Corresponde a la Junta Electoral:

- a. Organizar las elecciones, resolviendo sobre cualquier asunto que atañe a su desarrollo.
- b. Aprobar definitivamente el censo electoral.
- c. Resolver las impugnaciones que se presenten en relación con el proceso electoral.

ART. 45.- CALENDARIO ELECTORAL.

El plazo entre la convocatoria de elecciones y la celebración de las mismas no sobrepasará los 15 días hábiles, siendo los seis primeros de exposición de lista de los asociados con derecho a voto. Los tres días siguientes para resolver las impugnaciones al censo y su aprobación definitiva. Los tres días siguientes para presentación de candidaturas y los tres días siguientes para resolver sobre la validez de las mismas y su proclamación definitiva.

Si no se presenta candidatura alguna, se procederá a la elección de cada uno de los cargos por separado, mediante sufragio libre, directo y a mano alzada.

ART. 46.- CUESTIÓN DE CONFIANZA.

La cuestión de confianza al Directorio deberá ser tratada por la Asamblea General, siempre que hubiese sido solicitada, mediante escrito razonado, como mínimo, por un tercio de los miembros asociados.

Será precisa para la adopción de una cuestión de confianza que la misma sea adoptada por la mayoría cualificada de tres quintos de los asociados presentes, en Asamblea General.

Caso de prosperar, el Directorio censurado continuará en sus funciones hasta que tome posesión el nuevo Directorio que resulte proclamada definitivamente en las elecciones.

CAPÍTULO IV: RÉGIMEN DISCIPLINARIO: INFRACCIONES, SANCIONES, PROCEDIMIENTO Y PRESCRIPCIÓN

ART. 47.- NORMAS GENERALES.

En el ejercicio de la potestad disciplinaria se respetarán los criterios de:

- a. La debida proporcionalidad con la gravedad de la infracción, atendiendo a la naturaleza de los hechos, las consecuencias de la infracción y la concurrencia de circunstancias atenuantes o agravantes.
- b. La inexistencia de doble sanción por los mismos hechos, la aplicación de los efectos retroactivos favorables y la prohibición de sancionar por infracciones no tipificadas con anterioridad al momento de su comisión.

La responsabilidad disciplinaria se extingue en todo caso por:

- a. El cumplimiento de la sanción.
- b. La prescripción de la infracción.
- c. La prescripción de la sanción.
- d. El fallecimiento del infractor.

Para la imposición de las correspondientes sanciones disciplinarias se tendrá en cuenta la circunstancia agravante de la reincidencia y la atenuante del arrepentimiento espontáneo. Hay reincidencia cuando el autor de la falta hubiese sido sancionado anteriormente por cualquier infracción de igual gravedad, o por dos o más que lo fueran de menor. La reincidencia se entenderá producida en el transcurso de 1 año, contado a partir de la fecha en que se haya cometido la primera infracción.

ART. 48.- INFRACCIONES.

Las infracciones contra el buen orden social susceptibles de ser sancionadas se clasifican en leves, graves y muy graves.

ART. 49.- INFRACCIONES MUY GRAVES.

Tienen la consideración de infracciones disciplinarias MUY GRAVES:

1. Todas aquéllas actuaciones que perjudiquen u obstaculicen la consecución de los fines de la asociación, cuando tengan consideración de muy graves.

2. El incumplimiento o las conductas contrarias a las disposiciones estatutarias y/o reglamentarias de la Asociación, cuando se consideren como muy graves.
3. El incumplimiento de los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de la asociación, cuando se consideren muy graves.
4. La protesta o actuaciones airadas y ofensivas que impidan la celebración de asambleas o reuniones del Directorio.
5. Participar, formular o escribir, mediante cualquier medio de comunicación social, manifestaciones que perjudiquen de forma muy grave la imagen de la Asociación.
6. La usurpación ilegítima de atribuciones o competencias sin contar con la preceptiva autorización del órgano competente de la entidad.
7. Agredir, amenazar o insultar gravemente a cualquier asociado.
8. La inducción o complicidad, plenamente probada, de cualquier asociado en la comisión de las faltas contempladas como muy graves.
9. El quebrantamiento de sanciones impuestas por falta grave o muy grave.
10. Todas las infracciones tipificadas como leves o graves y cuyas consecuencias físicas, morales o económicas, plenamente probadas, sean consideradas como muy graves.
11. En general, las conductas contrarias al buen orden social, cuando se consideren muy graves.

ART. 50.- INFRACCIONES GRAVES.

Son infracciones punibles dentro del orden social y serán consideradas como GRAVES:

1. El quebrantamiento de sanciones impuestas por infracciones leves.
2. Participar, formular o escribir mediante cualquier medio de comunicación social, manifestaciones que perjudiquen de forma grave la imagen de la asociación.
3. La inducción o complicidad, plenamente probada, de cualquier asociado en la comisión de cualquiera de las faltas contempladas como graves.
4. Todas las infracciones tipificadas como leves y cuyas consecuencias físicas, morales o económicas, plenamente probadas, sean consideradas graves.
5. La reiteración de una falta leve.

6. El incumplimiento o las conductas contrarias a las disposiciones estatutarias y/o reglamentarias de la asociación, cuando se consideren como graves.
7. El incumplimiento de los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de la asociación, cuando tengan la consideración de grave.
8. En general, las conductas contrarias al buen orden social, cuando se consideren como graves.

ART. 51.- INFRACCIONES LEVES.

Se consideran infracciones disciplinarias LEVES:

1. La falta de asistencia durante tres ocasiones a las asambleas generales, sin justificación alguna.
2. El impago de tres cuotas consecutivas, salvo que exista causa que lo justifique a criterio del Directorio.
3. Todas aquéllas conductas que impidan el correcto desarrollo de las actividades propias de la asociación, cuando tengan la consideración de leve.
4. El maltrato de los bienes muebles o inmuebles de la Asociación.
5. Toda conducta incorrecta en las relaciones con los Socio (a)s.
6. La inducción o complicidad, plenamente probada, de cualquier asociado en la comisión de las faltas contempladas como leves.
7. El incumplimiento o las conductas contrarias a las disposiciones estatutarias y/o reglamentarias de la entidad, cuando se consideren como leves.
8. En general, las conductas contrarias al buen orden social, cuando se consideren como leves.

ART. 52.- INFRACCIONES DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO.

a) Se consideran infracciones MUY GRAVES:

1. La no-convocatoria en los plazos y condiciones legales, de forma sistemática y reiterada, de los órganos de la asociación.
2. La incorrecta utilización de los fondos de la entidad.
3. El abuso de autoridad y la usurpación ilegítima de atribuciones o competencias.
4. La inactividad o dejación de funciones que suponga incumplimiento muy grave de sus deberes estatutarios y/o reglamentarios.

5. La falta de asistencia, en tres ocasiones y sin causa justificada, a las reuniones de El Directorio.

b) Se consideran infracciones GRAVES:

1. No facilitar a los asociados la documentación de la entidad que por éstos le sea requerida (estatutos, actas, normas de régimen interno, etc.).
2. No facilitar el acceso de los asociados a la documentación de la entidad.
3. La inactividad o dejación de funciones cuando causen perjuicios de carácter grave al correcto funcionamiento de la entidad.

c) Tienen la consideración de infracciones LEVES:

1. La inactividad o dejación de funciones, cuando no tengan la consideración de muy grave o grave.
2. El no-convocatoria de los órganos de la asociación en los plazos y condiciones legales.
3. Las conductas o actuaciones contrarias al correcto funcionamiento de El Directorio.
4. La falta de asistencia a una reunión del Directorio, sin causa justificada.

ART. 53.- SANCIONES.

Las sanciones susceptibles de aplicación por la comisión de infracciones muy graves, relacionadas en el Art. 38, serán la pérdida de la condición de asociado o la suspensión temporal en tal condición durante un período de uno a cuatro años, en adecuada proporción a la infracción cometida.

Las infracciones graves, relacionadas en el Art. 39, darán lugar a la suspensión temporal en la condición de asociado durante un período de un mes a un año.

La comisión de las infracciones de carácter leve dará lugar, por lo que a las relacionadas en el Art. 40 se refieren, a la amonestación o a la suspensión temporal del asociado por un período de 1 mes.

Las infracciones señaladas en el Art. 41 darán lugar, en el caso de las muy graves al cese en sus funciones de miembro de El Directorio y, en su caso, a la inhabilitación para ocupar nuevamente cargos en el órgano de gobierno; en el caso de las graves, el cese durante un período de un mes a un año, y si la infracción cometida tiene el carácter de leve en la amonestación o suspensión por el período de un mes.

ART. 54.- PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

Para la adopción de las sanciones señaladas en los Arts. anteriores, se tramitará un expediente disciplinario en el cual, de acuerdo con el Art. 10 de estos Estatutos, la entidad asociada tiene derecho a ser oída con carácter previo a la adopción de medidas disciplinarias contra ella y a ser informado de los hechos que den lugar a tales medidas, debiendo ser motivado, en su caso, el acuerdo que imponga la sanción.

La instrucción de los procedimientos sancionadores corresponde al Directorio , nombrándose a tal efecto por ésta, los miembros de la misma que tendrán encomendada dicha función; no podrán formar parte del órgano instructor los representantes de la entidad objeto del expediente, debiendo abstenerse de intervenir y votar en la reunión de El Directorio que decida la resolución provisional del mismo.

El órgano instructor de los procedimientos disciplinarios estará formado por un Presidente (a) y un Secretario (a). El Presidente (a) ordenará al Secretario (a) la práctica de aquellas diligencias previas que estime oportunas al objeto de obtener la oportuna información sobre la comisión de infracción por parte de la entidad asociada. A la vista de esta información el Directorio podrá mandar archivar las actuaciones o acordar la incoación de expediente disciplinario.

En este último caso, el Secretario (a) pasará a la entidad interesada un escrito en el que pondrá de manifiesto los cargos que se le imputan, a los que podrá contestar alegando en su defensa lo que estime oportuno en el plazo de 15 días naturales, transcurridos los cuales, se pasará el asunto a la primera sesión del Directorio, la cual acordará lo que proceda; el acuerdo debe ser adoptado por la mayoría cualificada de dos tercios de los miembros de dicho órgano de representación.

La resolución que se adopte tendrá carácter provisional. La entidad asociada podrá formular recurso ante la Asamblea General en el plazo de quince días a contar desde el día siguiente a aquél en que reciba la resolución. De no formularse recurso en el plazo indicado, la resolución deviene firme.

La Asamblea general, adoptará la resolución que proceda en relación con el expediente disciplinario o sancionador.

ART. 55.- PRESCRIPCIÓN.

Las infracciones prescribirán al año, a los 6 meses o al mes, según se trate de las muy graves, graves o leves, respectivamente, comenzándose a contar el plazo de prescripción al día siguiente a la comisión de la infracción.

El plazo de prescripción se interrumpirá por la iniciación del procedimiento sancionador, con conocimiento de la entidad interesada, pero si éste permaneciese paralizado durante un mes por causa no imputable a la entidad asociada, volverá a correr el plazo correspondiente. Las sanciones prescribirán al año, 6 meses o al mes según se trate de las que correspondan a infracciones muy graves, graves o leves, respectivamente, comenzándose a contar el plazo de prescripción desde el día siguiente a aquél en que adquiriera firmeza la resolución por la que se impuso la sanción.

CAPITULO V: LIBROS Y DOCUMENTACIÓN

ART. 56.- LIBROS Y DOCUMENTACIÓN CONTABLE.

La Asociación dispondrá de un Libro de Registro de Asociados, de un Libro Registro de Representantes de los asociados en la Asamblea, y de aquellos Libros de Contabilidad que permitan obtener la imagen fiel del patrimonio, del resultado y de la situación financiera de la entidad.

Llevará también un Libro de Actas de las reuniones de la Asamblea General y del Directorio, en las que constarán, al menos:

- a. Todos los acuerdos adoptados con expresión de los datos relativos a la convocatoria y a la constitución del órgano.
- b. Un resumen de los asuntos debatidos.
- c. Las intervenciones de las que se haya solicitado constancia.
- d. Los acuerdos adoptados.
- e. Los resultados de las votaciones.

ART. 57.- DERECHO DE ACCESO A LOS LIBROS Y DOCUMENTACIÓN.

El Directorio, encargado de la custodia y llevanza de los libros, deberá tener a disposición de los Socio (a)s los libros y documentación de la entidad, facilitando el acceso por parte de los mismos. A tal efecto, una vez recibida la solicitud por el Presidente (a), se pondrá a disposición del asociado en el plazo máximo de dos meses.

CAPITULO VI: RÉGIMEN ECONÓMICO

ART. 58.- PATRIMONIO SOCIAL INICIAL.

La Asociación al constituirse cifra su patrimonio en lo que resulte de las cuotas de inscripción de los Socio (a)s.

ART. 59.- EJERCICIO ECONÓMICO.

El ejercicio económico será anual y su cierre tendrá lugar el 31 de diciembre de cada año.

ART. 60.- RECURSOS ECONÓMICOS.

Constituirán los recursos económicos de la Asociación:

- a. Las cuotas y contribuciones de las entidades asociadas, periódicas o extraordinarias.
- b. Las aportaciones, subvenciones, donaciones a título gratuito, herencias y legados recibidos.
- c. Bienes muebles e inmuebles.
- d. Cualquier otro recurso lícito.
- e. De las contribuciones y cuotas de los asociados.
- f. De las rentas generadas por el patrimonio de la Asociación o por las actividades de carácter económico realizadas por ella.

La cuantía de las cuotas y contribuciones de los Socio (a)s será acordada por la Asamblea General a propuesta del Directorio, que determinará asimismo el modo en que se hará efectivo.

CAPÍTULO VII: MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS Y NORMAS DE RÉGIMEN INTERNO

ART. 61.- MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS.

Los Estatutos de la asociación podrán ser modificados cuando resulte conveniente a los intereses de la misma, por acuerdo de la Asamblea General convocada específicamente al efecto.

El acuerdo de modificar los estatutos requiere mayoría cualificada de tres quintos de los miembros de la Asamblea presentes o representados.

ART. 62.- NORMAS DE RÉGIMEN INTERNO.

Los presentes Estatutos podrán ser desarrollados mediante normas de régimen interno, aprobadas por acuerdo de la Asamblea general por mayoría simple de sus miembros presentes o representados.

CAPITULO VIII: DISOLUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN

ART. 63.- CAUSAS DE DISOLUCIÓN.

La Asociación puede disolverse:

- a. Por Sentencia judicial firme.
- b. Por acuerdo de la Asamblea General Extraordinaria.
- c. Por las causas determinadas en **TITULO XXVI DE LA SOCIEDAD, parágrafo 7º** del Código Civil Ecuatoriano.

ART. 64.- COMISIÓN LIQUIDADORA

Acordada la disolución, la Asamblea General Extraordinaria designará a una Comisión Liquidadora.

Corresponde a los miembros de esta Comisión Liquidadora:

- a. Velar por la integridad del patrimonio de la asociación.
- b. Concluir las operaciones pendientes y efectuar las nuevas, que sean precisas para la liquidación.
- c. Cobrar los créditos de la entidad.
- d. Liquidar el patrimonio y pagar a los acreedores.
- e. Aplicar los bienes sobrantes a los fines previstos en los presentes Estatutos.
- f. Solicitar la cancelación de los asientos en el Registro de Asociaciones.
- g. Disuelta la Asociación se procederá a su liquidación.
- h. Si no se acordara otra cosa en la Asamblea General, actuarán como liquidadores tres de los miembros de El Directorio, nombrados para esta función por la propia Junta.
- i. La comisión liquidadora se hará cargo del Patrimonio existente y satisfará las obligaciones pendientes, si las hubiere. El remanente, en caso de que exista, será entregado en primer lugar al Ministerio de Turismo Regional o en su caso, a cualquier entidad sin ánimo de lucro legalmente constituido que se dedique a idénticos fines o, en su defecto, análogos a los de esta Asociación.

DISPOSICION GENERAL

La Asociación deberá remitir el Acta de Asamblea General en la que se aprobó el egreso o ingreso de miembros de la organización, con la respectiva nómina con los datos de cédula de ciudadanía, nacionalidad y firma de los Socio (a)s asistentes, al Ministerio de Turismo para el correspondiente registro.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

La Directiva Provisional durará en sus funciones hasta que sea nombrada la Directiva definitiva, una vez aprobado el Estatuto por el Ministerio de Turismo.

CERTIFICO: Que los presentes Estatutos de la Asociación, fueron legalmente discutidos aprobados en tres sesiones independientes de la asamblea general, llevadas a cabo los días 30 de abril, 14 de mayo y 21 de mayo del 2018, en estricta observancia a lo que establece el Decreto Ejecutivo N° 16 y Reglamento SUIOS emitido por el señor Presidente Constitucional de la República Eco. Rafael Correa Delgado, publicado en el Registro Oficial N° 19 de fecha 04 de junio del 2013. .

.....

Sra. Anita Matango

SECRETARIA PROVISIONAL

ASOCIACION DE TURISMO RURAL Y COMUNITARIO “Quitú-Go”.