



## **Diseño de ruta turística para el desarrollo del pueblo Natabuela, Cantón Antonio Ante, Imbabura**

**Natalia Román**

[cnroman@tecnologicoitca.edu.ec](mailto:cnroman@tecnologicoitca.edu.ec)

**Johanna Flores-Visarrea**

[johanamorales17@hotmail.com](mailto:johanamorales17@hotmail.com)

**Ernesto Morocho**

[ewmorocho@tecnologicoitca.edu.ec](mailto:ewmorocho@tecnologicoitca.edu.ec)

**Paola Enríquez**

[paoeq23@gmail.com](mailto:paoeq23@gmail.com)

**Diego Borja**

[drborjachalacan07@gmail.com](mailto:drborjachalacan07@gmail.com)

**Patricia Cevallos**

[spcevallos@tecnologicoitca.edu.ec](mailto:spcevallos@tecnologicoitca.edu.ec)

**Antonieta Vásquez María**

[mariankk66@hotmail.com](mailto:mariankk66@hotmail.com)

**Lourdes Chamorro**

[lourdesia31@hotmail.com](mailto:lourdesia31@hotmail.com)

Instituto Superior Tecnológico José Chiriboga Grijalva  
Ibarra - Ecuador

### **RESUMEN**

Este trabajo propone el turismo cultural como una nueva alternativa excelsa para la Parroquia Natabuela y el Cantón Antonio Ante, los cuales, por mucho tiempo, han vivido del turismo de compras que se genera con los textiles, olvidando que si un lugar puede ofrecer un turismo mixto podría llegar a abarcar varios tipos de nichos. La investigación se enmarca dentro de los aspectos histórico-culturales de los pueblos de la región en la línea de investigación; con una modalidad cualitativa-cuantitativa, adentrándose en la investigación etnográfica y de campo. Se realizó un análisis de las entrevistas y encuestas aplicadas para una sustentación cuantitativa. Como resultado, se obtuvo la ruta turística descrita cuyo conocimiento contribuye al desarrollo y generación de recursos económicos en el sector y el interés en mantener su cultura.

**Palabras clave:** turismo cultural; histórico-cultural; ruta turística

## **Design of a tourist route for the development of the Natabuela People and the Antonio Ante Canton, Imbabura**

### **ABSTRACT**

This work proposes cultural tourism as a new excellent alternative for Natabuela Parish and Antonio Ante Canton. For a long time, we have lived off the shopping tourism generated by textiles, forgetting that a place that can offer mixed tourism could cover several types of niches. The research is framed within the historical-cultural aspects of the region's peoples in the line of research; with a qualitative-quantitative modality, entering into ethnographic and field research. An analysis of the interviews and surveys applied was carried out for quantitative support. As a result, the described tourist route was obtained, which contributes to the development and generation of economic resources in the sector and the interest in maintaining its culture.

**Keywords:** cultural tourism; historical-cultural; tourist route

Artículo recibido: 05 octubre. 2021

Aceptado para publicación: 02 noviembre 2021

Correspondencia: [raduque@tecnologicoitca.edu.ec](mailto:raduque@tecnologicoitca.edu.ec)

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo nace de la necesidad de las personas por tener un tiempo fuera de la carga de trabajo, aprovechar los recursos y paisajes de lugares distintos, (Rivera y Rodríguez, 2012) y es considerado, a nivel mundial, como una de las estrategias clave en la promoción de la conservación ambiental y el desarrollo socio-económico de comunidades (Barriga, 2017), y es en este sentido que se han reconocido los efectos positivos que el turismo genera sobre la economía (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2002; Min, Roh y Bak, 2016); dado que contribuye a la balanza comercial y a los ingresos fiscales, fomenta el empleo y el espíritu empresarial. (Williams y Lew, 2015. Citado por: Arrobas, Ferreira, Brito-Henriques y Fernandez, 2020). (Alonso & Liu, 2012 Citado por: (Gu, Zhang, Huang, Zheng, Chen, 2021).

El turismo se ha ido considerando, desde el último tercio del siglo pasado y el inicio de éste, uno de los sectores principales de muchas economías, y su importancia se ve reflejada en los datos arrojados por la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2016; Citado por: Moral, Orgaz, Cañero y Jimber, 2017 ) en sus últimos informes, donde se pone de manifiesto que el turismo representa el 10% del Producto Interior Bruto (PIB) a nivel mundial, suponiendo que uno de cada once empleos a nivel mundial depende, específicamente, de esta actividad. (Moral, et al, 2017).

Dados los múltiples beneficios que se ha considerado trae consigo el turismo, a finales de la década de 1980, emergieron comunidades de pueblos originarios y campesinos de varias partes del mundo que se involucraron en la planificación y operatividad de emprendimientos turísticos. A estos emprendimientos, se les asignó un nombre de diversas maneras, como: turismo indígena, étnico, turismo rural comunitario o ecoturismo comunitario y se visualizaban como una estrategia de apoyo a la conservación de las áreas naturales; bajando así la presión del uso del suelo para fines agrícolas y ganaderos, brindando a los comuneros la oportunidad de generar beneficios por el turismo. (Cabanilla y Garrido-Cornejo, 2017)

El turismo comunitario es una manera diferente de hacer turismo, dado que es un proyecto alternativo de manejo sostenible y sustentable manteniendo el respeto a la herencia ecológica y cultural de los pueblos y nacionalidades, donde la comunidad

participa en la toma de decisiones para el bienestar de los miembros que la conforman. (CORTUS, 2014: 1. Citado por: Cabanilla y Garrido-Cornejo, 2017).

En la década de 1990, surgieron varios de estos emprendimientos en zonas rurales de Latinoamérica, entre los cuales, Ecuador se proyecta como un ícono del turismo comunitario con un enfoque sólido y sostenible que ha provocado una mejor calidad de vida a los que se deciden por este modelo de gestión turística. (Cabanilla y Garrido-Cornejo, 2017). Además, Ecuador fue el primer país donde se formalizó una red de turismo comunitario denominada Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador. (FEPTCE). (Cabanilla y Garrido-Cornejo, 2017)

En el sector turístico ecuatoriano, los fenómenos ocurridos en torno a la creación de carreras universitarias afines al área han promovido el desarrollo de los emprendimientos de tipo comunitario; de manera que, con el incremento de las líneas aéreas, que cubrían diversos destinos a nivel nacional e internacional y la creación de varios parques nacionales se podría decir que se ha dado realce a este tipo de turismo. (Caiza & Molina, 2012).

El proceso estructurante del turismo comunitario se divide en tres fases, siendo la primera la fase preoperativa a partir de los años 60, la segunda fase, de institucionalización y fortalecimiento en el período 2001-2006 y la tercera fase, el crecimiento y normalización en el período 2006-2014 (Cabanilla y Garrido-Cornejo, 2017).

Específicamente, se había considerado el turismo de tipo comunitario a las reservas ecológicas protegidas como es el caso de Galápagos y Sumaco (Barriga, 2017), sin embargo, hoy también se consideran turismo comunitario a las comunidades que pueden transmitir a los visitantes valores culturales e históricos del país.

En estudios sobre la elección de las rutas turísticas o el destino final de viaje se ha considerado que los visitantes pueden elegir una de ellas basados en distintas variables como: el paisaje, atracciones turísticas, tiempo de viaje, ubicación del transporte, actividades al aire libre, hospitalidad percibida, recursos y potencial ambientales, nivel de infraestructura, desarrollo, condiciones socioeconómicas y, finalmente, a los costos que la ruta turística le pueden generar. (Díez-Gutierrez y Babri 2020; Shijin, Jia y Lanyue, 2020; Chau, Yan, 2021)

En la actualidad, se ha demostrado también que se han modificado las necesidades y motivaciones del turista, por lo que éste demanda la creación de nuevo tipos de turismo, que sean capaces de atraer una demanda turística propia, surgiendo así nuevas tipologías de turismo como el ambiental, fronterizo o comunitario. (Moral, et al, 2017).

Los viajeros que escogen realizar turismo comunitario, están interesados en apreciar la cultura local y aportar ingresos económicos a la economía local (Alonso & Liu, 2012 Citado por: Gu, et al.,2021).

Los viajeros que practican etnoturismo, sienten curiosidad por la cultura local, es decir, por los saberes populares de transmisión oral, celebraciones de poblaciones indígenas o aisladas que todavía mantienen sus tradiciones a lo largo del tiempo (objetos, monumentos, lugares físicos, relatos orales, leyendas, creencias y rituales) y, por lo tanto, estos atractivos turísticos ocupan un lugar importante en la experiencia del turista que va en busca de esta “aventura vivencial -cultural” (Ledesma, 2018).

Para poder ser blanco de las elecciones de este tipo de turistas, es de vital importancia transmitir a los visitantes la característica de hospitalidad, donde se pueda reducir la tensión en encuentros anfitrión-invitado minimizando el miedo del anfitrión a los extraños y la curiosidad del invitado por los demás habitantes (Graburn, 1983. Citado por: Chau y Yan 2021). Los estudios consideran la hospitalidad como el comportamiento de proporcionar alojamiento, alimentos y bebidas, pero también se refiere a los motivos de recepción turística, expectativas sociales, ética, diseño de espacios, intercambio social, interacción, control y otros factores que intervienen en la recepción de visitantes o extraños (Chau, Yan, 2021).

Específicamente, en el cantón Antonio Ante en la provincia de Imbabura-Ecuador, el desinterés por parte de los directivos del departamento turístico del Municipio de Antonio Ante ha ocasionado la inexistencia de un estudio de los aspectos culturales que rescate a la cultura y dé una orientación a las actividades culturales, que aún se mantienen para potenciar el turismo en este lugar y mejorar de esta manera la calidad de vida de sus habitantes.

El desconocimiento de los pobladores de cómo beneficiarse de la riqueza cultural en el turismo que se genera año tras año en el cantón, ha provocado que las personas de la comunidad desaprovechen los recursos culturales y se empiece a perder el valor de la cultura lo cual afecta al turismo. Una muestra de ello es la carencia de interés por parte

de los dirigentes del lugar por mantener sus costumbres y tradiciones; lo cual ha generado la pérdida de la identidad cultural y consecuencia de ello, en la actualidad, muchos de los jóvenes tienen un alto desconocimiento sobre la indumentaria típica y sobre costumbres que se han practicado tiempo atrás.

El desinterés por buscar nuevas fuentes de turismo cultural por parte del Ministerio del Turismo (MINTUR) ha generado que se pierda por completo las manifestaciones folklóricas de ciertas culturas, ya que sus manifestaciones se realizaban por transmisión oral.

En el Plan de Turismo Nacional 2020 (Plandetur 2020) se manifiesta que uno de los objetivos principales de dicho plan es: dinamizar el trabajo con la inclusión de poblados y comunidades para que lleguen a ser un potencial atractivo turístico y revalorizar de esta manera a las comunidades. En el Plan Toda Una Vida (2017), además, se remarca la importancia de mejorar el estilo de vida de las personas de las comunidades, utilizando sus conocimientos y habilidades; pero dada la falta de un producto turístico bien estructurado, de calidad, y atrayente para los turistas con deseos de conocer una nueva cultura, se ha generado un desaprovechamiento de recursos en el cantón Antonio Ante; donde se puede encontrar varios atractivos de tipo cultural, natural e histórico, que lamentablemente se han dejado de lado, minimizando la importancia de las fechas festivas y manifestaciones culturales y se le ha dado una alta prioridad al turismo de compras dada la generación textil de la zona.

La presente investigación es llevada a cabo en Atuntaqui, que es muy bien conocida por propios y extraños como la ciudad de los textiles del Ecuador, por la variedad de vestimentas que ofrecen desde: trajes deportivos, sacos de lana, ropa casual y trajes formales, todo esto en un solo lugar. Este lugar atrae turistas por sus ferias textiles, festejos de fin de año y el legado de la cultura Imbaya dejado en el sector de Atuntaqui y Natabuela.

A diez minutos del cantón Antonio Ante, en la provincia de Imbabura, se encuentra ubicada la Parroquia de Natabuela, un sitio con riqueza natural, paisajística e histórica, fue declarada por parte del Municipio de Antonio Ante “Parroquia Ecológica”, por encontrarse en una zona privilegiada y rodeada de una variedad de espacios verdes; la comunidad Los Óvalos se encuentra localizada a 3 minutos del parque central de la

parroquia, lugar de un clima agradable que aún mantiene sus manifestaciones autóctonas.

En la comunidad de Los Óvalos, cercana a la ciudad de Atuntaqui, existen varios sitios culturales con gran potencial turístico que pueden generar ingresos y un dinamismo económico dentro del Cantón, siempre y cuando se genere valor para las manifestaciones culturales como los San Juanes, San Pedro, la vestimentas y platos tradicionales. Lo expresado demuestra la necesidad de diseñar una ruta turística, para el desarrollo del pueblo Natabuela en la comunidad los Óvalos, Cantón Antonio Ante, Imbabura, que genere ingresos económicos, un mejor estilo de vida para la comunidad involucrada y fortalecer indirectamente también a la ciudad de Atuntaqui y sus textiles.

## **2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS**

La modalidad de la presente investigación fue de tipo cuali – cuantitativo, en lo cualitativo se verificó los gustos y preferencias de los turistas del sector de una manera no numérica y en lo cuantitativo se muestra de manera más explícita y apuntando a datos reales obtenidos por encuestas aplicadas a los turistas, la viabilidad de la investigación.

Se utilizó el tipo investigación etnográfica donde se investigó una cultura mediante la observación de sus actividades para describir su cosmovisión, trajes típicos, danza, festividades, cuentos y leyendas que son puntos referenciales de la cultura Natabuela.

Además, la investigación fue de tipo descriptiva y de campo, ya con las encuestas se obtuvo información, cuyos datos fueron analizados y permitieron la realización de un análisis general, el cual afloró lo que las personas perciben acerca de las diferentes manifestaciones folklóricas.

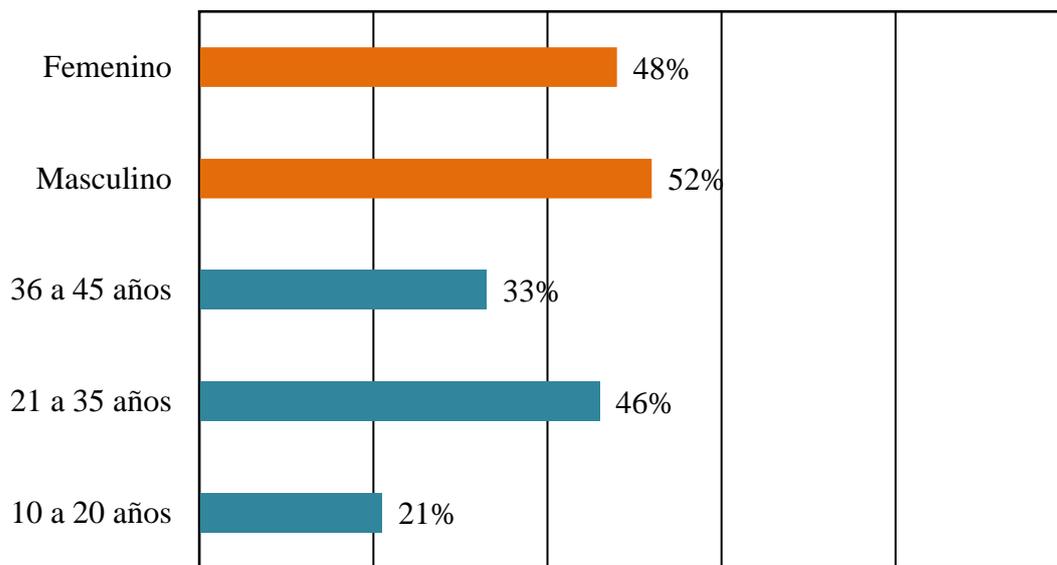
Fue utilizada una técnica de observación directa, entrevista y encuesta; la encuesta fue realizada a un grupo grande de personas (224) en busca de gustos, preferencias y conocimientos referente a este tema, que ayudó a determinar el grado de conocimiento de las personas acerca de esta cultura y los sitios turísticos del entorno. La encuesta constaba de 10 preguntas cerradas de sección múltiple y fue aplicada personal y presencialmente. Por otro lado, la entrevista fue realizada a autoridades y adultos mayores de Natabuela. La estructura de la entrevista fue de 12 preguntas, las cuales fueron seleccionadas anticipadamente y cuyas respuestas fueron recopiladas en una grabadora; las mismas fueron, posteriormente analizadas y correlacionadas. Los

entrevistados conocen la cultura de la zona y los atractivos turísticos, lo cual facilitó su aporte a esta investigación.

En cuanto a la población utilizada se eligió al azar los turistas de la zona y las personas que serían entrevistados o encuestadas, 224 y 4 respectivamente.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Datos recabados de la encuesta realizada con 224 personas en el cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura reflejan los siguientes resultados:



**Fig. 1. Género y edad de la muestra.**

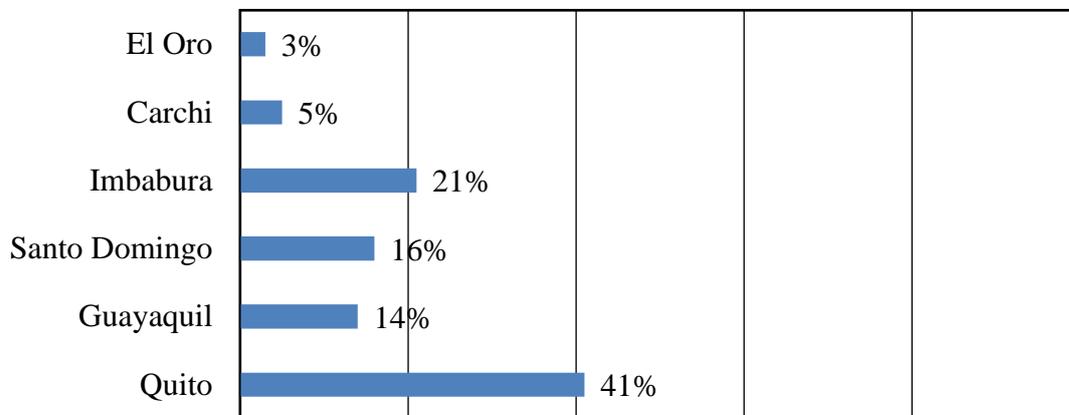
La edad de la mayor parte de los encuestados, el 46%, está en el rango de 21 a 35 años, el 33% de ellos tiene de 36 a 45 años y el 21% fluctúa de 10 a 20 años. En cuanto al género el 52% es masculino y el 48% femenino.

En cuanto a la edad de los turistas se puede citar la paradoja del ocio, en la cual se relata la vida de un individuo con relación al tiempo de entretenimiento y diversión; citando que: “cuando se es joven se tiene tiempo, pero no dinero para viajar; cuando se es adulto, se tiene dinero, pero no tiempo de manera que los adultos mayores son los que en realidad cuentan con tiempo y dinero para realizar viajes de turismo con presupuestos elevados.

Al promediar la edad de nuestros encuestados, se observa que mayoritariamente entre 21 y 35 años, se puede inferir que la ruta turística que probablemente sea más atractiva

para este segmento, sea una de corta duración, en la cual no sea necesario un gasto extensivo de recursos económicos.

En la Figura 2, se pueden observar los lugares de residencia de los turistas encuestados.



**Fig. 2. Lugar de residencia de los encuestados**

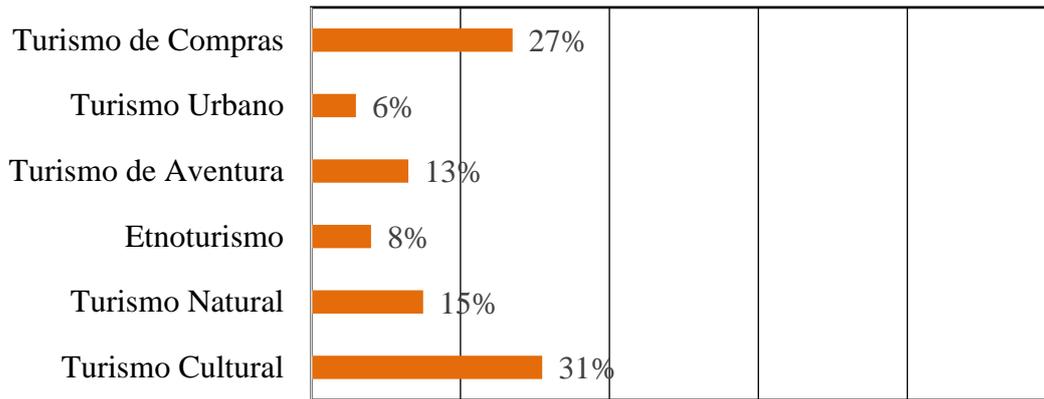
El lugar de donde provienen más turistas (41%), es Quito, le sigue Imbabura con un 21%, Santo Domingo con un 16%, Guayaquil 14% y finalmente Carchi y El Oro con 5 y 3% respectivamente.

Según el MinTur en 2018, en cuanto al origen del turista interno plantea que los diez primeros lugares de los cuales provienen los turistas son: Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Rumiñahui, Latacunga, Riobamba, Manta, Ibarra y Santo Domingo.

En la presente investigación se han encontrado algunos de estos lugares como sitios de proveniencia turística, dato que puede deberse incluso a las posibilidades económicas de estas ciudades.

Al encuestar a los turistas a cerca de qué tipo de turismo les gustaría realizar en esta zona, se obtuvieron los resultados que se observan en la figura 3.

Al encuestar a los turistas a cerca de qué tipo de turismo les gustaría realizar en ésta zona, se obtuvieron los resultados que se observan en la figura 3.



**Figura 3. Tipos de turismo que prefieren los turistas encuestados**

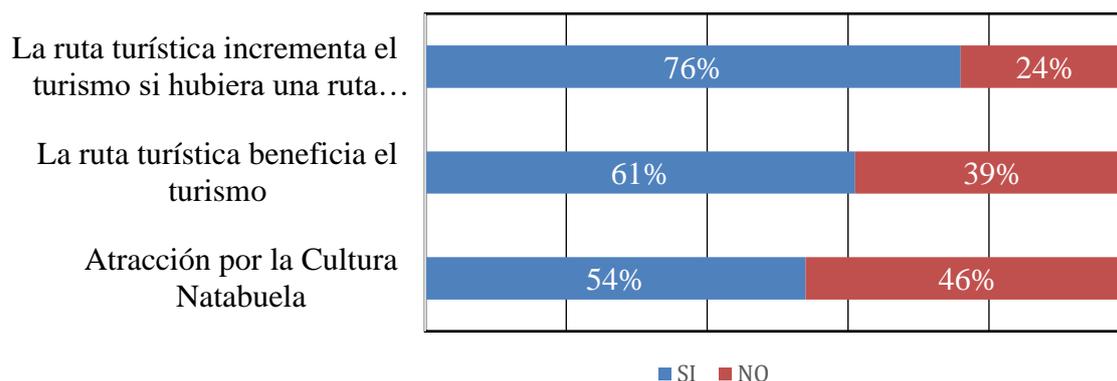
La mayor parte de los encuestados, refiere que prefiere el turismo cultural, 31%, después se encuentra el turismo de compras con un 27%, el 15% prefiere un turismo de tipo natural, el 13% turismo de aventura y el 8 y 6% refieren que les grada en mayor medida el etnoturismo y el turismo urbano.

En un estudio realizado con 16 turistas amantes de los viajes, se encontraron los diversos motivos de viaje que se citan a continuación:

“...búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal; interés de vivir la diversidad cultural; romper con la rutina y escapar de la realidad; búsqueda de novedades; búsqueda de aventuras y desafíos; búsqueda de autenticidad y libertad; y búsqueda de historias para contar...” (Araujo, de Sevilla, 2017. p.62)

Se detalla en ese mismo estudio que, la búsqueda de autoconocimiento-crecimiento y el interés de vivir la diversidad cultural son los motivos de viaje más recurrentes entre los viajeros frecuentes, tienen intensidad media los motivos: romper con la rutina y escapar de la realidad, buscar novedades, autenticidad y libertad y los motivos de baja intensidad son: búsqueda de historias, desafíos e historias que contar.

Lo citado por estos autores, tiene concordancia con algunos de los tipos de turismo que refirieron los encuestados les agrada realizar. Si se toma en cuenta que en el Cantón Antonio Ante se pueden encontrar atractivos turísticos de tipo cultural, urbano, de compras, natural y etnoturismo, se podría diseñar una ruta turística que pueda abarcar las preferencias del 87% de los encuestados, lo cual facilitaría la elegibilidad de la ruta diseñada.



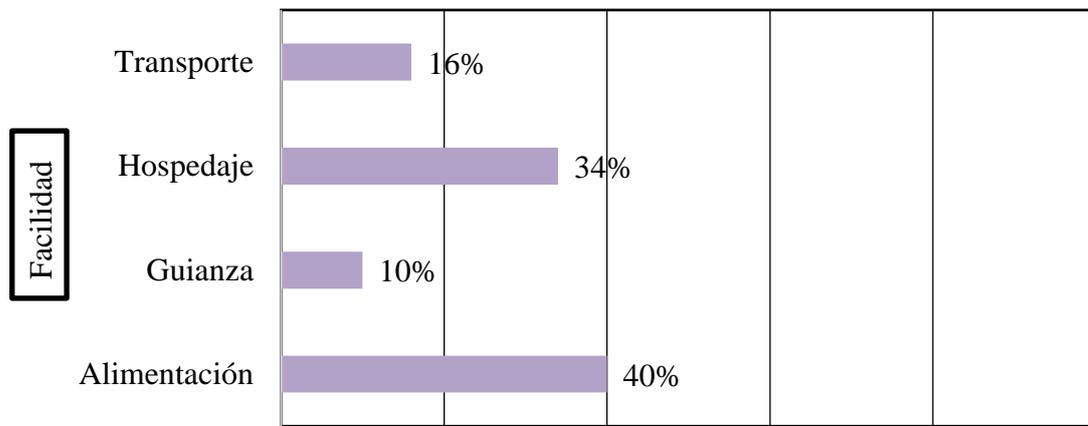
**Fig. 4. Preguntas: ¿Le gustaría conocer la cultura Natabuela?, ¿Las rutas turísticas benefician al turismo?, ¿Si existiera una ruta turística que le permita conocer la cultura Natabuela, usted la haría?**

Al preguntar a los encuestados acerca de si les gustaría conocer la cultura Natabuela, el 54% respondió afirmativamente, el 61% refirió también que la existencia de una ruta turística beneficiaría el turismo en la zona y el 76% dijo que si existiera una ruta estaría dispuesto a realizarla para conocer más acerca de la cultura Natabuela.

Las exigencias de turísticas modernos han pasado de ser simplemente turismo observador, a un turismo activo, donde el viajero es parte de la experiencia y se involucra en diversas actividades de acuerdo a sus gustos y aficiones, “ha cambiado del hecho de viajar para presenciar, a la idea de viajar para efectuar algo” (Machado & Hernández, 2008. Citado por: Altamirano, Nuñez y Marin, 2018). Ésta es una de las razones por las cuales la mayoría de turistas encuestados, refieren que les agradaría conocer la cultura Natabuela, haciendo así de su viaje, un turismo de tipo interaccional. Otra de las variables analizadas es la utilidad de la ruta turística, en cuanto a esto se puede decir que, la implementación de productos turísticos es de gran importancia ya que de esta manera se puede evidenciar el proceso de potenciación de las comunidades locales, en referencia al turismo comunitario, que se están desarrollando en los últimos años en países subdesarrollados mediante este tipo de turismo. Es decir, la cultura, el patrimonio y los recursos naturales locales están siendo usados por las comunidades locales para mejorar el desarrollo socioeconómico del destino. (García y Doumet, 2017) Se reconoce también en el estudio de García y Doumet que en Ecuador se ha experimentado dificultades para viabilizar proyectos de turismo comunitario, debido a factores relacionados con las relaciones sociales al interior de la comunidad, a la débil organización comunitaria, escaso o nulo conocimiento de administración de negocios,

escaso acceso a información y carencia de recursos técnicos y financieros para configurar la estructura empresarial requerida para realizar operaciones de proyectos turísticos. (2017)

Se puede inferir por lo tanto que la intención del turista es consumir el producto turístico comunitario organizado realizando así un turismo de interacción; sin embargo es necesario proporcionar a la comunidad las herramientas necesarias para poder gestionar los emprendimientos o proveer los servicios de administración y mediar el contacto entre la comunidad y los turistas; mediante la construcción de rutas adecuadas para el consumo.

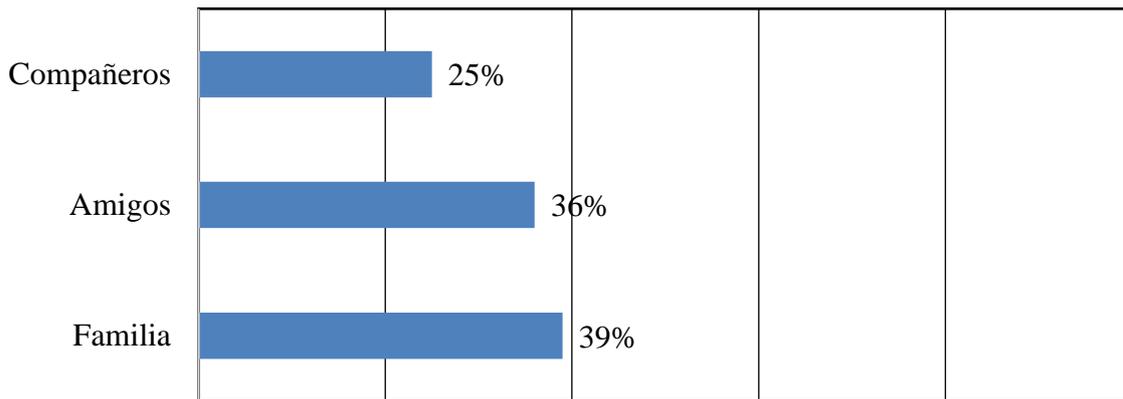


**Fig. 5. Facilidades que quisieran encontrar los viajeros en una ruta turística en Natabuela.**

Los encuestados refieren que les agrada encontrar mayormente servicios de alimentación y hospedaje, datos que son relevantes a la hora de diseñar la ruta turística.

En el estudio “Diseño de productos turísticos y sus facilidades” de los autores Nacimba y Cejas se detalla que las facilidades turísticas tales como el alojamiento, gastronomía, transporte, guías, amenidades turísticas, infraestructuras y servicios, forman parte trascendental de los componentes de un producto turístico, que permiten la estancia placentera y de calidad en el destino de viaje haciendo factible el uso de una determinada ruta, circuito, destino o atractivo turístico. (Nacimba y Cejas, 2015)

De lo anterior, se puede inferir que los turistas en su mayoría requieren de servicios de alimentación y hospedaje para hacer su estancia más placentera y poder utilizar los servicios de una ruta turística diseñada en la comunidad Los Óvalos, Antonio Ante, Imbabura.

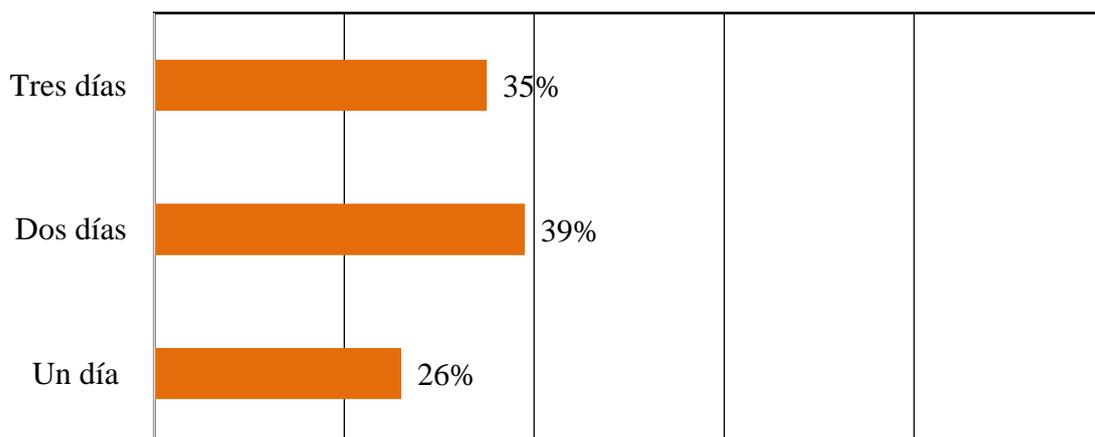


**Fig. 6. Acompañantes preferenciales en los viajes de turismo**

Según se observa en la figura 6, al momento de viajar, los encuestados prefieren la compañía de familia y amigos en su mayoría.

Estudios realizados en Brasil, destacan a la familia como el grupo de referencia que más afecta en las decisiones sobre viajes turísticos, además de otros factores como las actitudes, valores, estilo de vida, creencias e intenciones características personales, estado del ciclo de vida, comportamiento de búsqueda de información, constatación de factores de atracción de un destino, marketing, cultura y subcultura, clase social y variables domésticas, estructura de poder, roles, estilo de decisión en grupo, naturaleza del viaje pretendido en cuanto a duración, distancia, tiempo de estancia, humor y sentimientos durante el viaje que tienen los turistas. (Sirakaya & Woodside, 2005. Citado por: Possebon, Cervi y Baggio, 2018).

Al ser la familia el grupo con el que prefieren viajar los encuestados, debe brindarse una experiencia familiar placentera, considerando todas las posibles edades de los visitantes y los requerimientos de cada grupo etáreo.



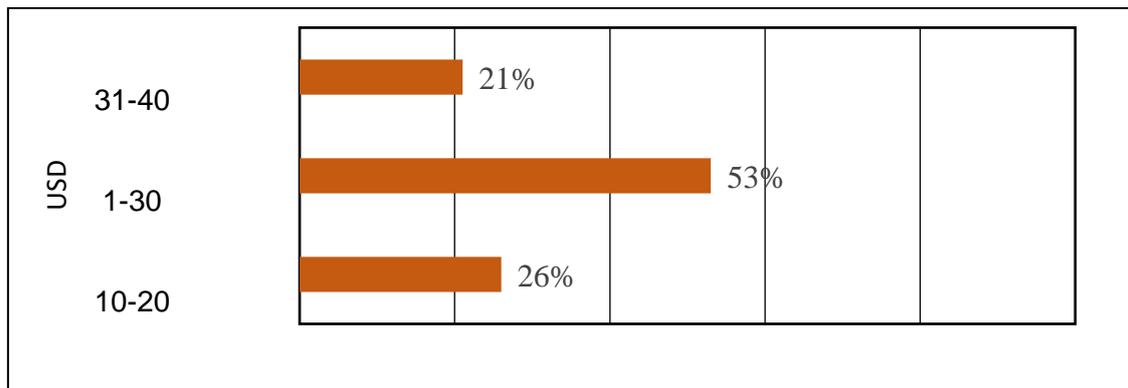
**Fig. 7. Tiempo de permanencia en el destino final del viaje**

Al indagar acerca de cuantos días permanecen los turistas en el destino final de viaje se concluyó que el 39% de los encuestados permanece dos días, el 35% tres días y el 26% un solo día.

A través del tiempo, la duración de los viajes ha venido siendo más corta, pero la cantidad de viajes han sido mejor repartidos a lo largo del tiempo (López-Guzmán et al., 2013; Citado por: Moral et, al, 2017), intentando dar respuestas a las nuevas necesidades de los turistas (Moral et al., 2016; Citado por: Moral et, al, 2017).

Se puede inferir de investigaciones anteriores y contrastando con los resultados obtenidos en el presente estudio, que los viajes de turismo cada vez son de menor duración y mayor frecuencia, por lo tanto, es un factor a tomar en cuenta e le diseño de la ruta turística que se pretende implementar en Antonio Ante.

**Fig. 8. Promedio de gasto en dólares, en cada viaje de turismo**



El 53% de los encuestados, están dispuestos a gastar entre 21 y 30 dólares en cada viaje de turismo que realizan.

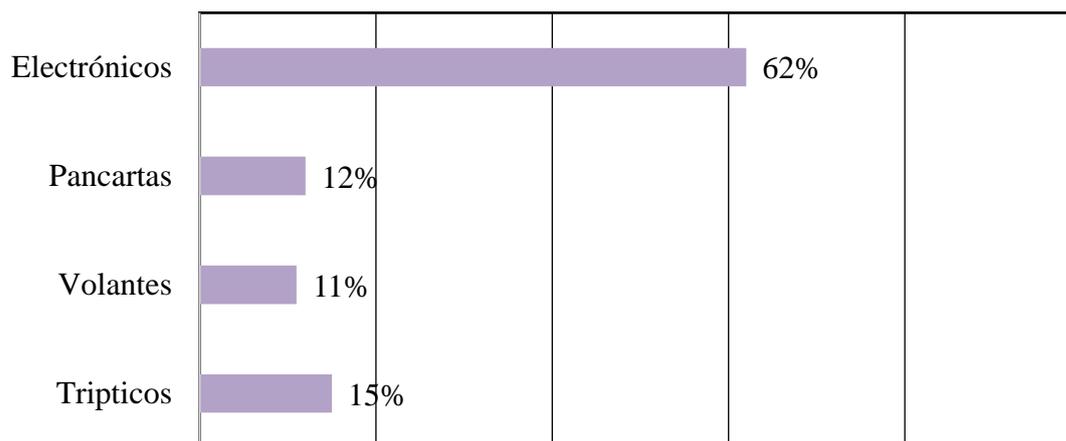
Estudios demuestran que, dependiendo del tipo de actividad realizada, el turista decidirá gastar más o menos recursos económicos en el destino de viaje; y es por eso que se señala como imprescindible conocer qué tipo de actividades influyen en el gasto que tiene el turista en el destino, ya que a partir de dicha información se puede realizar una planificación estratégica del producto turístico (Pouta, Neuvonen, y Sievänen, 2006; Mehmetoglu, 2007; Brida y Scuderi, 2013. Citado por: Negre, Hernández y Gil, 2019).

En ese mismo estudio, se concluye que las actividades realizadas, influyen de manera proporcional en el comportamiento de gasto del turista y que aquellos turistas que

realizan actividades relacionadas con la naturaleza tienen un mayor gasto que aquellos que realizan actividades que no están relacionadas con la misma, además se identificó que actividades como el senderismo o la acampada conllevan un mayor gasto por parte del turista.

Otros factores que influyen positivamente en el mayor gasto en productos turísticos son la imagen que tiene los turistas, previa su llegada destino y la edad del turista (mayor edad, mayor gasto. (Negre, Hernández y Gil, 2019).

La mayor parte de turistas están dispuestos a gastar de 21 a 30 dólares en su viaje al cantón Antonio Ante, esto es debido a la edad de los turistas que visitan la zona y las actividades que han venido realizando en la zona hasta el momento, si se quisiera incrementar el promedio de gasto económico, se deberían implementar actividades de contacto con la naturaleza, acampadas o senderismo.



**Fig. 9. Medios de preferencia para la difusión de la información turística**

El 46% de los encuestados refieren que de preferencia les agradaría poder recibir y encontrar información turística en medios electrónicos haciendo uso de diversas plataformas a las que puedan acceder vía internet, el 35% por medio de trípticos y un 19% por medio de pancartas en las vías de circulación masiva.

El 96 % de turistas a partir del año 2009, consultaron internet antes de realizar su viaje, y utiliza Internet no solo como una fuente de información, sino que

planifica su viaje utilizando herramientas tecnológicas y se desenvuelve en comunidades colaborativas en las cuales encuentra comentarios, sugerencias y opiniones de otros viajeros. (Túñez López, Altamirano & Valarezo, 2016, p. 250)

Su participación en estos espacios es activa, voluntaria y comprometida, por lo que se lo reconoce también como un promotor turístico que genera contenidos, comparte sus vivencias y recomendaciones. (Túñez López, Altamirano & Valarezo, 2016, p. 250)

De lo anterior, se puede inferir claramente que uno de los medios de difusión masiva preferida por los turistas al momento de elegir un viaje de turismo es justamente la internet, medio a ser considerado como indispensable al momento de promocionar una ruta turística y hacer seguimiento a las opiniones de los usuarios de la misma a manera de retroalimentación.

Mediante una entrevista realizada a la dirección de cultura del cantón, el presidente de la junta parroquial Antonio Ante y al alcalde mayor de la comunidad los Óvalos, se pudo obtener información en cuanto a los meses en los que la zona recibe más afluencia de turistas, considerándose que esto ocurre en los meses de febrero, junio y septiembre por las festividades de carnaval, San Juanes, Coya Ñusta, Inti Raymi, parroquialización de Antonio Ante, San Juan y San Pedro y la feria textil de verano; los tres personeros refieren que sería de gran beneficio al cantón y a la comunidad Los Óvalos promocionar nuevos productos turísticos ya que es una necesidad que se ha dejado de lado por deficiencias presupuestarias o de interés por parte de los dirigentes, y que de hecho podría ser una fuente de desarrollo, además de un espacio agradable de y promoción cultural; diversificando de esta manera el turismo de compras que actualmente se maneja en la zona. Se reconoce además la ausencia de una ruta o guía de turismo en el cantón, recalcando la necesidad de implementar estos servicios para el fomento de la transmisión cultural; se relata además que los jóvenes actualmente desconocen gran parte de la literatura de tradición oral de la zona, pero que en ella yace una riqueza bastante atractiva y meritoria de ser rescatada, dato que, podría enriquecer aún más la ruta turística por medio del relato de leyendas de la zona que lleven al turista no solo a llevarse un recuerdo de su visita sino una experiencia activa como actualmente se maneja en algunos atractivos turísticos de la ciudad de Quito. Los entrevistados coinciden en que la cultura Natabuela, es al igual que la Otavalo, una cultura muy rica y que podría ser un gran atractivo turístico.

Una vez en el sector, Comunidad Los Óvalos), utilizando la técnica de observación directa y el instrumento de fichaje, se recabó la información que se detalla a continuación acerca de los atractivos turísticos de la zona:

Tabla 1.

*Ficha de atractivos turísticos de la zona*

<b>Atractivos turísticos de la zona</b>	<b>Tipo de atractivo</b>
Las Tolas	Arquitectura
San Pedro	Folcklore
San Juan	Folcklore
Corpus	Folcklore
Vestimenta	Folcklore
Iglesia de la comunidad	Arquitectura
Champús	Folcklore
Colada colorada de fiesta	Folcklore
Fritada	Folcklore

Como se puede observar en la ficha de resumen, Tabla 1, el cantón Antonio Ante cuenta con atractivos turísticos de tipo cultural y gastronómico de gran valor. Para evidenciar las características de cada uno de los atractivos turísticos encontrados en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, comunidad Los Óvalos, se han elaborado fichas técnicas clasificándolos según lo cita el Ministerio de Turismo del Ecuador y describiendo sus principales características (MinTur).

Las Tolas de Atuntaqui son un atractivo turístico cultural, que ha sido utilizado en la antigüedad por la cultura Natabuela con fines habitacionales, ceremoniales y funerales; se cree que en este lugar yacen los restos de la princesa Paccha, hija del rey Caccha, siendo de esta manera, un lugar con gran significancia histórica de la cultura Inca (Figura 10). La ficha correspondiente a este sitio arqueológico describe que en el sitio la categoría está representada por manifestaciones culturales, de tipo arquitectónico y subtipo área patrimonial; se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Comunidad Los Óvalos. La misma ficha indica que en la ciudad de Atuntaqui, existen 3 tolas: Pailatola, Orozcotola y Pupotola; que en el 2015 fueron

declaradas patrimonio cultural de la Nación. Este lugar fue utilizado con diversos fines: funerales, ceremoniales o habitacionales).



**Figura 10. Tolas de Atuntaqui.**

La Iglesia de la Comunidad de Los Óvalos, se encuentra ubicada en la categoría de manifestaciones culturales, de tipo arquitectónico y subtipo histórico; se ha convertido en un gran punto de atracción en la Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante en la Comunidad de Los Óvalos. La Iglesia, hecha en piedra, de un solo cuerpo presenta una fachada de estilo barroco, provista de dos columnas con conos al final de la iglesia. La edificación presenta ventanas pequeñas y cuadradas, tiene una escalera en forma de caracol que conduce al campanario de la iglesia. A la entrada de la Iglesia, mantiene recipientes de piedra con agua bendita (Figura 11). En este lugar se venera a San Vicente de Los Óvalos y Santa San Juanita.



**Figura 11. Iglesia de la comunidad Los Óvalos**

La vestimenta tradicional de la comunidad Los Óvalos pertenece a la categoría de atractivo turístico manifestación cultural, de tipo Folcklore y subtipo etnografía; la vestimenta pertenece a la cultura Natabuela, misma que en la actualidad es confeccionada únicamente por los comuneros, y al ser un legado ancestral que los

jóvenes no han aceptado como propio y es utilizado únicamente por personas adultas y sobre todo en el periodo de fiestas tradicionales.

Los hombre visten pantalones blancos de bastas anchas, casi hasta los tobillos, alba blusa que llega hasta los codos, ponchos de vivos colores, sombrero grande, falda arremangada con cinta de color vivo, generalmente rosa intenso; y las mujeres anaco negro de lana, cuerpo noble hecho en función de la maternidad, cubierto por una camisa blanca bordada en el corpiño flores de colores, hualcas doradas en el cuello y brazaletes de coral en sus muñecas, espalda cubierta con mantón blanco de lienzo fuerte y sombrero grande.



**Fig. 12. Vestimenta tradicional del pueblo Natabuela**

La colada colorada de fiesta está categorizada como una manifestación cultural de tipo Folcklore, y subtipo gastronomía; es una sopa tipo colada de harina combinada con mote y carne de res, cerdo o pollo y es servida únicamente en las festividades de la zona; sin embargo, en restaurantes autóctonos de la ciudad de Atuntaqui se puede degustar en cualquier época del año.



**Figura 13. Colada colorada de fiesta**

El champús está categorizado como una manifestación cultural de tipo Folcklore, y subtipo gastronomía y es una bebida originaria de las culturas prehispánicas, está principalmente realizada con harina de maíz, frutas nativas, especias y en Los Óvalos se puede servir también como un postre de fiesta. Al igual que la colada colorada, se puede encontrar en restaurantes tradicionales de la zona en cualquier época del año.



**Figura 14. Champús**

La fritada es una manifestación cultural de tipo Folcklore y subtipo gastronomía, es uno de los platos típico más apetecidos de la sierra ecuatoriana; el plato está compuesto por carne de cerdo frita, mote cocinado, tostado (maíz frito en manteca) maduro frito y papas cocinadas. En el sector se encuentran los restaurantes de fritada más afamados del Ecuador.



**Figura 15. Fritada**

Los San Juanes son manifestaciones culturales de tradición pre-hispánicas y del folcklore andino, las comunidades indígenas de la sierra ecuatoriana la celebran con cánticos y danzas tradicionales, en agradecimiento a las cosechas del año. En esta zona del Ecuador se conjuga los San Juanes con el Inti Raymi que es la fiesta de agradecimiento al dios sol.



**Figura 16. Ficha técnica fiesta de San Juan**

A partir de los datos de cada uno de los atractivos turísticos citados anteriormente, se diseñó una ruta turística con el fin de contribuir al desarrollo del pueblo Natabuela, comunidad Los Óvalos, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura con el siguiente guión.

**Lugar de concentración para la salida:** parque central de Atuntaqui.

**Tiempo de duración de la ruta:** 4 horas.

**Costo:** 15 \$ por persona

**Primera Parada:**

- Tolas (40 min.)

Se iniciará en la Pailatola localizada a 2 minutos del parque central; este lugar es uno de los Patrimonios Culturales que tiene el Ecuador.

Se realizará un recorrido por las principales tolas: Pailatola, Orozcotola y Pupotola, conociendo un poco más sobre el legado que nos dejaron los antepasados; con gran importancia se destaca el sepulcro de la Reina Pacha hija del Rey Cacha que se encuentra representado en ese lugar y como los Imbayas las utilizaban en sus diferentes ceremonias, se dará información sobre sus inicios, la historicidad que tiene y la importancia que mantiene en relación a Atuntaqui y las guerras libradas en ella.

**Segunda Parada:**

- Parque de Natabuela (15 min.)

En este lugar podemos encontrar la Iglesia de la Parroquia, el Coliseo, la casa de la Junta Parroquial, Sub-centro de Salud, varias tiendas y restaurantes.

Está ubicada a cinco minutos en carro, la cual fue fundada el 9 de noviembre 1932segun el libro I. Eclesiástico de partidas de bautismo; este lugar dio paso a las tropas

comandadas por el Libertador Simón Bolívar y aún existe el camino real como fiel muestra de la verdad.

Se contará la historia y los datos más relevantes de los habitantes que han vivido o pasado por este lugar además de la fragmentación de la hacienda que dio paso a los pueblos de Imbabura.

**Tercera Parada:**

- Iglesia de los Óvalos (15 min.)

La Iglesia de los Óvalos está ubicada en la calle Kennedy y 16 de julio. Se contará su historia y los datos más importantes mientras se recorre la iglesia.

A un costado de la iglesia se encuentra una urna con los santos patronos de la comunidad San Vicente de Los Óvalos y San Juanita (Santa), la fachada es de piedra con dos campanarios y muestra una puerta de madera tallada con manijas de hierro; la iglesia es de un solo cuerpo, con cuadros del vía crucis en las paredes, en la entrada se puede encontrar una pileta de agua bendita de piedra.

**Cuarta Parada:**

- Plaza de los danzantes (san juan) (15 min.)

Se encuentra en frente de la iglesia y durante el año se utiliza de cancha de futbol de la comunidad y es el lugar principal para realizar presentaciones; desde junio se la adecua para la realización del San Juan, a este lugar llegan las diferentes comunidades de la localidad para mostrar la posesión de la plaza y danzar dentro de ella.

Para ir a la siguiente parada se debe caminar hacia la casa del alcalde mayor durante el trayecto se contará las leyendas de la localidad.

**Quinta Parada:**

- Artesanía (vestimenta) (45 min.)

Debido a la pérdida de identidad que esta cultura ha tenido durante los últimos años la vestimenta no se la encuentra en ningún lugar de venta de ropa indígena (ni siquiera en la plaza de los ponchos en Otavalo), las mujeres de la comunidad las confeccionan durante el año para el San Juan, tanto para los hombres como las mujeres.

Se visitará a la esposa del alcalde mayor y a su familia donde se mostrará la confección de la vestimenta desde la elección de la tela, corte y posterior bordado para las blusas de las mujeres; y el diseño del poncho de los hombres y sus pantalones.

**Sexta Parada:**

- Visita a los priostes (1 hora)

Al visitar a los priostes del año en curso se podrá observar los preparativos de la chicha que se la realiza con meses de anticipación y se indicara cada uno de los rituales que practican las personas que van a participar. También se mostrará los ingredientes para los platos que servirán a las personas que asistan al San Juan.

Además, pueden ver la fabricación de las banderas de los danzantes que sirven con señal del paso de las fiestas a los nuevos priostes, que realizaran las fiestas el siguiente año.

### Séptima Parada:

- Restaurante (40 min.)

Existen dos restaurantes en donde pueden servirse los platos de la localidad el restaurante “Lo Nuestro” y las famosas Fritadas Amazonas, en donde se realiza el plato típico de la localidad que son las fritadas; se tomara una decisión conjunta para ver en donde les gustaría almorzar y que platos desearían probar.

En el restaurante “Lo Nuestro” se podrá escoger entre: fritada, yahuarlocro, champús, colada de fiesta, etc., debido a que este lugar tiene un amplio menú típico de todos los días.

Los ingresos y gastos incurridos en la realización de la ruta de turismo en la comunidad Los Óvalos se detalla en la Tabla 2; siendo necesario, tener un mínimo de 10 clientes como mínimo por cada ruta programada para que la ganancia neta pueda considerarse a partir de los 50 dólares.

### Tabla 2.

*Ingresos y gastos en dólares de la Ruta Turística en la comunidad los Óvalos*

GASTOS		INGRESOS	
Componente	Costo	Componente	Costo Mínimo
Transporte	50		
Alimentación	5	Costo de la ruta	
Aporte a la comunidad	30	(mínimo 10 pasajeros)	150
Imprevistos	15		
		<b>GANANCIAS=</b>	<b>\$ 50</b>

#### **4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES**

En la Parroquia Natabuela no existe un Plan de Turismo Cultural para su sostenibilidad o difusión; mostrando que existe una conformidad con el turismo de compras; lo cual ha impedido que el turismo promueva el desarrollo de las comunidades indígenas que le rodean.

Los resultados obtenidos demuestran que las manifestaciones de tipo cultural–gastronómico están ganando terreno dentro del campo turístico y los visitantes tienen curiosidad por conocer la cultura Natabuela; de allí la necesidad de implementar rutas turísticas que faciliten la oferta de nuevas actividades a los viajeros.

Al contar con un inventario de atractivos turísticos, se genera un conocimiento del potencial turístico que tiene la comunidad, y la forma de aprovechar los recursos y mantenerlos a perpetuidad; por ello, se ha realizado un inventario de atractivos turísticos en la comunidad Los Óvalos, en Natabuela, el cual debería socializarse para que la ciudadanía conozca las actividades turísticas que puede realizar en dicha ciudad.

Con el inventario de potenciales atractivos culturales y el diseño de una ruta turística se incentiva el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad Los Óvalos debido a que la visita a la misma generará un ingreso económico diverso al turismo de compras, la agricultura propia del lugar, al arte, el folcklore, gastronomía, entre otros; estimulando y promoviendo el valor de cada comunidad.

Este trabajo ofrece una estrategia de desarrollo que puede otorgarle a las autoridades como el GAD Municipal de Antonio Ante, las herramientas para impulsar el crecimiento socio-económico local y al mismo tiempo proteger el patrimonio cultural inmaterial del Ecuador; por otro lado, se generaría un mayor ingreso económico al Cantón, lo cual disminuiría la dependencia económica a través del turismo de compras.

Para alcanzar un mayor posicionamiento en el mercado turístico, se debe ofrecer una mayor paleta turística para que las personas escojan según sus gustos y deseos; no solo encajonarse en un tipo de turismo.

Es importante observar los recursos con los que cuentan las comunidades de un país y descubrir la manera de aprovecharlos promoviendo y facilitando a los turistas su conocimiento.

Uno de los atractivos turísticos más deseados es la gastronomía de los lugares que se visitan; de allí la importancia de difundir la calidad y gusto de la cocina autóctona para

que los turistas se sientan atraídos a la degustación de los mismos y cómodos durante su estancia.

Es importante hacer notar que el mayor aporte de esta investigación es que el diseño de la ruta turística realizado influirá notablemente en el desarrollo de las comunidades aledañas, lo cual incrementará, a su vez, el desarrollo socio-económico de dichas ciudades y al mismo tiempo promoverá y dará a conocer el talento, las costumbres y tradiciones locales y nacionales.

## 5. LISTA DE REFERENCIAS

- Araujo, G., De Sevilla, M.(2017) Los viajeros y sus motivaciones. Estudios y perspectivas en turismo. 26 (1) 62-85
- Arrobas, F., Ferreira, J., Brito-Henriques, E., & Fernandes, A. (2020) Measuring tourism and environmental sciences students' attitudes towards sustainable tourism. *Journal of hospitality, leisure, sport & tourism education*, 27, 100273.
- Barriga, A. M.(2017) Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía* (93), 110-125
- Chau, S. & Yan, L. (2021) Destination hospitality indicators. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 2212-571X.
- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C.(2018) El turismo comunitario en el Ecuador.
- Díez-Gutiérrez, M. y Babri, S. (2020) Variables explicativas subyacentes a las decisiones de elección de ruta de los turistas: el caso del fiordo de Geiranger en Noruega. *Investigación del transporte Parte A: Política y práctica*. 141 , 398-409.
- García, N., & Doumet, N.(2017) El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(1), 105-116.
- Gu, Q., Zhang, H., Huang, S. S., Zheng, F., & Chen, C.(2021) Tourists' spatiotemporal behaviors in an emerging wine region: A time-geography perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100513.

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018) GeoVit-Pernoctaciones. Geoportal de Visitas Turísticas 2017-2018. Geoportal de Visitas Internas Turísticas. Ecuador. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>.
- Moral, S., Orgaz, F., Cañero, P. & Jimber, J.A.(2017)Análisis de la motivación y edad del turista y su satisfacción en destinos fronterizos: el caso de la frontera norte dominico-haitiana. *International Journal of Scientific Management and Tourism* 3 (4), 431-445.
- Nasimba, C., & Cejas, M.(2015) Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39.
- Negrete, T., Hernández, J., Gil, S.(2019) Análisis del gasto turístico en relación con las actividades desarrolladas en el destino.
- Pereira, G. A., & Gosling, M.(2017) Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 62-85
- Possebon, J., Cervi, C., & Baggio, D. (2019) Factores que influyen en la decisión de compra de viajes turísticos: Un estudio en el Noroeste de Rio Grande do Sul (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(4), 903-922.
- Qiushi, G., Haiping, Z., Songshan, H., Fang, Z., Chongcheng, C.(2021) Tourists' spatiotemporal behaviors in an emerging wine region: A time-geography perspective. *Journal of Destination Marketing& Management*. 19, 2212-571X.
- Rivera Mateos, M., & Rodríguez García, L.(2012) Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Universidad de Córdoba. Cátedra Intercultural.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017) Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida. Semplades. Quito, Ecuador. Disponible en: <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>.