



# La Propiedad Intelectual en Geoparque Imbabura

2019

SERVICIO NACIONAL DE  
DERECHOS INTELECTUALES



**OMPI**  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL  
DE LA PROPIEDAD  
INTELECTUAL



# La Propiedad Intelectual en Geoparque Imbabura



Consultor: Sebastián Barrera

**Imágenes de Portada:**

Laguna de Cuicocha, petroglifo de Sigsipamba: [geoparque.imbabura.gob.ec](http://geoparque.imbabura.gob.ec)

Artesanía: Marcelo Quinteros Mena

**Imágenes de Contra Portada:**

Yaguarcocha, artesanía, laguna Puruhanta - Pimampiro: [geoparque.imbabura.gob.ec](http://geoparque.imbabura.gob.ec)

Niñas Vestimenta - artesanía: Presidencia de la República del Ecuador

Fábrica Textil - Antonio Ante: Santiago Berrones

**Descargo de responsabilidades:**

En los casos en los que el contenido publicado por la OMPI, como imágenes, gráficos, marcas o logotipos, sea propiedad de terceros, será responsabilidad exclusiva del usuario de dicho contenido obtener de los titulares las autorizaciones necesarias.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no entrañan, de parte de la OMPI, juicio alguno sobre la condición jurídica de ninguno de los países, territorios o zonas citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

La presente publicación no refleja el punto de vista de los Estados miembros ni el de la Secretaría de la OMPI.

Cualquier mención de empresas o productos concretos no implica en ningún caso que la OMPI los apruebe o recomiende con respecto a otros de naturaleza similar que no se mencionen.

La información, contenido, desarrollo, levantamiento de datos y referencias son de exclusiva responsabilidad del consultor Sebastián Barrera.

**Reconocimientos:**

Este documento tiene el objetivo de brindar una herramienta de trabajo clave para dar inicio al conocimiento y gestión de derechos intelectuales en conjunción con sectores como el turismo y la cultura a través de la academia.

El apoyo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ha sido fundamental en este proceso, en particular del Señor Marcelo Di Pietro y de la señora Francesca Toso que impulsaron el buen desarrollo del contenido del presente documento plasmando su experticia y profesionalismo.

En el mismo sentido el apoyo del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales ha sido de vital importancia al entregar prestas contribuciones en el desarrollo de esta herramienta, particularmente en las personas de Santiago Cevallos Mena en calidad de Director General y Wilson Usiña como líder del proyecto; y la colaboración de Carolina Andrade y Andrea Aguirre.

La elaboración de este documento de trabajo trajo consigo una invaluable experiencia y su uso permitirá que muchos accedan al conocimiento y gestión de la Propiedad Intelectual como una herramienta de desarrollo para el país.



<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.</b>	<b>CONTEXTUALIZACIÓN DEL ENTORNO Y OFERTA TURÍSTICA .....</b>	<b>3</b>
1.1.	La provincia de Imbabura .....	4
1.2.	Actividades productivas en el sector manufacturero .....	6
1.3.	Información turística relevante.....	9
1.3.1.	Visitantes extranjeros .....	9
1.3.2.	Turismo local .....	11
1.3.3.	Servicios turísticos.....	12
	Turismo en el área rural de Ecuador.....	13
1.4.	Las artesanías en Ecuador .....	15
1.5.	Cosmovisión .....	17
<b>2.</b>	<b>TENDENCIAS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA MUNDIAL... 19</b>	
2.1.	Geoturismo .....	19
2.2.	Geoparques destacados.....	21
	Geo-parque Grutas del Palacio (Uruguay).....	22
<b>3.</b>	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO.....</b>	<b>23</b>
3.1.	Datos económicos del mercado objetivo de Ecuador.....	24
3.2.	Caracterización del mercado objetivo de Ecuador .....	26
3.2.1.	Estados Unidos .....	26
3.2.2.	Canadá.....	28
3.2.3.	Alemania.....	29
3.2.4.	Reino Unido.....	30
<b>4.</b>	<b>ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA EN IMBABURA .....</b>	<b>33</b>
4.1.	Otavalo .....	33
4.1.1.	Fiestas .....	34
4.1.2.	Gastronomía.....	37
4.1.3.	Actividades de interés .....	39
4.1.4.	Sitios de interés .....	40
4.2.	Ibarra .....	51
4.2.1.	Fiestas .....	51
4.2.2.	Gastronomía.....	52
4.2.3.	Sitios de interés .....	52
4.3.	Cotacachi.....	57
4.3.1.	Fiestas importantes .....	58
4.3.2.	Gastronomía.....	58
4.3.3.	Sitios de interés .....	58
4.4.	Pimampiro.....	65
4.4.1.	Fiestas importantes .....	65
4.4.2.	Gastronomía.....	65
4.4.3.	Sitios de interés .....	66

4.5.	Antonio Ante .....	68
4.5.1.	Fiestas importantes .....	69
4.5.2.	Gastronomía.....	69
	Sitios de interés.....	70
4.6.	Urcuquí .....	73
4.6.1.	Fiestas importantes .....	74
4.6.2.	Sitios de interés .....	74
<b>5.</b>	<b>BRANDING, TURISMO Y PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL CONTEXTO GEOPARQUE IMBABURA.....</b>	<b>81</b>
5.1.	Marcas colectivas y marca Geoparque Imbabura .....	83
5.2.	Atractivos volcánico-turísticos .....	85
5.3.	Servicios turísticos y culturales.....	85
5.4.	Producción de artesanías y elementos típicos .....	87
5.5.	Restaurantes .....	89
5.6.	Expresiones culturales tradicionales. ....	91
5.7.	Denominación de origen e indicaciones geográficas .....	92
5.8.	Valor añadido en la Propiedad Intelectual .....	94
<b>6.</b>	<b>RECOMENDACIONES ADICIONALES DE MARKETING .....</b>	<b>99</b>
6.1.	Mejorar la conservación y la utilización de los recursos naturales .....	99
6.2.	Enfocarse en un turismo sostenible con el ambiente natural y cultural.....	99
6.3.	Crear una marca e imagen homogénea de la provincia.....	100
6.4.	Fomentar la cultura y protección de los recursos naturales .....	101
<b>2.</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>103</b>



# 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento muestra en primer lugar la contextualización del entorno y oferta turística de la provincia de Imbabura en relación al potencial que alberga el Geoparque. Para ello se mencionarán datos específicos, obtenidos de estudios gubernamentales y privados sobre la población, economía, aspectos turísticos relevantes y particularidades típicas de Ecuador, como las artesanías que se producen y la cosmovisión de los pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas existentes en la zona.

Con el ánimo de analizar el mercado al que se enfrenta el Geoparque Imbabura se hace un análisis del geo-turismo y los geo-parques destacados en el mundo, y luego se procede a estudiar el mercado objetivo tanto en relación a sus datos generales como su caracterización.

Posterior a ello, se estudia la oferta turística de la provincia de Imbabura teniendo como hilo conductor al Geoparque Imbabura y considerando los atractivos turísticos más relevantes y con potencial de ser aprovechados no solo por parte del proyecto, sino en el análisis y concatenación del desarrollo de activos intangibles, gestión de derechos intelectuales e incluso la creación de una posible imagen de marca en relación al Geoparque Imbabura.

Como corolario, se hacen algunas recomendaciones y se deja como paso a seguir: localizar y seleccionar posibles atractivos turísticos para ser estudiados en el contexto de la Propiedad Intelectual y como la gestión por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en concordancia con las entidades de gobierno y con la ciudadanía, pueden lograr posicionar al turismo en Imbabura a niveles de éxito. Este último punto se consigue luego de hacer una visita al Geoparque Imbabura, revisando la mayor parte de destinos turísticos, analizando su cadena de valor, evaluando los pros, contras y ventajas.



## 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ENTORNO Y OFERTA TURÍSTICA

Para entender el Geoparque Imbabura, sus actores e influencia, dentro de varias actividades se programó un recorrido en la provincia de Imbabura para experimentar personalmente el potencial de su oferta turística.

Durante este recorrido fue posible confirmar el potencial que Imbabura presenta para el análisis y concatenación del desarrollo de activos intangibles, gestión de derechos intelectuales e incluso creación de una posible imagen de marca en relación al Geoparque Imbabura, así como, identificar oportunidades que, al implementarse, mejoren la oferta comercial que la localidad presenta en la actualidad.

En las visitas proyectadas, que incluyeron a: Otavalo, Cotacachi, Cuicocha, San Antonio de Ibarra, Urcuquí, Chachimbiro, La Esperanza y Zuleta se constató, que cada uno de estos destinos produce algún tipo de producto distintivo que podría comercializarse como mínimo a manera de recuerdos del sitio en particular o del Geoparque. De igual manera la inmensa mayoría de estos bienes y servicios pueden ser potenciados mediante una generación, fortalecimiento y gestión de derechos intelectuales.

Vale mencionar que estos actores tienen la posibilidad de encontrar en la propiedad intelectual un aliado para sus actividades comerciales diarias. Aquellos casos en los que activamente se están ejecutando acciones de identidad marcaria, no han sido vinculados a los atractivos turísticos que tiene la provincia de Imbabura, evidenciando la necesidad de los artesanos y productores en conocer e implementar estrategias de marketing. En otras palabras, la oferta comercial turística de Imbabura requiere una prolífica labor de gestión turística, marketing y propiedad intelectual.

Por otra parte, para alcanzar una oferta turística competitiva en Imbabura, es necesario capacitar a los actores del sector turístico sobre el papel esencial que cumplen los derechos intelectuales en el crecimiento de la economía y de la competitividad de los productos y servicios.

Para entender el potencial turístico comercial que la provincia de Imbabura presenta, se realiza un análisis general, que incluye su población, estructura económica, oferta turística, emprendimiento y enlaces público-privados.

### 1.1. La provincia de Imbabura

La provincia de Imbabura está localizada en el continente sudamericano, ubicada al norte del Ecuador, al sur con la provincia del Pichincha, limita al norte con la provincia del Carchi, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. Su ubicación geográfica da lugar a distintos climas, microclimas y ecosistemas que van del bosque tropical al páramo. La temperatura oscila entre los 8°C y 28°C. Cuenta con una población de 345.781 habitantes, tiene 6 cantones: Ibarra, su capital; Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí.

La provincia está habitada por una proporción más elevada de mujeres que de hombres. A pesar que el género femenino en edad de trabajar supera en número al masculino, la fuerza laboral, PEA<sup>1</sup> está principalmente compuesta por hombres.

Población total hombres y mujeres. 398.224 habitantes <sup>2</sup>	
Población total mujeres - 204.508	Población total hombres - 193.664
PET mujeres - 163.727	PET hombres - 151.875
PEA mujeres - 68.484	PEA hombres - 100.250
PEI (inactiva) mujeres - 95.243	PEI (inactiva) hombres - 51.625

---

<sup>1</sup>La Población en Edad de Trabajar (PET) y la Población Económicamente Activa (PEA) se calcula para personas desde 10 años de edad en adelante.

<sup>2</sup>INEC, Tomado y adaptado por <https://sites.google.com/site/visitahooyimbabura/estructura-de-la-poblacion>

La estructura ocupacional de la población en Imbabura está representada en su mayoría por trabajadores independientes y empleados privados, en ambos casos, siendo la mayoría de género masculino.

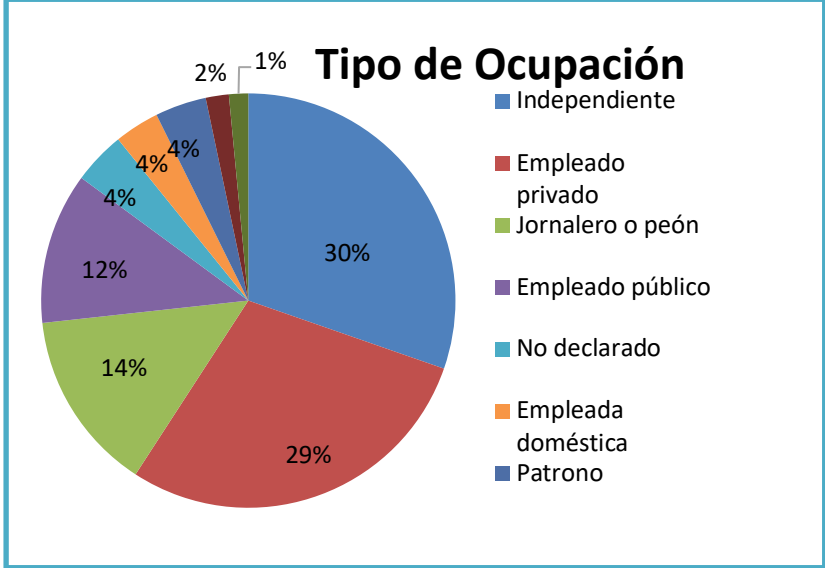
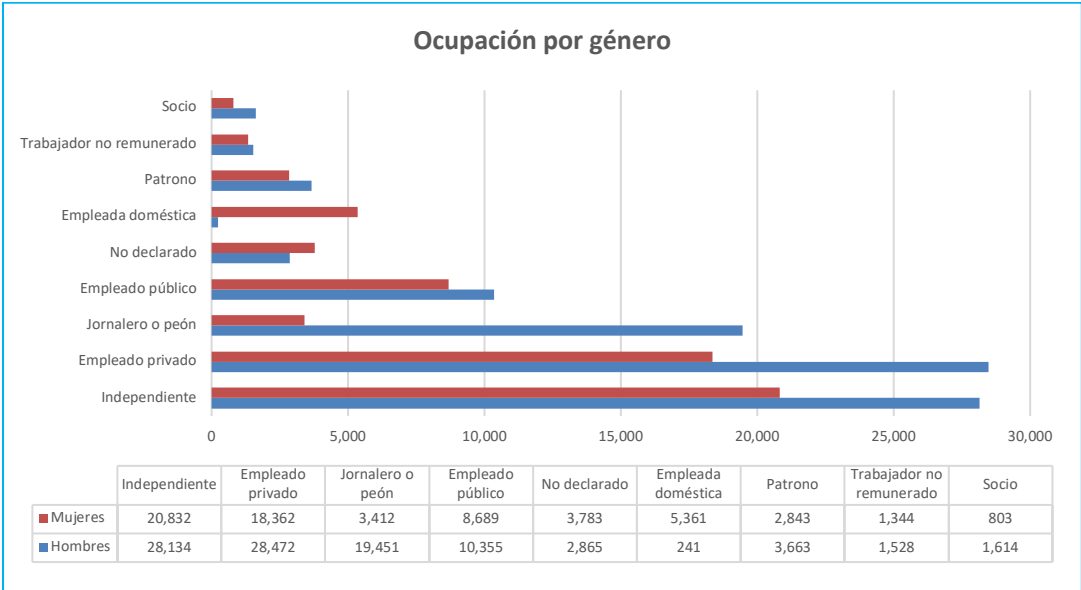
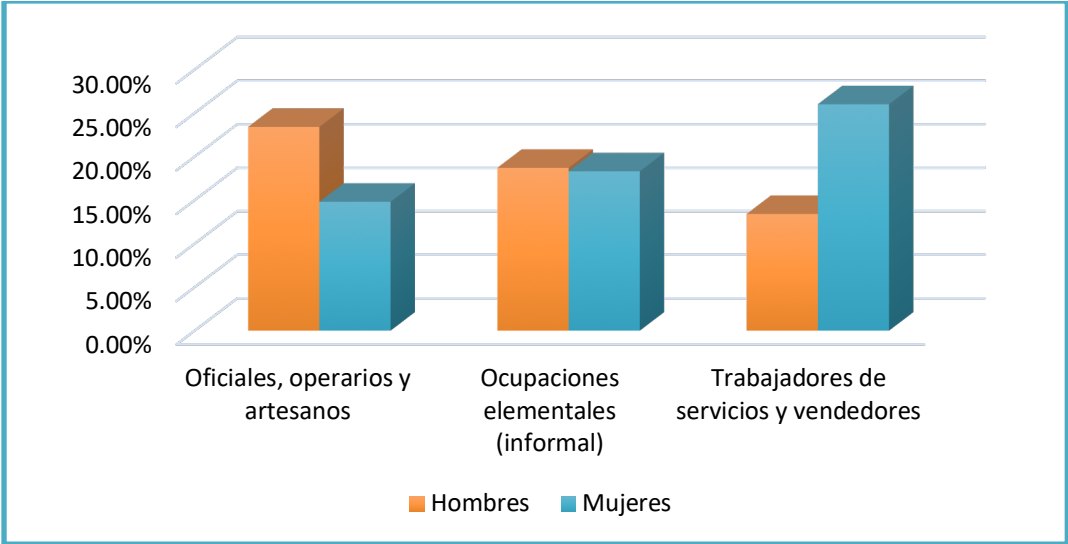


Tabla 2<sup>3</sup>



<sup>3</sup>INEC, Tomado y adaptado por <https://sites.google.com/site/visitahooyimbabura/estructura-de-la-poblacion>

Estos datos guardan coherencia con los presentados por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2013). Según este ente, en la provincia de Imbabura las tres categorías económicas que más personas emplean son:



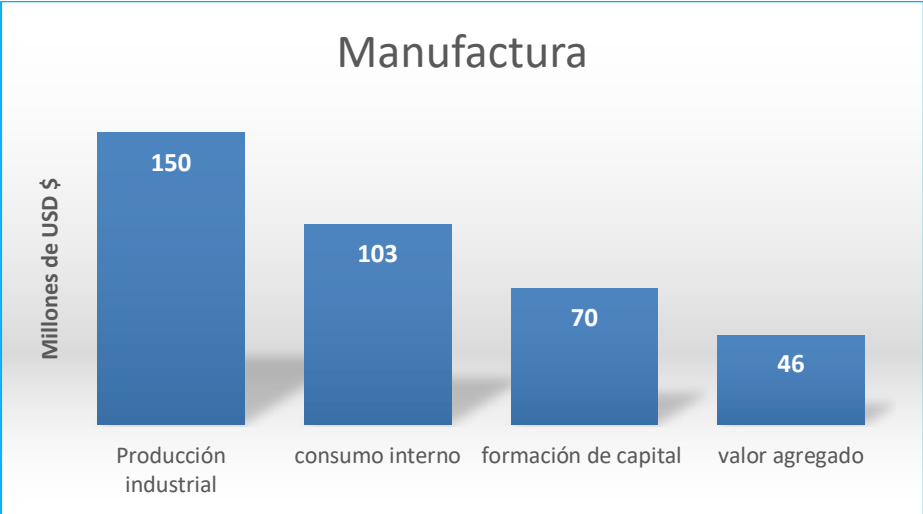
A la fecha de elaboración y recopilación de datos (2018) se contó con Rodrigo Salas, Director de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo del Ecuador quien manifestó que la industria turística, desarrollada profesionalmente, involucra a decenas de otras industrias en su ciclo económico. Es así, que una oferta turística competente que incluya alimentación, hospedaje, entretenimiento, merchandising, infraestructura y recursos humanos requiere, para su adecuado funcionamiento de proveedores y productores. En atención a ello, es evidente que las actividades económicas relacionadas directamente con el turismo juegan un papel determinante en la economía de la provincia.

**1.2. Actividades productivas en el sector manufacturero**

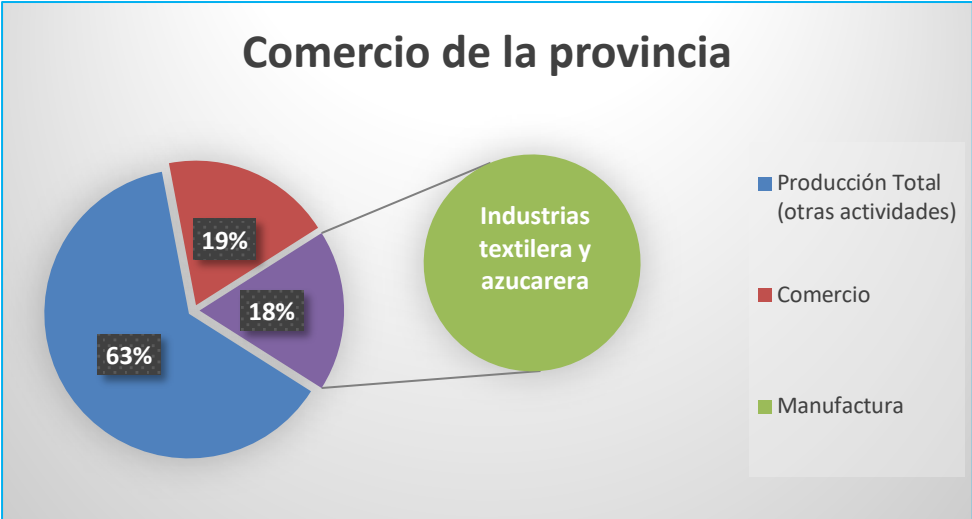
El sector manufacturero agrupa actividades incidentes en la dinamización de la economía vinculada al turismo, de allí la importancia de referir las especificidades del sector.

Imbabura es la provincia con mayor número de actividades manufactureras, allí están presentes las industrias de elaboración de productos de alimentos y bebidas; fabricación de productos textiles, fabricación de prendas de vestir; producción de

madera y fabricación de productos de madera y corcho; actividades de edición e impresión; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos; y, fabricación de muebles.



Es importante destacar que la principal generadora de valor es la actividad comercial, la cual a su vez está ligada a las actividades productivas de agricultura, manufactura y artesanía. El comercio implica más de 129 millones de dólares de los Estados Unidos de América que representa el 19% del valor total de la producción. La actividad manufacturera representa el 18% de la producción total, se concentra en la industria textil y la industria azucarera.



La mayor parte de la producción textil está dirigida al mercado nacional e internacional en el Sur de Colombia. La producción azucarera de la provincia se dirige

al consumo nacional, además de la fábrica de cemento que destina el producto al consumo interno. Una tercera actividad importante es la construcción, cuyo dinamismo está ligado, en buena parte, al desarrollo productivo de la provincia: manufactura, turismo, agricultura, además de la actividad comercial.

La industria textil genera alrededor del 45% de la mano de obra de toda la actividad productiva manufacturera de Imbabura. Esta industria representa el 16% del total de producción manufacturera, lo cual implica 24 millones de dólares de los Estados Unidos de América. El 40% de la producción es el valor añadido a las materias primas y al consumo intermedio. La inversión es el 10% de la producción, ya que es intensiva en trabajo más que capital, por ello, esta es una industria generadora de valor agregado.



4

La industria artesanal presenta un enorme potencial de crecimiento y desarrollo. Este talento ecuatoriano puede explotar considerablemente basado en el cambio de materia prima, creando un rigor respecto a la calidad de los productos, así como implementando políticas de innovación que impulsen el desarrollo de nuevos

---

<sup>4</sup> <https://soloimbabura.wordpress.com/industria/>



productos y/o servicios. El mercado de artesanías de Otavalo (Plaza de los Ponchos) actualmente es uno de los espacios de venta de artesanías más destacados en América del Sur.

En Imbabura existen artesanías tradicionales de tejidos y madera que se reconocen y distribuyen en el mercado nacional e internacional. La actividad de tejido en la provincia es el mayor a nivel regional, se identificó que de un total de 306 empresas: 14 son grandes, 29 son medianas, 81 son pequeñas y 67 son microempresas. La amplitud de negocios, que deriva en actividades informales, dificulta el realizar un análisis complejo de la realidad de este ámbito, por lo que estos datos actúan en calidad referencial.

### **1.3. Información turística relevante**

De conformidad al Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015 y la Tarjeta Andina de Migración, a la propuesta metodológica preliminar formulada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el sector turístico, tanto del Ecuador como de Imbabura se puede determinar a partir de aquellas variables identificadas por el Banco Central del Ecuador, fijando su análisis en indicadores económicos básicos.

#### **1.3.1. Visitantes extranjeros**

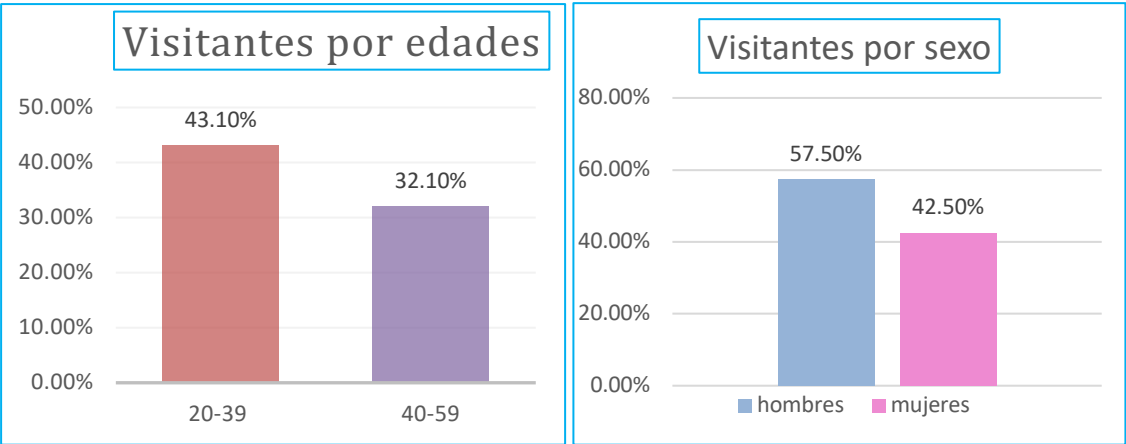
En términos generales el turismo ha evidenciado dinámicas positivas. Según información publicada por la Organización Mundial de Turismo en su Barómetro del Turismo Mundial, durante el año 2017 se registraron 1.186 millones de llegadas internacionales en todo el mundo, lo que representa un incremento de 4.5%, frente al año 2016. Esto demuestra el enorme potencial de crecimiento en el sector.

El Reporte de la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador, indica que al país se registraron 1.617.914 llegadas de turistas extranjeros en el 2017, de los cuales desde Estados Unidos se tiene un 15.21%, por otra parte, Europa contribuye con arribos provenientes de España con 3,65%, Alemania con 2.08% y Reino Unido con 1.59%.

Al tercer trimestre de 2017 según datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo-ENEMDU, el número de empleos en la actividad de alojamiento y servicios de comida tuvo un crecimiento del 2,4% respecto al mismo periodo en el año 2016, que representa un 6,4% del total de empleados en la economía, colocando a esta actividad entre las 6 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional.

El 51% de las personas que llegan al Ecuador son económicamente activas, de las cuales el 54% corresponde a trabajadores de servicios y comercios y el 25% a profesionales, científicos e intelectuales, entre otros. Las razones de arribo al país son en su mayoría por turismo, el cual representa el 72%. El 39% de las llegadas de extranjeros motivadas por turismo se catalogó a personas no activas y el restante 10% fueron personas que no declararon su categoría de actividad y ocupación.

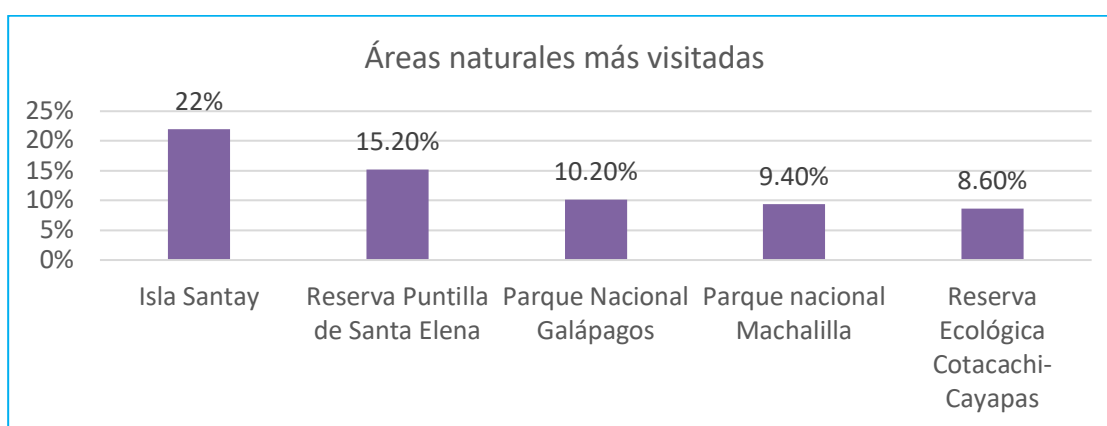
Al país ingresaron en calidad de turistas personas de entre 20 y 39 años con un 43.1%, seguido de visitantes con edades entre 40 a 59 con un 32.1%. En cuanto a la categoría de sexo, llegaron más hombres que mujeres con un 57.5% frente a un 42.5 % respectivamente.



### 1.3.2. Turismo local

Continuando con lo referido por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017) en cuanto al turismo interior<sup>5</sup>, se observa que durante el año 2015, se transportaron por vía aérea 3.416.600 de pasajeros, obteniéndose un decrecimiento del (7,46%) con respecto al año 2014.

El Boletín de Estadísticas Turísticas refiere que el número total de visitas registrado en 29 áreas naturales, durante el año 2015 presentó un incremento del 2,4% respecto al año 2014.



En total se presentaron 2.198.954 visitantes, de los cuales el 75.3% eran nacionales y el 24.7% extranjeros. Según el Sistema de Inventario Vial las vías que registran mayor Tráfico Promedio Diario Anual en Imbabura son: Atuntaqui - Otavalo con 20.565 vehículos y Otavalo - Cajas con 20.235 vehículos. La tercera vía: Tulcán - Ibarra apenas registra 8.644 vehículos. Durante el año 2015, la Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas se ubicó en el 5to puesto de visitantes registrados con 188.459 ingresos. El primer lugar le corresponde al Área de Recreación Isla Santay con 483.832 visitantes. El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.557,4 millones de dólares durante el año 2015, valor que, comparado con los recursos provenientes de las

---

<sup>5</sup>El turismo interior está integrado por el turismo receptor y el turismo interno

exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano y plátano y camarón.

Con base en la información del Banco Central del Ecuador, el Ministerio de Turismo del Ecuador concluye que la balanza tiene un saldo positivo de 563,5 millones de dólares; es decir, que el gasto realizado por los residentes en el exterior es menor al gasto efectuado por los no residentes en el país, lo cual se infiere al relacionar el ingreso (de 1.557,4 millones de dólares) y el egreso (993,9 millones de dólares).

En lo que respecta a la Recaudación Tributaria proveniente de actividades turísticas, se registra USD 155.685.447 que corresponde a las actividades de Hoteles y Restaurantes, con un aporte significativo de la provincia de Pichincha, representado en el 55,6% en el año 2015, seguido de la provincia de Guayas con el 22,7%, entre otras provincias que presentan un menor aporte. La recaudación tributaria en la provincia de Imbabura a hoteles y restaurantes en el año 2014 fue de 1´973.178 mientras que en el año 2015 fue de 2´292.907. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017)

### **1.3.3. Servicios turísticos**

Durante el período estudiado en el Boletín de Estadísticas Turísticas, que comprende desde el 2011 hasta el 2015, se ha observado un incremento de 31.4% en el número de establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo. Por su parte, el incremento entre el 2014 y el 2015, es del 9,5%.

Los establecimientos turísticos cuentan con 135.303 empleados directos, de los cuales el 52,46% son hombres y 47,54% son mujeres. El 63,31% están empleados en la actividad de comidas y bebidas, el 26,22% en alojamiento. Las mayores concentraciones de plazas de alojamiento se encuentran en las provincias de Pichincha (15,49%), Manabí (11,83%) y Guayas (7.85%).

En Imbabura, en el año 2015, se registraron 3.647 personas empleadas en establecimientos relacionados al turismo. Según datos del Ministerio de Turismo, en esta provincia están registrados:



### Turismo en el área rural de Ecuador

El presente apartado contiene datos sobre la oferta de turismo rural de Ecuador expuestos por el Instituto Geográfico Militar en el documento Atlas Rural de Ecuador publicado por el Instituto Geográfico Militar de nuestro país, en el 2017.

Ecuador goza de una enorme diversidad paisajística y cultural, situación que permite el desarrollo del turismo en sus múltiples formas, pero con mayor relevancia en las zonas rurales no solo por sus atractivos naturales sino también por los culturales. De hecho, estas dos potencialidades podrían ser utilizadas para la innovación y diversificación del producto turístico nacional trayendo consigo mayores niveles de empleo. El turismo genera 12.161 empleos directos en las zonas rurales, el cual se divide equitativamente entre hombres y mujeres, pues el 50% corresponde a hombres y el 50% restante a mujeres.



6

En el área rural de Ecuador existe una buena disponibilidad de alojamiento, lo cual constituye una importante ventaja estratégica. De acuerdo con el Atlas Rural, se contabilizan 14.066 habitaciones, aunque no en proporción homogénea entre regiones y provincias, pues el servicio se concentra en las zonas más pobladas y en las áreas cercanas a las ciudades más importantes como Quito, Guayaquil, Cuenca y Santo Domingo de los Colorados.

El sector de servicios más numeroso en el Ecuador rural lo representan los servicios de comida y bebida, con 18 801 emprendimientos y 89 247 plazas por mesa. Estos servicios tienen una concentración muy alta en parroquias aledañas a Quito y Guayaquil. Otra zona de concentración es la ruta Spondylus en la Costa, que abarca las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas y El Oro o la ruta de tránsito que une la ciudad de Quito con el cantón Pedernales en Manabí, que pasa por el noroccidente de Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y la parte norte de Manabí, donde se observa claramente la presencia de servicios de comidas y bebidas a lo largo del trayecto. Nuevamente, se evidencia una fuerte concentración geográfica, pues seis provincias (Pichincha, Manabí, Santa Elena, Tungurahua, Esmeraldas, Guayas) abarcan cuatro de cada cinco establecimientos de todo el país. Este dato revela el potencial gastronómico en áreas rurales, que son muy visitadas por la gente que desea probar la diversidad gastronómica de estos sitios. (Instituto Geográfico Militar, 2017)

---

6 <http://ecuadorciudadespatrimonio.blogspot.com/2015/11/santo-domingo.html>

#### 1.4. Las artesanías en Ecuador

Tal y como ocurre en otras regiones del mundo que aún cuentan con culturas ancestrales que llevan consigo expresiones artísticas propias, en Ecuador las artesanías mantienen el legado histórico de los pueblos y por ser un reflejo de las particularidades históricas de su gente, constituyen una atracción turística. En el Atlas rural de Ecuador se señala que la relación entre el artesano y el turismo toma gran relevancia en la generación de ingresos económicos, además de su protección y preservación. Eco de ello son las normativas nacionales que cobijan a este importante sector.

Actualmente la plataforma del Registro Único Artesanal (RUA) del Ministerio de Industrias y Productividad cuenta con 1.401 artesanos registrados, de los cuales aproximadamente uno de cada seis está en el área rural. Es decir que apenas el 18% realizan artesanías en el campo. Se proyecta que, con el incremento de la concientización del trabajo entre el artesano y su correlación con la presencia del turista, motive a más artesanos a registrarse en esta plataforma, creando una visión más completa de sus integrantes.

De acuerdo con el Atlas rural de Ecuador, los artesanos están presentes en 21 de las 24 provincias. La habilidad del artesano está presente en sus diseños, únicos y multicolores, que se desarrollan con una producción variada, utilizando materiales primos, representativos y disponibles en cada zona. Las artesanías se reúnen en cinco grandes grupos:

**Artesanías en fibra:** Esta materia prima se obtiene de vegetales que son transformados en obras de distinto espesor y dimensión, con las cuales se teje a mano productos como sombreros, cestos y muebles. Dentro de este grupo está, además, la producción de alimentos en confitería, decorado y pastillaje, pastelería y panadería; solo el 12% de los artesanos registrados se dedican a este tipo de artesanías, quienes están presentes en trece provincias, especialmente en el Distrito Metropolitano de Quito (parroquia de Calderón). El cantón Cuenca es la segunda localidad con producción de artesanías en fibra seguido por las parroquias de Baños, Nulti y San Joaquín.

**Joyas y cerámicas artesanales:** Hay varios tipos dentro de esta categoría. Las joyas utilizan el oro, plata y piedras preciosas con las que se realizan artículos artísticos como aretes, cadenas, anillos y joyas, en general. Existen también artesanías que utilizan como materia prima los pelos de animales como caballos para producir cedazos y adornos para el hogar.

**Artesanías en barro, loza y porcelana:** A partir de estos elementos se realizan productos utilitarios y decorativos como ollas, platos, guras. Finalmente están las artesanías en tagua, para lo cual se utiliza el fruto de la planta de su mismo nombre, conocida también como marfil vegetal; las personas que laboran en esta actividad son verdaderos talladores de bellas guras decorativas y de bisutería. Solo un 13% de los artesanos se dedican a este tipo de artesanías distribuidos en siete provincias, aunque con una fuerte concentración en Quito y en el cantón Salinas.

**Artesanías en cuero, madera y mármol:** Las artesanías en cuero utilizan esta materia prima o piel curtida, entre las más importantes están las confecciones de prendas de vestir en cuero, la marroquinería y la talabartería. Las artesanías en madera, balsa y afines representan generalmente imágenes religiosas, humanas y objetos de la naturaleza. Las artesanías en mármol y afines se componen de esculturas, guras y lápidas. Los artesanos que trabajan en este tipo de artesanías representan el 34% del total de artesanos, distribuidos en ocho provincias, pero con mayor presencia en Quito y las parroquias rurales de Calderón, Tumbaco y Conocoto.

**Artesanías textiles:** Estas utilizan hilos o fibras para producir tejidos, que a través de un proceso fabrican prendas de vestir, sombreros o artículos para el hogar como cuadros, alfombras, hamacas, tapices. El 41% de los artesanos registrados desarrollan este tipo de artesanías en la mayor parte de las provincias, pero con especial concentración en Santa Elena, en las parroquias Anconcito y Chanduy, y en Quito (Conocoto).



## 1.5. Cosmovisión

Conforme a las particularidades y características sobresalientes de la provincia de Imbabura, su turismo se refleja en un arraigamiento a la personalidad y nacionalidad distintiva de este pueblo y su relación con su entorno.

Los indígenas entienden que de manera cíclica se presentan cambios en todo el mundo. Estos cambios son conocidos en la cultura kichwa como el Pachakutik<sup>7</sup> y se presentan como resultado del proceso de la vida, volver a nacer, o el cambio a algo nuevo integrando lo original, las propias fuentes o raíces.

La anterior idea se corresponde a lo que se conoce como el tiempo circular, que en lugar de un círculo, a la mirada euro centrista puede parecerle más una espiral, pues consiste en que la Pacha<sup>8</sup>, al avanzar hacia delante, está dando la vuelta y al dar la vuelta, están volviendo hacia atrás, aunque nunca se regresa al mismo punto, sino a otro diferente. Para explicar este punto Hidalgo (2006) cita a CONAIE (1992):

"Después de más de 500 años de dominación, se ha completado un ciclo y hoy se puede ver y sentir un despertar de los pueblos indios en todo el continente, éste se expresa en todas las manifestaciones de la vida; en lo político, lo cultural, en las demandas para vivir dignamente; en sus propias tierras, con sus costumbres y creencias, con su idioma y manera de organizarse".

Allí se puede redescubrir la gran riqueza cultural de los pueblos y nacionalidades.

- Importancia filosófica de las tradiciones: Es desde esta perspectiva que se posibilita ver la cultura, atada a sus tradiciones. Los pueblos y nacionalidades de origen andino ofrendan amor a su padre Inti y a su madre Pachamama, y expresan ese amor mediante rituales como la ofrenda de la primera chicha de

---

<sup>7</sup> Que en español quiere decir "como el regreso al origen".

<sup>8</sup> En este caso "el tiempo y el espacio".

jora o de quinua y el primer bocado de comida, como símbolo de la unión entre el ser humano y la naturaleza.

- El lenguaje como expresión y símbolo: Este punto Hidalgo (2006), lo explica al citar a Firestone (1988): “(...) tiene su propia lengua que es el runa shimi, que es el medio a través del cual se comunica y expresa el saber andino con la Pachamama. El runa shimi es la base de la autoestima y un componente importante de la agro ecología y la cultura andina que comprende múltiples elementos como la organización social, creencias, mitos, ritos, ceremonias, valores, la minka, solidaridad, la chakra, comportamientos, músicas.”
- Comprensión y sabiduría: El indígena en concordancia con sus tradiciones y cosmovisión tiene claro que depende de la naturaleza y sabe que sin naturaleza se está muerto. El indígena, por su parte, respetando a la Pachamama y estudiando su comportamiento, obtuvo un conocimiento profundo y adecuado de los Andes.

La aparición y concepción de la tierra como madre es la base del desarrollo de la agricultura y ésta, a su vez, la base de la subsistencia (especialmente con el cultivo de tubérculos) y la organización social”. No se trata de imaginación producto del atraso<sup>9</sup>, se trata de “conocimiento ancestral”, con todo lo científico y respetuoso que ello encarna.

---

<sup>9</sup> Bastante ha sido estudiada la dominación hacia los pueblos de América Latina, la cual, en algunos casos, ha llegado al extremo de convencer incluso a los mismos pueblos originarios de que su diferencia no responde a la riqueza cultural de sus gentes sino al atraso económico y social de su país. Falsas creencias, que en opinión de quien escribe, deben ser eliminadas del consiente colectivo de los pueblos y nacionalidades indígenas latinoamericanos.

## 2. TENDENCIAS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA MUNDIAL

### 2.1. Geoturismo

Desde siempre, se ha necesitado del turismo y lo que engloba, en este caso, los turistas pueden ser clasificados dentro de los mismos cuatro idearios centrales en relación al interés por viajar. Estos son:

- 1) la conquista de la felicidad,
- 2) el deseo de evasión,
- 3) el descubrimiento de lo otro,
- 4) el regreso a la naturaleza.

Son la tercera y cuarta motivación las que se tienen presentes en este estudio, ya que es precisamente el turismo cultural el que permite el descubrimiento del otro, y el regreso a la naturaleza una relación directa al turismo ecológico. El acercamiento y aprendizaje que de ello se desprende procura la satisfacción y objetivo del turista, el escuchar lo nunca imaginado, sorprenderse con nuevas formas de vivir en el mundo, entre otros.

El regreso a la naturaleza, también identificada como el encuentro con una conexión interior y humana que se ha perdido debido a la falta de vínculo con la tierra. En ese sentido Imbabura tiene todo lo que busca el viajero anhelante de su reencuentro con la madre tierra.

Ahora bien, para que estas experiencias sean satisfactorias, ha de recordarse que el turista de hoy, caracterizado por la Organización Mundial de Turismo, es más experimentado, busca varios servicios en un mismo destino, prefieren estar informados antes de salir de sus casas, utilizan cada vez más las tecnologías de la información para planificar sus viajes, y buscan que lo ofrecido sea exactamente igual o mejor a lo recibido.

En el turismo cultural, los turistas quieren ser parte del grupo local, sentir y vivir la experiencia, no solo observarla desde lejos. En cuanto al turismo natural, quieren estar en contacto con la naturaleza y disfrutar las emociones que ello les representa.

El Geoparque Imbabura involucra los aspectos relativos al ecoturismo, turismo natural y turismo cultural, ya que se ajusta a los requerimientos de la UNESCO en cuanto a geo-educación, geo-turismo y geo-conservación. Este esfuerzo realizado por autoridades, academia, instituciones públicas y privadas locales, se traduce en la certificación de este proyecto en un Geoparque Global, con reconocimiento a nivel mundial, conforme los requisitos de la UNESCO.

Pero ¿qué es específicamente el geo-turismo?

El Geo-turismo es el turismo que sustenta e incrementa la identidad de un territorio, considerando su geología, ambiente, cultura, valores estéticos, patrimonio y bienestar de sus residentes.

El geo-turismo ofrece como destino y alternativa visitas informativas y de contacto con rocas, fósiles, minerales, estructuras geológicas, paisajes con contenido didáctico, científico, cultural o turístico, siempre desde el punto de vista geológico e incluso en ocasiones antropológico, pues en medio de la naturaleza pueden encontrarse ruinas, esculturas, y geoglifos, entre otros, que son igualmente apreciadas.

Estos paisajes y elementos conforman lo que se denomina herencia geológica, son diversos y por ello se habla de geo-diversidad. Esto también debe ser resaltado a los turistas, pues a ojos no expertos en ocasiones la variedad y diferencia pasan inadvertidas. De igual forma, la conciencia de que estos son recursos en pleno proceso de transformación, es una de las razones de ser del geo-turismo, el viajero debe llevar consigo la sensibilidad de cuidado y conservación.

Por su parte, un geo-turista se caracteriza por tener interés de tener contacto directo con la naturaleza, busca establecer intercambios culturales, tiene disposición de aprender, es dinámico, vital, generalmente tiene un alto nivel de educación y cultura, cuida su condición física y anímica, busca establecer lazos de amistad con los locales,

quiere hacer parte de soluciones en pro de la naturaleza y, por supuesto, busca un servicio turístico de excelente calidad y coherente con sus intereses.

## 2.2. Geoparques destacados

La UNESCO, a través de un Consejo Ejecutivo, evalúa aquellos sitios que buscan adquirir el estatus de Geoparque Mundial y decide, en atención al cumplimiento de ciertos parámetros, su aceptación. Dicha decisión no implica restricción a la actividad económica dentro del lugar, siempre y cuando ésta cumpla con la legislación local, regional y nacional.

“Los Geoparques Mundiales de la UNESCO son sitios de rica diversidad geológica en los que por iniciativa de las comunidades que los habitan se promueve el patrimonio natural con la intención de fomentar el desarrollo sostenible de las regiones donde están ubicados. Los Geoparques contribuyen a la observación del cambio climático y de los riesgos de desastres naturales, así como a la sensibilización del público a estos fenómenos y, en muchos casos, a que las comunidades locales elaboren estrategias para atenuar sus efectos” (UNESCO, 2017).



Geo-parque Mundial 'Comarca Minera',  
(México. Estado de Hidalgo)



**Geo-parque Grutas del Palacio  
(Uruguay)**

Durante el 2017, la UNESCO declaró ocho nuevos Geoparques de reconocimiento mundial, entre estos se destacan dos Geoparques latinoamericanos.

Otros países de la región muestran con interés sus proyectos de Geoparques, tales como: Argentina (Pillán Mahuiza), Bolivia (Toro Toro), Chile (Minero Litoral del BioBio), Colombia (Volcánico del Ruíz), Cuba (Geo-parque de Cuba) y Nicaragua (Río Coco).

### 3. ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO

Para entender el mercado al que se enfrenta Imbabura es importante primero delimitar aquellas fuentes de turismo emisor al cual Ecuador apunta como país. Esto lo da a conocer el gobierno nacional, a través del Ministerio de Turismo, quien ha publicado el boletín de estadísticas turísticas 2011-2015, el cual lo presenta como:

“(...) un instrumento de consulta necesario para sustentar las decisiones y acciones de planificación e inversión que fomenten el desarrollo sostenible, responsable y ético, con miras a consolidar en el país un turismo consciente, fundamentado en los valores de paz, amistad, respeto, amor a la vida.”

En ese orden de ideas, el boletín permite demarcar aquellos países que Ecuador contempla como mercado objetivo, por responder éstos a unos estándares posibles y benéficos para el futuro económico, social y cultural del país en general y, lógicamente, de Imbabura en particular.

Luego de presentar las particularidades relevantes en materia de turismo, por parte de estos países, se procederá a conocer las preferencias de los turistas en cuanto a lugares a ser visitados y sus atractivos. Estos destinos y sus características representan la competencia a la que se enfrenta Imbabura para participar en el mercado turístico. La estrategia para el mercado objetivo es lograr crear interés activo en el Ecuador por parte de potenciales viajeros. Imbabura tiene que cumplir las expectativas proyectadas por el turista respecto a la experiencia en la que se está encaminando, incentivando el interés no solo de explorar ese espacio, sino el de sobreponerse a la oferta que inicialmente le fue presentada.

A más de las posibilidades establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador respecto a la manera en que Imbabura debe ingresar en el mercado turístico competitivo. Es importante el remarcar el potencial para promocionarse como un destino importante para la humanidad, pues representa la preservación cultural y natural del planeta.

Por ello, más que competir por ganar turistas, la Provincia deberá esforzarse en generar conciencia y atraer gente que quiera aprender de los imbabureños en armonía y cooperación.

Es así que los turistas no deberían ser caracterizados únicamente por su lugar de origen, sino por sus intereses y expectativas.

### **3.1. Datos económicos del mercado objetivo de Ecuador**

Para Ecuador, de acuerdo con el Boletín de estadísticas turísticas 2011 – 2015, los mercados objetivos son Estados Unidos, Canadá, Alemania y el Reino Unido. Los datos relevantes sobre estos mercados de acuerdo con el informe de la OMT (2017) son:

- Estados Unidos: El gasto turístico sitúa al país como el segundo mayor mercado emisor del mundo, el cual aumentó un 8% en 2016, hasta alcanzar los 124.000 millones de dólares de los Estados Unidos de América.
- Canadá: Ascendió al sexto puesto, a pesar de no registrar crecimiento (29.000 millones de dólares de los EE.UU.), mientras que sus salidas de viajeros con pernoctación descendieron un 3%.
- Alemania: En el año 2016, Alemania registró un aumento del 3% hasta llegar a los 80.000 millones de dólares de los Estados Unidos de América.
- Reino Unido: La demanda del Reino Unido se mantuvo fuerte hasta el año 2016, a pesar de la significativa depreciación de la libra esterlina después del referéndum sobre la permanencia en la Unión Europea. Las visitas al extranjero de residentes del Reino Unido (con pernoctación) aumentaron en 5 millones (+8%) hasta alcanzar los 69 millones, con un gasto cercano a los 64.000 millones de dólares (+14%).

De acuerdo al boletín mencionado anteriormente, los mercados oportunidad son:

- China: Continúa liderando el turismo emisor a escala mundial, después de diez años de crecimiento de dos dígitos en gasto turístico, tras situarse en el



primer puesto del ranking en 2012. El gasto de viajeros chinos creció un 12% en 2016 hasta alcanzar los 261.000 millones de dólares. El número de salidas de viajeros aumentó un 6% hasta alcanzar un total de 135 millones en 2016.

- Japón: Aunque tiene buena participación en el turismo internacional, a 2016 no mostró un incremento notable.
- Australia: Escaló a la novena posición, con un crecimiento del 6% en gasto, hasta los 25.000 millones de dólares, y un aumento del 5% en los viajes al exterior (10 millones).
- India: No pertenece a la lista de los diez países con mayores salidas y gasto en turismo, pero registró una tasa de crecimiento de dos dígitos, que se traduce en mayor incremento de ingresos que pueden ser invertidos en turismo.

Finalmente, los mercados naturales son: Colombia, Perú, Argentina, Chile, México y Panamá. El único de esta lista que tiene cierta relevancia en cuanto a salidas y gasto en turismo es Argentina.

Adicionalmente, vale la pena mencionar que a nivel mundial se destacan países como Francia, quien registró un crecimiento del 3% en gasto turístico en 2016, hasta alcanzar los 40.000 millones de dólares de los Estados Unidos de América.

La República de Corea ya había entrado al grupo de los diez primeros en el 2015. Para 2016 gastó un 5% más (27.000 millones de dólares) y subió al séptimo puesto. Su número de salidas de viajeros aumentó un 16% hasta alcanzar los 22 millones. La octava posición es ocupada por Italia, con 25.000 millones de dólares de gasto turístico emisor, un 2% más que en 2015, registrando un crecimiento del 3% en viajes con pernoctación, que llegaron a los 29 millones.

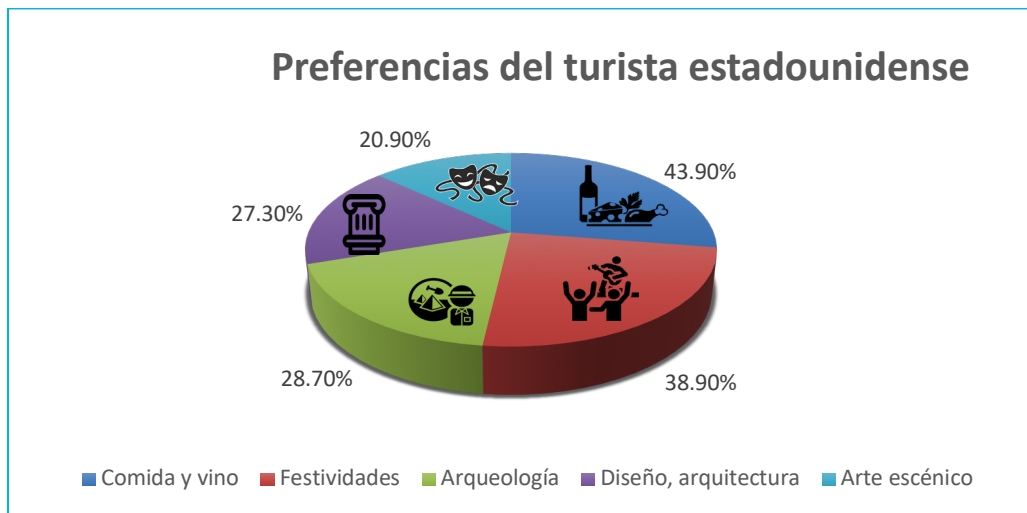
La lista de los diez primeros es completada por Hong Kong, con un crecimiento del 5% en gasto, que alcanzó los 24.000 millones de dólares y 92 millones de salidas de viajeros (+3%). Otros mercados emisores que registraron tasas de crecimiento de dos

dígitos en gasto turístico el pasado año (2016) fueron: España, Qatar, Tailandia, Israel, Irlanda, Ucrania, Vietnam y Egipto.

### 3.2. Caracterización del mercado objetivo de Ecuador

#### 3.2.1. Estados Unidos

De acuerdo con Travel Styles, Americans as International Travelers 2011-2012, referido por el Sistema de Información y Decisión, en la web de Inteligencia de Mercados SIIMT (2017), los viajeros estadounidenses se caracterizan por disfrutar de la comida y el vino; las festividades de los lugares de destino; arqueología; arte; diseño y arquitectura ; y, arte escénico.



En Estados Unidos los medios de difusión de oferta turística utilizan varios métodos, siendo uno de los más reconocidos mediante pautas en revistas como: TravelLeisure 11.9%, Budget Travel7.5%, Condé Nast Travel6.7%, National Geographic Traveler4.9% y Departures1.3%. Que conjuntamente componen un aproximado de 35% de oferta de turismo.

Según el informe ITB World Travel Trends Report, elaborado por Messe Berlin, ITB Berlin e IPK International (2017), Estados Unidos es uno de los mercados que más se ha recuperado últimamente. La razón de ser de esta tendencia reside en la recuperación de la confianza de los consumidores, gracias a un PIB al alza, una importante reducción de las tasas de desempleo y un dólar fortalecido.

De los 68 millones de turistas internacionales que salen de EEUU, 44,4 millones se dirigen a México y Canadá. 11,9 millones viajan a Europa, 7,2 millones al Caribe y 4,5 millones viajan a Asia. Los dos segmentos que más crecen del turismo norteamericano son los jóvenes viajeros (25-34 años), que han incrementado sus viajes de ocio un 7% y las familias con niños.

Los datos relacionados con el turismo estadounidense en México y España, dadas las características culturales, de religión e idioma con estos países, crean una similitud a las experiencias ofrecidas por Ecuador. Se entiende así que los estadounidenses que frecuentan estos destinos, pueden ser captados por la oferta turística que ofrece Imbabura, en atención a sus preferencias e intereses.

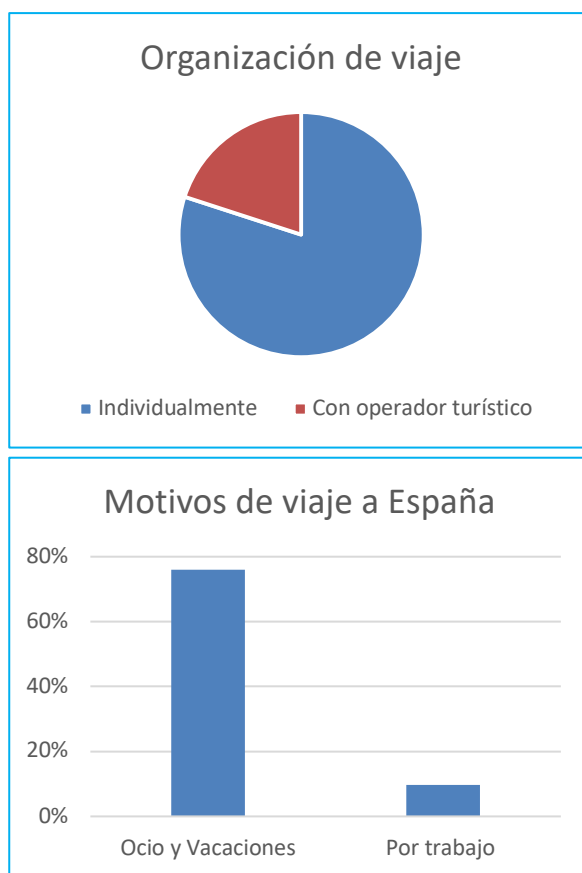
De acuerdo con la web Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos<sup>10</sup>, los viajes a México tienen una duración de 6 noches. Se dirigen en su mayoría a Cancún, Riviera Maya, Los Cabos, México D.F. y Puerto Vallarta. Para México, las principales zonas emisoras de turistas se encuentran en los estados de California, Texas, Illinois, Nueva York, Georgia y Florida, y el 63% de turistas llegan a este país principalmente por vacaciones. La mayoría (56%) se hospedan en hoteles de 4 y 5 estrellas. El 21% de los estadounidenses que viajan a México hacen su reservación con un tour operador. El gasto medio de viaje por persona es de 1,112.2 dólares. (Incluye transporte). El 44% son hombres. El 56% son mujeres. El 35% son de 15-34 años. El 44% son de 35-54 años. El 21% son de 55+ años (SIIMT, 2017).

De acuerdo a la Encuesta de Gasto Turístico, hecha por el Instituto Nacional De Estadística de España (2017) y publicada por Egatur, el turismo estadounidense en España está concentrado principalmente en tres destinos (Cataluña, Madrid y Andalucía), que aglutinaron en 2014 un 81% de los turistas de dicho país. Estas tres regiones están conectadas con 11 aeropuertos de EEUU a través de 18 rutas aéreas regulares: 11 en Madrid, 6 en Barcelona y 1 en Málaga.

---

<sup>10</sup><http://www.siiimt.com/>

La mayoría de los estadounidenses viajan a España por ocio y vacaciones (76%). Los viajes por trabajo ofrecen una reducida cuota del 9,3%. Los turistas norteamericanos organizan su viaje individualmente (80%) y solo adquieren paquete turístico el restante de este porcentaje (20%).



Las principales actividades de los turistas estadounidenses en España son de carácter cultural, seguidas por las relacionadas con el ocio nocturno y con la gastronomía. En este sentido, el Museo del Prado en Madrid fue visitado por más de 224.000 turistas estadounidenses en 2015. Los turistas norteamericanos gastan de media en España, casi 2.500 euros por viaje y 177 euros por día, según los datos del semestre enero-junio de 2015.

### 3.2.2. Canadá

Por lo general, los canadienses tienden a hacer turismo en su vecino Estados Unidos, pero de acuerdo con un estudio publicado por el portal Panamerican World sobre las tendencias de los turistas canadienses, esa tendencia ha venido

modificándose. Este cambio puede verse como algo interesante, puesto que indica que los canadienses posiblemente estén dirigiendo su mirada a destinos un poco más naturales y diversos, contrarios al sentido cosmopolita que ofrece Estados Unidos.

El informe se basa en los datos obtenidos del más popular buscador turístico del norte: Kayak, según el cual, si bien su vecino del sur sigue siendo el principal destino de Canadá, los países tropicales como Cuba han ganado terreno como destino.

“Dos ex turoperadores cubanos que trabajaron durante más de diez años en el polo turístico de Cayo Largo del Sur con el turismo canadiense, en las agencias Tour Mont Royal, y Cubanacán revelaron que dos de las cosas que más buscan los canadienses son seguridad y playas, y que Cuba, y principalmente los polos turísticos de Varadero, Guardalavaca, Cayo Largo y la cayería al norte de Villa Clara son de sus preferidos también” (Pérez Díaz, 2017).

### **3.2.3. Alemania**

En el Estudio de Mercado de Turismo alemán, elaborado por la provincia de Málaga (2015), se hace una clara caracterización del turista alemán, sus tendencias y prioridades.

Los alemanes prefieren hacer turismo en su propio país con el 30% del total de visitas dirigidas a su propio territorio, seguido por España 12.6%, Italia 7.6%, Turquía 7.4% y Austria con 5.9%. Sin embargo, los alemanes muestran flexibilidad para cambiar de destino turístico.

La duración media de sus viajes es de 12.4 días y el gasto en viajes es de aproximadamente 906 Euros por persona, el medio de transporte más utilizado es el avión y se alojan principalmente en hoteles, aunque un 20% prefiere los apartamentos.

Siete grandes operadores turísticos acaparan el 64% del mercado, los demás acuden a operadores turísticos menores o hacen sus operaciones de manera autónoma por Internet, esta última es una tendencia que va en aumento a un ritmo bastante acelerado.

Los alemanes buscan principalmente sol y playa, lo que incluye visitas culturales e históricas, naturaleza, gastronomía, actividades acuáticas, senderismo y ciclismo. Pero la tendencia apunta a productos como el turismo de ciudad, el wellness, el city-break y los cruceros. Las ciudades que más visitan son Londres 21%, París 12%, Ámsterdam 10%, Barcelona 10% y Viena 9%.

Los turistas alemanes por lo general son personas ocupadas de 45 a 64 años de edad, con ingresos familiares mensuales de 2000 Euros, con niveles de estudios superiores, y que viven en pareja.

#### **3.2.4. Reino Unido**

El Reino Unido es uno de los países que más emite turistas al mundo y quinto en capacidad de gasto, después de China, Estados Unidos, Alemania y Rusia. La caracterización que de este mercado hace el portal Travel and Tourism Intelligence Centre (2017) se resume en lo siguiente:

Los destinos más populares de estos ciudadanos están en Europa, particularmente en España, Francia, Italia e Irlanda. En cuanto al continente americano, su destino predilecto es Estados Unidos.

De toda Europa, es en el Reino Unido de donde parten más viajeros en busca de avistamiento de aves y a nivel mundial es el segundo más importante después de Estados Unidos. Es importante tener presente que el turismo de aventura está creciendo, lo que involucra actividades al aire libre y buceo. Las personas provenientes del Reino Unido cada día buscan muchas más ofertas que faciliten el acercamiento a la naturaleza y la cultura a través de actividades, vivencias específicas de contacto con el ambiente, con otras culturas, y que conlleven retos y emociones diferentes. En general, buscan sorprenderse.

El promedio de edad del turista es de 55 años, sin embargo, esta tendencia ha ido transformándose y enfocando una nueva clase de turista, los adultos entre los 25 y 34 años, quienes designan sus fondos al conocimiento de territorio sobre la adquisición material, esto se refleja que en promedio registran 4 viajes al año, aunque el grupo que se muestra más interesado en conocer América Latina ronda los 40 años, el

principal motivo por el que salen es por ocio, seguido del interés de visitar a familiares y amigos y finalmente por negocios. Estos turistas gastan en promedio 216 dólares de los Estados Unidos de América al día, viajan principalmente entre julio y septiembre, época de vacaciones escolares, pues muchos de ellos priorizan el viajar en familia.





## 4. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA EN IMBABURA

La oferta turística en Imbabura es variada, ya que su posicionamiento se dirige a diferentes actividades de acuerdo con las preferencias de los turistas. En el Ecuador, Imbabura tiene seis cantones, cada uno ofreciendo un producto o servicio distintivo para apreciación del viajero internacional. Estos cantones realizan difusión de estos atractivos distintivos por varios medios, siendo el más común por herramientas digitales como son las páginas web de los cantones y las redes sociales. Este comportamiento se refleja en la creciente tendencia del mercado, de utilizar los servicios web para ubicar sitios de interés, viajes, transporte, alojamiento, paquetes turísticos, entre otros.

Con el ánimo de presentar el panorama más amplio posible en relación a la oferta turística de Imbabura, se acudió principalmente a dos fuentes de información. En primer lugar, la página web de Otavalo, de la dirección de turismo y desarrollo económico y local del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo, donde se encuentra de forma atractiva, fácil de entender y dinámica, una gran cantidad de información sobre el turismo en este cantón.

Y, en segundo lugar, se tomó información de la página web ViajandoX, cuyo sitio web cuenta con más de 10 años en línea, la cual ofrece información clara y precisa de lugares turísticos de Ecuador. También se tomó información de sitios como la web Runakay Otavalo, Yachay, Parque Cóndor, Tren Ecuador, Tripadvisor, Ecured y la página web del Ministerio de Turismo de Ecuador.

### 4.1. Otavalo

Otavalo es una ciudad en el altiplano andino de la provincia de Imbabura, al norte de Ecuador, cuya cantonización fue el 31 de agosto de 1829. Está rodeada de volcanes, tales como el “Taita” Imbabura. Es conocida por su mercado tradicional denominado “Plaza de Ponchos”, donde los lugareños vestidos con ropa indígena

tradicional venden textiles y variedad de artesanías. Muy cerca se encuentra el Museo de Tejidos “El Obraje”<sup>11</sup>, que muestra exposiciones textiles y demostraciones de tejido.

Cerca de la ciudad se encuentra Peguche, una de las muchas villas aledañas y conocida por sus tejidos tradicionales; en las afueras de esta localidad, se ubica la Cascada Peguche, considerado un sitio sagrado desde la época de los Incas. Cerca de este lugar se ubica el Parque Cóndor, un santuario de aves y hogar de cóndores y búhos andinos. Al norte de Otavalo se encuentra la ciudad de Cotacachi, conocida por sus productos elaborados en cuero, así como su paseo del Chagra en Quiroga. Los senderos a orillas del lago Cuicocha, formado a partir de un cráter, tienen vistas panorámicas de los picos a su alrededor. Hacia el sur de Otavalo, los lagos de Mojanda son atractivos para los excursionistas y los observadores de aves.

Otavalo es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador, a diario visitado por turistas nacionales y extranjeros atraídos por la riqueza cultural de los indígenas “Otavalo”, quienes aún mantienen su identidad, la misma que se fortalece con sus mitos, leyendas, costumbres y tradiciones milenarias.

La ciudad de Otavalo es considerada "Capital de las artesanías ecuatorianas", debido a la variedad y calidad de productos que ofrecen a sus visitantes.

#### **4.1.1. Fiestas**

##### *Fiestas del Yamor:*

La palabra Yamor se deriva de dos palabras “Yak” y “Mur” que significa grano y sabiduría respectivamente por lo que su interpretación de “La Chicha de la Sabiduría”.

Esta fiesta conmemora la devoción a la Virgen de Monserrat y a la Pacha Mama agradeciendo por la fecundidad de la tierra y volver posible la cosecha del maíz. El registro de la primera celebración data del año 1953, cuando se institucionalizó como fiesta. Se celebra los primeros días del mes de septiembre y su festejo se centra en

---

<sup>11</sup><https://www.ecured.cu/Otavalo>

la mazorca, ofreciendo platos típicos y la tradicional chicha, elaborada con 7 variedades de maíz, cuyo origen es ancestral. Entre los principales eventos de la celebración de la fiesta del Yamor se realiza el pregón de fiesta; elección de la reina; la travesía en la Laguna de San Pablo que reúne nadadores nacionales y extranjeros; festivales de música; bendición de las cosechas, entre otras.

¿Cómo se puede potenciar esta fiesta?

Las variedades de maíz utilizadas en esta fiesta son características del suelo imbabureño, cada uno con su singular sabor y apariencia. Esto se traduce en propiedad intelectual, específicamente en una obtención vegetal, igualmente su uso y proceso se transfiere en un conocimiento tradicional, ambos con el potencial para ser protegidos por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.

La tradicional chicha, una bebida fermentada del maíz, es una representación de un acto ancestral reconocida en el Ecuador, y con la capacidad de ser una Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), así como una Denominación de Origen (DO) al poder ser envasada y comercializada como “Chicha de Yamor”.

De igual manera, durante la Fiesta de Yamor, así como durante el año se realizan platos tradicionales que pueden ser registrados como Especialidades Tradicionales Garantizadas en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, lo cual le daría un valor agregado.

La música utilizada durante estas épocas puede estar protegida bajo derecho de autor o ser catalogada como un conocimiento tradicional, así también la vestimenta.

La travesía de la Laguna de San Pablo tiene el potencial de ser comercializado como un evento identificado por una marca, un slogan, una fiesta y un evento deportivo.

## Pawkar Raymi<sup>12</sup>

Conocida también como fiesta del equinoccio, celebrada en la comunidad de Peguche generalmente entre los meses de febrero y marzo, es un carnaval andino que coincide con la temporada de lluvias y celebra las primeras florecencias de varias especies alimenticias. Se caracteriza en su inauguración con el desfile “Pakta Ripashunchik”, que consiste en el inicio del campeonato de fútbol indígena, además de diversas actividades artísticas, elección de las “Ñustas”, representantes de la belleza ancestral que lucen sus trajes típicos y de gala ceremoniales.

Esta celebración del “Runa Kay” constituye una ceremonia de afirmación cultural, la cual incluye rituales de agua y flores celebrando momentos importantes de la vida de las personas, así como el nombramiento del nuevo prioste de las fiestas o “Wara Chimbachik”.

### *Inti Raymi*

Conocida como la fiesta del Solsticio, en agradecimiento con la Pachamama y el sol por los frutos de la cosecha, cuyo origen se remonta en la época de los Incas. Es una de las festividades más importantes para las comunidades indígenas andinas. Entre los actos de celebración del Inti Raymi, se realiza:

- Armay Chishi – Baño Ritual, cuyo sentido es de purificación.
- Los Cantos y las Danzas
- Comparsas - Los participantes llevan vestimenta tradicional, caretas, sombreros, pañuelos y zamarros.
- “La Rama de Gallos”- Elaboración de un caldo de gallo por parte de un prioste que lo reparte entre todos los asistentes.

---

<sup>12</sup><https://www.ecured.cu/Otavalo>

- El Castillo- Símbolo de prosperidad, es un regalo elaborado con carrizos al que se cuelgan frutas, panes, botellas de licor, dinero y ají.

*Koya Raymi:*

La celebración, inicia el 21 de septiembre, es una fiesta ofrecida a la luna y la tierra como elementos de fecundidad, relacionada con el ciclo agrícola, con el maíz representando la fertilidad. Se resalta la importancia de la mujer para mantener la armonía en la comunidad. Se celebra la feminidad simbolizada por la luna y, a su vez, es el inicio de la preparación de la tierra para dar paso a los cultivos.



<sup>13</sup>

*Kapak Raymi:*

Se conmemora en el marco del solsticio de diciembre, conocida como fiesta de la germinación, se celebra el ciclo de vida inicial de los infantes, coincidiendo con la Navidad, es un espacio de encuentro familiar, donde los jóvenes van aprendiendo de los conocimientos de sus antepasados.

**4.1.2. Gastronomía**

Un pueblo se define no solo por su gente, sino por su ecosistema y los frutos que nacen de esa tierra, derivado de ello, tienes los productos para alimentar a dicho

---

<sup>13</sup> Fuente: <http://www.artesanum.com>

pueblo, por ello no es sorpresa que la creatividad de su gente se encuentre representada en la comida que consumen. El ser humano emprende un viaje desde su hogar a estas tierras con el propósito de probar estos alimentos que identifican y representan a la zona y sus pueblos.

La comida y sus derivados no solo cumplen un papel esencial en la identificación de un pueblo, sino es un activo intangible de su riqueza ancestral, cuya protección para los legítimos poseedores se da bajo el conocimiento tradicional.

Entre las diferentes herramientas de la propiedad disponibles para los pueblos y comunidades se encuentran las marcas de productos y servicios, las indicaciones geográficas, las denominaciones de origen, las especialidades tradicionales garantizadas, conocimientos tradicionales que se derivan de su cultura.

Considerando la importancia de estos alimentos, se han identificado los siguientes platos, de carácter ejemplificativo, que tienen la capacidad de ser potencializados mediante la aplicación de las herramientas antes descritas:

Mazamorra. -Plato tradicional que se brinda en fiestas indígenas es la mazamorra, generalmente servida con cuy y, en finados (Día de los Santos Difuntos) se sirve con churos.

Fritada. - Carne frita de cerdo acompañada con papas cocinadas con cáscara, tostado, mote, choclo queso y ají.

Hornado. -Carne de cerdo hornado, generalmente en leña, y acompañado de vegetales cocidos, salsa de ají y agrio.

Yamor. - Chicha fermentada obtenida de siete variedades de maíz: amarillo, blanco, negro, chulpi, canguil, morocho y la jora, mezclado con plantas aromáticas de la zona.

Champús. - Se sirve el Día de Difuntos, consiste en una colada de harina de maíz con mote y piña, acompañadas con las tradicionales guaguas de pan.

Quimbolito. - Masa dulce a base de harina de maíz envuelta en las hojas de una planta llamada achira, preparado al vapor.

Tostado de dulce. - Maíz tostado y panela molida.

Uchufa tanda. - Es un postre a base de harina de maíz y habas envuelto en hojas tiernas de maíz.

Otras comidas: Tamales de harina de maíz con relleno de carne de chanco o de gallina; humitas (choclotandas); empanadas de morocho.<sup>14</sup>

Esta lista de comidas tradicionales con potencial para ser registradas mediante las diferentes herramientas disponibles en el Ecuador, implica un ingreso no identificado y explotado por las diferentes comunidades, que pueden proyectarse como un ingreso económico para el mantenimiento y conservación de sus rituales, cultura y recursos.

El turismo gastronómico es una tendencia cada vez más marcada a escala mundial, por lo que los pueblos y comunidades deben impulsar, proteger y promover sus productos y servicios derivados de la gastronomía, el hacerlo repercutirá directamente en el ingreso económico y reconocimiento internacional de ese territorio. Al realizar un viaje, el turista busca tener varias experiencias como gastronómicas, ecológicas y culturales, que a continuación se describen.

#### **4.1.3. Actividades de interés**

Las oportunidades para el comerciante que apunta a un mercado turístico son múltiples y variadas, ya que el turista busca que sus experiencias no solo se limiten a una actividad, es por ello que la entrega de servicios y productos a lo largo de la estadía del turista tienen un potencial marcado para implementar un mercado con sus respectivos atractivos, registrables por propiedad intelectual. El propósito de identificar a un servicio o producto mediante su marca o distintivo crean una memoria atractiva en el turista para repetir dicha experiencia. En razón de lo anterior se ha realizado un

---

<sup>14</sup> Gastronomía de Otavalo. Referencia tomada de:  
<http://www.ec.viajandox.com/imbabura/otavalo-canton-C79?lista=Otavalo>

levantamiento de actividades y mercados potenciales para ser explotados en este ámbito.

### *Ciclo-turismo*

Entre las experiencias ofrecidas por la provincia de Imbabura, se encuentran rutas de ciclo-turismo, con diferentes propósitos, que tienen un rango desde el turismo ecológico hasta el entrenamiento para deportes extremos.

El Geoparque Imbabura impulsa el uso de estas rutas, realizando mensualmente ciclo-paseos guiados con propósito de proteger y promover la flora y fauna de la provincia, a fin de incentivar el conocimiento del proyecto.

En Otavalo existen 6 rutas para practicar ciclo-turismo, cuyos trayectos son:

- Otavalo - El Lechero - Parque Cóndor - Lago San Pablo
- Otavalo - Cascada de Peguche - Ilumán
- Otavalo - Wantun Rumi
- Cajas - Otavalo
- Mojanda - Otavalo
- Otavalo - Lagunas de Mojanda<sup>15</sup>

*Se recomiendan además los siguientes trayectos:*

- Otavalo - Cascada de Taxopamba (2 horas)
- Mojanda - Fuya (2 horas)
- Otavalo - Corazón del Imbabura (3 horas)

#### **4.1.4. Sitios de interés**

En la provincia de Imbabura hay varias opciones turísticas que se acoplan a todos los gustos en razón de su riqueza natural y cultural, lo que motiva al turista local y

---

<sup>15</sup>Cicloturismo. Recuperado de:<http://www.otavalo.travel/turismo-de-aventura-en-otavalo/cicloturismo.html>



extranjero a intentar varias experiencias. Con cada emprendimiento se deriva el crecimiento de un producto o servicio identificado por uno o varios derechos de propiedad intelectual.

Una vez recorrida la provincia de Imbabura se han identificado diferentes emprendimientos en distintas etapas de evolución que, con un activo uso de la propiedad intelectual, pueden potenciar su impacto. Dentro de los emprendimientos más reconocidos se encuentran los siguientes:

### *Tren de la libertad*

El Tren Ecuador<sup>16</sup> se identifica por su icónica “ruta de la libertad” llamada así en honor a la Batalla de Simón Bolívar, frente a Agua Longo, en Ibarra, así como la liberación de los obreros textiles de los indígenas y la liberación de esclavos afro descendientes durante la revolución de 1850<sup>17</sup>.

La ruta de tren de La Libertad, tiene una de sus rutas más bellas en Imbabura, atravesando túneles y puentes de vértigo, que recorre desde Otavalo hasta Salinas de Imbabura.

Con la existencia del Tren de la Libertad se podrían ofrecer diversas actividades que sean atractivas para sus usuarios, además de las opciones que actualmente existen: paradas temáticas en las que se presenten experiencias tradicionales y culturales a sus visitantes, prolongando la aventura que el “El Tren de la Libertad” da a los visitantes de la región, a través de los numerosos emprendimientos culturales y gastronómicos a lo largo de la ruta.”<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup>Tren Ecuador, galardonado con los premios: World Travel Awards 2014; premio revista excelencias 2014; British Wild of Travel Writers 2014; y el certificado de excelencia 2015 de Tripadvisor.

<sup>17</sup><http://trenecuador.com/es/tren-de-la-libertad-ii/>

<sup>18</sup> La Libertad. Tomado de: <http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/conoce-imbabura-en-el-tren-de-la-libertad/>

## *Volcán Imbabura*

Es un volcán apagado situado en el centro de la provincia de Imbabura, se eleva a 4.639 msnm; conocido también como el "Tayta Imbabura", lleva el mismo nombre de la provincia. Al norte del volcán y sus faldas se encuentra la ciudad de Ibarra y al sur el lago San Pablo (Imbakucha) muy cerca de la ciudad de Otavalo.

Esta elevación es recomendada por guías de montaña para la aclimatación y prácticas antes de ascender a las otras montañas y distintos nevados del Ecuador.

Entre las distintas leyendas que surgen alrededor del volcán Imbabura, es conocida aquella que lo describe como un “hombre grande y viejo, que luce constantemente un sombrero grande (sic) que cubre su cabeza blanca”. Enamorado del cerro protector femenino que se encuentra frente a él, el “Cutacachi Urcu”, o “Mama María Isabel Cotacachi”.

“El Imbabura es un lugar sagrado y venerado en la región y es también un mirador natural perteneciente a la avenida de los volcanes, desde donde es posible observar elevaciones como el Chimborazo y el Cotopaxi.

Este cerro también tiene un alto valor cultural para los pueblos que se asientan en sus alrededores. En tiempos prehispánicos era parte de los ‘Apukkuna’ (las culturas asentadas en sus cercanías).”<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> “Una leyenda de amor entre el taita Imbabura y la mama Cotacachi”, tomado del sitio web: <https://ahora.com.ec/noticia/1101892446/una-leyenda-de-amor-entre-el-taita-imbabura-y-la-mama-cotacachi>



### *Parque Cóndor*

Situado a 5 minutos de Otavalo, en la loma Pucará con un clima templado, se ubica la Fundación Parque Cóndor, perteneciente a La Asociación Latinoamericana de Parques Zoológicos y Acuarios (ALPZA), organización sin fines de lucro, dedicada a la protección, rescate, rehabilitación y posible re-introducción a la naturaleza de relevantes símbolos de la cultura andina, entre ellos, aves rapaces, buitres (cóndor Andino) y búhos, su misión es crear conciencia acerca de la importancia de los problemas ambientales y su relación con la sociedad. Promueven el ecoturismo que les permite tener auto-financiamiento.

Existen distintas actividades como demostraciones de vuelo libre de las aves, charlas, conferencias, talleres, incentivos a la investigación científica.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Volc%C3%A1n\\_Imbabura](https://es.wikipedia.org/wiki/Volc%C3%A1n_Imbabura)

<sup>21</sup> Parque Cóndor. Educación ambiental. Recuperado de: <http://www.parquecondor.com/noticias/educacion-ambiental/>

### *Cascadas de Peguche*

La cascada de Peguche, de 30 metros de altura y 6 metros de ancho, se encuentra en la comunidad de Faccha Llacta, a 1.5 km de la comunidad de Peguche; y, a 3.3 km de la ciudad de Otavalo. Ubicada a una altura de 1821 m.s.n.m. y a una temperatura promedio de 12°C. Tiene zonas para acampar y pequeñas piscinas adecuadas en la parte baja, junto al río.

Constituye de gran importancia en las fiestas del Inti Raymi, donde se realizan las ceremonias de purificación.<sup>22</sup>

### *San José de Quichinche*

Es la parroquia rural más grande del cantón Otavalo, con más de cien años desde su fundación, situada a los pies del cerro Blanco, cuya tranquilidad y clima atraen a turistas extranjeros. Entre sus principales paisajes se encuentran: “el nudo de Mojanda, con las lomas de alto Sigsicunga, Pisabo, Cambugan, Cuchicorral, Urcusiqui, a lo largo de Gualsaquí, Cumbas, Achupallas; profundas quebradas o grietas, y hay espacios planos entre estos occidentes, hacia el occidente en la zona de páramo se inician las Cuencas Hidrográficas que conducen el agua hacia la zona costera”.<sup>23</sup>

### *Museo Otavalango*

Antigua Fábrica San Pedro, ubicado en el Barrio San Juan, contribuye a la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible del pueblo Kichwa Otavalo, mediante la investigación, desarrollo turístico y educación cultural, se realizan recorridos auto-guiados, demostración y elaboración de tejidos a mano en telares, enseñanza del idioma Kichwa.

---

<sup>22</sup> Cascada de Peguche. Tomado de: <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/cascada-de-peguche.html>

<sup>23</sup> Conoce San José de Quichinche. Recuperado del sitio: [https://issuu.com/sharonbela/docs/revista\\_quichinche](https://issuu.com/sharonbela/docs/revista_quichinche)

Alberga una empresa textil fundada en 1954 por los Srs. Walter y Bundy Illsley. Esta legendaria empresa llamada "Telares Uruapan" conserva la tradición artesanal para la elaboración de textiles teñidos y tejido a mano.

### Árbol Milenario El Lechero

Es un mirador natural desde donde se puede observar la laguna de San Pablo, el volcán Imbabura, la ciudad de Otavalo, la montaña Fuya y el volcán Cotacachi. Desde el punto de vista tradicional, es un lugar muy importante para las costumbres indígenas, ya que constituye un sitio sagrado en donde se realizan rituales de purificación entre indígenas del Ecuador y del mundo, además en el contexto religioso, se reza ante él para que llueva sobre los sembríos.

- La leyenda alrededor de este árbol es:

“De todas las doncellas de aquel entonces, una joven llamada Nina Pacha fue escogida para darla como sacrificio y de esa forma calmar la ira de las divinidades que causaban la sequía. Nina, tenía un novio, su nombre era Huatalquí, al enterarse decide huir con su amada hacia un lugar lejano. Durante su escape, el yachac, shamán o sabio de la comunidad se percata y solicita al ‘Taita Imbabura’ que castigue severamente a la pareja.

Cuando Nina Pacha y Huatalquí llegaron a la actual zona del pucará Rey Loma, salió un enorme trueno detrás del volcán Imbabura que tocó a la mujer e inmediatamente la convirtió en agua y con ella llenó poco a poco el valle seco de aquel entonces.

Huatalquí arrepentido implora al ‘Taita Imbabura’ que lo castigue a él también convirtiéndolo en árbol.

La leyenda certifica que la cercanía del árbol hacia el lago San Pablo es la muestra del eterno amor que se tenían Nina Pacha y Huatalquí. Ahora la zona está rodeada de bosques de eucalipto y pino que, se cree, permanecerá hasta la eternidad.<sup>24</sup>

### *Lago San Pablo*

Se encuentra a los pies del volcán Imbabura, el lago está ubicado en la parroquia González Suárez, Eugenio Espejo y San Rafael, a tan sólo 10.7 km (10 minutos), al sur de la ciudad de Otavalo, a una altura de 2660 m.s.n.m., con una temperatura promedio de 12°C.

La laguna posee 35 metros de profundidad en los costados y 48 metros de profundidad en el centro con una superficie aproximada de 7 km<sup>2</sup> y sus orillas están cubiertas principalmente de totora, que constituye la materia prima para la elaboración de artesanías, las mismas que son comercializadas en varios lugares del país por la asociación Totora Sisa.<sup>25</sup>

### *Cascada de Taxopamba*

Está ubicada a 6.4 km de la ciudad de Otavalo, vía a las lagunas de Mojanda, a una altura de 2846 m.s.n.m. y una temperatura promedio de 12°C; formada por 2 saltos, de 15 y 10 metros, cuya temperatura promedio es de 9°C. La zona de la cascada se encuentra rodeada de vegetación natural y en el camino se encuentran cultivos de los habitantes de la zona.

---

<sup>24</sup> Mirador El Lechero. Leyenda tomada de: <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/mirador-el-lechero.html>

<sup>25</sup> Laguna de San Pablo. Tomado del sitio web: [www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/laguna-de-san-pablo.html](http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/laguna-de-san-pablo.html)

Las Cascadas de Taxopamba están completamente adecuadas con todas las facilidades para recorrer la ruta con seguridad. Cuenta además con un par de toboganes naturales de 15 metros cada uno aproximadamente.<sup>26</sup>

### *Cementerio indígena*

La costumbre de visitar a los difuntos se desarrolla todos los días lunes y jueves, con especial atención el 2 de Noviembre, que se celebra el Día de los Difuntos. Durante esta fecha, la comunidad indígena rinde culto a sus antepasados a través de ofrendas, cánticos y rezos a sus familiares ya fallecidos.

Para conmemorar se preparan diferentes alimentos, especialmente el plato preferido del difunto. Se colocan coronas y tarjetas sobre la cruz; y, sobre la tumba, una batea llena de alimentos (arroz, papas, fréjol, tostado, mote, carne, plátanos oritos, aguacates, guaguas de pan, colada de churos, champús, entre otros alimentos) con el propósito de que el difunto disfrute de los mismos.

Los platos o alimentos tradicionales de la temporada que pueden ser identificados mediante propiedad intelectual para impulsar el turismo son: guaguas de pan, colada de churos, colada morada y el champús.<sup>27</sup>

### *Corazón de Imbabura*

Ubicado en las faldas del Imbabura es una formación natural producto de un deslizamiento de uno de sus flancos y en forma de corazón. En su interior se han creado microclimas que, a su vez, han permitido que se desarrolle una vegetación propia de los ecosistemas de montaña en la que se ve un predominio de árboles de

---

<sup>26</sup><http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/cascada-de-taxopamba.html>

<sup>27</sup>Cementerio Indígena. Tomado de: <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/cementerio-indigena.html>

pumamaki (*oreopanax ecuadorensis*). De igual forma existe una variedad interesante de aves de montaña, mamíferos pequeños, insectos y reptiles.<sup>28</sup>

### *Imbabura Ñan*

Es un sendero rehabilitado ubicado en el sector de la Cascada de Peguche hasta Chimbaloma en la comunidad de Agato, donde se realizan ceremonias como el Tumarina en las fiestas del Pawkar Raymi. Antiguamente, cuando había un difunto, la comunidad recorría este camino con el ataúd. Hoy en día se realizan varias ceremonias como el baño ritual en Inti Raymi, el “lavado de cara” en los matrimonios indígenas y otras celebraciones en agradecimiento a la madre tierra.

### *Lagunas de Mojanda*

En la zona de Mojanda se encuentran 3 lagunas:

- La laguna grande o Warmicocha, que tiene un perímetro de 7.7 km y una superficie de 271 hectáreas.
- La laguna negra o Yanacocha, que posee un perímetro de 1.37 km y la superficie de 11.4 hectáreas.
- La laguna pequeña o Karicocha, con un perímetro de 0.37 km y una superficie de 1.07 hectáreas.

Este complejo de 3 lagunas se encuentra ubicado a 16 km (40 minutos) de Otavalo, a 3720 m.s.n.m. y con una temperatura promedio de 8°C.

Estas lagunas se encuentran rodeadas de montañas elevadas como el Fuya Fuya, que es un lugar propicio para la aclimatación, razón por la que varios andinistas lo visitan antes de ascender a montañas más altas.

---

<sup>28</sup>Corazón del Imbabura. Información recuperada de: <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/corazon-del-imbabura.html>



### *Montaña Fuya Fuya*

Forma parte de un complejo volcánico conocido como Mojanda. El Fuya Fuya está integrado por una sola montaña pero que posee dos cumbres totalmente separadas.

El nombre Fuya Fuya proviene del Kichwa Fuyu que significa “nube” y ello se debe a que en relación a las demás montañas, domos y conos volcánicos que existen a su alrededor, en este sentido, la montaña significa “nuboso” o cubierto de nubes.

### *Parque acuático*

Se encuentra ubicado en la comunidad de Araque, a pocos minutos de la comunidad de San Pablo del Lago de la parroquia de González Suárez a una altura de 2660 m.s.n.m.

El parque realiza paseos en lancha, en kayak, en caballos, tiene juegos infantiles y también podremos degustar de platos tradicionales de la zona en su restaurante como choclos con queso y fritada, tilapias fritas, yahuarlocro, sancochos, entre otros.<sup>29</sup>

### *Plaza de los Ponchos*

La Plaza de los Ponchos, también conocida como Mercado Centenario, es el escenario de la mayor feria artesanal del norte del Ecuador. Su actividad está destinada a la comercialización de varios productos artesanales, tanto local, regional, nacional e internacional. La producción artesanal representativa de la feria son los textiles de Otavalo, también hay producción artesanal en barro, pintura, madera, bisutería, orfebrería, talabartería, mazapán, cerámica, etc.

Entre los productos más destacados que se ofrecen en esta feria se encuentran: ponchos, bufandas, guantes, sombreros, gorros, camisetas, pantalones, mantelería,

---

<sup>29</sup> Parque Acuático de Araque. <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/parque-acuatico-de-araque.html>

hamacas, tapices, bolsos, alpargatas, manillas, collares, aretes, ebanistería, vasijas, cuadros, fajas, anacos, alfombras, manteles, sombreros y un sinfín de productos más.

### *Wantun Rumi*

Es una formación rocosa de origen volcánico de aproximadamente 15 metros de altura y se encuentra a 7,69 Km. de la ciudad de Otavalo, en la comunidad de Quinchuquí. Está ubicada al inicio de las faldas del Imbabura desde donde podremos disfrutar de una vista paisajística única, ideal para visitarla en compañía de la familia o en grupo con amigos y realizar actividades de camping o picnic rodeado de naturaleza.

La ruta recomendada nos llevará por la comunidad de Peguche en donde podremos visitar a sus famosos talleres de artesanías e instrumentos andinos.

#### 4.1.6 Sitios que podrían ser potenciados con el uso de herramientas de Propiedad Intelectual

El Tren Ecuador en su página web incluye un manual de normas y políticas establecidas por Ferrocarriles del Ecuador y su marca Tren Ecuador, en el manejo de su imagen comercial, a través de los distintos elementos de comunicación interna y externa de manera unificada, coherente e identificable.

Las filmaciones y fotografías, que no sean para uso personal, en las estaciones, talleres o cualquier propiedad de Ferrocarriles del Ecuador requieren de una autorización otorgada por la Gerencia General. Además del pago de un valor económico establecido por la empresa.

Los diversos productos elaborados en Imbabura podrían ser susceptibles de registro por medio de la utilización de marcas individuales, los diseños particulares y peculiares que se exhiben en la plaza de ponchos en Otavalo, por ejemplo, podrían ser susceptibles de protección bajo un diseño industrial, o si se trata ya de una obra, perfectamente protegible por derecho de autor, sin olvidar de que se puede hacer uso de marcas colectivas, en fin, el abanico de posibilidades es abundante.

## **4.2. Ibarra**

Fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606, por orden de Miguel de Ibarra y Mallea, hoy es la capital de la provincia de Imbabura, centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona.

Es el principal núcleo vial del norte del Ecuador, pues sus conexiones giran y desvían hacia los cuatro principales ejes, por el sur hacia Quito; por el oeste hacia la costa pacífica ecuatoriana; por el norte hacia la frontera con Colombia; y, el oeste hacia la Región Oriental-Amazonía.

Es conocida históricamente como “La Ciudad Blanca” por sus fachadas blancas con las que se bendijo la reconstruida ciudad en 1.872 después del devastador terremoto de 1868.

### **4.2.1. Fiestas**

**La cacería del Zorro.** -Se desarrolla en diferentes lugares de la ciudad, consiste en un desfile que se da por las principales calles de la ciudad como parte de las fiestas de Ibarra en octubre. Participantes entre varias delegaciones de haciendas y clubes del país se encuentran en el desfile y se enfrentan a cinco pruebas de destreza y habilidad con sus caballos en los ‘piñearoles’ (pendientes de tierra) para conseguir un cupo en la persecución del ‘zorro’ (un jinete que lleva como distintivo una Z roja en su espalda y una cola amarrada a la cintura). Se realiza en la pista José Tobar Tobar, en Yahuarcocha, quienes clasifican logran ingresar a la competencia, buscando ser el nuevo ‘zorro’ del año.

#### *Fiestas del Retorno*

Se conmemora en la fecha en que 550 personas sobrevivientes al terremoto de Ibarra retornaron a la ciudad luego de haber permanecido en un refugio por cuatro años en Santa María de la Esperanza. Se realizan eventos como la escenificación del “Retornando a Ibarra”, en la Av. El Retorno y actos como el Minuto Cívico, Desfile Cívico y Sesión Solemne, durante el mes de abril.

#### 4.2.2. Gastronomía

-**Platos fuertes:** hornado con especias, llapingachos (tortillas de papa con chorizo), fritada con choclo y queso, empanadas de viento. Los platos más comunes en los almuerzos ibarreños consisten en arroz relleno, cazuela de verduras, carne al jugo, ensaladas, arroz moro, carnes apanadas.

- **Bebidas:** las bebidas más usadas por los ibarreños son los jugos de frutas, la cerveza, el vino, la toraca y muchas variedades de copas de licores refinados, existe una bebida típica conocida como chapo que se elabora mediante la mezcla de harina cebada (denominada máchica), panela y agua.

-**Postres:** nogales, alfajores, hojaldres, arrope de mora, arrope de uvilla, pan de leche con helado, mazapanes y empanadas, helado de paila, dulce de higos, guayaba y uvilla, melcochas de dulce, humitas, quimbolitos y muchines, bohemios de chocolate, empanadas rellenas de mermelada y los tradicionales helados de paila, preparados en grandes pailas de bronce que se disponen sobre una cama de hielo con sal, envuelta en paja.

#### 4.2.3. Sitios de interés

##### ***Laguna de Yahuarcocha*** (*lago de sangre en Kichwa*)

Es un lago sagrado en Ecuador, localizada a unos 3 kilómetros (1.86 millas) al norte de Ibarra y se encuentra ubicada a una altura de 2190 m.s.n.m. Es una de las principales atracciones de la región.

Yahuarcocha es históricamente importante porque hay estudios realizados por investigadores que afirman que es un área que contiene evidencia arqueológica muy amplia e inexplorada.

El nombre Yahuarcocha de origen kichwa ("Yahuar" significa sangre y "cocha" significa lago), cuenta con importante evidencia arqueológica sobre la guerra de los incas poco tiempo antes de la conquista española.

Se ha identificado que veinte fortalezas fueron construidas por los incas y dos por los Cayambe, misma que apoya la leyenda del Lago de Yahuarcocha, contada por los españoles cuando ingresaron a Sudamérica durante los siglos XVI y XVII.

Autódromo Internacional de Yahuarcocha: Utilizado para competencias automovilísticas nacionales e internacionales y prácticas temporales desde el año 1970.

#### *Museo Banco Central del Ecuador Ibarra*

Museo de Arqueología Regional de la Sierra Norte es un centro cultural que pertenece al Banco Central, se construyó en 1940, se divide en La Sala de Arte Colonial y Republicano, Archivo Histórico, Biblioteca, Sala de exposiciones temporales, Auditorio y Almacén Cultural, cuenta con colecciones de importancia histórica de gran valor.

Allí se exhiben piezas de las culturas Chimba, Capulí, Piartal, Tuza, Caranqui e Inca; objetos de oro que evidencian las técnicas de orfebrería de la época y dioramas sobre Otavalo y la batalla de Yahuarcocha; se destacan obras de los siglos XVII, XVIII, y XIX que muestra la producción artística de la escuela quiteña y de la época republicana en sus manifestaciones costumbristas, paisajistas y retratistas.

Posee investigaciones sobre la Sierra norte del Ecuador, temas como: División territorial, Instauración de la Gran Colombia, Providencias Reales, Escrituras públicas. El acta de fundación de Ibarra e importante documentación sobre cabildos y la Fundación Judicial de la provincia.

La Biblioteca cuenta con 3410 libros especializados en arte, arqueología, historia; se realizan exposiciones de arte contemporáneo de artistas imbabureños, un salón para presentación de libros, conferencias, recitales, conciertos; además, ofrece al público libros y publicaciones del Programa Editorial Cultural del Banco Central del Ecuador.

### *Mirador San Miguel Arcángel*

Desde este Mirador se puede observar toda la ciudad de Ibarra con su crecimiento poblacional. Tiene vista directa hacia: el Cerro Imbabura, Bosque Protector Guayabillas y vista de lado izquierdo hacia la laguna de Yahuarcocha.

San Miguel Arcángel es considerado por los moradores el patrono y guardián de la Villa de San Miguel de Ibarra.

La imagen del Arcángel San Miguel de 13 m. y su base de 9 m., se encuentra ubicada en la loma Alto de Reyes en el barrio de Priorato. Está rodeada por un mirador, que forma un complejo que comprende 3392 m.

El clima es moderado permitiendo ser disfrutada durante todo el año, con temperatura promedio de 17° C. Su ubicación es lindante con el sur-este de la ciudad de Ibarra.

### *Centro Cultural Daniel Reyes*

Ubicado en la parroquia de San Antonio, como un espacio dedicado al arte, la formación y promoción cultural, abrió sus puertas en San Antonio. Contiene ambientes para talleres, sala de exposiciones, cafetería, restaurante, espacios verdes, colocación de señalética que permite la ubicación de los espacios en el interior de la dependencia.

### *Playa de Ambuquí*

Se ubica dentro del Valle del Chota, a una altura de 1500 m.s.n.m. de clima tropical seco. Este sector es muy visitado por turistas nacionales y extranjeros, que llegan los fines de semana y en días feriados a hospedarse en alguna de las hosterías de sus alrededores.

Los habitantes de esta zona se dedican especialmente a la agricultura, y sus principales productos son los ovos, frutas de clima tropical, con los cuales elaboran varios productos como vinos y mermeladas.

Es la única población del Valle del Chota que está habitada por personas mestizas, corresponde a la zona de vida monte espinoso Pre Montano. El Valle del Chota posee clima cálido y paisajes desérticos que contrastan con el resto de la provincia. Está ubicado en la parte norte de la provincia al límite con la provincia del Carchi. Lo curioso de esta pequeña ciudad es que está poblada por afro-ecuatorianos.

En esta zona se encuentra la población indígena de los Caranquis, en cuya vestimenta típica, poseen formas de trabajo muy tradicional como, por ejemplo: utilización de la yunta, igualmente se fijan o se guían por las estaciones lunares.

Están ubicados en la Sierra Norte, provincia de Imbabura, en los siguientes cantones: Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochahua, Caranqui y San Antonio; Antonio Ante, parroquia Andrade Marín; Otavalo, parroquia San Juan de Ilumán; y Pimampiro, parroquias Mariano Acosta y San Francisco de Sigsipamba.

### *Loma Guayabillas*

Este bosque forma parte de la identidad natural y cultural del ibarreño y pone a disposición senderos, infraestructura física y paraderos que permiten al visitante la posibilidad de disfrutar de una vista panorámica de la ciudad, conocer el Centro de Manejo de Vida Silvestre y los arbustos de Guayabillas que son plantas de frutos exquisitos únicos en la zona.

La falta de espacios verdes condujo a que el alcalde de ese entonces adquiriera la denominada Loma de Guayabillas con el propósito de convertirlo en un Parque Natural que beneficie y resuelva las necesidades de recreación y utilización del tiempo libre de sus habitantes, convirtiéndose además en un gran atractivo turístico de carácter local e internacional.

### *Basílica de la Dolorosa*

Se construyó mediante planos y con aportes económicos de los feligreses. Una de las pocas edificaciones religiosas que colapsaron con el sismo de 1987 siendo restaurada y reconstruida en 1991.

- Estilo: Ecléctico, inspiración Neo - románica, historicista.

- Conservación del estilo: Se conserva de la basílica original sólo la fachada, que fue lo único que no se destruyó con el terremoto de 1987, por ser totalmente de piedra.<sup>30</sup>
- Época de construcción: Se construyó a mediados del presente siglo y colapsaron las naves en el sismo de marzo de 1987, las mismas que se reconstruyeron en 1991-1992.
- Distribución espacial: Es una iglesia de una sola nave con el cielo raso en forma de artesón.
- Materiales utilizados: piedra en la fachada y en la torre, las cúpulas son de hormigón armado.
- Colecciones al interior: viacrucis tallado en piedra en San Antonio de Ibarra.
- Muestras Relevantes:
  - Un Cristo crucificado moderno, Cuadro de la virgen Dolorosa sus bordes chapados de oro realizado por Hugo Yacelga.
  - Reloj público de 8 esferas localizado en la torre mayor, este reloj fue ubicado en el 2004 y es una creación del Sr. Ernesto Lucero, es electrónico.
- Decoración: Vitrales en todas las ventanas de la iglesia.

### *Lagunas de Cubilche*

La laguna que está en la meseta del Cubilche, en la comunidad de Paniquinrra en la parroquia da La Esperanza, tiene una forma muy circular, es de origen volcánico y no tiene afluente externo por lo que podemos mencionar que el abastecimiento de agua se da desde su interior.

En la cima posee un cráter en donde se encuentran cuatro lagunas, dos permanentes y dos de invierno o charcas estacionales.

---

<sup>30</sup>Basílica de la Dolorosa. Referencia de: <https://ec.viajandox.com/ibarra/basilica-de-la-dolorosa-A2813>



### *Tolas de Socapamba*

Es un sitio de montículos localizado a 4 km. de la Laguna de Yahuarcocha, al pie de La Cordillera de Angochagua a un costado de la Panamericana Norte, entre el clima caliente del Valle del Chota y el mesotérmico húmedo - seco de la Hoya Internacional en un sitio árido.

Este sitio corresponde al período de integración, antes de la invasión Inca, datan de 1.250 a 1.500 años AC, lo que demuestra ser obra de los Caranquis y Cayambis. Entre los objetos encontrados se destacan piedras de moler de diferente tamaño, vasijas trípodes, jarros, vasos, tiestos, herramientas, ánforas, platos y fragmentos de pieza.

Las Tolas Socapamba formaron parte de un asentamiento Cara muy importante de la región y su multiplicidad de formas obedecieron a usos y objetivos específicos.

### **4.3. Cotacachi**

La ciudad de Cotacachi está ubicada sobre la hoya de Ibarra, en las laderas orientales del estratovolcán Cotacachi, en la parte oriental de los Andes y su altitud promedio es de 2418 msnm. En el 2002, recibió el premio «Ciudades por la paz» otorgado por la UNESCO y, en el 2007 recibió el Premio Ciudades Digitales Otorgado por AHCJET.

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.

Es un pueblo famoso por el impecable acabado de sus trabajos hechos en cuero y trabajados a mano. Los fines de semana son una buena oportunidad para ver a los artistas trabajar y sorprenderse por la maestría que demuestran en el arte de la talabartería.

El cantón está formado por 10 parroquias: Sagrario, San Francisco, Apuela, García Moreno (Llurimagua), Imantag, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez (Calvario), Quiroga, 6 de Julio de Cuellaje y Vacas Galindo (El Churo).

#### **4.3.1. Fiestas importantes**

***Fiesta de Jora.*** - Se celebra la segunda semana de septiembre, en homenaje de los adoradores del Sol durante el equinoccio de septiembre. Es la fiesta de la bebida milenaria procesada con el Maíz por los aborígenes donde la municipalidad desde hace varias décadas elige una soberana.

***Fiesta del Inty Raymi*** - Se celebran en junio, con el baño ritual, conocido como acto de purificación dentro de su calendario agrícola junto con la cosecha del maíz, en esto se realiza manifestaciones de la cultura indígena por su colorido, vestuario, música y danza.

#### **4.3.2. Gastronomía**

- **Carnes Coloradas:** la carne se aliña, se cuelga para que se seque, después de una semana se corta en pedazos y se fríe en manteca. Se acompaña con maíz, papas cocinadas, salsa de queso y aguacate.
- **Chicha de Jora:** bebida sagrada de los dioses, elaborada a base de maíz germinado, cocido y fermentado en un recipiente de arcilla hasta alcanzar un grado de alcohol.
- **Dulces:** entre los dulces más conocidos tenemos los helados de paila, los dulces a base de frutas como de membrillo, guayaba, el arrope de mora y nogadas.

#### **4.3.3. Sitios de interés**

*Bosque Protector los Cedros*

Este Bosque Protector se localiza en la provincia de Imbabura, al norte del río Guayllabamba, cerca de su confluencia con el río Magdalena, y es adyacente a la

Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas. Es una de las áreas protegidas privadas más importantes del país.

En esta zona se sobreponen dos de las más importantes áreas de mega diversidad, los bosques húmedos del Chocó y la cordillera de los Andes tropicales. Ambas con gran cantidad de especies propias, tanto de plantas como de animales, principalmente de anfibios y aves.

Los Cedros ocupa parte de la cordillera de Toisán y está rodeado por tres importantes ríos: el Manduriaco Grande, el Verde y el Magdalena Chico.

En el Bosque se han identificado más que 216 especies de pájaros, 180 de orquídeas y 600 de polillas. En la actualidad Los Cedros está participando en un gran esfuerzo para evitar la extinción de una especie prácticamente endémica del Ecuador el mono araña de cabeza café.

- Caminatas: Recorrido por el bosque primario, senderos que permiten al visitante conocer la diversidad de plantas y animales propios de bosques húmedos tropicales.

### *Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas*

Considerada una de las más importantes áreas protegidas del mundo debido a su alta biodiversidad por la presencia de especies endémicas que vienen de la provincia natural del Chocó.

La Reserva está dividida en dos regiones: la zona baja que se extiende desde los límites andinos en dirección a la llanura costanera y encierra ríos caudalosos que en su recorrido pierden fuerza y se abren paso por una vegetación selvática. La zona alta se encuentra en la provincia de Imbabura y asciende hacia los altos Andes.

La ubicación de la Reserva, junto con el rango altitudinal que abarca, son los motivos principales para tan alta biodiversidad. Esta zona encierra uno de los ecosistemas más ricos del planeta.

- Atractivos

- Laguna de Cuicocha: está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas es el sitio más visitado por su buena accesibilidad. Esta laguna es conocida como laguna de los Dioses o Tsui - Cocha.
- Lagunas de Piñán: es un conjunto lacustre de origen glacial, compuesto por lagunas permanentes de diferentes tamaños que en temporada de invierno se llegan a contabilizar hasta 35 lagunillas, siendo las más grandes la de Donoso y Yanacocha.
- Salto del Bravo: es una pequeña playa cerca de la confluencia de los ríos Agua Clara y Bravo Grande. Allí existen inmensas piedras a la mitad del cauce del río que provocan un ensordecedor "salto" de agua.
- Charco Vicente: es un tramo de Salto de Bravo que forma un cuerpo de agua particular. Aquí inicia y termina un sendero de más o menos 5 km. que incluye puentes sobre esteros y miradores construidos sobre los árboles.
- Salto del Santiago: está cerca de la confluencia de los ríos Lachas y Santiago.
- Cascada de San Miguel: es una caída de agua de aproximadamente 100 metros, pero de bajo caudal, se encuentra escondida a 8 horas de dura caminata adentrándose en la Reserva desde el Charco Vicente.
- Río Guaduro: es el único acceso terrestre a la zona baja. Se inicia al sur de la Reserva en la población de Rosa Zarate más conocida como Quinindé por un camino de segundo orden que en tres horas lleva hasta el poblado de Cristóbal Colón y desde allí se realiza una caminata que toma casi una semana hasta llegar al límite del sitio.
- Sendero Indio Bravo: en la zona baja se puede visitar el sendero Indio Bravo que comunica a los poblados de Corriente Grande y Charco Vicente.
- Sendero Mario Apolo: este sendero se encuentra entre las poblaciones de Playa de Oro y Charco Vicente fuera de los límites de la Reserva.
- Cordillera de Toisán: es un sector de bosque nublado importante por su composición florística y gran diversidad de fauna especialmente de aves. Este lugar es de muy difícil acceso.

- Cordillera de Lachas: es una zona de bosque húmedo tropical.<sup>31</sup>

### *Valle de Intag*

Es un lugar que además de ofrecerle sus exuberantes frutas tropicales, paisajes y sitios ideales para pescar, le brinda la oportunidad de disfrutar de sus cálidas aguas termales, siendo su principal atractivo el Balneario de aguas termales de Nangulví.

Este valle es una reserva natural que permite la observación de flora y fauna exótica, se extiende hasta Esmeraldas en la Costa. Esta zona es actualmente un potencial centro agrícola, maderero, ganadero y minero.

En el valle de Intag se elaboran tejidos de la cubaya a mano, con la técnica de nudo o agujetas, logrando hermosos productos como carteras, bolsos, portamacetas, hamacas, sombreros.

Los lugareños también realizan macetas que se tallan en un tronco de madera similar a la balsa, luego son decorados con figuras sencillas como rombos y líneas.

#### - Atractivos

- Río Intag: está formado por los afluentes de los ríos: Pamplona, Aguagrún, San Pedro, Nangulví, Toabunche, y Cristopamba, que descienden del río Yanahurco y la Cordillera del Toisan. Sus aguas poseen gran riqueza ictiológica apta para la pesca deportiva.

- Balneario de Nangulvi: es un manantial de aguas termales de origen volcánico rodeado de colinas cubiertas de bosque primario. Las aguas de este balneario poseen propiedades curativas para enfermedades de tipo respiratorias.

---

<sup>31</sup>Reserva ecológica Cotacachi-Cayapas.<https://ec.viajandox.com/cotacachi/reserva-ecologica-cotacachi-cayapas-A953>

- Río Cristopamba: nace en las laderas orientales de la cordillera de Toisán, tributario del río Intag, recorre las extensas llanuras y valles cubiertos de bosques andinos y subtropicales.

- Tolas de Gualimán: en el Valle de Intag, en Imbabura, se encuentra estratégicamente ubicado Gualimán, un lugar ceremonial preincásico con tolas piramidales y rampas de acceso. También contiene vestigios arqueológicos que forman parte de un pequeño museo de sitio allí levantado.

- Bosque Protector Azabí: ubicado en la zona de Intag, donde se puede observar wicundo, bromelias, y animales como el oso de anteojos.

### *Volcán Cotacachi*

Es el único volcán con presencia de nieve en la provincia, es llamado Huarmi Raso o Cerro Hembra. En la actualidad muestra pequeños signos de actividad que son visibles en un recorrido en lancha. Su nombre se deriva de una lengua de origen preincásico "Tsui cocha" o "laguna de los dioses".

- • Atractivos

- Laguna de Cuicocha: está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y es el sitio más visitado por la buena accesibilidad que tiene.

- Leyenda la Mama Cotacachi

“Ni de Otavalo, ni de Cotacachi, se puede hablar con el gran volcán. Para observarlo en el rostro, en los ojos, hace falta acercarse a su lado sur: solo de ahí se puede admirar su belleza. El Cotacachi es en realidad una mujer, bastante joven y muy linda llamada “Mama Chavica” o “María Isabela de las Nieves”.

La leyenda cuenta que hace mucho tiempo, donde hoy se ve la laguna de Cuicocha, existía una montaña mucho más grande que el mismo Chimborazo. Esta tenía la forma de una mujer muy vieja, así que los otros volcanes ni siquiera se fijaban en ella. La gran montaña sufría mucho por esto, así que un día decidió morir para renacer más joven.

Se unció en las entrañas de la tierra y cerca del lugar surgió en forma de nuevo volcán: la espléndida Cotacachi a 4939 metros. Pero la mala suerte en asuntos sentimentales no abandonó a la nueva montaña. El primer cerro que se dio cuenta y apreció la belleza del volcán fue el viejo Pichincha, el Rucu Pichincha.

De su amor nació el Guagua Pichincha, que originalmente vivía junto a la madre. Cuando la mama Cotacachi se dio cuenta que cerca de ella había otro cerro, el Imbabura, mucho más joven y lindo que su esposo, decidió quedarse con él, sin hacer caso a lo que se dijera. De hecho, era cierto que el Imbabura sabía hacer el amor con muchas otras montañas, pero como esto lo hacía envejecer rápidamente, pronto decidió quedarse con la mama Cotacachi. Cuando de noche el Imbabura visitaba la mama, ella se despertaba cubierta de nieve y hasta hoy sigue siendo así. La nueva pareja tuvo un hijo, el Yanahurco (cerro negro), que lastimosamente murió joven, así que hoy se ve velado y llorado por tres montañas llamadas las viudas.

La traición de la mama Cotacachi no quedó sin castigo. Su viejo esposo, el Rucu Pichincha no toleró ser abandonado así y buscó su venganza. Una noche se acercó a la mama y le quitó su primer hijo, el Guagua Pichincha, llevándoselo y poniéndolo cerca de sí, pero de manera que la mama pudiera verlo y sufrir de su lejanía. La mama se puso a llorar y hasta ahora no acaba. Quien visita la laguna de Cuicocha, nacida del dolor del volcán puede notar el torrente de lágrimas, llamado Chumaví, que baja del rostro del Cotacachi.

Hace tiempo, el taita Imbabura solía visitar más frecuentemente a la mama Cotacachi que hoy; había a menudo nieve y los indígenas habían aprendido a aprovechar este recurso”.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>Volcán Cotacachi. Tomado de: <https://www.ec.viajandox.com/cotacachi/volcan-cotacachi-A958>

## *Laguna de Cuicocha*

Está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, la particularidad de esta laguna es que en su centro están ubicados dos islotes que llevan los nombres de Teodoro Wolf y José María Yerovi, separados por el "Canal del ensueño". Estas islas son producto de pequeñas erupciones que siguieron al tremor principal.

La laguna de Cuicocha está en el interior del cráter del volcán Cotacachi que se originó tras una explosión volcánica hace miles de años, razón por la cual carece de orillas.

El lago es considerado sagrado, cuyas aguas son escenario de ritos de purificación. Cada año, en tiempo del solsticio de verano, se realizan baños de purificación a las orillas del lago.

### - Atractivos

- Mirador Cuicocha Loma: puede realizar una excursión al mirador Cuicocha Loma.
- Mirador de las Antenas: se encuentra al noroccidente de la laguna de Cuicocha. Desde este lugar es posible alcanzar una vista panorámica del Lago San Pablo y los cantones Otavalo, Atuntaqui e Ibarra, así como también los páramos de Mojanda y más poblados del callejón Interandino.
- Artesanías: Al ingresar al lugar encontramos algunos puestos de artesanías con artículos de cuero como billeteras, carteras, cinturones, maletas, zapatos, ropa, entre otros. Tejidos de lana y más.
- Kayak: El turista puede alquilar canoas que disponen las hosterías del lugar, canoas para dos personas, con sus respectivos remos y chalecos salvavidas.

Además, el turista puede tomar un curso de un día y medio, que inicia el viernes, se aprende la técnica en el manejo de los remos.



#### **4.4. Pimampiro**

Pimampiro cuenta con un gran potencial paisajístico y etnocultural, los diferentes pisos climáticos de los ecosistemas naturales que forman su territorio ofrecen una variedad de zonas de vida, desde los valles y páramos, entre los cuales todavía se encuentran bosques nativos primarios.

El ser parte de la Reserva Ecológica Cayambe – Coca, con una amplia área de amortiguamiento, es un imán para el desarrollo de actividades de ecoturismo.

Uno de los más hermosos atractivos que posee Pimampiro es la Laguna de Puruhanta en donde se practica la pesca deportiva encontrándose la trucha “arco iris”, en este sector se puede encontrar diversidad de plantas medicinales, aves y animales propios de este ecosistema.

##### **4.4.1. Fiestas importantes**

***Fiesta de Cantonización.*** - Es tradicional realizar la carrera de coches de madera en fiestas importantes como las de cantonización en mayo, donde todas las manifestaciones culturales, deportivas y sociales son compartidas con el turista, la carrera se inicia en el sitio denominado El Alizal con un recorrido de 10Km.

##### **4.4.2. Gastronomía**

- **Caldo de gallina criolla:** se lo prepara con carne de gallina, arroz, alverja, zanahoria, sal, comino, cilantro, cebolla, etc.
- **Cuy con papas:** cuy asado al carbón acompañado de papas cocidas y encebollado.
- **Chicha de jora:** La chicha se prepara mediante la fermentación del maíz, quinua, cebada o harina acompañadas de panela o azúcar común. Así también, frutas de la región como el tomate de árbol, mora, taxo y naranjilla son utilizados como ingredientes.

#### **4.4.3. Sitios de interés**

##### *Cascada de Agua Clara de Tornillos*

Tiene aproximadamente unos 30 metros de altura la misma que se encuentra junto al río Molinoyacu, estas aguas nacen desde lo alto de la cordillera.

Durante el recorrido se puede observar diferentes paisajes naturales y atractivos naturales como: bosque de alisos, en su hábitat natural acoge la presencia de aves y mamíferos.

##### - Atractivos

- Vado de Molinoyacu: es una formación natural que tiene esta área, está rodeada de estructuras pedregosas dándole la apariencia de una piscina con aguas muy cristalinas, el visitante puede disfrutar de un refrescante baño, óptimo para recobrar las energías durante el trayecto a recorrer.

##### - Atractivos Cercanos

- Laguna de Puruhanta: se ubica entre riscos y montañas en forma de un cráter de volcán y rodeada de recursos naturales.

- Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas: considerada una de las más importantes áreas protegidas del mundo debido a su alta biodiversidad por la presencia de especies endémicas que vienen de la provincia natural del Chocó. Se encontraron restos arqueológicos del sector El Inca, que habría sido un cementerio o que fue una especie de bunker donde vivían familias completas en la época preincaica o incaica. Las muestras arqueológicas se exponen en los principales museos de nuestro país.

##### - Atractivos cercanos

- Hacienda La Mesa: Es un recurso poco reconocido, poseedor de importantes vestigios arqueológicos del período de integración, el Cerro Cebadal cuyo perfil montañoso es sorprendido por una serie de terrazas de cultivos precolombinos.

- **Páramo Reserva Ecológica Cayambe-Coca:** un páramo que tiene una altura entre los 3500 y 3600 m s. n. m. Lo más importante de este lugar son los días despejados donde se puede apreciar áreas cubiertas de pajonales, chacras cultivadas, la laguna de Puruhanta, el nevado Cayambe y parte del volcán Imbabura.

### *Laguna de Puruhanta*

Es un icono del turismo de naturaleza en la zona de amortiguamiento de la Reserva Cayambe–Coca.

En la caminata hacia la laguna, se pueden observar diferentes paisajes naturales y atractivos naturales como el bosque de alisos, en su hábitat natural se acoge la presencia de aves y mamíferos.

Atravesando el río Palahurco se llega a las cabañas de San Juan de Palahurco, se resalta este sitio por la abundante variedad de especies vegetales propias de este ecosistema como son el aliso, el pumamaqui, guayusa de campo, entre otros.

- **Desfiladero y llegada a la laguna de Puruhanta:** uno de los atractivos natural que se encuentra al Nororiente de Imbabura, denominada como provincia de los lagos por sus aguas cristalinas.

Este desfiladero pertenece también a la Reserva de Cayambe, el cual está rodeado de picos rocosos, arbustos y bromelias, a más de esto se obtiene una hermosa vista de lo que es el cubierto de la laguna, la misma donde se puede realizar pesca deportiva y paseo en canoa.

### *Bosque Medicinal Jambi Sacha*

La Asociación Nueva América es un grupo comunitario trabajando para la conservación de su ecosistema único. Por el cuidado de su bosque, la Asociación recibe el pago por Servicios Ambientales, experiencia innovadora única en el Ecuador, se comercializan plantas medicinales tradicionales a través de su grupo de mujeres y desarrollan la actividad eco turística.

Ofrece oportunidades increíbles para observar aves y plantas propias de estos ecosistemas. Los atractivos incluyen: bosque andino y páramo, caminata a la laguna Puruhuanta, el callejón incaico, orquidearios, plantas medicinales, además se puede degustar platos típicos constituidos por productos de la zona.

Jambi Sacha, bosque medicinal en kichwa, es una organización de mujeres indígenas, quienes recolectan sosteniblemente plantas medicinales desde el bosque húmedo de los Andes, en Nueva América, en el norte del Ecuador.

- Atractivos

- Bosque de alisos: se puede observar un paisaje natural donde se cuenta con la presencia de varias aves, mamíferos y al fondo una gama de colores verdes que reflejan lo natural de este paisaje.

- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas: considerada una de las más importantes áreas protegidas del mundo debido a su alta biodiversidad por la presencia de especies endémicas que vienen de la provincia natural del Chocó.

La Reserva está dividida en dos regiones: la zona baja que se extiende desde los límites andinos en dirección a la llanura costanera y encierra ríos caudalosos que en su recorrido pierden fuerza y se abren paso por una vegetación selvática. La zona alta se encuentra en la provincia de Imbabura y asciende hacia los altos Andes.<sup>33</sup>

#### **4.5. Antonio Ante**

Es el cantón más pequeño de la provincia, goza de un clima agradable y posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera "El granero de Imbabura". Sus campos multicolores fueron el lugar de verano del Inca o Emperador y su comitiva.

---

<sup>33</sup><https://ec.viajandox.com/pimampiro/bosque-medicinal-jambi-sacha-A962>

La gran producción de caña de azúcar permite la existencia de la tradicional “molienda”, industria casera productora de: “panela”, “aguardiente”, el típico “otavalillo”, y las deliciosas “melcochas”, son razones suficientes para hacer de Antonio Ante un verdadero atractivo turístico.

El cantón recibe su nombre en honor al prócer independentista Antonio Ante, quien participó del Gobierno conformado en el Estado de Quito, la primera nación independiente nacida en el actual Ecuador.

#### **4.5.1. Fiestas importantes**

***Fiestas de cantonización*** -Entre el 12 de febrero al 2 de marzo, se organizan actividades como: la caminata “Arrieros por Siempre”, el gran “Paseo del Chagra”, el delicioso “Festival Gastronómico”, la competencia de “Coches de Madera”, las internacionales “riñas de gallos”, así como las competencias de alto riesgo entre las que destacan las competencias vehículos 4x 4 y motociclismo, en la pista Internacional de “Alobuela”.

***Moda Expo Atuntaqui y Fiesta de Carnaval.*** - Por su característica de ciudad textil, la feria es un espacio para fomentar negocios a nivel nacional e internacional. Asimismo se efectúan diferentes shows artísticos para deleitar a turistas y visitantes tanto nacionales como internacionales.

#### **4.5.2. Gastronomía**

- **Fritada de Atuntaqui:** Carne de cerdo frita, servida con papas y plátano maduro, mote, choclo y maíz tostado.
- **Cuyes de Chaltura:** A estos cuyes se los acompaña de mote, tostado, choclo, papas, lo cual deleitan los paladares no solo a la gente de ahí sino también a los turistas, este plato da a conocer el potencial agropecuario del cantón.
- **Dulces:** En este rincón del Ecuador hallamos: refrescante y típicos helados de crema o frutas, acompañados de las tradicionales “cosas finas” (suspiros, mojicones, panuchas, rosquetes) que son elaborados a base de harina de maíz,

complementan su banquete gastronómico en esta rica y productiva región de nuestro país.

### **Sitios de interés**

#### *Artesanías en Cabuya*

Es una forma de vida de la población del Cantón Antonio Ante, surge de la necesidad de supervivencia, la materia prima viene de la zona de Intag y del valle de Lita.

En la parroquia San Roque se confeccionan costales, alforjas y alpargatas en cabuya, una fibra muy resistente que se extrae de la planta de la “penca”.

La cabuya es utilizada en el país para la fabricación de envases (sacos), hilos, cordeles, alfombras, shigras, hamacas, rodapiés, tapices, tapetes, para terminación de viviendas y edificios, adornos de calzado, sogas, soguilla y otros usos.

La población indígena, en su totalidad, se dedicaba a la agricultura y ganadería; y, la mestiza, en su mayoría, a la producción de sogas y costalillos a base de cabuya.

El telar referido tiene cierta similitud con el telar para tapices, se utiliza un hilo grueso que se llama trama, un hilo delgado urdido, las canillas y la lanzadera. El telar está compuesto de peines lisos, pedales, etc.

#### - Atractivos

- Artesanías en lana (tapices): Estas artesanías tienen su origen en épocas anteriores a la llamada conquista española. Los grupos se ubicaban en diversas comunidades geográficas pero la forma de los tejidos era similar en todas ellas a pesar de existir dos tipos de telares, los de origen español y el telar primitivo denominado de cintura o cashuas.

## *Industria Textil*

Atuntaqui, considerada como la más grande en industria textilera, que brinda trabajo al 80% de la población con sus varias fábricas textiles, la gente trabaja y atiende amablemente en especial a los turistas.

Esta ciudad, reconocida como el “Centro Industrial de la Moda, viste al 20% del Ecuador a través de sus almacenes, la feria textil de los días viernes y la movilización de sus productores a las principales ciudades del país para comercializar el excelente producto. Exporta a países como Colombia, Perú, Chile, Costa Rica, Argentina, entre otros.

En Imbabura se elaboran tapices, fajas, manteles, blusas bordadas, sombreros de paño entre otros objetos, mientras que en la segunda se destacan los tejidos de ikat, ponchos, macanas, cobijas, pantalones y otras prendas elaboradas en telar de cintura.

Cuenta con un alto potencial turístico en el que destacan otros atractivos como la artesanía, medicina popular, gastronomía, textilera moderna, danza, música y literatura.

Ese gran potencial textil que es Atuntaqui tiene su razón y justa descendencia, desde aquel esforzado trabajo que realizó el pueblo en la magistral y monumental factoría, la “Textil Imbabura”.

### - Atractivos

- Almacenes Comerciales: generación tras generación la gente de Atuntaqui con su habilidad y trabajo de todo un largo tiempo ha dado a conocer el adelanto de la tecnología con la cual hicieron de esta ciudad productiva, industrial y competitiva con la creación de varias microempresas.

- Expoferia Atuntaqui: evento que se realiza durante cinco días (entre febrero y marzo), organizado por la Cámara de Comercio de Antonio Ante a través de su Comisión Expoferia con el aporte del Gobierno Municipal, que han hecho de esta exposición la gran vitrina que muestra el potencial Industrial-Textil, Artesanal, Agropecuario y Gastronómico.

## *Natabuela*

Dedicada a las labores del campo, se caracteriza principalmente por sus tradiciones y celebraciones culturales que se evidencian en los meses de abril, julio y octubre. No es menos importante lo vistoso y llamativo de su vestimenta, única en el mundo en el que predomina el excelente bordado hecho a mano y que se le puede apreciar en los días festivos del pueblo.

El pueblo Natabuela supo conservar sus formas tradicionales de organización, como todos los pueblos de la nacionalidad kichwa mantienen la minga como forma de cooperación colectiva en el trabajo; así mismo, continúa vigente la práctica de la medicina ancestral conocida como Jambí Yachak. En Natabuela se valoran la presencia y participación de la mujer en todos los aspectos.

La música constituye otro elemento cultural que merece especial mención; en la actualidad cuentan con grupos de música y de danza que han asumido el papel de voceros de una cultura histórica, de una manera de ser y de convivir que debe ser conocida, valorada y difundida.

### - Vestimenta

El varón con sus pantalones blanquísimos casi hasta los tobillos, con su alba blusa cuyas anchas mangas llegan a los codos, con su poncho de vivos colores y su sombrero de gigantesca y arremangada falda con una cinta de color vivo, generalmente rosa intenso.

La mujer utiliza un anaco negro de lana que pende de su cintura, todo su cuerpo está cubierto por una limpia y blanca camisa, bordada en su corpiño con flores de colores y matices diversos que lo diferencian de otras culturas de la misma provincia de Imbabura. Áureas cuentas adornan su cuello y brazaletes de coral sus muñecas.

Cubre su espalda con un mantón blanco de fuerte lienzo, y en su cabeza exhibe un sombrero semejante al de su marido, pero de diferente forma. Así se lo mira hoy en su parroquia.

### - Economía



En la actualidad su economía se basa principalmente en la agricultura, artesanías en madera y confección de prendas bordadas. Otras actividades constituyen la albañilería, pequeños comercios manejados por mujeres y la crianza de animales menores.

### *Iglesia del Santo Sepulcro*

La iglesia original se construyó en 1601 de lo que solo queda un atrio de origen colonial. Está ubicada en el centro de Atuntaqui. Fue reconstruida mediante mingas que se organizaron entre todos los habitantes, reivindicando su fe católica.

Las obras que se encuentran dentro de la iglesia son las del Santo Sepulcro, Corazón de Jesús, Santo Domingo, Santa Martha, Virgen de las Mercedes, San Vicente Ferrer entre otros.

#### - Atractivos

- Semana Mayor y Corpus Cristi, las manifestaciones culturales religiosas se evidencian con mayor fuerza a través de la organización de “procesiones con cuadros vivos”, demostrándose la gran religiosidad y devoción de la gente con su masiva concurrencia.

- Día de los Difuntos: El 2 de Noviembre la tradición se destaca como única en el país. Su deliciosa gastronomía característica de cada una de éstas fechas como es: “fanesca”, “arroz de dulce”, “melcochas”, el tradicional y sabroso “champús” de finados, la “colada morada” con “guaguas de pan”, destacan como parte del atractivo turístico y cultural de Antonio Ante.

## **4.6. Urcuquí**

El nombre que lleva este cantón se origina, luego de que, en estos territorios, en la antigüedad, fueron habitados por diversos Ayllus (familias indígenas), donde por la organización muy desarrollada predominaron los Urcuquíes, quienes dieron el nombre de URCUCIQUE, que fonéticamente se compone de dos voces kichwas: URCU, que quiere decir cerro y, CIQUE, que quiere decir asiento; es decir “asiento de cerro”. En

la actualidad la composición fonética con el español determinó a este pueblo como Urcuquí.

- El cantón está formado por 6 parroquias: San Miguel de Urcuquí, Pablo Arenas, Cahuasquí, Buenos Aires, San Blas y Tumbabiro.

#### **4.6.1. Fiestas importantes**

***Fiestas de cantonización*** - *Se celebra 15 días antes del 9 de febrero, durante la fiesta se realiza el pregón, elección de la reina, sesión solemne y todas las manifestaciones de carácter social, cultural y artístico.*

***Fiesta de San Miguel Arcángel*** – *septiembre. En estas fiestas sobresale el pregón de la alegría que congrega a todas las comunidades.*

#### **4.6.2. Sitios de interés**

##### *Jardín Botánico Yachay*

El Jardín Botánico Yachay es una institución dedicada a la conservación, conocimiento y valoración de la flora del Ecuador mediante la investigación científica y la generación de espacios de educación, cultura y esparcimiento. Intenta equiparar a los jardines botánicos más grandes e importantes del mundo y convertirse en un referente para el cuidado y manejo de la flora en nuestro territorio.

Abrió sus puertas en noviembre de 2014, el Jardín Botánico Yachay cuenta con más de 150 hectáreas, divididas en exhibiciones temáticas temporales y permanentes, y espacios de recuperación de vegetación natural.

Ubicado en la ex hacienda San Eloy, en Urcuquí, a 2 km del Campus Patrimonial, en el jardín se pueden realizar caminatas guiadas y uno de los puntos de interés es la loma San Eloy donde se aprecia una hermosa vista panorámica de toda la ciudad. <sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Urcuquí. Tomado de: <https://www.ec.viajandox.com/imbabura/urcuqui-C81>

## Costumbres y Tradiciones

La población del cantón Urcuquí cuenta con varias costumbres y tradiciones:

- Fiestas de San Juan o Inti-Raymi: las comunidades indígenas celebran la Fiesta del Sol, danzando en círculo con sus mejores trajes. Los hombres llevan zamarros y caretas para dirigir. Se realiza para agradecer al Sol (Inti) por la abundancia de las cosechas de la Pachamama, es comunicarse con todo lo divino durante esta fecha.

- Fiestas del Maíz: las mujeres preparan deliciosa chicha de jora con maíz amarillo, luego la depositan en una olla de barro o pondo para que fermente. Y durante la fiesta reparten a todos los visitantes.

Al maíz sobrante lo guardan en colcas o trojes para elaborar pan, colada, sango y tostado. Esta fiesta coincide con la celebración de la Virgen del Carmen.

- La Siembra: en los meses de abril y octubre, la tierra se encuentra húmeda por acción de las lluvias y esto facilita romper en distintas direcciones con el arado utilizando bueyes y tractor a fin de que se conviertan en abono a las hierbas y malezas que existen en ella, forman los guachos u surcos por donde correrá el agua de nuestras acequias o el agua de lluvia. Se cultiva caña, maíz, fréjol y legumbres en el sector cálido; y, trigo, cebada, lenteja y ocas en el sector frío.

- Los Inocentes: la temporada de los inocentes se da inicio los últimos días del año viejo hasta la primera semana del Año Nuevo, niños, jóvenes y adultos se prestan para celebrar e imitar a personas que durante el año han llamado la atención con ciertas actuaciones especiales, regocijando a los que observan, vemos a los jóvenes que realizan la inocentada con las características de los seleccionados, que con astucia se apoderan de sus dueños y quien es remedado (imitado), goza al verse representado ya que es sano el esparcimiento. Se cierra con un gran baile de disfraces, los hombres se visten de mujeres y las mujeres de hombres, participan personas de todas las edades, existe un cabecilla, que utiliza un látigo para que los curiosos no interrumpan, se observa como brindan y toman licor y café, pero minutos más tarde indica el que brindaba que el compuesto es agua, café y sal, que se trata de una inocentada, para servir después aguardiente.

- Pelota de Viento: una pelota de caucho de un kilo de peso, y una raqueta de tabla con pupillos plásticos de 10 lb, son las herramientas para la diversión de este deporte tradicional. Se juega en dos mezas o Kotos, cada uno de tres juegos, entre 2 y 5 personas. San Blas, Pablo Arenas y Buenos Aires, son las parroquias aficionadas a este deporte.

- Paseo del chagra: llegan los mejores jinetes y caballeros de paso a nivel de todas las provincias del país para exhibir sus habilidades. Es muy atractiva esta fiesta, los premios son trofeos y reconocimientos económicos. Es el momento propicio para hacer negocios de los mejores ejemplares.

- Riña de Gallos: en la ciudad de Urcuquí, centenares de personas asisten a la gallera los días domingos o fiestas religiosas por la tarde y noche.

- Semana Santa: es muy renombrada la procesión del encuentro realizada el Viernes Santo desde hace cuarenta años, la cual consiste en la personificación con cuadros vivos de los acontecimientos según reza en la Biblia, con lo que se representa el Vía Crucis de Jesucristo (Vida, Pasión y Muerte de Jesús).

- Toros Populares: en diciembre, la parroquia de Cahuasquí organiza sus fiestas, el número principal es la corrida de toros. En la tarde empieza la primera corrida, los organizadores inician la venta de los boletos para el ingreso a la corrida de toros, sueltan a un pequeño novillo para que toreen los jóvenes. Los músicos son quienes dan alegría a la fiesta taurina, sale el segundo toro de la tarde, es un barroso alto que lo han colocado braguero, en su lomo exhibe una hermosa colcha, comienza la faena y la disputa es cada vez mayor entre los novieros.

#### - Atractivos

Parroquia Iruguincho: ubicado a 5 kilómetros de Urcuquí es un pequeño poblado habitado por el campesino.

Parroquia Pablo Arenas: caracterizado por una atractiva arquitectura colonial, este pueblo data del siglo XVI y lleva el nombre en honor al prócer de la independencia.

La Loma de la Hacienda Mindaburlo: lugar importante para los ancestros, quienes veían en esta elevación al "Dios del poder", en ella se realizaban ceremonias y sacrificios para agradecer y pedir bendiciones al Inty Yaya (Dios Sol). Aquí se pueden realizar recorridos turísticos hacia el sector, podrá disfrutar de una vista incomparable y observar la ciudad de Urcuquí, que descansa en sus faldas.

*Termas de Chachimbiro: Santa Agua Termas de Chachimbiro es el principal complejo turístico termal del norte del Ecuador, ubicado en la parroquia rural de Tumbabiro, cantón Urcuquí. Las aguas son de tipo mesotermal, es decir, con temperaturas medias entre 30 a 50 °C, contienen una alta presencia de cloruros y sulfuros de hierro, magnesio, cobre, flúor, cloro, bromo, yodo, entre otros, que actúan como regulador digestivo, estimulante del sistema cardiovascular, estimulante diurético y del sistema nervioso central. Así como también antiinflamatorio en traumatismos, neuralgias, artritis, reumatismo y para contrarrestar infecciones cutáneas y ginecológicas.*

El clima de la zona es cálido seco con una temperatura promedio entre 16 y 22° C. se refresca periódicamente con las ráfagas de viento que llegan desde las montañas.

- Atractivos

- Área Recreativa: esta área consta de juegos y piscinas para niños, tobogán y piscinas de recreación, salón de juegos, discoteca y karaoke bar, masaje de barro, turco natural, paseos a caballo, senderos ecológicos, pesca deportiva y tarabita para el deleite de quienes la visiten.

- Área de Agroecología y educación Ambiental: esta área está compuesta por las zonas de agricultura ecológica como horticultura y cultivos asociados. Zona de Apicultura y piscicultura, zona de cunicultura y viveros de especies nativas.

- Área Medicinal: es el exclusivo y completo espacio para el cuidado de la salud. Consta de sauna, turcos y jacuzzi totalmente naturales usando las maravillosas aguas

y la energía que la naturaleza proporciona. Hidroterapia e hidromasajes. Piscinas para rehabilitación con temperaturas entre 45 y 55 °C. Piscina polar. Ozonoterapia en combinación con esta agua. Barro masajes ya que la arcilla es rica en minerales.

- Historia

Las vertientes termales medicinales de Chachimbiro surgen a raíz de un terremoto producido en agosto de 1868, desde entonces fueron conocidas y utilizadas por los pobladores de la zona, sin embargo, la presencia de aguas medicinales es conocida desde épocas prehispánicas.

Las aguas termales de Chachimbiro son de origen volcánico, cuya existencia data desde hace 10 000 años y en el que los remanentes se encuentran a 3 km bajo la superficie de la tierra, con la presencia de una fuente de calor constante proveniente de una cámara magmática en el que el viento está cerrado hacia el exterior. (Beate, 1991)

***Cascada de la Virgen:*** en este hermoso paraje lo más importante es conocer el lugar donde se apareció la santísima virgen de la cascada. La comunidad está en ceja de páramo, sus aguas están a 10 grados de temperatura y se las utiliza como relajante nervioso en combinación con las termas que nacen a su costado.

En la cascada se hace las peregrinaciones a la santísima virgen de la cascada.

- Atractivos

- Finca Bellavista: es una propiedad que esta junto a la cabecera parroquial de Buenos Aires, con una casa para albergue y comedor, conocida como casa azul; el terreno es una pendiente pronunciada con árboles nativos los cuales sirven de hábitat para una gran variedad de orquídeas; hay tres descansos en donde se puede hacer camping.

**Cahuasquí:** *significa lugar de Cosecha Grande. Se encuentra ubicado a 45 kilómetros de la ciudad de Ibarra, aproximadamente a dos horas de los lugares turísticos de Otavalo, Cotacachi y los volcanes de Imbabura.*

- Atractivos
- Toros Populares
- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas





## 5. BRANDING, TURISMO Y PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL CONTEXTO GEOPARQUE IMBABURA

Los instrumentos del sistema de propiedad intelectual proporcionan a quienes dependen del turismo el derecho exclusivo de explotación y de impedir a terceros no autorizados que se beneficien de ese derecho.

En atención a lo estipulado por Tamara Nanayakkara, consejera de la División de Pequeñas y Medianas Empresas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, mediante el documento titulado “La función de la propiedad intelectual en la mejora de la competitividad de la industria turística”, se hace a continuación un análisis de la oferta turística de Imbabura a la luz de las ventajas y particularidades de las herramientas de propiedad intelectual.

Lo anotado se puede sumar al branding. En el mercado competitivo de hoy en día, la tarea de los empresarios es la obtención de capital, la atracción de talento y conseguir ideas de negocio originales, pero tienen en contra una tasa estadística de fracaso asombrosa. Pero siguiendo algunos principios básicos relacionados con el diseño, la comercialización y la experiencia del usuario-postulados de algunos de los negocios más potentes que hay, que pueden aumentar sus probabilidades de iniciar y mantener una marca de éxito.

1. Simplicidad. - Si bien es tentador tratar de ser todo para todos, una de las maneras más impactantes de sobresalir en un mercado saturado es hacer una cosa así. Vrai y Oro es una línea de joyería que se quitó la norma categórica de crear para gente con dinero o artículos de temporada, centrándose en cambio en una línea limitada de piezas clásicas.

El nombre de la marca se traduce en "verdad y oro", y eso es exactamente lo que los consumidores pueden esperar de sus ofertas con una simplicidad que corta a través del desorden de ofertas de los competidores. Incluso el diseño web sencillo y el proceso de pedido simple son una perfecta extensión de la dedicación de la compañía a la transparencia.

2. La disrupción. - Las estrategias que rompen con las normas pueden obligar a toda una categoría de productos a reevaluar su comportamiento. Al haber crecido en una familia de farmacéuticos, TJ Parker estaba frustrado por la complejidad de la empresa. Su compañía, PillPack, es la primera farmacia en línea diseñada para ayudar a las personas a tomar el medicamento correcto en el momento adecuado.

Usa pre envasados de medicamentos y los entrega a los clientes en paquetes con fecha y hora convenientes, asegurando que no hay deficiencias en la atención. En lugar de simplemente mejorar con respecto a su competencia, PillPack ha reinventado una categoría.

3. Expresión original. - Una declaración en negrilla o expresión pueden establecer una nueva narrativa y actitud. Tina Roth Eisenberg se inspiró para comenzar Tattly, con sede en Brooklyn, un día en que su hija llegó a casa después de una fiesta de cumpleaños con un tatuaje temporal antiestético.

Como diseñadora estaba molesta por la imagen mal diseñada, pero vio una oportunidad.

Tattly es ahora un negocio rentable con asociaciones comerciales con Forever 21, Urban Outfitters, J. Crew y el Museo de Arte Moderno. Es un nicho en la industria, pero Tattly está impactando de manera audaz.

4. Grandes Ideas. - Una idea innovadora que evoca la emoción puede generar lealtad a la marca de forma inesperada y duradera. Spirits Company Johnnie Walker ha patrocinado una galería de arte aún no creada. Diez artistas muestran lienzos en blanco con la promesa de producir un trabajo increíble sobre ellos y desafían a los compradores a adquirir las piezas con antelación. La subasta se vende al triple de la cantidad esperada.

Mientras que Johnnie Walker no es conocido por el arte, la subasta Futuro es una manifestación física de la personalidad de la marca, mostrando la creencia de la compañía en el potencial de las personas, transformando la forma en que los coleccionistas compran piezas de arte y cambiando cómo las nuevas artistas comienzan su carrera.

5. El simbolismo. - Poderosos símbolos trascienden palabras para desencadenar emociones y crear una impresión significativa. El negocio de Lego se basa en un juego de niños, sin embargo, la marca captura la imaginación de casi todo el mundo, independientemente de su edad. Más que ladrillos de colores simplemente elementales, las icónicas piezas de Lego inspiran la creatividad.

6. Significado. - Comprometerse a hacer una conexión auténtica con su público y es mejor que sus probabilidades de provocar una respuesta emocional. Los fundadores de Warby Parker con sede en la ciudad de Nueva York tenían como objetivo proporcionar a los consumidores un estilo de gafas asequible con una misión. Por cada par de gafas que Warby Parker vende, se hace una donación que permite la formación óptica en los países en desarrollo.

Aparte de la postura de desafiar a una categoría de largo estancamiento, la dimensión del impacto social del modelo de negocio era un enfoque novedoso que era un ejemplo a seguir para muchas empresas<sup>35</sup>.

### **5.1. Marcas colectivas y marca Geoparque Imbabura**

Se define la marca colectiva como el signo adoptado por una asociación de productores, fabricantes, prestadores de servicio, organizaciones o grupo de personas legalmente establecidas que sirve para distinguir los productos o servicios producidos o prestados por los miembros de la asociación.

El respecto de este tipo de marcas, es importante resaltar una de las experiencias relatada por Tamara Nanayakkara:

“Logis de France” es una marca registrada de la Fédération Nationale des Logis de France, una asociación de hosteleros independientes que tiene por fin dar a conocer una serie de hoteles de propiedad privada situados en un entorno rural y agrupados bajo la misma denominación.

---

<sup>35</sup> <https://www.ruizsalazar.cl/blog/6-principios-basicos-de-branding/>

La idea que se pretende difundir es la de disfrutar de los servicios de un establecimiento rural de cierta calidad que se halla en armonía con el entorno local y que sirve especialidades culinarias locales. Al valerse de esa **denominación colectiva** y velar por el estricto cumplimiento de los criterios que han de satisfacerse para adherirse a la iniciativa, estos establecimientos no sólo han evitado el abandono de las zonas rurales, sino que han creado un nuevo producto que posee valor añadido. Actualmente, más de 3.000 hoteles son miembros de esta asociación francesa, que se ha ampliado más allá de sus fronteras. Los hoteles se clasifican tanto por categoría como por temas. Si no llega a ser por esa marca tan reconocida y respetada en la actualidad, esos establecimientos no podrían haber competido eficazmente en el mercado del sector de los servicios, altamente competitivo. En ese caso, los hoteles permanecerían en el anonimato y nadie estaría interesado en conocerlos, mientras que la pertenencia a la asociación les garantiza el reconocimiento del público y cierta popularidad. (Nanayakkara, s.f.)

La marca Geoparque Imbabura es el destino de marca al que se dirigen todos los esfuerzos del presente proyecto. La marca Geoparque Imbabura debe ser el fruto del proceso de creación de varias marcas de destino, que el turista deberá interrelacionar gracias a sus logotipos, lemas, lugares, sabores, cultura, expresiones, etc.

A pesar de que son las comunidades las que definen las características de los servicios y de su unión y voluntad depende el éxito de la propuesta, las administraciones de gobierno deben comprometerse con ofrecer el contexto y las herramientas para que esto se pueda lograr.

La marca de destino Geoparque Imbabura servirá como “marca paraguas” que proporcionará a los visitantes una imagen tanto de la provincia, como de los productos y servicios que se comercializan en ella. En este acápite se proponen las marcas que se cobijarán bajo ese “paraguas” llamado Geoparque Imbabura.

Los productores, emprendimientos, asociaciones o entidades que se mencionan en este apartado, fueron descritos con detalle en el punto número cuatro de éste documento.

## **5.2. Atractivos volcánico-turísticos**

Como principal producto turístico se proponen las rutas a los volcanes. Alrededor y por supuesto en los volcanes, existe una importante variedad de posibilidades para desarrollar prácticas turísticas que no excluyen ni al público general, ni a los turistas con intereses más específicos que buscan el estudio y aprendizaje de los volcanes, pasando por el turista de aventura o el amante de la naturaleza.

En este sentido, no todos los volcanes tienen las mismas posibilidades turísticas, aunque sus zonas pueden adaptarse sin que ello implique pérdidas en cuanto a recursos naturales o culturales. Esto depende entre otros aspectos del conjunto de atractivos que posean y de cómo están definidas las políticas turísticas públicas.

En la provincia en estudio, se encuentran el volcán Imbabura, el complejo volcánico Mojanda que está formado por dos centros eruptivos contemporáneos, el Mojanda sensu stricto y el Fuya; y, el volcán Cotacachi.

Este estudio propone analizar las características geológicas de estos volcanes y con base en sus resultados, se puede proponer una gama de posibilidades en materia de geo-turismo. Pero inicialmente, una marca que cubra estos destinos sería ideal en la creación de identidad de la provincia.

## **5.3. Servicios turísticos y culturales**

Se propone que las asociaciones y emprendimientos turísticos que ofrecen servicios como alojamiento, restaurantes, guías turísticas, música, cursos de tejido y otras experiencias tradicionales y culturales de la región se unan bajo una marca común para ofrecer paquetes turísticos con las mismas o muy similares condiciones, siempre con un enfoque de conservación cultural y natural.

Para ello se unificarían criterios y salvo algunos aspectos diferenciadores en cuanto a paisajes o tipicidades de agrupaciones étnicas o culturales, su oferta debería ajustarse a parámetros de calidad y servicio previamente definidos.

Algunos de estos emprendimientos adolecen de uno o más servicios. Por ejemplo, algunos no tienen servicio de hospedaje, otros no tienen servicio de guías, etc., pero

la marca serviría también para encontrar estos faltantes y trabajar en cooperación, en busca de que el turista pueda disfrutar de los beneficios que ofrecen los emprendimientos y, así mismo, los oferentes puedan satisfacer la demanda, que se asume, se incrementará enormemente.

El beneficio para estas asociaciones y emprendimientos serían enormes en tanto podrían hacer publicidad y marketing en conjunto. Esto atraería más clientes y ampliaría la visibilidad de la oferta turística del Geoparque Imbabura.

A la fecha del levantamiento de información de este estudio, dentro de este grupo de oferentes se encuentran en Otavalo: la Asociación Jatary, Asociación Pachamama, Ayllukunapak, Coraza Nan, Inka Tambo, Inka Wasi, Kawsaymi, Ñanda Mañachi, Nueva Semilla, Pakarinka, Sumak Pacha, Hostería Puertolago, Hostería Cabañas del Lago, Museo Otavalango, Fábrica de San Pedro, Parque acuático y Parque Cóndor.

En Ibarra: El museo de Arqueología Regional de la Sierra Norte, la hostería La Estelita, el Centro Cultural Daniel Reyes, Loma Guayabillas.

En Cotacachi: las Tolas de Gualimán y los emprendimientos de alquiler de Kayak y cursos en la Laguna de Cotacachi.

En Pimampiro: La zona de restos arqueológicos del Sector El Inca, la Hacienda La Mesa, las Cabañas de San Juan de Palahurco, La asociación Nueva América y Jambí Sacha.

En Urcuquí: Yachay, estadías en las parroquias Iruguincho y Pablo Arenas. Alojamiento en las termas de Chachimbiro, Finca Bellavista en la parroquia de Buenos Aires.

Por otra parte, se propone que los servicios de guías que hacen parte de esta marca, sean los que dirijan de manera autorizada a los turistas a los siguientes atractivos, para garantizar la calidad en el servicio al visitante y la preservación del medio ambiente, en respeto a la naturaleza y a los habitantes de las zonas:

- En Otavalo: Volcán Imbabura, Cascadas Peguche, San José de Quichinche, Árbol Milenario el Lechero, Lago San Pablo, Cascada Taxopamba, cementerio

indígena, Corazón de Imbabura, Imbabura Ñan, San José de Quichinche particularmente el nudo de Mojanda, lomas de alto Sigsicunga, Pisabo, Cambugan, Cuchicorral, Urcusiqui, Gualsaquí y Cumbas. También Lagunas de Mojanda, montaña Fuya, Wantun Rumi.

- En Ibarra: la Laguna de Yahuarcocha, el mirador San Miguel Arcángel, la playa de Ambuqui, valle de Chota, laguna de Cubilche, Tolas de Socapamba y la Loma Guayabillas.
- En Cotacachi: El Bosque Protector los Cedros, la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas donde se encuentra la laguna de Cuicocha, el Volcán Cotacachi, las Lagunas de Piñán, Salto del Bravo, Charco Vicente, Salto del Santiago, Cascada de San Miguel, Sendero Indio Bravo, Sendero Mario Apolo, Cordillera de Toisán, Cordillera de Lachas. También en Cotacachi se encuentra el Valle de Intag, en el cual puede visitarse el Río Intag, el Balneario Nangulví, el río Cristopamba, el Bosque Protector Azabí, sendero Máximo Gorki Campuzano, mirador Cuicocha Loma y el Mirador de las Antenas.
- En Pimampiro: Cascada de Agua Clara de Tornillos, donde se encuentra el vado de Molinoyacu, y cerca de allí, la Laguna de Puruhanta. El páramo Reserva Ecológica Cayambe-Coca.
- En Urcuquí las termas de Chachimbiro y la cascada De la Virgen.

Todas las entidades y emprendimientos que se sumen a esta marca deberán contar con equipos de trabajo profesionales y expertos en todos los aspectos culturales, históricos, naturales y geográficos de Imbabura, además se recomienda desde el punto de vista comercial y de marketing el uso de otros idiomas, dependiendo del turista.

#### **5.4. Producción de artesanías y elementos típicos**

Las particularidades específicas que cada artesanía y diseño, debido a la naturaleza de su producción permite que la propiedad intelectual se aplique en la misma figura o también en la creación de signos distintivos o el uso del derecho de autor y otras figuras, que gestionadas en torno al conjunto de atractivos turísticos daría un valor agregado y una ventaja competitiva.

Por otra parte, los productores artesanales no siempre se limitan a ofrecer sus productos, muchos de ellos involucran al turista en su elaboración y en ocasiones incluso ofrecen rutas o circuitos turísticos por sus talleres. Todas estas particularidades son valores agregados que no se deben obviar ya que suman al éxito de la oferta turística de Imbabura.

En atención a lo anterior, se propone la creación de una marca colectiva que unifique a todos los productores de artesanías en Imbabura. La marca agruparía aquellos emprendimientos que cumplan estrictas normas de calidad, y, por supuesto, conserven lo típico del elemento a comercializar.

En estos casos, lo valioso de la marca se traduciría hacia conceptos de “conservación y preservación”, pues lo que se intenta es “rescatar” lo propio, defenderlo, comercializarlo, presentarlo al mundo y explicar su importancia, su significado y su riqueza.

Por eso, más que buscar que el habitante de Imbabura aprenda del mundo global, lo que se pretende es lograr que el europeo, el norteamericano, el asiático, aprendan del imbabureño y valoren los productos que tiene para ofrecer.

Los productores que cumplen estas características y que se ubican en Otavalo a manera de ejemplo para este estudio son: el taller de elaboración de instrumentos Ñanda Mañachi, Peguche Wasi, Taller de Sombreros de Paño, Totorá Sisa y productores de la Plaza de los Ponchos.

En Cotacachi, los artesanos del Valle de Intag y los artesanos de la Laguna de Cuicocha.

En San Antonio Ante, los artesanos que trabajan la cabuyay que se encuentran en la Parroquia de San Roque. Igualmente se observan productores de artesanías en lana (tapices). También es importante analizar la industria textil de esta zona para determinar en qué medida sus productos, o parte de ellos, pueden considerarse producción autóctona o artesanal.



Este cantón cuenta con el pueblo Natabuela, quienes de igual forma, tienen una rica producción artesanal.

### **5.5. Restaurantes**

La gran variedad de productos de alta calidad que existen en Imbabura, vinculados a la historia, al terruño y a formas tradicionales de cultivo, producción y elaboración han sido reconocidos a nivel mundial.

La gastronomía ecuatoriana y en particular en la provincia de Imbabura no solo abarca platos y recetas, sino también productos agrícolas, ingredientes, técnicas de producción y elaboración, artefactos de cocina y hábitos alimentarios, entre otros.

Así además de brindar oportunidades para el desarrollo de la agricultura, la ganadería y la pesca al potenciar la demanda de productos originarios, la gastronomía de Imbabura también estimula la creación de nuevos negocios y alienta al campo a adoptar mayores estándares de calidad.

Lograr un alto reconocimiento internacional de restaurantes debe impulsarse a través de la creación de rutas gastronómicas, mediante las cuales los visitantes pueden descubrir el arte culinario de los antepasados imbabureños, que perdura gracias a la cocina de fusión y el uso de técnicas culinarias de vanguardia.

Esas rutas gastronómicas no solo deben incluir visitas a restaurantes de alta cocina, sino también a los sitios que elaboran los ingredientes que componen los platos, así como a mercados y tiendas donde se comercializan productos alimentarios. Los visitantes participan, asimismo, en clases de cocina y degustaciones de todo tipo, en otras palabras, viven la experiencia.

Esa información evidencia que nos encontramos ante una gran ocasión para crear las condiciones propicias para el desarrollo económico y social de aquellas comunidades que cuentan con zonas potencialmente turísticas, atraer inversiones con un fundamento en herramientas de propiedad intelectual, tal como hemos ido analizando.

Es importante destacar que los servicios prestados a través de restaurantes, asociaciones hoteleras y operadores de viajes concentran gran cantidad de trabajadores calificados, y ello conlleva un porcentaje elevado de empleos bien remunerados y la revalorización de los productos tradicionales, en beneficio de las familias de agricultores y de los cocineros de restaurantes.

Así pues, las partes interesadas de la industria gastronómica desempeñan una función determinante en la prestación de servicios de alta calidad a los turistas al satisfacer sus necesidades específicas.

En ese empeño, pueden beneficiarse en gran medida del uso estratégico del sistema de herramientas de propiedad intelectual en sus actividades. Por ejemplo, los cocineros pueden valerse de marcas, nombres comerciales y lemas publicitarios para promocionar los productos y servicios que ofrecen en sus restaurantes, e incluso pueden ser titulares de derechos de autor sobre formas originales de expresión contenidas en las cartas de sus establecimientos.

Por su parte, los proveedores de los productos utilizados por los cocineros, como los agricultores, también pueden beneficiarse del sistema de propiedad intelectual mediante el uso de **signos distintivos**, por ejemplo; **bajo una imagen de marca colectiva pueden agruparse todos los restaurantes de comidas típicas**. Los productores que harían parte de este grupo de oferentes deberán cumplir normas de calidad, claros reglamentos de uso y aplicaciones y requisitos que busquen mantener la tipicidad de los sabores, formas de preparación, ingredientes, etc. Incluso los platos típicos bajo un análisis de consideración pudieran ser catalogados como **Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG)**.

Algunos de estos restaurantes ofrecen otros servicios, pero es importante mencionar que, si se adhieren a esta marca, lo ideal sería que su actividad principal se centrara en la gastronomía, lo cual no excluye, por ejemplo, que puedan presentar grupos musicales típicos o que su restaurante sea a la vez un museo.

No se tiene a la fecha una base de datos completa de los restaurantes que ingresarían en este grupo, pero por ahora, de acuerdo a la información levantada en

este estudio, quienes en efecto cumplen las características que se requerirían son: Pesca Deportiva Obraje y Rumipungo Restaurante, ambos ubicados en Otavalo.

## **5.6. Expresiones culturales tradicionales.**

La discusión contempla el hecho de que, por un lado, estas expresiones tienden a perderse o tergiversarse si no existen herramientas legales que las protejan, y, por otro lado, son susceptibles de ser imitadas e incluso apropiadas por otras comunidades, o grupos, perdiendo así su verdadera identidad.

Afortunadamente en Ecuador existe el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos Creatividad e Innovación, en el cual se establecen herramientas de protección y gestión de los Conocimientos Tradicionales por parte de los legítimos poseedores.

Además, se propone la posibilidad de englobar bajo una misma marca los productos y servicios que nacen de los pueblos y nacionalidades ancestrales ecuatorianas y en este caso en particular de la provincia de Imbabura. Las marcas pueden utilizarse para distinguir el arte indígena auténtico, como han hecho, por ejemplo, el Maori Arts Board, Te Waka Toi, de Nueva Zelanda.

Para el caso de Imbabura, desde un punto de vista comercial y del branding, se propone incluir dentro de este tipo de marca:

- Visita a los difuntos en el cementerio indígena los días 2 de noviembre de cada año.
- Travesía natatoria en la laguna de San Pablo que se realiza año tras año por motivo de la fiesta del Yamor.
- Rituales de purificación, celebraciones y rezos en el mirador El Lechero.
- Fiestas de Inti Raymi, ritual de purificación en la cascada de Peguche.
- Ofrendas que hacen los indígenas en los alrededores del volcán Imbabura, en agradecimiento a los dioses.
- Rituales de los yachaks de San Juan de Ilumán
- Fiesta de la cacería del Zorro en Ibarra
- Fiestas del retorno de Ibarra

- Aspectos culturales de los Caranquis
- Fiesta de Jora en Cotacachi
- Baños de purificación cada año en tiempo del solsticio de verano, a orillas de la laguna Cuicocha.
- Fiesta de cantonización de Pimampiro en mayo
- Tradiciones, música, vestimenta y celebraciones culturales de los Natabuela en abril, julio y octubre.
- Semana mayor en Urcuquí
- Fiestas de San Juan o Inti-Raymi en Urcuquí
- Fiestas de maíz en Urcuquí
- El deporte tradicional de la pelota de viento en Urcuquí
- El paseo del Chagra en Urcuquí
- Riña de gallos
- Toros populares en la parroquia de Cahuasquí

#### Mitos y leyendas

- Mito de Isabel Cotacachi y Manuel Imbabura
- Leyenda de Nina Pacha y Huatalqui
- Leyenda de los Pucho Remaches
- Leyenda de la laguna ciega Ñawsakucha o Warmikucha
- Leyenda de la Guayabilla Dorada de la loma Guayabillas
- Los misterios de las perfectamente redondas lagunas de Cubilche
- La leyenda de la mama Cotacachi, María Isabela de las Nieves
- Leyenda del Cerro de Oro de Cahasquí

#### **5.7. Denominación de origen e indicaciones geográficas**

Las denominaciones de origen son un tipo de signo distintivo cuya promoción, difusión y concesión de acuerdo al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos Creatividad e Innovación está dada por la autoridad competente en materia de derechos intelectuales. Entendiéndose por Denominación de Origen a una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser de un país, una

región o un lugar determinado, se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.

Para poder catalogar un producto como denominación de origen o indicación geográfica se debe hacer un análisis detallado del origen del producto, sus características que involucren actores naturales y humanos y en qué medida involucra de manera sostenible a la población productora, consumidora y su cultura.

Por esta razón, para poder determinar qué productos pueden sumarse a este tipo de protección, se deben realizar visitas y análisis muy detallados de la gastronomía, agricultura y productos hechos en Imbabura. Se deben comparar estos productos con otros tanto de Ecuador como de zonas con características culturales similares y luego de un análisis absoluto y comparativo, hacer un listado de productos susceptibles de adquirir este beneficio.

Se recomienda que sean los gobiernos locales quienes realicen esta investigación con la finalidad de beneficiar a los protagonistas de sus localidades.

Aparte de los productos artesanales, se deben observar platos típicos y otros como los hornados, llapingachos, fritada con choclo y queso, empanadas de viento, arroz relleno, cazuela de verduras, carne a jugo, ensaladas andinas, arroz moro, carnes aplanadas, carnes coloradas, caldo de gallina, cuy con papas, chicha de jora, fritada de Atuntaqui, cuyes Chaltura

Bebidas como la toraca, licores, el chapo, chicha de jora, los nogales ibarreños, alfajor ibarreño, arropes, pan de leche con helado, mazapanes, helado de paila, dulce de higos, guayaba y uvilla, torta con helado, melcochas de dulce, humitas, quimbolitos y muchines, bohemios de chocolate, empanadas rellenas de mermelada, helados de paila, arrope de mora, dulce de membrillo, nogadas, dulces de San Antonio Ante.

## **5.8. Valor añadido en la Propiedad Intelectual**

Los derechos de propiedad intelectual son utilizados para impedir a otros acceder a las ventajas que la imagen permite tener. Pero estos derechos pueden ser aprovechados económicamente.

Una marca da cierto estatus ofrece confianza, habla bien de quien la ostenta y por eso puede ser vendida. Esto es conocido como “concesión de una licencia de derechos de propiedad intelectual”.

Si los emprendimientos o entidades de Imbabura que utilicen la marca de destino, presentan buenos resultados, aquellos emprendimientos que inicialmente no estaban incluidos, van a querer unirse a la marca de destino.

Ya que se trata de un Geoparque Imbabura, los recursos que se generen por vender el derecho de uso de marca, deben ser administrados por una entidad responsable, que los reinvierta de nuevo para potencializar la oferta.

Por lo tanto, lo que se logra es una suerte de cooperativismo a través del cual, el aporte de todos los beneficia a sus integrantes. Ahora bien, ha de tenerse en cuenta que para que el beneficio sea real, el acceso a la marca deber ser restrictivo. No todos pueden acceder y detrás debe existir una estructura con un componente asociativo real y responsable, con reglas claras y estrictas a cumplir.

Refiriéndose en específico al Geoparque Imbabura, no puede tener derecho de marca un emprendimiento que no sea originario de la zona o cuyos dueños no sean de la región. De igual forma, acceder a la marca implica el cumplimiento de estándares muy elevados que buscan asegurar las tradiciones culturales y proteger los recursos naturales. Para un Geoparque Imbabura lo más importante es la preservación natural y humana.

Ahora bien, una marca no solo hace referencia al producto que cobija, es decir, no se limita a ese producto o servicio, sino que involucra muchos otros elementos, como los materiales a través de los cuales se hace promoción, los mapas, las guías, los

sitios Web, en el caso de los restaurantes los menús, etc., esas son estructuras de apoyo del producto, porque enriquecen la imagen.

Todo ese material hace parte también de la propiedad intelectual y es protegido por derecho de autor, así, si alguien llegare a hacer un mal uso de esos elementos, o si llegase a apropiarse de ellos de manera fraudulenta, se puede prevenir activamente el causar un enorme daño a la imagen.

Eso sin contar con los secretos comerciales que también están protegidos e impiden que sean reproducidos en otros lugares o bajo otras denominaciones.

De hecho, para que un Geoparque tenga éxito se debe contar con la participación de toda la comunidad, los campesinos, los pueblos y nacionalidades y demás residentes. Es fundamental tener una fuerte relación de identidad entre los pobladores y demás involucrados, de tal forma que no solo se puedan definir con detalle los productos, sus cualidades y características, sino que se puedan tener criterios claros y conocimientos legales para su defensa.

La marca debe convertirse en el lenguaje a través del cual se explican las cualidades de los elementos cobijados en ella. La marca es un mensaje, encarna una filosofía, un estilo de vida, una diferenciación. Refleja lo que es un pueblo, sus raíces, sus tradiciones y costumbres. Pero si no se tiene esa conexión entre lo originario y ese lenguaje, sencillamente la marca carece de sentido. Se convierte en un dibujo más, un lema vacío.

Imbabura cuenta con características naturales que poseen una combinación de climas, pisos, altitudinales, topografía y recursos de flora y fauna en las diversas regiones del país, factores que juntos otorgan diversas clases de vegetación y ecosistemas. Además, es rico en recursos, es por ello que se desarrollan gran variedad de productos propios de su territorio, y permite identificar diversos productos elaborados en comunidades, ciudades o pueblos específicos, cada uno con características propias de una localidad.

La protección por denominaciones de origen puede desempeñar un importante papel en las relaciones económicas y pueden representar estímulo en su fuente de

ingresos. Es innegable que la economía de un país resultaría sensiblemente beneficiada si sus denominaciones de origen son reconocidas y protegidas por los países. La denominación de origen simboliza la buena fama de los productos y constituye un instrumento eficaz.

Las denominaciones geográficas señalan el lugar o procedencia de un producto, pero este principio se manifiesta de tres formas:

- En el caso de productos puramente naturales, la denominación geográfica especificará el lugar en el que el producto es extraído o cultivado.
- En el caso de productos naturales que antes de ser introducidos al mercado son objeto de procesos o tratamientos de preparación, ahí se señalará el lugar en donde el producto fue elaborado.
- En el caso de productos netamente industriales, se determinará el lugar en donde el producto fue fabricado.

Muchos de los productos de nuestro país poseen la calidad y las características necesarias para ser reconocidos como Denominaciones de Origen o Marcas Colectivas, esto es debido exclusivamente al medio geográfico en el que se desarrollan junto con sus factores naturales y humanos. El empleo de una denominación de origen en relación a productos de Imbabura constituye uno de los mecanismos con los que se efectúa el proceso de diferenciación de productos en el mercado al igual que una marca colectiva.

La finalidad es incentivar a que todos los sectores mencionados puedan maximizar esfuerzos y mejorar la calidad de un determinado producto. Las denominaciones de origen de los productos son utilizadas tanto en el comercio interior, como en el comercio exterior.

Las relaciones económicas entre países desarrollados y países en vía de desarrollo pueden tomar una categoría de importancia altísima es decir un giro que en alguna medida compense a los países menos desarrollados, este giro puede producirse justamente con la protección a las denominaciones de origen y el uso de marcas colectivas, así muchos países exportan productos agrícolas de excelente calidad que encuentran fácil acogida en los mercados externos.



Estos productos acreditados y muy solicitados en los mercados extranjeros se designan a menudo por medio de denominaciones de origen gozando de gran reconocimiento en el mercado exterior, y en contraste aportando con grandísimos ingresos en el mercado nacional. Su implementación los constituye como un valioso instrumento para el adecuado desarrollo e impulso del comercio exterior de los países esencialmente agrícolas como el nuestro, donde con un impulso en las exportaciones de frutas o comestibles designados como denominaciones de origen, podría contribuir para saldar un elevado déficit en nuestra balanza comercial.

Las denominaciones de origen y marcas colectivas permiten compactar el esfuerzo colectivo de productos tradicionales o que posean condiciones diferentes a otras, en algunos casos de pequeñas empresas que no tendrían los recursos económicos suficientes para promover sus productos principalmente agrícolas o artesanales.



## 6. RECOMENDACIONES ADICIONALES DE MARKETING

### 6.1. Mejorar la conservación y la utilización de los recursos naturales

La provincia de Imbabura tiene, como varias ciudades, contaminación. Uno de ellos se detalla en la investigación de Vela Lombeida y Perachimba Perachimba (2017), quienes demuestran la contaminación ambiental y derechos del buen vivir de los residentes de la cuenca hidrográfica del lago San Pablo o Imbakucha que se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia rural San Pablo de Lago.

Es importante adelantar investigaciones profundas relacionadas con la contaminación, pues es fundamental promover la conservación de los recursos naturales con el fin de llevar a cabo un geo-turismo mundialmente reconocido.

A la vez podría usarse la marca del Geoparque Imbabura como identificativo de conservación natural, de productos desarrollados en entornos amigables con el ambiente.

### 6.2. Enfocarse en un turismo sostenible con el ambiente natural y cultural

El mercado objetivo de turistas debe ser aquel que busque cultura y educación. Que quiera sorprenderse con lo natural y el respeto y admiración del vivir armónico, que tenga una filosofía de vida y de conservación frente al medio ambiente.

Este tipo de turista valorará lo que el ambiente natural tiene para ofrecer. Disfrutará el contacto con la naturaleza y todo lo que ello implica. Es decir, es un tipo de turista que no es adverso a la picadura de un zancudo o a la escalada de una empinada montaña, pues eso es precisamente lo que busca, y en Imbabura hallará la riqueza espiritual y humana que anhela. El crear una marca desde la concepción del Geoparque, que ofrezca a los turistas dicha experiencia sería un puntal de crecimiento y desarrollo para la provincia y sus ciudadanos.

Imbabura debe promocionarse como un destino en el que se encuentra la forma correcta de vivir en armonía con la naturaleza. El turista que sale del Geoparque Imbabura debe llevar consigo las enseñanzas de los indígenas, a quienes su sabiduría ancestral debe producirles respeto y veneración.

El conocimiento indígena no debe ser presentado como una curiosidad, sino como una filosofía de vida profunda que no riñe con el cosmos, sino que se adapta a él y más que “aprovecharlo”, le sirve, en una relación simbiótica de contacto respetuoso y cooperativo.

Para ello, las comunidades, los pueblos y nacionalidades, y la ciudadanía en general, sumados al paisaje natural, la arquitectura tradicional, deben ser los protagonistas. Todas las construcciones de las zonas rurales deben representar esa afinidad con el planeta, de tal forma que el turista pueda encontrar en Imbabura, todo un universo totalmente diferente a su cotidianidad.

Que le sorprenda, que le agrade, pero más que nada, que le enseñe a valorar la naturaleza, la sabiduría y profundos conocimientos y cosmovisión de los pueblos y nacionalidades; y, que vea al Ecuador, como “la fuente de la vida”.

### **6.3. Crear una marca e imagen homogénea de la provincia**

Para Blain, citado por Folgado Fernández, Oliveira Duarte, y Hernández Mogollón(2011), la marca turística es el conjunto de actividades de marketing encaminadas a apoyar la creación de un nombre, símbolo o cualquier otro gráfico que identifica y diferencia un destino, que transmite de forma continua la expectativa de una experiencia asociada únicamente a ese lugar, que sirven para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino, y que reduce costes y riesgos para el consumidor.

Uno de los retos actuales más difíciles para las marcas es conseguir la diferenciación y transmitir al cliente qué es aquello que la hace especial y memorable. Tener un branding cuidando al detalle y planteado con una visión global es una de las principales herramientas que una marca turística debe trabajar para ser líder y destacar entre su competencia.

Hoy en día ya no es suficiente únicamente tener un logo bonito o una tipografía propia; actualmente, el branding turístico se entiende como un conjunto global de elementos - desde la identidad gráfica hasta el envoltorio de un producto - que deben tener coherencia y unidad para transmitir los valores de marca.

Definitivamente, el éxito para un negocio reside en la marca como elemento diferenciador.

Como afirma Tom Peters, gurú de la gestión empresarial y autor del libro "The heart of branding", el branding es pasión, es la historia que queremos contar y la causa que nos motiva como empresa. Con la revolución del marketing de experiencias en pleno auge, es imposible cerrar los ojos a esta realidad: las historias y experiencias son más importantes que el producto.

Las personas quieren emocionarse, vivir, experimentar, sorprenderse y, sobre todo, sentir; todo para luego guardar esos recuerdos en el cajón de la memoria como un preciado tesoro.<sup>36</sup>

#### **6.4. Fomentar la cultura y protección de los recursos naturales**

Se recomienda llevar a cabo una fuerte campaña de marketing digital turística. En los actuales tiempos, los turistas se dirigen a Internet para encontrar un destino agradable, un sitio cómodo, seguridad, tiendas, recuerdos, etc.

Por otra parte, se deben promover actividades con las comunidades, a través de las cuales se les dé a conocer todo lo relacionado con el Geoparque Imbabura, que puede ir desde el desarrollo de una marca, sea de producto o de servicio, la proyección de generar una denominación de origen o gestionar los saberes ancestrales, contrastando con los márgenes y protecciones que da la legislación de propiedad intelectual ecuatoriana.

---

<sup>36</sup> <https://blog.inturea.com/branding-marca-turistica>

Se sugiere también enfocar todos los esfuerzos hacia un turismo responsable, no solamente en el sentido de cuidar el patrimonio natural y cultural, sino de ser selectivos a la hora de promover la llegada de turistas, pues lo que se busca es un turismo sostenible, y es claro que muchas visitas descuidadas pueden traer daños irreparables a las zonas naturales.

Desde hace unos años se desarrolla en el ámbito turístico un nuevo concepto: el turismo sostenible. Este se refiere al desarrollo de una actividad turística que sea capaz de armonizar las necesidades económicas de los emprendedores, el cuidado de los recursos naturales y culturales y el progreso de las comunidades o sociedades locales que se ubican en las cercanías de los sitios de interés turístico.

La realidad marca que las consecuencias del desarrollo turístico han sido muy perjudiciales en algunas partes del mundo, sobre todo en los países en vías de desarrollo. En esas naciones se ha privilegiado la posibilidad de incorporar una nueva fuente económica por encima de la protección y conservación de los recursos naturales, por ejemplo.

Esto se ha dado fundamentalmente en casos de turismo a gran escala. Cuando las propias comunidades gestionan el recurso mediante estrategias de turismo alternativo, esta explotación a menor escala ha podido generar en muchos casos efectos positivos en el cuidado del medio ambiente y en el desarrollo de las sociedades implicadas.

Estos serían casos de turismo sostenible, que es definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como “aquel tipo de sector turístico en el que se responde a las necesidades de los turistas y, al mismo tiempo, se tienen en cuenta cuestiones sociales, culturales y ecológicas.”<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> <https://www.ecogestos.com/turismo-sostenible-cuidar-los-recursos-naturales/>

## 2. REFERENCIAS

- Alcaldía Otavalo. (19 de 12 de 2017). *Otavalo Travel*. Obtenido de Otavalo:  
<http://www.otavalo.travel/>
- Costa del Sol. Málaga. (2015). *Estudio de mercado: Alemania - informe ReiseAnalyse*. Málaga.
- Ecured. (19 de Diciembre de 2017). *ecured.cu*. Obtenido de Provincia de Imbabura:  
[https://www.ecured.cu/Provincia\\_de\\_Imbabura](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Imbabura)
- Folgado Fernández, J. A., Oliveira Duarte, P. A., & Hernández Mogollón, J. M. (2011). Imágen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. *Book of proceedings*, 904-914.
- Fundación Parque Cóndor. (19 de Diciembre de 2017). *Parque Cóndor*. Obtenido de  
<http://www.parquecondor.com/>
- Hidalgo, J. (2006). Cosmovisión y participación política de los indígenas en el Ecuador. *América Latina: cidade, campo e turismo.*, 263-279.
- Hiernaux-Nicolas, D., Cordero, A., & Duynen Montun, L. V. (2002). Imaginarios sociales y turismo sostenible. *Cuaderno de ciencias sociales*, 5-35.
- Instituto Geográfico Militar. (2017). *Atlas Rural de Ecuador*. Quito. Obtenido de  
<http://www.geoportaligm.gob.ec/portal/index.php/atlas-rural-ecuador/>
- Instituto Nacional De Estadística de España. (2017). *Encuesta de gasto turístico*. Madrid: INE. Obtenido de  
<http://www.ine.es/daco/daco42/egatur/egatur0617.pdf>
- Messe Berlin, ITB Berlin & IPK International. (2017). *World Travel Trends Report 2016-2017*. Berlin. Obtenido de [http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb\\_dl\\_all/itb\\_presse\\_all/World\\_Travel\\_Trends\\_Report\\_2016\\_2017.pdf](http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/World_Travel_Trends_Report_2016_2017.pdf)

Ministerio de Turismo. (19 de Diciembre de 2017). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Boletín de estadísticas turísticas*. Quito.

Nanayakkara, T. (s.f.). *La función de la propiedad intelectual en la mejora de la competitividad de la industria turística*. Obtenido de OMPI: [http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/es/documents/pdf/tourism\\_ip.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/es/documents/pdf/tourism_ip.pdf)

OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional 2017*. Madrid: UNWTO.

Pérez Díaz, R. (20 de Enero de 2017). *Cartas desde Cuba*. Obtenido de CiberCuba: <http://cartasdesdecuba.com/la-habana-la-preferida-de-los-turistas-canadienses/>

Proyecto Geoparque Imbabura. (19 de Diciembre de 2017). *Geoparque Imbabura*. Obtenido de Proyecto geoparque: <http://geoparque.imbabura.gob.ec/geoparque/index.php/home/corporate>

Runakay. (19 de Diciembre de 2017). *Runakay.wordpress*. Obtenido de <https://runakay.wordpress.com/kapak-raymi/>

SIIMT. (18 de Diciembre de 2017). *Inteligencia de Mercados Sector Turístico México*. Obtenido de [http://www.siimt.com/es/siimt/informacion\\_basica\\_3](http://www.siimt.com/es/siimt/informacion_basica_3)

Travel and Tourism Intelligence Centre. (19 de Diciembre de 2017). *Travel & Tourism Intelligence Centre*. Obtenido de <https://www.marketresearch.com/Travel-Tourism-Intelligence-Centre-v4033/>

Tripadvisor. (19 de Diciembre de 2017). *Tripadvisor.co*. Obtenido de Activities Imbabura Province: [https://www.tripadvisor.co/Attractions-g635728-Activities-Imbabura\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Attractions-g635728-Activities-Imbabura_Province.html)

UNESCO. (5 de Mayo de 2017). *Unesco.org*. Obtenido de Ocho sitios geológicos de América Latina, Asia y Europa designados Geoparques Mundiales de la UNESCO: <https://es.unesco.org/news/ocho-sitios-geologicos-america-latina-asia-y-europa-designados-geoparques-mundiales-unesco>



Vela Lombeida, D. O., & Perachimba Perachimba, C. A. (Febrero de 2017).  
Contaminación Ambiental y Derechos del Buen Vivir de los residentes de la  
cuenca hidrográfica del Lago San Pablo ó Imbakucha, provincia de Imbabura  
año 2015. *Repositorio Universidad Central del Ecuador*. Quito, Ecuador.

Viajandox. (19 de Diciembre de 2017). *ec.viajandox.com*. Obtenido de  
<https://www.ec.viajandox.com/search.php?search=imbabura>

Yachay ciudad del conocimiento. (19 de Diciembre de 2017). *yachai.gob.ec*.  
Obtenido de <http://www.yachay.gob.ec/>





Para mayor información contactar con:  
SENADI a [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)  
OMPI a [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

**Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Av. República E7-197 y Diego de Almagro, Edificio Forum 300

Código Postal: 170518 / Quito - Ecuador

Tel: 593-2 394 0000

**Organización Mundial de la Propiedad Intelectual**

34, chemin des Colombettes

CH-1211 Ginebra 20, Suiza

Tel: +41 22 338 9111 Fax: +41 22 733 5428

SERVICIO NACIONAL DE  
DERECHOS INTELECTUALES



**OMPI**  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL  
DE LA PROPIEDAD  
INTELLECTUAL