



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA  
CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.**

Plan de trabajo de grado previo al desarrollo de tesis para la obtención del título en la especialidad de Ingeniería en Turismo.

**AUTORES:**

Chalapud Albeiro Isidro  
Quiroz Paola Lisbeth

**DIRECTORA:**

Ing. Nhora Benítez

Ibarra, 2014

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Luego de la designación hecha por el Honorable Concejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, He aceptado con satisfacción participar como director de la tesis del siguiente tema: **"ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI."** Trabajo realizado por los señores egresados: **CHALAPUD ALBEIRO ISIDRO y QUIROZ PAOLA LISBETH** previo a la obtención del título de Ingenieros en Turismo.

A ser testigo presencial y corresponsable director del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



**Ing. Nhora Benítez**  
**DIRECTORA DE TESIS**

Ibarra, 03 de Julio del 2014

## DEDICATORIA

A Dios, fuente de amor y sabiduría

A mis padres, Miguel Quiroz y Fabiola Meneses por su apoyo incondicional, y que gracias a ellos, sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso de dedicación y esfuerzo

A mi hermana Hipatia Quiroz, por el absoluto abrazo que me motiva y recuerda que, se puede lograr cuando se tiene insistencia y persistencia en los objetivos.

***Paola Quiroz***

## DEDICATORIA

A Dios, por la vida, por ser mi guía incondicional y porque nunca sentí su abandono.

A mis padres, hermanos, tías y amigos quienes han sido mi mayor motivación, y me han apoyado moral y psicológicamente para poder estar en esta instancia de mis estudios.

***Albeiro Chalapud***

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica del Norte, porque en sus aulas recibimos el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la carrera de Ingeniería en Turismo

A la cada una de las personas que conforman la comunidad El Ángel, Cantón Espejo, Provincia del Carchi por ser parte de nuestra investigación.

Especial agradecimiento a nuestra directora de tesis Ing. Nhora Benítez, por sus consejos y amistad

***Albeiro Chalapud***

***Paola Quiroz***

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE MAPAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
RESUMEN.....	xx
SUMMARY.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	xxiii

### **CAPITULO I**

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	25
1.1 Antecedentes.....	<b>25</b>
1.2 Planteamiento del problema.....	<b>25</b>
1.3 Formulación del problema.....	<b>3</b>
1.4 Delimitación.....	<b>3</b>
1.4.1 Delimitación espacial.....	3
1.4.2 Delimitación temporal.....	3
1.5 Interrogantes de investigación.....	<b>4</b>
1.6 Objetivos.....	<b>4</b>
1.6.1 Objetivo general.....	4
1.6.2 Objetivos específicos.....	4
1.7 Justificación de la investigación.....	<b>4</b>

### **CAPÍTULO II**

2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 Generalidades del turismo.....	<b>6</b>
2.1.1 Turismo.....	6

2.1.2 Origen .....	6
2.1.3 Tipos de turismo .....	8
2.2 Turismo en el mundo .....	<b>9</b>
2.2.1 Situación actual.....	9
2.2.2 Fortalezas y debilidades .....	10
2.3 Turismo en Ecuador.....	<b>10</b>
2.3.1 Historia.....	10
2.3.2 Recursos turísticos del Ecuador .....	12
2.3.3 Situación actual del turismo en Ecuador .....	13
2.3.4 Indicadores estadísticos del turismo en el Ecuador 2013 .....	14
2.4 El sistema turístico: oferta y demanda .....	<b>15</b>
2.4.3 La oferta turística .....	16
2.4.3.1 Componentes de la oferta turística .....	16
2.4.3.2 Los atractivos turísticos.....	18
2.4.3.3 Infraestructura turística .....	19
2.4.3.4 Los Servicios turísticos y el equipamiento turístico.....	19
2.4.3.4.1 El alojamiento .....	19
2.4.3.4.2 La restauración .....	20
2.4.3.4.3 El transporte.....	20
2.4.3.4.4 El entretenimiento y la diversión .....	20
2.4.3.4.5 La recreación .....	21
2.4.3.4.6 Organización de eventos y congresos .....	21
2.4.3.4.7 Servicio de información.....	21
2.4.3.5 El Producto turístico.....	22
2.4.3.5.1 Elementos tangibles del producto turístico.....	22
2.4.4 La demanda turística .....	23
2.4.4.1 Tipos de demanda .....	24
2.4.4.2 Agrupación en la demanda turística.....	24
2.4.4.3 Factores que determinan la demanda .....	25
2.5 Comercialización Turística.....	<b>26</b>
2.5.1 Canales de distribución directo .....	26
2.5.2 Canales de distribución indirecto .....	27

2.6 Carchi.....	<b>27</b>
2.6.1 Generalidades .....	27
2.6.2 Antecedentes del turismo en Carchi.....	27
2.6.3 Entornos turísticos.....	28
2.6.4 Tipos de productos turísticos.....	28
2.6.5 Precios de servicios turísticos .....	29
2.7 Elementos de la oferta turística de ciudad El Ángel. ....	<b>29</b>
2.7.1 Aspectos generales .....	29
2.7.2 Aspectos socioeconómicos .....	30
2.7.3 Infraestructura y servicios disponibles.....	30
2.7.4 Descripción cultural .....	32
2.7.5 Descripción del entorno natural .....	41

### **CAPÍTULO III**

3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	46
3.1 Tipos de investigación.....	<b>46</b>
3.2 Métodos de la investigación .....	<b>47</b>
3.3 Población y muestra .....	<b>48</b>
3.4 Técnicas e instrumentos.....	<b>49</b>
3.4.1 Fichas de registro .....	50
3.4.2 La encuesta.....	50
3.4.3 La entrevista.....	50
3.5 Validez y confiabilidad de los instrumentos .....	<b>51</b>
3.6 Análisis e interpretación de datos.....	<b>51</b>
3.7 Presupuesto .....	<b>51</b>

### **CAPÍTULO IV**

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
4.1. Oferta de servicios turísticos en la ciudad El Ángel.....	<b>53</b>
4.1.1. Establecimientos de alojamiento .....	55
4.1.1.1 Establecimientos de alimentación .....	56
4.1.1.2 Establecimientos de esparcimiento y recreación.....	56

4.1.1.3 Servicios turísticos de apoyo .....	57
4.1.1.4 Productos turísticos .....	57
4.1.2 Demanda histórica .....	59
4.1.3 Principales motivaciones de la demanda real .....	60
4.1.3.1 Demanda potencial .....	61
4.1.3.2 Perfil de turista que viaja a El Ángel .....	62
4.2 Análisis e interpretación de resultados .....	<b>64</b>
4.2.1 Análisis de la oferta turística en la ciudad de El Ángel.....	64
4.3 Comportamiento de la demanda turística en la ciudad de El Ángel...	<b>91</b>
4.4 Marque el grado de importancia de los siguientes temas .....	<b>101</b>
4.5 Análisis de la entrevista .....	<b>129</b>

## **CAPÍTULO V**

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	135
5.1 Conclusiones .....	<b>135</b>
5.2 Recomendaciones .....	<b>137</b>

## **CAPITULO VI**

6.1 Tema.....	<b>138</b>
6.1.1 Antecedentes .....	138
6.1.2 Fundamentación de la propuesta.....	140
6.1.2.1 Turismo comunitario y las redes de turismo.....	140
6.2 Objetivos.....	<b>141</b>
6.2.1 Objetivo general.....	142
6.2.2 Objetivos específicos .....	142
6.3 Descripción del proyecto.....	<b>142</b>
6.3.1 Localización .....	142
6.3.2 Análisis Situacional .....	<b>143</b>
6.4 Base filosófica.....	<b>144</b>
6.4.1 Razón social .....	144
6.4.2 Logotipo .....	145
6.4.3 Descripción del slogan.....	145

6.4.4 Características del logotipo .....	145
6.4.4.1 Del significado .....	145
6.4.4.2 De los colores.....	146
6.4.4.3 De los elementos.....	146
6.4.5 Funciones.....	146
6.4.6 Misión .....	147
6.4.7 Visión.....	147
6.4.8 Valores de la red .....	147
6.4.9 Principios de la red.....	148
6.4.10 Objetivos de la red .....	148
6.5 Desarrollo de la oferta turística red calpastour .....	<b>149</b>
6.5.1 Operación de actividades y servicios turísticos comunitarios.....	149
6.5.2 Identificación de atractivos turísticos .....	151
6.5.3 Descripción de servicios turísticos comunitarios. ....	152
6.5.4. Productos turísticos a ofrecer .....	154
6.5.4.1. Programa 1.....	154
Programa No Incluye:.....	<b>154</b>
Que Debe Llevar: .....	<b>154</b>
Programa No Incluye:.....	<b>163</b>
Que Debe Llevar: .....	<b>163</b>
6.5.5 Comercialización .....	169
6.5.5.1 Alianzas para con la red de Instituciones públicas y privadas....	169
6.5.6 Estructura organizacional de la red CALPASTOUR.....	172
6.5.6.1 Distribución de familias y centros turísticos participantes.....	172
6.5.6.2 Organigrama Estructural .....	173
6.5.6.3 Reglamento Interno de la red CALPASTOUR.....	174
6.5.7 Programa de capacitación para la RED CALPASTOUR .....	177
6.5.8 Estrategias de Marketing para CALPASTOUR .....	179
6.5.9 Costos .....	181
6.5.10 Financiamiento .....	182
6.6 Impactos.....	<b>183</b>
BIBLIOGRAFÍA .....	185

ANEXO 1: Matriz de Coherencia .....	189
ANEXO 2: Matriz Categorial .....	191
ANEXO 3: Árbol de Problemas .....	192
ANEXO 4: Encuesta de la oferta turística .....	193
ANEXO 5: Encuesta de la demanda turística .....	198
ANEXO 6: Entrevista .....	205
ANEXO 7: Fotografías .....	206

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sistema turístico .....	15
Gráfico 2: Movimiento demanda turística de El Ángel.....	59
Gráfico 3: Movimiento demanda turística de El Ángel.....	62
Gráfico 5: Género de propietarios establecimientos turísticos El Ángel. .	64
Gráfico 6: Edad de los propietarios de establecimientos turísticos .....	65
Gráfico 7: Nivel de formación académica .....	66
Gráfico 8: Tipo de Servicio .....	67
Gráfico 9: Tiempo en la actividad turística .....	68
Gráfico 10: Mercados emisores del turismo .....	69
Gráfico 11: Segmento de mercado atendido.....	70
Gráfico 12: Flujo de turistas mensuales .....	71
Gráfico 13: Edad de los visitantes .....	72
Gráfico 14: Promedio de ingresos mensuales.....	73
Gráfico 15: Promedio de egresos mensuales.....	74
Gráfico 16: Uso de herramientas publicitarias.....	75
Gráfico 17: Capacitaciones recibidas .....	76
Gráfico 18: Frecuencia de programas de capacitación .....	77
Gráfico 19: Seguridad para los turistas .....	78
Gráfico 20: Nivel de calidad en los servicios turísticos.....	79
Gráfico 21: Comunicación y tecnología.....	80
Gráfico 22: Conservación del medio ambiente.....	81
Gráfico 23: Rescate de manifestaciones culturales.....	82
Gráfico 24: Beneficio del turismo con la población.....	83
Gráfico 25: Señalización turística .....	84
Gráfico 26: Orden del turismo .....	85
Gráfico 27: Publicidad turística .....	86
Gráfico 28: Apoyo gubernamental.....	87
Gráfico 29: Apreciación del desarrollo turístico .....	88
Gráfico 30: Proyectos a implementarse .....	89
Gráfico 31: Perspectiva sobre un producto turístico.....	90

Grafico 32: Género .....	92
Gráfico 33: Edad de turistas .....	93
Gráfico 34: Nivel de instrucción de los turistas .....	94
Grafico 35: Frecuencia de visitas.....	95
Gráfico 36: Tiempo de permanencia.....	96
Gráfico 37: Personas con la que viaja .....	97
Gráfico 38: Motivo de viaje .....	98
Gráfico 39: Expectativas para visitar.....	99
Gráfico 40: Servicios adquiridos .....	100
Gráfico 41: Preferencias de alojamiento .....	101
Gráfico 42: Atención al cliente .....	102
Gráfico 43: Servicios básicos.....	103
Gráfico 44: Higiene y salubridad.....	104
Gráfico 45: Duchas de agua caliente .....	105
Gráfico 46: Televisión .....	106
Gráfico 47: Seguridad .....	107
Gráfico 48: Alimentación de calidad.....	108
Gráfico 49: Acceso a internet.....	109
Gráfico 50: Servicios de piscina.....	110
Gráfico 51: Vida nocturna .....	111
Gráfico 52: Conservación del medio ambiente .....	112
Gráfico 53: Infraestructura adecuada.....	113
Gráfico 54: Beneficios de la población.....	114
Gráfico 55: Aprender nuevas experiencias .....	115
Gráfico 56: Gastos diarios en actividades turísticas .....	116
Gráfico 57: Alimentación.....	117
Gráfico 58: Hospedaje .....	118
Gráfico 59: Transporte .....	119
Gráfico 60: Compras.....	120
Gráfico 61: Actividades deportivas.....	121
Gráfico 62: Actividades de diversión.....	122
Gráfico 63: Publicidad por la que se enteró de la ciudad El Ángel.....	123

Gráfico 64: Calidad de servicios turísticos. ....	124
Gráfico 65: Debilidades de la ciudad El Ángel.....	125
Gráfico 66: Mejoras del turismo en la ciudad El Ángel. ....	126
Gráfico 68: Proyectos más adecuados para la ciudad El Ángel.....	127
Gráfico 69: Productos beneficiosos.....	128
Gráfico # 70: Operación de actividades y servicios turísticos.....	149
Gráfico 71. Atractivos turísticos para la oferta de la red.....	151
Gráfico 72. Integrantes de la red.....	170
Gráfico 73. Alianzas institucionales para la red.....	171
Gráfico 74. Familias y centros turísticos socios de la red.....	172

## ÍNDICE DE MAPAS

Mapa # 1. Localización ciudad de El Ángel. ....	29
Mapa # 2. Ruta explorando nuevos senderos .....	158
Mapa # 3. Ruta explorando nuevos senderos .....	160
Mapa # 4. Ruta explorando nuevos senderos .....	162
Mapa # 5: Ruta mágica conquista natural y cultural .....	166
Mapa # 6 y 7. Ruta mágica conquista natural y cultural.....	168

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1. Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013 .....	14
Tabla # 2. Salida de ecuatorianos 2012-2013 .....	14
Tabla # 3. Elementos de la oferta turística .....	16
Tabla # 4. Componentes de la oferta turística .....	17
Tabla # 5. Los elementos tangibles del producto turístico .....	22
Tabla # 6. Agrupación en la demanda turística .....	24
Tabla # 7. Entornos turísticos de la provincia del Carchi .....	28
Tabla # 8. Descripción de atractivos turísticos culturales de El Ángel .....	33
Tabla # 9. Atractivos turísticos naturales de la ciudad de El Ángel .....	41
Tabla # 10. Base de informantes .....	49
Tabla # 11. Recursos y presupuesto .....	51
Tabla # 12. Catastros de servicios turísticos ciudad de El Ángel .....	54
Tabla # 13. Establecimientos de alojamiento .....	55
Elaboración: Chalapud A, Quiroz P .....	55
Tabla # 14. Establecimientos de alimentación .....	56
Elaboración: Chalapud A, Quiroz P .....	56
Tabla # 15. Establecimientos de esparcimiento y recreación .....	56
Elaboración: Chalapud A, Quiroz P .....	57
Tabla # 16. Establecimientos de apoyo .....	57
Elaboración: Chalapud A, Quiroz P .....	57
Tabla # 17. Productos turísticos El Ángel .....	58
Elaboración: Chalapud A, Quiroz P .....	58
Tabla # 18. Demanda histórica ciudad El Ángel .....	59
Tabla # 19. Demanda potencial de la ciudad de El ángel. ....	61
Tabla # 20. Género de propietarios de establecimientos turísticos El Ángel. ....	64
Tabla # 21. Promedio de edad de propietarios de establecimientos turísticos .....	65
Tabla # 22. Nivel de formación académica .....	66

Tabla # 23. Tipo de servicios a ofertar.....	67
Tabla # 24. Tiempo en la actividad turística.....	68
Tabla # 25. Mercados emisores del turismo .....	69
Tabla # 26. Segmento de mercado atendido .....	70
Tabla # 27. Flujo de turistas mensuales .....	71
Tabla # 28. edad de los visitantes.....	72
Tabla # 29. Promedio de ingresos mensuales .....	73
Tabla # 30. Promedio de egresos mensuales.....	74
Tabla # 31. Uso de herramientas publicitarias .....	75
Tabla # 32. Capacitaciones Recibidas.....	76
Tabla # 33. Frecuencia de programas de capacitación .....	77
Tabla # 34. Seguridad.....	78
Tabla # 35. Calidad turística .....	79
Tabla # 36. Comunicación y tecnología .....	80
Tabla # 37. Conservación ambiental.....	81
Tabla # 38. Rescate de las manifestaciones culturales .....	82
Tabla # 39. Beneficio para con la población .....	83
Tabla # 40. Señalética .....	84
Tabla # 41. Orden en el turismo.....	85
Tabla # 42. Publicidad .....	86
Tabla # 43. Inversión gubernamental.....	87
Tabla # 44. Apreciación del desarrollo turístico .....	88
Tabla # 45. Proyectos a implementarse.....	89
Tabla # 46. Perspectiva sobre un producto turístico .....	90
Tabla # 47. Genero .....	91
Tabla # 48. Edad de turistas .....	92
Tabla # 49. Nivel de instrucción de los turistas .....	93
Tabla # 50. Frecuencia de visitas .....	94
Tabla # 51. Tiempo de permanencia .....	95
Tabla # 52. Personas con la que viaja .....	96
Tabla # 53. Motivo de viaje .....	97
Tabla # 54. Expectativas para visitar .....	98

Tabla # 55. Servicios adquiridos .....	99
Tabla # 56. Preferencias de alojamiento .....	100
Tabla # 57. Atención al cliente .....	102
Tabla # 58. Servicios básicos.....	102
Tabla # 59. Higiene y salubridad .....	103
Tabla # 60. Duchas de agua caliente .....	104
Tabla # 61. Televisión .....	105
Tabla # 62. Seguridad.....	106
Tabla # 63. Alimentación de calidad.....	108
Tabla # 64. Acceso a internet.....	109
Tabla # 65. Servicios de piscina.....	110
Tabla # 66. Vida nocturna .....	111
Tabla # 67. Conservación del medio ambiente .....	112
Tabla # 68. Infraestructura adecuada.....	113
Tabla # 69. Beneficios a la población.....	114
Tabla # 70. Aprender nuevas experiencias .....	115
Tabla # 71. Gastos diarios en actividades turísticas .....	116
Tabla # 72. Alimentación.....	117
Tabla # 73. Hospedaje .....	118
Tabla # 74. Transporte .....	119
Tabla # 75. Compras.....	120
Tabla # 76. Actividades deportivas.....	121
Tabla # 77. Actividades de diversión.....	122
Tabla # 78. Publicidad por la que se enteró de la ciudad El Ángel.....	123
Tabla # 79. Calidad de servicios turísticos. ....	124
Tabla # 80. Debilidades de la ciudad El Ángel .....	125
Tabla # 81. Mejoras del turismo en la ciudad El Ángel.....	126
Tabla # 82. Proyectos más adecuados para la ciudad El Ángel.....	127
Tabla # 83. Productos beneficiosos .....	128
Tabla # 84. Análisis FODA de la red de turismo comunitario .....	143
Tabla # 85. Descripción de servicios comunitarios.....	152
Tabla # 86. Presupuesto de tarifa .....	155

Tabla # 87. Itinerario primer día .....	156
Tabla # 88. Itinerario segundo día .....	159
Tabla # 89. Itinerario tercer día .....	161
Tabla # 90. Presupuesto de tarifa, paquete 2 .....	164
Tabla # 91. Primer día. Ruta mágica conquista natural cultural.....	165
Tabla # 92. Segundo día. Ruta mágica conquista natural cultural.....	167
Tabla # 93. Reglamento Interno de la red CALPASTOUR. ....	174
Tabla # 94. Cronograma de Capacitación .....	177
Tabla # 95. Plan Estratégico de marketing para la red de turismo comunitario.....	179
Tabla # 96. Costos de creación de la red .....	181
Tabla # 97. Capital aportado a corto plazo .....	182

## RESUMEN

Ecuador un país pequeño, pero con gran potencial turístico dentro de cada una de sus provincias, las mismas que contribuyen con sus formas de vida y acogedores lugares turísticos para engrandecer a un mismo Ecuador, es así que la provincia del Carchi situada en la parte norte del país, presenta variada actividad turística para los diferentes tipos de visitantes, cuenta con una importante infraestructura hotelera, lugares turísticos naturales y culturales únicos, por ejemplo la reserva ecológica el Ángel, el bosque Polylepis, las lagunas del voladero y otros, que hacen de la ciudad el Ángel un lugar atractivo e inolvidable. Sin embargo, de ello, existe un escaso aprovechamiento de los recursos naturales y culturales por desconocimiento de la población e insuficiente apoyo gubernamental y local, dando como resultado un débil desarrollo en cuanto a la prestación de servicios turísticos, el diseño de productos enmarcados por una demanda de tránsito. Por ello que se ha considerado conveniente realizar el estudio de la oferta y demanda turística de la ciudad El Ángel, mediante la utilización de diferentes tipos de investigación, como investigación de campo ya que a través de ella obtendremos información verídica, que permita especificar objetivamente el nivel de aporte de los diferentes indicadores naturales y culturales. El propósito es buscar una alternativa pertinente direccionada a potenciar el desarrollo turístico en ésta ciudad, a través de la agrupación y consolidación de las diferentes asociaciones y comunidades; considerando beneficioso la creación de una red de turismo comunitario, en donde participarán todas la comunidades, y aportarán con su cultura, historia, folklor, danza, gastronomía y atractivos naturales, prestando servicios de calidad en toda su oferta turística, es así, que nace la idea del nombre que llevará la red que surgió de toda la comunidad Angeleña “Calpastour” en honor a su cultura y su gastronomía, esta propuesta hará que se forje el desarrollo del turismo en la ciudad y prevalezca el adelanto de la ciudad El Ángel, brindando servicios turísticos variados y de calidad, tomando en cuenta la sostenibilidad y sustentabilidad de los atractivos turísticos pues esto beneficiará a toda la población local, incrementando no solo sus ingresos económicos si no también el reconocimiento en todo el mundo.

## SUMMARY



## INTRODUCCIÓN

El turismo desde siempre ha sido una fuente de ingresos en cada uno de los países, y la afluencia de turistas se da según la variedad de servicios que se oferten. En la actualidad, el turismo comunitario está en auge en todo el mundo, por el hecho de que el turista desea salir de lo rutinario, y viajar para conocer de la cultura de los pueblos y comunidades aborígenes donde existe además, impresionante belleza natural y sobretodo un interesante intercambio cultural ya sea en lo rural o en las periferias de las ciudades.

En Ecuador, provincia del Carchi, cantón Espejo, ciudad El Ángel, se encuentra atractivos turísticos naturales y culturales para todo tipo de demanda, pero con insuficiente Aprovechamiento, lo que genera una insatisfacción en los turistas, haciendo que el visitante no vuelva a este destino, y por ende existe el desconocimiento por parte de la población en cuanto al desarrollo del turismo.

La demanda turística de la ciudad es escasa, ya que la mayoría de turistas son de países como Argentina y Holanda los cuales buscan satisfacer sus necesidades con servicios selectos, pero la ciudad El Ángel no posee estas características, por lo tanto se la considera a la misma como ciudad de paso

Es así que se busca aportar al desarrollo turístico para la ciudad a través de una investigación de tipo documental y de campo, con el fin de obtener información verídica desde la fuente, es decir, a través de la población involucrada en el turismo y los visitantes. La investigación documental se efectuó mediante el registro de turistas, y también contó con apoyo bibliográfico como aporte a la investigación.

El estudio realizado sobre la identificación de la demanda y la oferta en El Ángel consta de seis capítulos que se describen a continuación:

CAPÍTULO I, PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.- Para realizar este capítulo se recogió información histórica y actual acerca de la oferta y demanda de la ciudad el Ángel, aquí se encuentra planteado el problema a investigarse y los objetivos respectivos.

CAPITULO II, MARCO TEÓRICO.- En éste capítulo se encuentra el contenido científico, que sirve en la investigación ya que es expuesta por diferentes autores, citando la fundamentación teórica relacionada al tema de investigación, para contribuir al desarrollo del mismo

CAPÍTULO III, METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.- Describe los métodos de investigación que se utilizaron para la misma como: el tipo de investigación, muestra poblacional, técnica e instrumentos, métodos de validación y verificación de los instrumentos.

CAPÍTULO IV, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.- Aquí se analiza y se interpreta los resultados donde se evidencia y se describe la realidad del problema.

CAPÍTULO V, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.- Éstos proceden del análisis e interpretación de resultados y de los objetivos planteados en esta investigación.

CAPITULO VI, PROPUESTA.- En éste capítulo consta la propuesta alternativa que es “creación de la red de turismo comunitario Red Calpastour”, la cual contiene objetivos, actividades turísticas, responsables, y esto contribuirá en el desarrollo turístico local.

## **CAPITULO I**

### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Antecedentes**

En la provincia del Carchi, Cantón Espejo, se encuentra ubicada la ciudad el Ángel con una altitud de 3400 m.s.n.m. tiene un clima frío que va desde los 10° y 15° grados centígrados, cuenta con 6275 habitantes y está conformada por seis barrios que son: San Vicente, Centro, San Francisco, Dávalos Grijalva, Chaquilulo, y Bella Vista.

La ciudad del Ángel se considera un pueblo de origen de la cultura pasto y que significa población hecha por tierras de pastos.

Esta ciudad cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales, los cuales se destacan por su autenticidad y originalidad entre ellos están la Calera que es un lugar propio para tomar baños medicinales, los baños del Ángel, baños de Chilcapamba, riachuelos del puente Ayora, hacienda el Ishpingo, La Cruz de Mayo, redondel de la Vasija de Barro, Iglesia San Miguel, parque 10 de Agosto y parque de la Libertad.

#### **1.2 Planteamiento del problema**

Los atractivos turísticos de la ciudad el Ángel son el elemento de la naturaleza que motiva a las personas a dejar su lugar de origen en un determinado tiempo con la finalidad de buscar recreación y esparcimiento.

La oferta y demanda turística a nivel nacional han contribuido con el desarrollo del turismo interno, según sea su aprovechamiento y así contribuya a cada una de las localidades, mostrando así su singularidad en cada uno de sus rincones.

La ciudad el Ángel cuenta con los recursos necesarios para hacer turismo de naturaleza y cultural, sin embargo de ello, estos lugares como son los baños del Ángel, baños de Chilcapamba, riachuelos del puente Ayora, hacienda el Ishpingo, la Cruz de Mayo, redondel de la Vasija de Barro, iglesia San Miguel, parque 10 de agosto y parque de la Libertad, no son aprovechados por el débil desarrollo de la oferta turística, que genera una baja demanda o afluencia de turistas.

Consecuentemente estos lugares no son reconocidos turísticamente y la afluencia de turistas no crece, además se deterioran constantemente, y solo servirán para hacer turismo local en estos sectores.

Es por ello que se debe empezar a trabajar y dedicar más tiempo al estudio de los atractivos existentes en la ciudad el Ángel, cantón Espejo provincia del Carchi, y los encargados de impulsar el turismo son las autoridades gubernamentales y locales, haciendo estudios, promocionando el lugar pero también sembrando conciencia ambiental y ecología en todos los que visitan la ciudad El Ángel.

Por todos los aspectos señalados surge la necesidad de realizar estudios de la oferta y demanda turística en la ciudad El Ángel, Cantón Espejo, provincia del Carchi, básicamente será una herramienta para el planteamiento de ideas que contribuyan al desarrollo local y en particular se identifican las principales debilidades en materia del turismo y con los

resultados obtenidos plantear un proyecto que beneficie a la población y prospere la ciudad.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cuál es la oferta y demanda turística de la ciudad el Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi?

### **1.4 Delimitación**

#### **1.4.1 Delimitación espacial**

- País: Ecuador
- Provincia: Carchi
- Cantón: Espejo.
- Ciudad: El Ángel

La ciudad el Ángel se encuentra ubicado en el cantón Espejo, provincia del Carchi, al norte de la Sierra o Región Interandina del Ecuador en Sudamérica, a una altura que oscila entre los 2900 a 4000 m.s.n.m. a 4 horas aproximadamente del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Tababela en la ciudad de Quito D.C.

#### **1.4.2 Delimitación temporal**

El estudio se realizó el 2013 y 2014, durante los meses de diciembre y julio.

## **1.5 Interrogantes de investigación**

- a) ¿Cuáles son los productos y servicios turísticos que se ofertan en la ciudad El Ángel?
- b) ¿Cuál es la demanda turística de la ciudad El Ángel?
- c) ¿Cómo dinamizar el turismo local en la ciudad El Ángel?

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo general**

Estudiar la oferta y demanda turística de la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi, para dinamizar la economía, social local.

### **1.6.2 Objetivos específicos**

- Identificar los productos y servicios turísticos que se ofertan en la ciudad El Ángel.
- Determinar la demanda turística histórica, real, futura y potencial de la ciudad El Ángel.
- Elaborar una propuesta de mejoramiento para dinamizar el mercado turístico de la ciudad El Ángel.

## **1.7 Justificación de la investigación**

En el Ecuador la oferta de los recursos turísticos, naturales y culturales representan una gama de diversidad, identidad, e historia, que

permiten afianzar la riqueza y actividad turística del país, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de los pueblos, comunidades y regiones.

Es así, que en la región cierra norte del Ecuador es inevitable visitar la ciudad el Ángel, cabecera cantonal de Espejo, provincia del Carchi, misma que brinda a los turistas diversas alternativas para visitar, sin embargo, no existe una adecuada organización, o un circuito turístico conveniente, que ofrezca al turista el conocimiento preciso y recreación adecuada para que pueda disfrutar de la riqueza natural y cultural del sector.

Partiendo de aquello, como profesional y originario del lugar, el presente trabajo tiene el propósito de aportar con estudios de carácter social, personal y profesional al desarrollo del turismo local, y permitir que se aproveche correctamente y no se deterioren estos recursos turísticos, desde aspectos inclusivos, democráticos e integradores, que involucren a varios sectores micro empresariales, los cuales fomenten empleo y desarrollo turístico y económico del sector.

Por ello es conveniente la realización de un estudio de la situación actual acerca de la oferta turística la ciudad el Ángel, para poder direccionar una propuesta adecuada que contribuya, dirija y permita realizar un producto turístico ventajoso, partiendo también de estudiar y conocer las principales características de la demanda, es decir sus motivaciones, perfiles entre otros datos estadísticos para ser coherente con los servicios y necesidades del turista al momento que viste la ciudad, por lo que será necesario organizar el proceso para incentivar el turismo comunitario mediante la formación de una red participativa e incluyente y así ser reconocido turísticamente a nivel local, nacional e internacional.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Generalidades del turismo

##### 2.1.1 Turismo

**Según La Organización Mundial del Turismo (OMT). El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.**

El turismo en si es un factor que atrae la economía en cada uno de los países dedicado al desarrollo del turismo ya que incrementa las visitas y dejan remuneraciones por los servicios que presta cada país.

##### 2.1.2 Origen

El origen del turismo empezó en la Antigua Grecia, con los juegos olímpicos que ellos organizaron, es donde se da origen a que miles de personas viajen pero entendiéndose como una actividad comercial.

El turismo nace por la iniciativa del inglés Thomas Cook quien organiza el primer viaje turístico de la historia en 1841, y después de una década la primera agencia de viajes Thomas Cook and son.

El turismo se da por las diferentes etapas que son:



- El intercambio de explotaciones científicas y políticas iniciadas en el siglo XV realizadas por los españoles y portugueses.
- Realización de viajes para la expansión cultural hecha por los trashumantes.
- La religión hizo que se realizaran viajes determinados como peregrinación en la edad media.
- Los viajes olímpicos también dieron inicio a desplazarse y por ende el inicio del turismo realizado por los griegos en honor a los dioses del Olimpo.

### 2.1.3 Tipos de turismo

**De Compras:** Es donde el viajero puede consumir comprando

**Cultural:** Se puede concentrar en lugares culturales como museos o sitios donde exista cultura e historia, lo material e inmaterial del patrimonio de una población y que el visitante pueda aprender de ello.

**Rural:** Es el que se encuentra fuera del área urbana con actividades que permiten realizar trabajos rurales.

**Gastronómico:** Este da a conocer las comidas autóctonas y que el visitante deguste de platos diferentes y atractivos.

**Ecoturismo:** Se lo realiza en lugares de protección natural y precisamente se dedican a proteger el medio ambiente

**Agroturismo:** es donde el viajero puede permanecer en lugares rurales pero realizando actividades propias del lugar como sembrar, guachar, etc.

**De aventura:** Es donde el turista puede realizar actividades como deportes extremos en lugares poco explorados.

**Turismo científico:** El objetivo principal de este viajero es abrir caminos para la investigación en un determinado sitio o área para fortalecer sus conocimientos.

**Salud:** Donde las personas acuden a sitios como aguas termales etc., para poder sanarse y a la vez están conociendo un lugar turístico.

**Sol y playa:** Turismo masificado en donde las personas se concentran más en las playas para un gustoso descanso.

## **2.2 Turismo en el mundo**

### **2.2.1 Situación actual**

Según la Organización Mundial de Turismo y el concejo mundial de viajes y turismo muestran que la agilización de los visados podría crear hasta 2,6 millones de nuevos puestos de trabajo en la economía del foro de corporación económica de Asia y el Pacífico para el 2016. El informe se presentó el primero de octubre del 2013 en Bali Indonesia.

La agilización de visados han adaptado enfoques progresistas para la aplicación de nuevas políticas, el 21% de los turistas internacionales que se prevén llegará a los países de Asia y Pacífico en el período 2014-2016 todavía tendrá que obtener un visado internacional antes de viajar de acuerdo con las políticas de visados actuales.

La Organización Mundial del Turismo ha trabajado muy duro en los últimos años para valorar y promover la agilización de visados, logrando

un incremento de la economía y puestos de trabajo en los países de Asia y Pacífico.

### **2.2.2 Fortalezas y debilidades**

Las fortalezas y debilidades del turismo en el mundo se pueden ver desde diferentes perspectivas: el crecimiento en la economía mundial como una fortaleza para todos, el desarrollo de la economía emergente, desarrollo del turismo senior, mayor crecimiento en la industria de cruceros, mayor importancia en la sostenibilidad del turismo, compañías aéreas low cost, mayor combinación de ferias y negocios, nuevos destinos turísticos.

Las debilidades factores negativos por ende, existirán obstáculos como mayor competencia entre destinos, uso intensivo de tecnología e información, alteración de los mercados en los perfiles de turistas, aumento de costos de trasportes y aumento de la demanda por destinos de proximidad, alteración demográfica, crisis en la economía internacional

El turismo en si es un auge del desarrollo de la economía en el mundo, sin embargo de ello es muy difícil mantenerse en un excelente nivel en turismo porque tiene muchos factores negativos como las debilidades ya mencionadas pero también las fortalezas que hacen que el turismo viva desarrollándose diariamente.

## **2.3 Turismo en Ecuador**

### **2.3.1 Historia**

Sin duda el Ecuador es un gran atractivo turístico y hoy en día se ha convertido en un icono para los diferentes países por tener una gran

mayoría en aéreas verdes, en si una gran biodiversidad para mostrar y tomar un lugar importante entre los países turísticos del mundo.

Para tener mayor calidad turística e importancia se empezó a trabajar con la ayuda de los gobiernos y autoridades respectivas interesadas por el turismo, para realizar la creación de la legislación turística:

- En la década del Dr. Isidro Ayora en 1930 facilitaba el ingreso de viajeros al país y establecía la promoción e información turística del país.
- En el gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo, 1935 nace la ley del turismo en la que se caracterizaba por dar una identificación de turista como un requisito para ingresar al país y es donde también se crea la Dirección de Turismo del Estado.
- En la década de los 40 se empezó con un adelanto en el turismo porque en este tiempo se dotó al Ecuador como Servicio Ecuatoriano De Transportes Aéreo Domestico SEDTA, pero estos fueron perjudicados con la segunda guerra mundial.
- SEDTA fue la primera empresa en realizar viajes al exterior formando un itinerario de 21 días y en este se incluía a Ecuador.
- La primera agencia de viajes creada en Ecuador fue La Ecuadorian Tours impulsada por PANAGRA, esto se realizó en el gobierno del presidente Galo Plaza Lasso y aquí se dio la primera promoción del turismo y a la vez la creación de una oficina de turismo
- Es así que gracias a este gobierno se abre la agencia de viajes Metropolitan Touring en el año de 1950.
- El primer intento de viaje a Galápagos es una manifestación real mediante la agencia de viajes Metropolitan Touring en el año de 1969
- Ecuador encuentra un nicho en el mercado turístico en los años de 1959 y 1973, es así que el 10 de agosto de 1992 se inició con la creación del Ministerio de Información y Turismo, pensando en que

era una actividad encaminada al crecimiento e economía social en Ecuador

Desde el año 1994 han surgido muchos cambios en el turismo por parte de los diferentes gobiernos, sin embargo de ello en el año 2000, el Dr. Gustavo Noboa presidente de la república del Ecuador en ese entonces, declara que cada uno de los ministerios debe depender de sí mismo, es por ello que desde el año 2000 el Ministerio de Turismo es una sola dependencia.

El turismo actualmente presenta grandes perspectivas para el desarrollo de actividades para generar mayor economía a nuestro país y es tomado en cuenta el turismo como generador de divisas para Ecuador tanto como el petróleo, agroindustria, red vial, pesquería y otras.

### **2.3.2 Recursos turísticos del Ecuador**

Ecuador es reconocido por su gran biodiversidad gracias a su ubicación en el planeta, es merecedor de recursos importantes como las islas Galápagos, El volcán Cotopaxi, El Yasuní entre otros, que comprenden áreas con una exuberante riqueza de flora, fauna, paisajes etc. Como recursos y atractivos turísticos más importantes son:

- Archipiélago de Galápagos
- Salinas, Manta, Atacames y sus playas
- Bosque protector Polilepys, Perla,
- Reserva ecológica el Ángel, Cotacachi Cayapas, Cayambe –Coca, Cuyabeno, El Cajas,
- Parque Yasuní, Podocarpus, Sangay, Machalilla
- Sistemas lacustres Colta, Cuicocha, Yahuarcocha, San Pablo, Puruhuanta.

Son algunos de los atractivos que se encuentran en Ecuador, pero hay que recalcar que existen un sinnúmero de atractivos turísticos para los diferentes gustos de turistas ofertando variedad y autóctonos de cada lugar donde se encuentran éstos.

### **2.3.3 Situación actual del turismo en Ecuador**

El Ecuador en cuanto a la situación actual del turismo está en auge porque en este tiempo se ha incrementado las entradas de visitantes a nuestro país generando así una mayor cantidad de divisas al país, es por ello que se tiene una estadística de visitantes en el año 2012 de 106.368 visitantes, sin embargo de ello en el 2013 se ha incrementado esta cifra en 112.576 visitantes en este país, dando como resultado un crecimiento económico y de conciencia ambiental para seguir ofertando por mucho más tiempo ya que si no se cuida y no se valora lo que se vende pues pronto, no se tendrá fuentes de trabajo en el área de turismo, es por ello que en todos los atractivos turísticos se maneja de manera adecuada y con las reglas y normas respectivas para la utilización de cada atractivo turístico, como lo exige la OMT.

Es por ello que la situación actual del turismo en Ecuador está en su punto de desarrollo y de crecimiento, lo cual está generando empleos, divisas, y muchas otras cosas más que aportan al país para que la situación actual del turismo vaya mejorando cada día y solventando gastos de nuestro país, cabe decir que es muy importante tener que ofrecer en cuanto a turismo a otros países porque esto en un futuro será el sostén de toda una población y la convivencia diaria con otras nacionalidades.

### 2.3.4 Indicadores estadísticos del turismo en el Ecuador 2013

Según las pagina web de la Asociación de Operadores Turísticos Receptivos del Ecuador OPTUR y en conjunto con el Ministerio de Turismo del Ecuador MINTUR se aprecian diferentes indicadores estadísticos por año sobre la entrada de turistas al país de los años 2012 y 2013.

**Tabla # 1. Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013**

MES	2012	2013
ENERO	127.116	130.842
FEBRERO	99.521	103.768
MARZO	96.948	113.361
ABRIL	92.627	89.669
MAYO	92.644	98.420
JUNIO	118.292	121.742
JULIO	130.779	138.140
AGOSTO	106.375	112.576
SEPTIEMBRE	85.990	97.372
OCTUBRE	99.145	111.519
NOVIEMBRE	99.674	112.061
DICIEMBRE	122.790	136.799
	<b>1.271.901</b>	<b>1.366.269</b>

Fuente: Datos estadísticos de llegadas y salidas MINTUR Ministerio de Turismo del Ecuador

Elaboración: Dirección de Investigación Ministerio de Turismo

**Tabla # 2. Salida de ecuatorianos 2012-2013**

MESES	2012	2013
ENERO	77.532	79.108
FEBRERO	90.608	94.464
MARZO	91.453	98.292
ABRIL	80.966	94.894

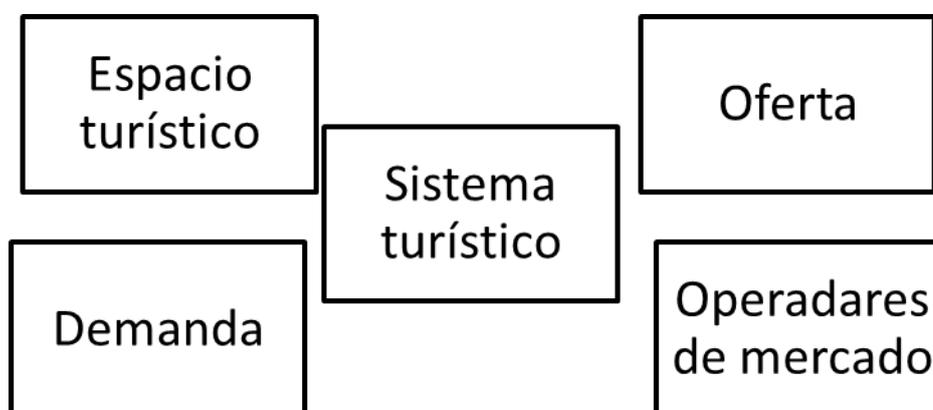
<b>MAYO</b>	81.047	89.092
<b>JUNIO</b>	66.422	88.962
<b>JULIO</b>	94.567	102.343
<b>AGOSTO</b>	113.567	126.286
<b>SEPTIEMBRE</b>	88.803	103.598
<b>OCTUBRE</b>	84.368	102.160
<b>NOVIEMBRE</b>	83.399	91.549
<b>DICIEMBRE</b>	69.473	84.814
	<b>1.022.205</b>	<b>1.155.562</b>

**Fuente:** Datos estadísticos de llegadas y salidas MINTUR Ministerio de Turismo del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Investigación Ministerio de Turismo

## 2.4 El sistema turístico: oferta y demanda

**Gráfico 1: Sistema turístico**



**Fuente** OMT Organización Mundial del Turismo

**Elaboración:** Chalapud A. Quiroz P.

Es necesario considerar lo que se indica desde el punto de vista sistemático donde se muestra la interrelación entre los diferentes elementos que intervienen en la actividad del turismo como son: el espacio geográfico, la oferta, la demanda y los operadores de mercado a continuación explicaremos cada uno de estos elementos

### 2.4.3 La oferta turística

Según la OMT (1991) La oferta turística es el “conjunto de productos en un destino determinado para su disfrute y su consumo”. pág. 23 Por lo tanto estos productos se ven reflejados en los diversos bienes y servicios turísticos tales como alojamiento, alimentación y otros complementarios que están presentes en el mercado, es decir, la oferta turística es una sumatoria de varios elementos como lo muestra el siguiente cuadro.

Es el conjunto de bienes y servicios turísticos presentes en el mercado, ofertando así los mejores productos a los visitantes para satisfacer las necesidades de cada uno.

**Tabla # 3. Elementos de la oferta turística**

Atractivos + actividades + servicios = **Producto turístico.**

Productos turísticos.+ precio + canales de distrib.+ promoción + Información = **Oferta turística.**

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P.

**Fuente:** Módulo 3. Curso virtual: turismo en espacios rurales, SENA, Cartagena Col.

Todos estos elementos antes mencionados, son capaces de satisfacer necesidades, motivaciones y expectativas de cada uno o de un grupo determinado de turistas, es decir a un segmento de mercado turístico.

#### 2.4.3.1 Componentes de la oferta turística

Según Panoso A. (2012) Existen dos tipos de oferta turística:

- **Oferta turística básica:** Está compuesta por aquellos servicios y bienes que se presta por empresas exclusivamente turísticas como las agencias de viaje, hoteles, y empresas de transporte.
- **Oferta turística complementaria:** está compuesta por aquellos servicios que no son exclusivamente turísticos, pero que son indispensables para el turista, como son restaurantes, deportes, ocio, comercio entre otros.

**Tabla # 4. Componentes de la oferta turística**

<b>Factores</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geográficos</li> <li>• Socioeconómicos</li> <li>• Infraestructura y servicios disponibles</li> </ul>
<b>Producto turístico</b>	
Atractivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Culturales</li> <li>• Naturales</li> <li>• Festividades y eventos</li> <li>• Congresos</li> </ul>
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De esparcimiento</li> <li>• Deportivas.</li> <li>• Act. vinculadas al medioambiente.</li> <li>• Act. vinculadas al patrimonio histórico cultural</li> <li>• Act. vinculadas a la producción.</li> <li>• Asistencia a evento.</li> </ul>
Servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Recreación</li> <li>• Diversión.</li> <li>• Transporte, otros</li> </ul>

<b>Oferta turística</b>	
Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios por línea de producto</li> <li>• Competitivos</li> <li>• Diferenciales</li> <li>• Psicológicos</li> <li>• Productos nuevos</li> </ul>
Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centrales de reserva</li> <li>• La asociación</li> <li>• La tecnología</li> </ul>
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El boca a boca</li> <li>• Relaciones públicas,</li> <li>• Internet</li> </ul>
Información y publicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guías turísticas y de servicios</li> <li>• Mapas, planos y rutas turísticas</li> <li>• Folletos, Revistas de turismo</li> <li>• Reportajes</li> <li>• Redes sociales</li> </ul>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P.

**Fuente:** Módulo 4. Curso virtual: turismo en espacios rurales, SENA, Cartagena Col. pág. 21

Además existen componentes esenciales en la oferta turística, donde se hará énfasis en cada uno, los cuales son:

- Atractivos turísticos
- Infraestructura turística de apoyo
- Servicios y equipamiento turístico
- Producto turístico

#### **2.4.3.2 Los atractivos turísticos**

Es todo recurso o acontecimiento natural o cultural que motivan al ser humano para conocerlos.

### **2.4.3.3 Infraestructura turística**

Consiste en el conjunto de obras como las edificaciones, instalaciones, estructura física de base, sistemas de servicios básicos como transporte, agua, comunicación etc. que son indispensables para el desarrollo del turismo en un lugar.

### **2.4.3.4 Los Servicios turísticos y el equipamiento turístico**

El equipamiento turístico según Embratur (1984) “representa el conjunto de edificaciones, instalaciones y servicios indispensables para el desarrollo de la actividad turística. Comprende los medios de hospedaje, los servicios de alimentación, de entretenimiento, de gestión, de información y otros servicios”. Pág. 17 Es decir son las instalaciones, que dan comodidad y son importantes para la práctica y el desarrollo del turismo.

A continuación enumeramos los principales equipamientos y servicios turísticos:

#### **2.4.3.4.1 El alojamiento**

- **Equipamiento:** Resort and Hoteles, hostales, hosterías, moteles, apartamentos, albergues, posada, pensión, camping hospedaje comunitario.
- **Servicios:** su principal servicio es el hospedaje aunque pueden ofrecer otros servicios como: el de alimentación, recreación, áreas de ocio, spa, gimnasio.

#### 2.4.3.4.2 La restauración

- **Equipamientos:** bares, restaurantes, cafeterías, snacks, sodas, cantinas, pizzerías, panaderías, heladerías, paraderos, puestos de comida rápida, café nets etc.
- **Servicios:** oferta de alimentos y bebidas, platillos servidos ya sea con ambientes agradables y acogedores.

#### 2.4.3.4.3 El transporte

- **Equipamientos**
  - Aéreo: Aeronaves nacionales e internacionales, helicópteros, aeropuertos, teleféricos.
  - Terrestre: Buses públicos, automóviles, buses privados, terminales, tranvías, carreteras.
  - Marítimo: Cruceros a bordo, yates, buques, puertos etc.
- **Servicios:** Transporte interno, nacional, internacional, renta de vehículos, estadía en un crucero marítimo, paseos en tranvía o teleférico.

#### 2.4.3.4.4 El entretenimiento y la diversión

- **Equipamientos:** Discotecas, casinos, bares, night clubs, etc.
- **Servicios:** El único servicio de divertir al turista y atender a sus necesidades específicos.

#### 2.4.3.4.5 La recreación

- Equipamientos: Parques temáticos, escenarios deportivos, plazas, teatros, cines, circos etc.
- Servicios atención a necesidades específicas y momentáneas para una mejor experiencia del turista.

#### 2.4.3.4.6 Organización de eventos y congresos

- **Equipamientos:** centros de convenciones, salas múltiples, expoferias, coliseos,
- **Servicios:** atención en ferias, eventos sociales de negocios, convenciones, corporativos, congresos, seminarios, festivales entre otros.

#### 2.4.3.4.7 Servicio de información

- **Equipamientos:** agencias de viajes, operadores turísticos, centros de información sobre destinos y facilidades turísticas, páginas web, guías de viajeros, casas de cambio, galerías de arte, tiendas de artesanías, y de suvenires, centros comerciales.
- **Servicios:** venta de pasajes y paquetes turísticos, información de destinos, cambios de moneda, venta suvenires y artesanías.

### 2.4.3.5 El Producto turístico

Una definición de producto turístico nos proporciona Cárdenas F. (2010) **Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrece en el mercado (para que el turista logre un confort material y espiritual), en forma individual o en una gama amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que le llamamos turista.** pág. 45

En si es lo que se conoce un paquete turísticos organizado a un destino con suficiente infraestructura, atractivos, planta turística y los servicios. Su principal función es satisfacer las necesidades de los turistas y superar las expectativas de los mismos

#### 2.4.3.5.1 Elementos tangibles del producto turístico

Para el producto turístico existen elementos que lo conformar, la siguiente tabla hace una diferenciación de los elementos tangibles e intangibles:

**Tabla # 5. Los elementos tangibles del producto turístico**

Tangibles	La materia prima del producto	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bienes materiales(alimentos, bebidas, aviones, cruceros)</li><li>• Recursos humanos empresa</li></ul>
	Los recursos turísticos del entorno	<ul style="list-style-type: none"><li>• R. naturales</li><li>• R. culturales</li><li>• Otros (actividades recreativas, acontecimientos especiales)</li></ul>
	La infraestructura básica	<ul style="list-style-type: none"><li>• Públicas (agua, redes, hospitales)</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privadas (terminales de transporte, hospitales)</li> </ul>
	Los elementos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones deportivas</li> <li>• Plantas comerciales, bares, tabernas</li> </ul>
Intangibles	Según Ascanio, A. (2012) “Los elementos intangibles de los productos turísticos se componen de los servicios, la gestión de recursos de la empresa o comunidad y la imagen de marca junto con el nivel de percepción del turista.” Pág. 69	

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P.

**Fuente:** Módulo 5. Curso virtual: turismo en espacios rurales, SENA, Cartagena Col. pág. 69

Es importantes diferenciar los elementos tangibles e intangibles de un producto turístico, de los cuales es indispensable ofrecer servicios turísticos diferenciados de los demás productos que están presentes en el mercado por aspectos de calidad e imagen y que a la vez permiten dar niveles satisfacción y reconocimiento de los turistas

#### 2.4.4 La demanda turística

Según Jiménez, L. (2010) “La demanda es la cantidad de consumidores que están dispuestos a comprar en el mercado”. Pág. 20. Aunque en turismo la demanda hace referencia es cantidad de visitantes o turistas que están consumiendo bienes y servicios turísticos, formando así mayor posicionamiento a los lugares visitados.

Para que exista demanda turística se tiene en cuenta ciertas características como el lugar determinado, periodo determinado, situación del entorno, la competencia etc.

#### 2.4.4.1 Tipos de demanda

- **Demanda turística real:** el número de personas que viajan
- **Demanda turística potencial y objetiva:** el número de personas que desean viajar
- **Demanda receptiva.-** es el número de personas que viajan desde y hacia otro país
- **Demanda histórica.-** es la cantidad de turistas que visitaron a una ciudad exclusiva, e hicieron que crezca su demanda y sea histórica
- **Demanda futura.-** es la cantidad de turistas que se pronostica van a ir a cierto lugar.

#### 2.4.4.2 Agrupación en la demanda turística

En la demanda turística se ha establecido diferentes segmentos, la siguiente tabla indica los principales segmentos:

**Tabla # 6. Agrupación en la demanda turística**

<b>El viajero</b>	Cualquier persona que se encuentra viajando entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia.
<b>El visitante:</b>	son todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo
<b>El excursionista:</b>	es un visitante que no pernocta en ningún tipo de alojamiento del país o localidad que visita
<b>El turista:</b>	Pasajero que hace uso de los

	servicios principalmente del de alojamiento ya sea privado o colectivo del país o localidad visitada.
<b>Visitante del día (excursionista):</b>	Son pasajeros a bordo de programas en cruceros, yates y su participación en grupo.

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P.

**Fuente:** Módulo 7. Curso virtual: turismo en espacios rurales, SENA, Cartagena Col. pág. 109

#### 2.4.4.3 Factores que determinan la demanda

**Según (Ignarra, 1999., Iohmann, 2004) La demanda está formada por factores como la elasticidad, la variación de precios y las políticas en el mercado y la economía global, a pesar de eso existen factores mucho más específicos que influyen directamente en la disminución, aumento o estacionalidad de la demanda turística, pag 67. Los cuales son mencionados a continuación:**

- 1.- Precio del producto.- su variación es inversamente proporcional a la variación en el precio
- 2.- Precio de productos complementarios: son aumentos o disminuciones de precios en servicios como los medios de transporte entre otros.
- 3.- El ingreso.- en cuanto a los turistas su ingreso está directamente relacionado con el aumento de la demanda que puede favorecer en aumento o disminución de los viajes.
- 4.- La disponibilidad de tiempo libre.- ya que el aumento de tiempo libre es favorable para un aumento en el número de viajes
- 5.- La inversión en divulgación.- ya que la inversión en publicidad turística tiene un efecto poderoso para dar a conocer un destino o producto turístico y por lo tanto el aumento de la demanda turística.

6.- Moda.- ya que existen productos turísticos que se vuelven populares por influencia de la publicidad y logran generar un estatus para quienes lo visitan

7.- Variaciones climáticas.- los cambios climáticos influyen directamente en la demanda turística, son cambios inesperados que provocan una disminución de visitantes pero diversifican las actividades y atracciones en un destino.

8.- Catástrofes naturales.- la existencia de ciertas catástrofes como huracanes, erupciones, terremotos, etc. afectan drásticamente en la demanda turística.

9.- Catástrofes artificiales.- tales como guerras civiles ataques terroristas, provocan variaciones en la demanda turística.

## **2.5 Comercialización Turística**

**Pearce y Tan (2004). Comenta: La comercialización turística es el intercambio de los bienes y servicios, entre el visitante y centros turísticos, por un valor monetario. El proceso de la comercialización se lo realiza por canales de distribución. Canales de distribución de turismo establecen la comunicación entre los proveedores y los consumidores proyectándolos de información de un mecanismo que permite a los consumidores hacer y pagar sus reservaciones. pág. 26.**

Esta es una edición muy clara ya que a través de los canales de distribución se divulgan los mensajes para realizar una promoción y de esta manera ofertar los productos turísticos. A partir de la cual se distingue dos tipos.

### **2.5.1 Canales de distribución directo**

Cuando no existen intermediarios y permiten que los centros turísticos oferten sus productos por si solos, aunque sea ilimitada su cobertura.

## **2.5.2 Canales de distribución indirecto**

Cuando se utilizan intermediarios entre los centros turísticos y el turista. Este canal es más habitual en el sector turístico.

## **2.6 Carchi**

### **2.6.1 Generalidades**

La provincia del Carchi, se caracteriza por la magia de su gente, su solidaridad, y la bondad de la misma. En el Carchi empieza y termina la patria ecuatoriana puerta de entrada para el turismo y el comercio de la parte norte. Es así que esta provincia se forma de seis cantones, conocidos por su infraestructura, monumentos, parques, etc.

La provincia del Carchi tiene una extensión de 3.604.33 km<sup>2</sup> y su capital es Tulcán, forma parte de la región Andina. Su población alcanza un total de 152.939 habitantes que representan el 1.3% de la población total del Ecuador, con un clima desde 5 c<sup>o</sup> a 20 grados centígrados cuando existe mayor cantidad de sol. Sus límites son al norte con Colombia y al sur con Imbabura. Está a una altitud de 3. 640 msnm.

### **2.6.2 Antecedentes del turismo en Carchi**

El turismo en la provincia del Carchi ha mostrado últimamente significativas cifras de oferta y demanda turística, es así como se da a conocer esta provincia con sus maravillosos productos turísticos como uno de los más relevantes atractivos el cementerio Azael Franco ubicado en la capital de la provincia.

El potencial turístico del Carchi posee características autóctonas y con mucho valor histórico, haciendo de éste un lugar encantador y muy visitado por los turistas nacionales e internacionales.

### 2.6.3 Entornos turísticos

La siguiente tabla muestra los diferentes atractivos de la provincia del Carchi, que se encuentran en el área de influencia de la ciudad El Ángel.

**Tabla # 7. Entornos turísticos de la provincia del Carchi**

<b>Entornos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva Ecológica El Ángel</li> <li>• La Calera</li> <li>• La Cruz de Mayo</li> <li>• Ciudad de Tulcán</li> <li>• Cementerio de Tulcán</li> <li>• Gruta de la Paz</li> <li>• Ciudad de San Gabriel</li> <li>• Aguas Hediondas</li> <li>• Lagunas Verdes</li> <li>• Ciudad el Ángel</li> <li>• Lagunas del Voladero</li> <li>• Volcán Chiles</li> </ul>
----------------------------	---

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P.

**Fuente:** Guía turística 2012 GPC (Gobierno Provincial del Carchi)

### 2.6.4 Tipos de productos turísticos

Los tipos de productos turísticos que se ofrecen en la ciudad El Ángel son:

- Servicio de salud
- Servicio de restauración
- Servicio de alojamiento
- Servicio de transporte
- Servicio de información
- Servicio de intermediación



**Clima:** de 8 a 20 grados centígrados en tiempos de verano

**Límites:** al norte con el cantón Tulcán, al sur con la parroquia San Isidro, al este con Bolívar y al oeste con la parroquia la Libertad.

### **2.7.2 Aspectos socioeconómicos**

**Población:** 6275 habitantes

**Estructura político administrativa:** La ciudad está dividida siete barrios legalmente constituidos y que son: San Vicente, Centro, San Francisco, Dávalos Grijalva, Chaquilulo, Bella Vista, 27 de septiembre.

### **2.7.3 Infraestructura y servicios disponibles**

**Agua Potable:** La ciudad El Ángel cuenta con agua potable para toda la población gozando de este servicio el 95% de la población con agua tratada y suministrada por Emap del GAD Espejo, en este sentido de salubridad, protegiendo así la salud de los habitantes y turistas.

**Gas:** En esta ciudad este servicio lo posee toda la población y se abastece de forma frecuente por distribuidores particulares aunque en los alrededores el 84 % de la población utiliza ya sea las cocinas de gas y las cocinas de leña, porque también tienen accesibilidad a la leña.

**Electricidad:** En cuanto a electricidad, la ciudad posee el 99% de la población que provee la empresa eléctrica Emelnorte de la ciudad El Ángel.

**Tratamiento de residuos:** se da tratamiento a los residuos que produce diariamente la ciudad y se depositan en el relleno sanitario ubicado a 4km del casco urbano, su recolección se hace 3 veces por semana por los barrios en camiones recolectores.

**Alcantarillado:** Según el censo de población y vivienda (2013), existe un 99% de la población de la ciudad que posee alcantarillado aunque no existe una planta de tratamiento.

**Accesibilidad y transporte:** Para ingresar a la ciudad el Ángel se encuentra a una distancia de 125 kilómetros desde la ciudad de Ibarra a una hora y media, en la entrada de la ciudad encontramos el redondel Vasija de Barro. Sus vías son de 1er orden y sus calles se encuentran asfaltadas en un 70%, existen 1 cooperativa de transporte público Espejo, Mira con frecuencias diarias a Quito, Ibarra, San Lorenzo, Tulcán. Para el transporte interno existe una cooperativa de taxis ejecutivos y una cooperativa de camionetas.

**Comercio:** la ciudad posee el mercado central que abastece a la población y sectores aledaños; además, existe un mercado pequeño en el barrio 27 de septiembre. Se comercializa todo lo que se cultiva en este sector en pocas cantidades, y los grandes agricultores que tienen sus cosechas en cantidades masivas, se dirigen a vender sus productos a las grandes ciudades como Ibarra y Quito. En la ciudad se realizan ferias los días lunes donde se comercializa toda clase de productos agrícolas, de primera necesidad etc.

**Servicios de Salud:** Esta ciudad cuenta con centros de salud, que son un hospital llamado El Ángel y un centro de salud El Ángel, con atención diaria y cuentan con 30 camas y salas de maternidad, emergencias principalmente.

**Comunicación:** En cuanto a comunicación la ciudad El Ángel tiene mucha accesibilidad con un 98% de la población. Existe la radio Carisma, además, acceso a internet, televisión, servicios de correo, siendo la comunicación importante para la población.

## **2.7.4 Descripción cultural**

**2.7.4.1. Origen:** el Ángel es un pueblo de origen pasto, dicha cultura se extiende en el Carchi y Nariño (Colom.) Siendo sus límites el río Chota en Ecuador y el río Guaitará en Colombia. En el periodo de integración (1460 - 1532) aparecen las culturas de la sierra norte, entre ellas la cultura pasto, los pastos se dividen en Piartal, Tusa, Capulí.

### **2.7.4.2. Principales Características**

1. Habitaban en pequeñas casas construidas de barro en forma circular llamadas bohíos
2. Fueron hábiles y perfeccionaron técnica alfarera y orfebre por sus formas, decoración y acabados ya que moldeaban el oro, barro, tumbaga, además de objetos de piedra en forma de amuletos y pendientes, hechas, ganchos
3. Se distinguen por sus tres estilos de pintura negativa, positiva y policroma y los colores representativos de la cultura pasto fueron: negro, café, rojo, ocre
4. Las profundas tumbas donde enterraban a sus muertos con abundante ajuar, suponen un complejo mundo ritual y espiritual, así como el ajuar diferencial con vasijas rústicas hablan de una diferencia social y de rango sus entierros se los hacían por jerarquías, las personas de mayores recursos generalmente los caciques, se los enterraba a mayor profundidad de 5 a 8 metros,. Mientras que los de menor jerarquía a una profundidad de 1 a 2 metros, eran en posos cilíndricos, tipo alacenas en donde se depositaban el cadáver de forma horizontal, colocando junto a ello las ofrendas
5. La cosmovisión de los pastos constituyera un centro de conocimientos, para establecer alineamientos astronómicos y espacios de veneración de los astros y así establecer equinoccios y solsticios, que permitían obtener calendarios para la siembra y cosecha. Uno de los símbolos más utilizados es la estrella de ocho

puntas donde se conforma el sol de los pastos; el conocimiento aplicado de la geometría se reflejó en círculos, estrellas, rombos, pasmados en viviendas, cerámicas, orfebrería y tumbas.

6. Los objetos más conocidos y valorados son: los coqueros, compoteras, ánforas, botijuelas de cuello recto y largo, máscaras y ocarinas, con dibujos geométricos, dibujos de animales aves, ollas, vasos, estatuillas, silbatos, , platos y figuras humanas en forma estilizada
7. Practicaban el trueque en el intercambio de productos con otras culturas y se conoce también que tenían una unidad monetaria denominada caratos (fichas de barro cocido), que eran exclusivamente para ciertos extractos sociales, además practicaban el trueque en el intercambio de productos con otras culturas.

**2.7.4.2. Principales atractivos culturales:** El entorno cultural de la ciudad El Ángel, tiene un valor muy importante ya que toda la ciudad es representada por la cultura pasto desde la entrada a la ciudad, parques, redondeles, y el museo de la ciudad el Ángel para así tener siempre presente el origen de donde vienen y a donde van.

La ciudad El Ángel se encuentra rodeada de atractivos turísticos con grandes posibilidades para atraer a los turistas por su originalidad y acceso, de esta manera, la siguiente tabla indica los atractivos turísticos naturales de este sitio.

**Tabla # 8. Descripción de atractivos turísticos culturales de El Ángel**

<p><b>Monumento a la Vida del Nuevo Milenio</b></p>	<p>Este conjunto escultórico sintetiza el pensamiento de lo que fue para este pueblo el pasado, lo que hoy es el presente y su proyección hacia el fut. El monumento tiene un cofre.- que contiene memorias históricas que será recuerdos sellados como evidencia histórica de haber pasado</p>
---	---



de un milenio a otro.  
 Se observa un guerrero y danzante Pasto.- es un guerrero y se dice que habitaba en estas tierras  
 También tiene una escultura de Frailejones tallado en piedra donde se levantan 20 frailejones representando el concepto de amar a la naturaleza y que su vegetación sostiene al mundo con vida.  
 Además esta tallado un calendario Pasto donde une a los frailejones este icono de la fase el Ángel. El calendario pasto contiene los solsticios y equinoccio, base del conocimiento acerca de las estaciones lo que determinaban prácticas culturales en cultivos y festividades  
 Existe un globo y es el punto de reflexión, ya que es una figura del planeta tierra aún con vida pero amenazada y en proceso de que el punto de equilibrio se rompa.

**Mirador Turístico Cruz de Mayo y Parque Bellavista**



Representa los tres momentos que tuvo Jesús; el nacimiento, la muerte y la resurrección.  
 Nacimiento de Jesús.- Es una construcción en tamaño real donde niños y jóvenes realizan el pase del niño en navidad.  
 Mirador Cruz de Mayo.- Simboliza la muerte Jesús, en el año 1945 la familia Ruano hizo construir una pequeña cruz de mayo en la parte baja de este sector. Actualmente se construyó una más grande con un estratégico mirador.

<p><b>Museo Arqueológico Blas Ángel</b></p> 	<p>Conserva cerámica como botijuelas, tirpas, platos composteros etc. de la cultura pasto. Muestra las siguientes fases: el Ángel, negativo del Carchi y Cuasmal, además, se ven pinturas de grandes artistas como: Ángel María Pozo y otros.</p> <p>Estas piezas arqueológicas dan fe de las habilidades y destrezas de los antepasados que lograron importantes avances en la combinación de metales llamados por los historiadores “el periodo oro de El Ángel”</p>
<p><b>Iglesia a Matriz El Ángel</b></p> 	<p>Declarado patrimonio cultural. Fue construida en el año de 1926. Posee un estilo gótico, en el altar encontramos el altar de San Juan Bosco y todo su alrededor bañado con una fina lamina de pan de oro, en el interior se encuentran hermosas obras de arte como son: Jesús del Gran Poder, San Pedro, la Dolorosa del Calvario, La Inmaculada, La Virgen del Tránsito y más imágenes históricas que la convierten en un atractivo muy llamativo para los visitantes.</p>
<p><b>Puente Ayora</b></p>	<p>Llamado así en honor al presidente de ese entonces Dr. Isidro Ayora, a pocos metros de este se encuentran dos chorros de refrescantes aguas medicinales.</p>

	
<p><b>Parque Interpretación Ecológica</b></p> 	<p>Aquí se encuentran réplicas de toda la fauna existente de la reserva ecológica el Ángel como son: el cóndor andino, el venado, el oso de anteojos, el lobo de páramo, el conejo silvestre y muchos más.</p>
<p><b>Túnel de las Fuerzas Vivas en Alerta</b></p>  	<p>Lugar donde se obstaculizó al ejército del gobierno de Velasco Ibarra en paso por esta ciudad, haciéndose eco del rechazo a la mencionada tasa de los dos sucres. Luego de innumerables disparos, el ejército logró atravesar la ciudad rumbo a Tulcán, dejando a su paso un muerto y varios heridos el 25 de mayo de 1971.</p>
<p><b>Monumento a la Botijuela</b></p>	<p>Es un elemento protagónico por su elegancia, su clásica figura y decoración. En el lado "A" tiene una representación ceremonial de la</p>



minga, un baile en el que formaban un círculo hombre y mujeres, cogidos de la mano y zapateaban al compás de la música, con furor para exaltar su valentía. En el lado “B” se destaca la entrañable relación entre el hombre y la tierra, exalta el enorme potencial agrícola, sintetizado en una familia sólida que repercute una sociedad con mejor porvenir.

### Leyendas

La Calera



Un estrecho sendero conducía desde las tierras El Ángel hasta las fuentes termales de La Calera, ubicadas junto al Río El Ángel. Hasta este lugar llegaban los habitantes de las partes altas de los páramos para mejorar la salud quebrantada por el frío.

En tiempos de la conquista muchos indios llegaron hasta este lugar llevando grandes cantidades de oro, botijuelas con chicha, platos decorados con figuras de monos, danzaban alrededor de las fuentes termales mientras sus enemigos, venidos del otro lado del río Chota, trataron de capturarlos, una niebla densa a pleno día salía de las aguas y el cauce del río, los envolvía a todos los danzantes y desaparecieron como por encanto. Afirman que los indios que desaparecieron como por encanto y se transformaron en pajarillos que cantan alegremente por el lugar.

El Cacique en el voladero

Cuenta la leyenda, que un legendario cacique carchense antes de ser capturado por los españoles, decidió volar hacia estas lagunas y perderse en las cristalinas aguas, sin rendirse jamás. Se dice que era un hombre recio, fuerte y bondadoso, de nombre Jerónimo Tudpué.

	
<p>El señor Pedro Cuasquer</p> 	<p>Cuenta la leyenda que en épocas pasadas el señor Pedro Cuasquer solía ser el que bajaba los toros bravos desde el páramo, para realizar las fiestas populares para la corrida de toros, pero este señor era el único que podía hacerlo porque cuentan que tenía un pacto con el diablo, y podía manipular a todos los animales más bravos y resabias que miraba, cuentan que tuvo muchos matrimonios y todas solían morir misteriosamente en sus casas, pero antes a todas las llevaba a la laguna el voladero y les decía que esperen que ya regresaba y en ese momento aparecía un toro muy grande y bravo.</p>
<p><b>Fiestas y Eventos programados</b></p>	
<p>Fiestas de inocentes</p> 	<p>Se celebra cada 15 de enero de cada año donde se deja ver la cultura a través de coreografías, danzas angeleñas, etc.</p>

Fiestas de cantonización:	20 de septiembre
<p>Carnaval del Frailejón</p> 	<p>Se celebra en Febrero antes del miércoles de ceniza en donde se demuestra la algarabía de con la que cuentan las personas para festejar dicha festividad, ellos se preparan con danzas y gastronomía en esta fecha importante para el Cantón Espejo.</p>
<p>Fiestas de San Isidro</p> 	<p>Es el 15 de junio fecha especial en honor a San Isidro y rescatando la cultura de nuestros ancestros ya que para las personas católicas lo conmemoran por los milagros que ha hecho en el pueblo, así también llevando su nombre una parroquia perteneciente al cantón Espejo.</p>
<p>Además, se organiza eventos como: toros populares, acarreo de la chamiza, pelea de gallos, palo encebado, carrera de 4 X 4, platos típicos, cacería del zorro, entre otros.</p>	
<p><b>Gastronomía típica</b></p>	
<p>Habas con queso</p>	<p>Las habas se las cultiva en un piso climatico frio que va desde los 2000 a 3500 m.s.n.m. el desarrollo del cultivo tiene una duración de seis meses. Es un plato tradicional, que se degusta en toda la provincia del Carchi. Se caracteriza por ser muy nutritivo y va acompañado por la</p>

	<p>cuajada que es hecha por las personas de la comunidad y su manipulación va, desde el ordeño de la vaca, ponen en casa pastilla llamada cuajada en 5 litros de leche, esperamos 1H30 y podemos sacar ya la cuajada y servir.</p>
<p>El cuy asado</p> 	<p>Este es un plato típico de la provincia del Carchi, ya que en estos lugares la mayoría de personas se dedican a la crianza de cuyes y constituye parte de su alimentación, el plato va acompañado con papas, lechuga, tomate y tostado.</p>
<p>Jaucha de los nabos</p> 	<p>Los nabos silvestre se crecen en un piso climático que va de los 2500 a 3400 m.s.n.m. suelen crecer en los sembríos de papas y su tiempo de cosecha es en dos meses. Este plato es originario desde nuestros ancestros el cual algunas personas lo desean rescatar lleva mucha vitamina. El plato va acompañado por los tradicionales nabos y papas peladas, los nabos son preparados de la siguiente forma: se los cosecha desde los sembríos de papas, luego se los lava y se los corta horizontalmente y luego se los pone a cocinar, seguidamente se prepara un refrito de cebolla larga con una pisco de sal y leche al gusto, luego de cocidos se escurren se coloca en el refrito. Se sirve en el plato acompañado con papas.</p>
<p>Arroz de cebada</p>	<p>La cebada es crece en un piso climático que va desde los 2000 a 2800 m.s.n.m. su cultivo tarda seis</p>

	<p>meses y estaría lista para su cosecha. Es una bebida muy conocida por los habitantes del cantón Espejo ya que lo degustan diariamente, la preparación es moler la cebada, cernir y ponerlo en agua hirviendo, esperar hasta que esté suave y servir en una tasa seguido por la leche al gusto.</p>
<p>Ocas y mellocos con leche</p> 	<p>Las ocas y los mellocos crecen en un piso climático que va desde los 2300 a 4000 m.s.n.m. y el tiempo de cultivo de los mellocos es de ocho meses y las ocas en seis meses ya se puede cosechar. Este es un plato muy nutritivo y con muchas vitaminas, que se ha rescatado desde tiempo atrás, es muy delicioso y se caracteriza por llevar las ocas y los mellocos solamente cocinados acompañados con un vaso de leche.</p>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Guía turística, unidad de turismo GAD. Espejo

### 2.7.5 Descripción del entorno natural

En el entorno natural de la ciudad El Ángel, encontramos flora y fauna autóctona y paisajes que destacan, sin embargo de ello, encontramos atractivos muy llamativos pero pocos visitados, y en deterioro constante, muchos de estos dispuestos a prestar servicios a visitantes ya que por sus características son lugares de fácil acceso.

**Tabla # 9. Atractivos turísticos naturales de la ciudad de El Ángel**

<p><b>Cascada de Pailón del Diablo</b></p>	<p>Rodeado de árboles de aliso,</p>
--	-------------------------------------

	<p>eucalipto, sigse que siguen un sendero y llevan al misterio y el abundante sonar por la gran caída del río Tuscuaza. Se observan gavilanes, patitos del río, trucha arco iris, entre otros.</p>
<p><b>Baños Blas Ángel</b></p> 	<p>La aventura de atravesar dos puentes colgantes y llegar hasta los baños Blas Ángel, magníficas aguas termales que reposan en dos pequeñas piscinas circulares con una temperatura de 25°C. Antiguamente eran utilizadas por un cacique llamado Blas Ángel</p>
<p><b>Tres tolas</b></p> 	<p>Sitio donde se plasma sobre una cantidad de piezas arqueológicas el pensamiento de la cultura pasto además, aquí se muestra una panorámica de la ciudad El Ángel.</p>
<p><b>Hacienda el Ishpingo</b></p>	<p>Desde del siglo XVII, estuvo en poder de distinguidos personajes</p>

	<p>como el filántropo José Benigno Grijalva, además, fue escenario de pernoctación de presidentes de la República como José María Velasco Ibarra, Camilo Ponce Enríquez, Galo Plaza. Hoy es Declarado Patrimonio Cultural.</p>
<p><b>Lagunas del Voladero</b></p> 	<p>Atractivo estrella de la Provincia del Carchi. Se encuentra a tan solo 17 km de la ciudad de El Ángel a una altitud cerca de las estrellas con más de 3.700.m.s.n.m. considerado las lagunas sobre el sitio más alto del Carchi.</p>
<p><b>Reserva ecológica el Ángel</b></p> 	<p>A tan solo 30 minutos de la ciudad de El Ángel se encuentra la reserva mejor cuidada en el Ecuador. Tiene más de 15.715 hectáreas pobladas de hermosas plantas llamadas frailejones. Su paisaje se convierte en historias y leyendas que cautivan al visitante, además, posee pequeñas lagunas llamadas Potrerillos, Crespo, Negra y Rasococha que son destinadas para el turismo científico.</p>
<p><b>Bosque de Polylepis</b></p> 	<p>Está ubicado a 40 minutos de la ciudad El Ángel, forma parte también de la Reserva Ecológica el Ángel es un remanente de bosque muy antiguo poblado por árboles llamados árboles de papel.</p>
<p><b>Granjas Agro turísticas</b></p>	<p>Este lugar presta servicios al visitante de todas las edades ya que</p>

	<p>se muestra el cultivo y cuidado de plantas nativas y animales de la región. Su ambiente es acogedor de sano aprendizaje sobre la cultura agropecuaria de El Ángel.</p>
<p><b>Ciudad el Ángel</b></p> 	<p>Uno de los pueblos más altos del Ecuador, con gente muy cordial y hospitalaria que trabaja sobre suelos de páramos propios del paisaje andino. Su nombre se debe a Blas Ángel, era un cacique indígena.</p>
<p><b>Parque Libertad o central El Ángel</b></p> 	<p>Sitio de concentración, antiguamente fue una plaza donde se planeaban las luchas contra los realistas por los años 1811- 1814, pues los angeleños formaron un ejército de revolución con combatientes de Huaca y Tusa para apoyar la independencia.</p> <p>Su construcción empezó a partir del año 1965, sus árboles de ciprés fueron esculpidos con la inspiración del angeleño Azael Franco quien también lo hizo en la ciudad de Tulcán.</p>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo



## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Tipos de investigación

El presente plan de tesis, combina el modelo de investigación descriptivo –propositivo.

Descriptivo porque a través de la investigación de campo se recabó los datos informativos de la oferta y demanda turística de la ciudad El Ángel, que son necesarios para permitir especificar objetivamente el nivel de aporte de los diferentes indicadores naturales y culturales.

Es Propositiva, porque, sobre la base de los resultados se encontró una alternativa pertinente, direccionada a potenciar y desarrollar la oferta y demanda turística de la ciudad El Ángel.

**3.1.1. Investigación de campo:** recopilación de información de primera mano y tomando como referencia fichas de campo, registros de los turistas en los diferentes establecimientos turísticos.

**3.1.2. Investigación bibliográfica y documental:** se toma como referencia textos con información necesaria para la elaboración del documento de grado, además el estudio bibliográfico se complementa con lo que no se pudo conocer a través de la encuesta y la entrevista, permitiendo integrar mayor información acerca de la oferta y demanda turística de la ciudad el Ángel.

**3.1.3. Investigación aplicada:** esta investigación ayuda a determinar la visión que posee el turista en cuanto a los atractivos turísticos de la ciudad el Ángel.

### **3.2 Métodos de la investigación**

Mediante la investigación de campo se analizó sistemáticamente el problema en su contexto natural, con el propósito de entender e interpretar los factores que lo constituyen, describiéndolos, y explicando sus causas y efectos, o prediciendo su ocurrencia, haciendo uso de enfoques de investigación conocidos como el cualitativo, con el fin de obtener la información necesaria que permitirá conocer el porqué del escaso estudio de la situación actual de los recursos turísticos de la ciudad, y así promover el desarrollo de un turismo sustentable y sostenible, basado en el potencial natural y cultural de la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi.

Los métodos que se utilizó fueron:

**3.2.1. Método analítico:** este método ayudo a recopilar información de los diferentes atractivos turísticos existentes en la ciudad El Ángel.

**3.2.2. Método sintético:** este método fue muy importante en la investigación ya que sirvió para la reunificación de información para la elaboración de una propuesta que de un enfoque de la problemática identificada.

**3.2.3. Método estadístico:** es el análisis cualitativo de la información recopilada.

### 3.3 Población y muestra

Como referente de estudio se realizó una encuesta a todos los centros turísticos que son cincuenta y cinco en la ciudad El Ángel, específicamente dirigido a los propietarios de los mismos. Se realizó una encuesta a los visitantes a el área de influencia y se tomó como referencia los datos estadísticos de la unidad de turismo del GAD Espejo sobre la llegada de visitantes desde los años 2006 y 2013 con un total 9000 personas

Con esta fórmula se tomó la muestra para las diferentes actividades de recopilación de información para tener una investigación veraz.

Para calcular la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

#### Simbología:

- n = Tamaño de la muestra
- PQ = Constante de la varianza población (0,25)
- N = Tamaño de la población
- E = Error máximo admisible
- K = Coeficiente de corrección del error (2)

#### Calculo:

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

$$n = \frac{0.25 * 9000}{(9000 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{2250}{(8999) \frac{(0.0064)}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{2250}{14,3984 + 0,25}$$

$$n = \frac{2250}{14,6484}$$

$$n = 153$$

**Tabla # 10. Base de informantes**

<b>INFORMANTES</b>	<b>Nº</b>
Autoridades del gobierno parroquial, y tenencia política de la misma.	1
Representantes de caseríos y barrios.	10
Representantes de organizaciones	3
Directivos del departamento de cultura del Cantón Espejo.	1
Visitantes, sectores turísticos	153
Directivos del departamento de turismo del Cantón Espejo	1
Directivos del departamento del ambiente del Cantón Espejo	1
<b>Total</b>	<b>170</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo

### 3.4 Técnicas e instrumentos

Como instrumento de investigación se aplicó la técnica de la encuesta directa como un instrumento base, para recopilar información de manera directa y verídica dirigida para todos los sectores turísticos de la ciudad El Ángel.

### **3.4.1 Fichas de registro**

Es una herramienta diseñada para los registros de los centros que se dedican a la prestación de servicios turísticos, donde de forma breve y sintética se señala sus principales características por cada establecimiento suministrada por el propietario o persona encargada de su administración

Ver anexo: Ficha de registros de servicios turísticos Pág. 188

### **3.4.2 La encuesta**

Es una técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población mediante el uso de cuestionarios preparados.

La recopilación se realizó sobre preguntas que miden los diversos indicadores que se han determinado para el desarrollo de los términos del problema, dirigida para propietarios de centros turísticos, la población y visitantes.

Ver anexo 4: Encuesta de la oferta turística El Ángel Pág. 189

Ver anexo 5: Encuesta de la demanda turística El Ángel. Pág. 194

### **3.4.3 La entrevista**

Es una de las técnicas más utilizadas en la investigación, mediante esta una persona (entrevistador), solicita información a otra (entrevistado). Puede ser uno de los instrumentos más importantes para obtener información. La entrevista resulta ser el arte de escuchar y captar información para luego relacionarla con un tema y así poder deducir conceptos, testimonios, etc.

Del diseño adecuado de los instrumentos para la recolección de los datos dependerá la confiabilidad de la información adquirida, misma que sirve para obtener referencias acerca de los recursos turísticos naturales y culturales de la ciudad y se realizó a las autoridades del sector turístico.

### 3.5 Validez y confiabilidad de los instrumentos

Los instrumentos como el cuestionario y guía de entrevista se construyeron de acuerdo con las normas y técnicas establecidas, y para que validen la investigación se tomó en cuenta para su análisis a tres profesionales en el ámbito turístico, para ello se enviaron cartas de petición acompañada de los diferentes instrumentos de validación, para que certifiquen y realicen las observaciones, de ser necesario.

### 3.6 Análisis e interpretación de datos

Los datos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos investigativos utilizados, fueron tabulados y organizados para luego procesarlos en medidas descriptivas como son frecuencias y porcentajes, estos datos fueron analizados y los contenidos se agruparon para una fundamentación teórica y establecimiento de criterios.

### 3.7 Presupuesto

La siguiente tabla muestra los recursos necesarios para el planteamiento del proyecto de tesis, además, se hace un presupuesto total.

**Tabla # 11. Recursos y presupuesto**

<b>R. HUMANO</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Diseñador	Hora	30	10.00	40.00
Programador	Hora	35	12.00	47.00
<b>Subtotal</b>				<b>87.00</b>
<b>R. MATERIALES</b>				

<b>Hadware</b>				
Alquiler PC escritorio	Unidad	1	30.00	30.00
Alquiler de video camara	Unidad	1	30.00	30.00
Scanner	Unidad	1	15.00	15.00
<b>Subtotal</b>				75.00
<b>Sofware</b>				
Apache	Unidad	1	5.00	5.00
PHP	Unidad	1	5.00	5.00
MySQL	Unidad	1	5.00	5.00
Macromedia	Unidad	1	5.00	5.00
HTML	Unidad	1	5.00	5.00
Intenet	Unidad	1	5,00	5.00
	Unidad	20	0.60	12.00
<b>Subtotal</b>				47.00
<b>R. TÉCNICOS</b>				
Portal web	Unidad	1	80.00	80.00
Trípticos	Unidad	1000	50.00	50.00
Valla publicitaria	Unidad	3	20.00	60.00
Mapas	Unidad	6	8.00	48.00
Cds video promocional	Unidad	1	40.00	40.00
Subtotal				198.00
<b>LOGÍSTICOS</b>				
Llamadas	unidad	20	0.35	7.00
Transporte	Unidad	11	1.50	16.50
<b>Subtotal</b>				23.50
<b>TOTAL</b>				430.50

## **CAPÍTULO IV**

### **4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4.1. Oferta de servicios turísticos en la ciudad El Ángel**

Según el actual catastro de establecimientos turísticos realizado en la ciudad El Ángel en el año 2011 a cargo de la unidad de turismo del GAD-Espejo, desde el 2006 la oferta turística disponible en cuanto a servicios turísticos, muestra 1 establecimiento de alojamiento en tipo hostería

En cuanto a la distribución geográfica del actual establecimiento se localiza, vía a la reserva ecológica El Ángel, atendiendo a la categoría, conviene destacar que pertenece a la categoría segunda y que generan 20 plazas con 6 habitaciones.

Cabe mencionar que debido a que no existe ningún seguimiento para el registro, evaluación y categorización de establecimientos en el año 2014, se informó que en el vigente y oficial registros catastral se dejaron 55 establecimientos de servicios turísticos que no fueron registrados por no cumplir ciertos requisitos, pero que están involucrados en la oferta turística local y serán tomados en cuenta en la presente investigación

**Tabla # 12 Catastros de servicios turísticos ciudad de El Ángel**

N° ORD	N° REG.	N° FOL	ESTABLECIMIENTO	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	ALOJAMIENTO			PREC.	COMID Y BEBID		No.	TELEF.	CONCEPTO	VALOR
						CATEG.	N°	N°	OCUP.	N°	N°	PERS.		DE	EN
							HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.		PAGO	USD 2014
<b>El Ángel Carchi</b>															
			<b>ALOJAMIENTO</b>												
			<b>HOSTERÍA</b>												
98	0403520229	10	EL RENUEVO DE LOS FRAILEJONES	RENJIFO PAZOS KETERINE ELIZABETH	VÍA A RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL	SEGUNDA	6	20					2610140	FUNCIONAM.	
			<b>COMIDAS Y BEBIDAS</b>												
			<b>RESTAURANTES</b>												

**Fuente:** Ministerio de Turismo Gerencia regional Sierra norte.

**Elaboración:** Catastro 2014 Ministerio de Turismo, Provincia del Carc

En la ciudad El Ángel se cifra en 55 establecimientos turísticos quienes de alguna manera están involucrados en la actividad del turismo y corresponden a servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, entre otros, como se detalla en las siguientes tablas:

#### 4.1.1. Establecimientos de alojamiento

**Tabla # 13. Establecimientos de alojamiento**

#	Nombre del establecimiento	tipo	servicios			numero		ubicación
			alim	tv	bar	hab	cap/ per	
1	Escalera al Cielo	Hostería	x	x	x	10	25	Calle Pedro Moncayo 56-8
2	El Ángel	Hotel	x	x	x	15	45	Calle Isidro Recalde 45-6
3	Paraíso Escondido	Hostería	x	x	x	10	30	Calle Nicanor Quiroz 34-8
4	El Frailejón	Hostal	x	x	x	7	15	Calle Simón Oviedo 34.67
5	Casa Comunal	Albergue	x			2	45	Calle segundo Grijalva 22;7
6	Paradero Rosales	Albergue	x			2	32	Calle Sucre y salinas (esquina)
7	Esperando por Ti	Hostería	x	x	x	8	20	Calle Bolívar y Esmeraldas
8	Los Caciques	Hostal	x	x	x	7	12	Calles Leónidas Freire
9	Pastos El Ángel	Albergue	x			5	10	Barrio San Vicente 21-5
10	El Alízo	Cabaña	x	x	x	8	15	Barrio el Chaquilulu
11	Blass Ángel	Hostería	x	x	x	7	14	calle Bolivar 11-6
12	El Voladero	Albergue	x			2	10	Barrio 27 de septiembre
<b>Totales</b>						<b>83</b>	<b>273</b>	

Elaboración: **Chalapud A, Quiroz P**

**Fuente:** Ficha de registro de establecimientos turísticos aplicadas en la ciudad El Ángel 2013

#### 4.1.1.1 Establecimientos de alimentación

**Tabla # 14. Establecimientos de alimentación**

#	NOMBRE	TIPO	servicios	Capacidad
			# mezas	
1	El Regalón	Asadero	15	45
2	Delicias Ali	Restaurante	20	60
3	Menestras Lore	Restaurante	10	34
4	Sol y Mar	Marisquería	5	15
5	Buenos pinchos	Restaurante	5	10
6	Doña Mary	Restaurante	15	60
7	Tamalitos para todos	cafetería	5	20
8	Aroma café	cafetería	3	12
9	Hamburguesa doble	Restaurante	4	16
10	Comer hace feliz	Restaurante	8	32
11	La Choza	Paradero	7	30
12	El Frailejón	Restaurante	7	28
13	El Polylepis	Restaurante	5	20
14	Cruz de Mayo	heladería	4	16
15	Jugos Locos	heladería	3	14
16	Deliciosos	heladería	4	16
17	Barriga llena corazón contento	Restaurante	5	20
18	Camilas	bar / Cafetería	4	16
19	Ricardito	Restaurante	5	20
20	Sabor Colombia	Paradero	12	60
21	Sazón Juanito	Restaurante	5	20
22	Chorizos	bar / Cafetería	3	12
<b>TOTAL</b>			<b>154</b>	<b>576</b>

Elaboración: **Chalapud A, Quiroz P**

**Fuente:** Ficha de registro de establecimientos turísticos aplicadas en la ciudad El Ángel 2013

#### 4.1.1.2 Establecimientos de esparcimiento y recreación

**Tabla # 15. Establecimientos de esparcimiento y recreación**

#	Tipo	Nombre	Capacidad	Precios
<b>ESPARCIMIENTO Y RECREACIÓN</b>				
1	balneario	La Calera	200	USD 3.00
2	balneario	Piscina El Ángel	200	USD 3.00
3	balneario	Aguas Termalales de Chicapamba	15	USD 2.30

4	teatro	Jaime Roldos Aguilera	400	USD 0.00
5	karaoke	Cantando para Ti	100	USD 3.00
6	karaoke	Brindis	80	USD 3.00
7	karaoke	El Serrano	45	USD 2.00
8	Discoteca	Dancing	150	USD 2.00
9	Deporte	Parque del Milenio	1000	USD 0.00
<b>Total</b>			<b>2190</b>	

Elaboración: **Chalapud A, Quiroz P**

**Fuente:** Ficha de registro de establecimientos turísticos aplicadas en la ciudad El Ángel 2013

#### 4.1.1.3 Servicios turísticos de apoyo

**Tabla # 16. Establecimientos de apoyo**

#	Nombre	Actividad
1	Servicio de transporte El Ángel	Transporte
2	Unidad de turismo GAD Espejo	Información turística
3	Dirección reserva ecológica el Ángel	Gestión del medio ambiente
4	Medio ambiente	Administración ambiental
5	Cooperativa 29 de octubre	Comercio
6	Banco pichincha	Comercio

Elaboración: **Chalapud A, Quiroz P**

**Fuente:** Ficha de registro de establecimientos turísticos aplicadas en la ciudad El Ángel 2013

#### 4.1.1.4 Productos turísticos

Con el análisis de la oferta turística existente en la ciudad El Ángel se puede elegir los representativos productos turísticos a nivel local que poseen un gran potencial pero que aún faltan ser reconocidos

El cuadro siguiente demuestra la relación entre segmentos de demanda y productos turísticos El Ángel.

**Tabla # 17. Productos turísticos El Ángel**

<p>Vista a la reserva ecológica el ángel</p>	<p><b>Fechas de vista:</b> todo el año  <b>Duración:</b> 1 día  <b>Lugar inicio:</b> Barrio la Esperanza  <b>Actividades:</b> senderismo, observación de flora y fauna, visita a laguna el Voladero. Pesca deportiva, Cabalgatas y campamentos dentro de la reserva ecológica de El Ángel , Guianza por personas de la comunidad, guarda bosques.  <b>Que llevar:</b> ropa abrigada, botas, guates  <b>Contactos:</b> 2 977 – 234 0940311467  Dirección de la Reserva  <b>Precio:</b> no a d</p>
<p>Tour El Polylepis Lodge</p>	<p><b>Fechas:</b> todo el año  <b>Duración:</b> 3 días  <b>Lugar inició:</b> centro Polylepis  <b>Actividades:</b> senderismo, observación de flora y fauna, visita a la laguna Rasococha, cabalgatas, pesca deportiva.  <b>Que ofrece:</b> alimentación típica y hospedaje, spa, tour de farolitos, Guías Nativos.  <b>Contactos:</b> 0989865371  Administración y reservas  <b>Dirección:</b> km 14 reserva ecología El Ángel  <b>Precio:</b> USD 40:00 por noche</p>
<p>Full Day en las aguas termales La Calera y Chilcapamba</p>	<p><b>Horarios de atención:</b> de martes a domingo de 9H00 a 18H00  <b>Que ofrece:</b> 2 piscinas aguas termales con diversas terapias, 2 canchas deportivas de futbol, ecuaboley, 1 pista de baile  <b>Servicios:</b> servicios de bar y restaurante  <b>Precio entrada</b> USD 2.50  <b>Alimentación</b> USD 3.00 menú con trucha</p>
<p><b>3</b></p>	<p><b>Total</b></p>

Elaboración: **Chalapud A, Quiroz P**

**Fuente:** investigación de campo, Ficha de registro aplicada en la ciudad El Ángel 2013

#### 4.1.2 Demanda histórica

Para determinar la demanda histórica de la ciudad es necesario revisar el movimiento de turistas que ha tenido la zona El Ángel desde el año 2006 hasta el año 2013 según el registro de visitantes que maneja la Unidad de turismo del GAD Espejo, como se muestra en la siguiente tabla:

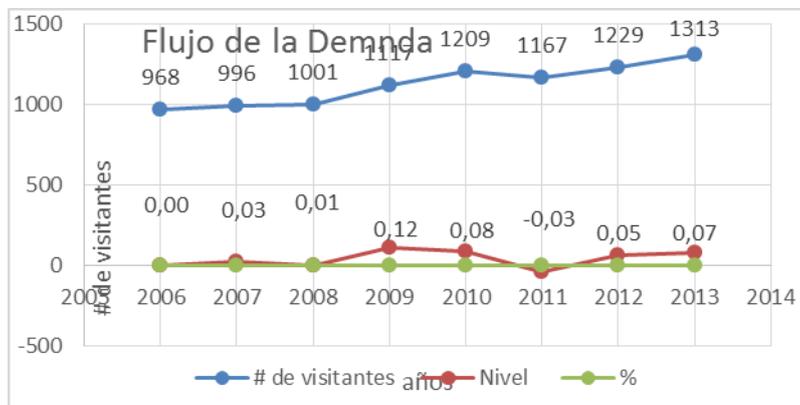
**Tabla 18 # Demanda histórica ciudad El Ángel**

Años	# de visitantes	%
2006	968	0,00 %
2007	996	0,03 %
2008	1001	0,01 %
2009	1117	0,12 %
2010	1209	0,08 %
2011	1167	-0,03 %
2012	1229	0,05 %
2013	1313	0,07 %
<b>Demanda real</b>	<b>= 9000 Turistas</b>	<b>0,32 %</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P.

Fuente: Registro de turistas, GAD Espejo

**Gráfico 2: Movimiento demanda turística de El Ángel**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P. Fuente: Registro de turistas, GAD Espejo

### **Principales Características de la demanda turística:**

- **Procedencia:** Alemania (22%), Argentina (18%), Colombia 16 (%) EE UU (13 %), España (13%), Ecuador (11%)
- **Edad:** de 19 a 50 años
- **Sexo:** hombres en su mayoría (56%) y mujeres en (44%)
- **Nivel de escolaridad:** estudiantes de secundaria y educación superior
- **Grupo determinado:** ecoturistas y aventureros
- **Frecuencia:** una sola vez
- **Duración de la estancia;** máximo 12 horas
- **Tipo de viaje:** en grupo con familia o amigos siempre
- **Motivo:** aprendizaje, salud, negocios
- **Expectativas:** participación en eventos programados, visitar la reserva ecológica el ángel
- **Consumo de servicios:** transporte, alimentación , guías
- **Principales Preferencias:** un servicio d alojamiento en cabañas, hacer camping y apreciar la naturaleza, comer algo típico,
- **Gasto:** entre USD 5.00 y USD 15.00
- **Elección del lugar:** por amigos, por internet
- **Grado de satisfacción:** regula

#### **4.1.3 Principales motivaciones de la demanda real**

De forma breve se puede señalar los principales rasgos que diferencian a la oferta turística de esta ciudad y que permiten su reconocimiento y la motivación de los turistas.

- **Visitas familiares:** Retorno de personas que motivan a otras personas.
- **Aspectos culturales:** Escenario de saberes ancestrales de la cultura Pasto.
- **Monumentos del lugar:** La vasija de Barro, Monumentos del Milenio.

- **Eventos religiosos:** Fiesta de Todos Los Santos 1 y 2 de Noviembre.
- **Eventos programados.** Fiestas de cantonización.
- **Reservas ecológicas:** Recorridos por la reserva ecológica el Ángel.
- **Termales:** La Calera y de Chilcapamba.
- **Otras motivaciones:** visita al Puente Ayora, recorridos por los túneles del puente viejo.

#### 4.1.3.1 Demanda potencial

Para obtener la demanda potencial de la ciudad el ángel es importante tener en cuenta el nivel de crecimiento que ha tenido desde el 2007 hasta el año 2013.

La siguiente tabla muestra la demanda futura para la ciudad El Ángel en los siguientes 6 años

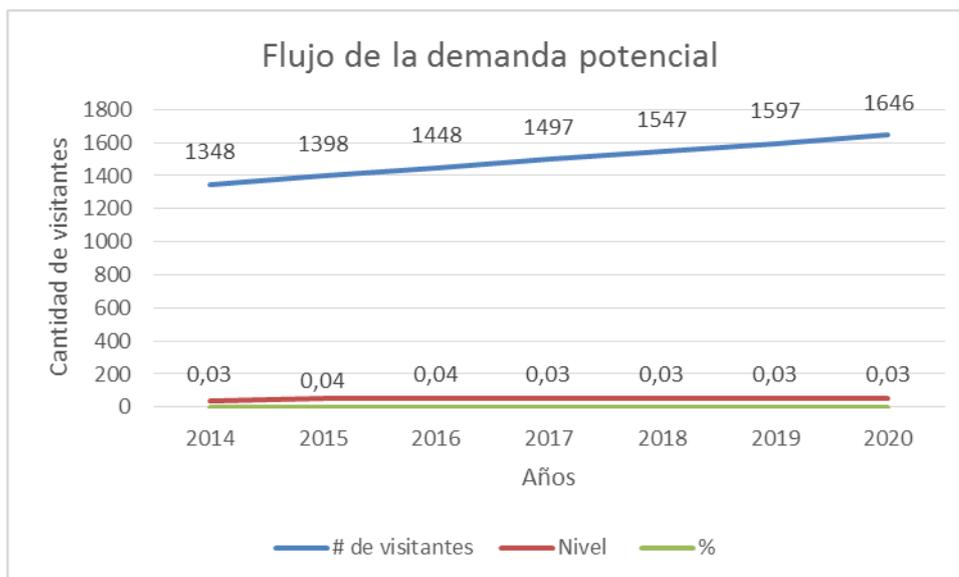
**Tabla # 19. Demanda potencial de la ciudad de El ángel.**

Años	# de visitantes	%
2014	1348	0,03 %
2015	1398	0,04 %
2016	1448	0,04 %
2017	1497	0,03 %
2018	1547	0,03 %
2019	1597	0,03 %
2020	1646	0,03 %
Total= 10481		0,23 %

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P.

Fuente: Registro de turistas, GAD Espejo

**Gráfico 3: Movimiento demanda turística de El Ángel**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P. **Fuente:** Registro de turistas, GAD Espejo

Teniendo como referencia la creación de una red de turismo comunitario como propuesta de esta investigación para elevar el nivel de permanencia y flujo de turistas en la ciudad El Ángel, la demanda que se desea con un nivel máximo de crecimiento es del 2.83% dado que la propuesta está dirigida a diferentes segmentos de mercado para obtener gran cantidad de turistas y potenciar la demanda total en la ciudad El Ángel.

#### 4.1.3.2 Perfil de turista que viaja a El Ángel

Son visitantes de tránsito, en su mayoría, procedente de las grandes ciudades, con edades de entre 19 y 50 años, de nivel cultural medio-alto., viaja en familia, pareja y con amigos por un tiempo mínimo de 12 horas de duración, por lo que resulta un rango de gasto medio diario de USD 5 a USD 15, sin alojamiento y el consumo de gastronomía local, la compra de productos típicos es muy poca.

Es una persona que organiza su viaje por cuenta propia y según prescripción de datos de la red y de amigos. En su mayoría, practica actividades deportivas, actividades de riesgo y le motiva la naturaleza.

Se puede decir que es un turista activo, se organiza la estancia de forma autónoma, está dispuesto a volver y tiende a repetir ya que expresa una experiencia turística en El Ángel “muy regular”.

## 4.2 Análisis e interpretación de resultados

### 4.2.1 Análisis de la oferta turística en la ciudad de El Ángel

- Datos Personales - Genero

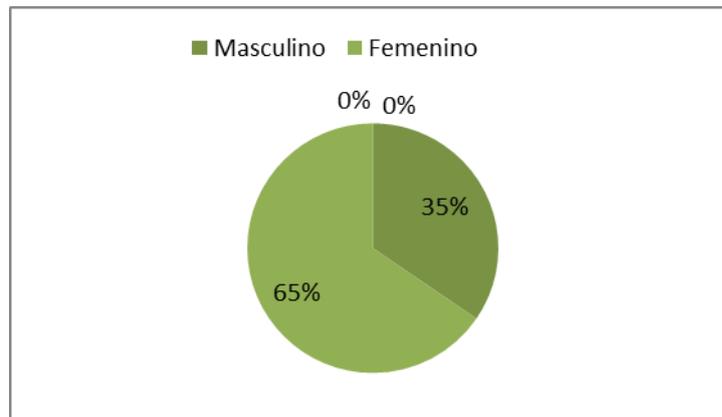
**Tabla # 20. Género de propietarios de establecimientos turísticos El Ángel.**

Genero	Frecuencia	Porcentual
Masculino	19	35
Femenino	36	65
Total	55	100

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 5: Género de propietarios de establecimientos turísticos El Ángel.**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 13

**Análisis:** Respecto al interrogante se puede destacar que los centros turísticos son administrados en un 65% por mujeres, es decir, más de la mitad de los locales cuentan con la atención permanente de sus propietarias.

- **Promedio de Edad**

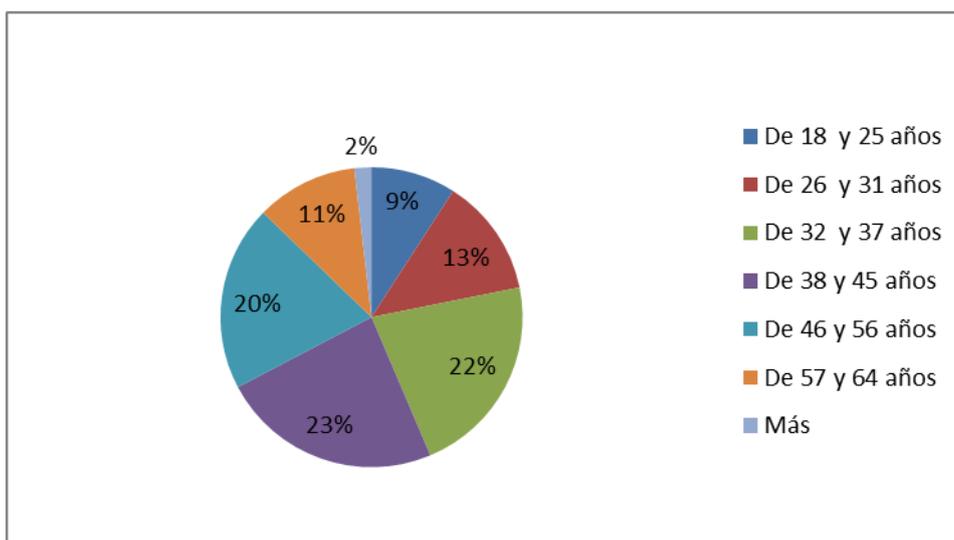
**Tabla # 21. Promedio de edad de propietarios de establecimientos turísticos**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
De 18 y 25 años	5	9,1%
De 26 y 31 años	7	12,7%
De 32 y 37 años	12	21,8%
De 38 y 45 años	13	23,6%
De 46 y 56 años	11	20,0%
De 57 y 64 años	6	10,9%
Más	1	1,8%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 6: Edad de los propietarios de establecimientos turísticos**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 14

**Análisis:** Se deduce que el segmento de edad de los propietarios comprendido entre 38 y 45 años con un porcentaje de 23%, es el más elevado, seguido del 22% y 20% de edades comprendidas entre 32 y 37 años y 46 y 56 años respectivamente, por lo tanto los propietarios de los establecimientos turísticos son de edades maduras que han acumulado

experiencia y están algún tiempo en esta actividad frente a un pequeño porcentaje de personas que se encuentran iniciando.

- **Nivel de Instrucción o formación académica**

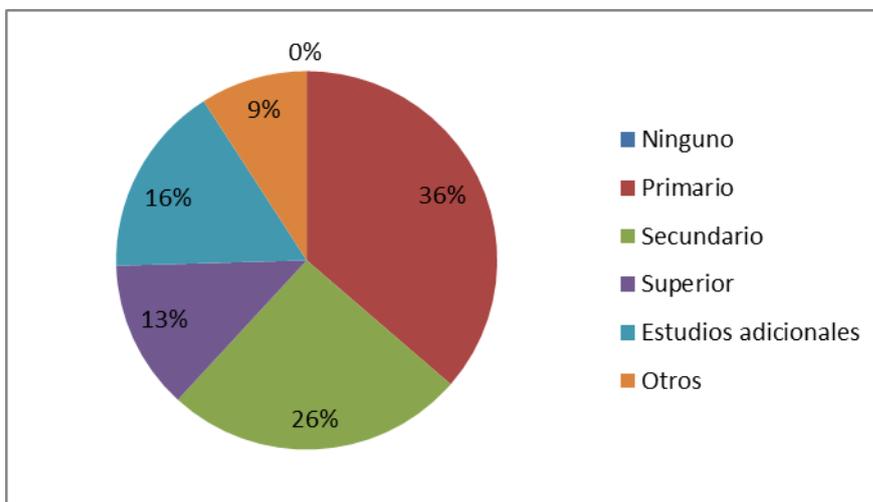
**Tabla # 22. Nivel de formación académica**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Ninguno	0	0%
Primario	20	36%
Secundario	14	25%
Superior	7	13%
Estudios adicionales	9	16%
Otros	5	9%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 7: Nivel de formación académica**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 15

**Análisis:** Se puede observar que la mayoría de personas tienen formación primaria con un porcentaje del 36%, y secundaria con un 26%; Solamente el 13% tiene formación superior, esto indica un bajo nivel de preparación ya que anteriormente no se tenía fácil acceso a estudios superiores ni a

preparación especializada de lo cual se deduce que la actividad turística y la prestación de servicios se la realiza de forma empírica.

- **Características del entorno turístico**

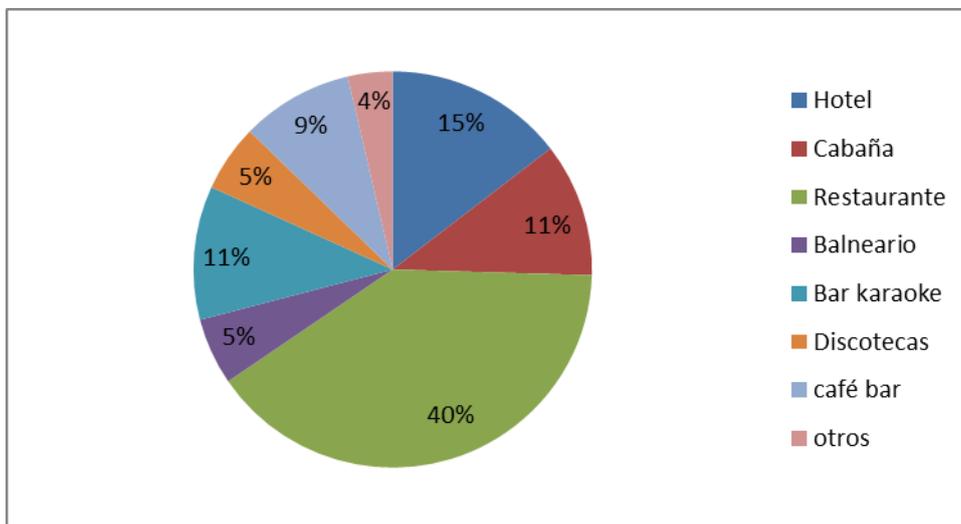
**Tabla # 23. Tipo de servicios a ofertar**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Hotel	8	15%
Cabaña	6	11%
Restaurante	22	40%
Balneario	3	5%
Bar karaoke	6	11%
Discotecas	3	5%
Café bar	5	9%
Otros	2	4%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 8: Tipo de Servicio**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 16

**Análisis:** Respeto al interrogante se deduce que existe una variada pero mínima cantidad de establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, destacándose los restaurantes con un 40% comparado al resto de servicios, es decir el servicio de alimentación es el emprendimiento principal en la ciudad El Ángel esto se puede interpretar

en el sentido de que la oferta es limitada y concentrada en un solo segmento por la falta de promoción turística y por la poca demanda en en este sentido.

- **¿Cuánto tiempo lleva UD. en la actividad turística?**

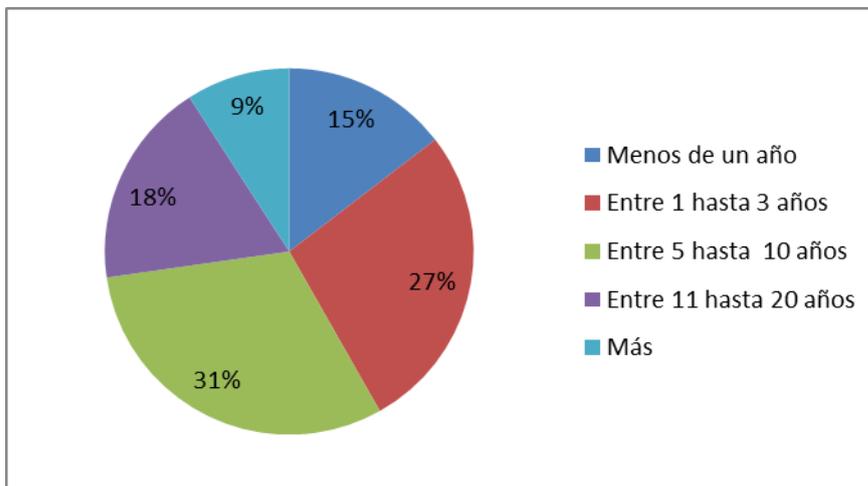
**Tabla # 24. Tiempo en la actividad turística**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Menos de un año	8	15%
Entre 1 hasta 3 años	15	27%
Entre 5 hasta 10 años	17	31%
Entre 11 hasta 20 años	10	18%
Más	5	9%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 9: Tiempo en la actividad turística**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 17

**ANÁLISIS:** Respecto a la pregunta se deduce que la mayoría de los agentes turísticos involucrados tiene entre 1 y 10 años de trabajo en turismo lo que representa el 31%, seguido de un 27% que prácticamente a iniciado en los últimos tres años y un 18% que tiene más experiencia en la actividad. Se deduce que la actividad turística se viene desarrollando desde hace 20 años atrás acumulando valiosa experiencia y también

tomando en cuenta que en los últimos tres años se ha consolidado un buen número de establecimientos que ofertan servicios turísticos y están dando un gran impulso a este sector.

- **¿Cuáles son los principales mercados emisores de turismo que tiene en su establecimiento?**

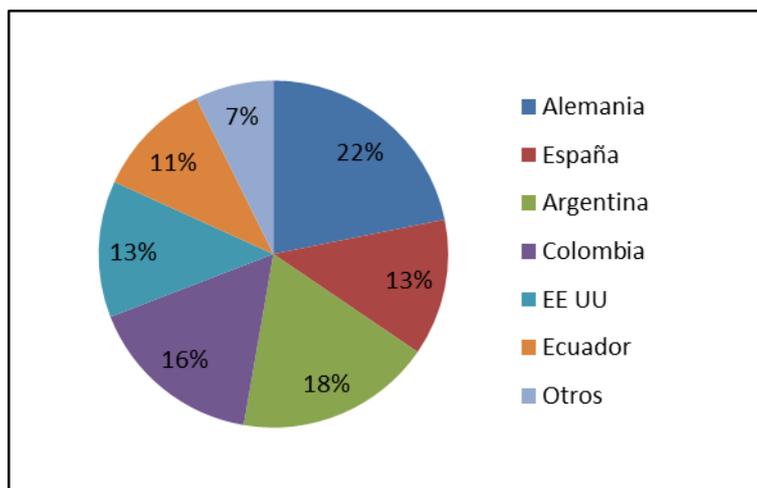
**Tabla # 25. Mercados emisores del turismo**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Alemania	12	22%
España	7	13%
Argentina	10	18%
Colombia	9	16%
EE UU	7	13%
Ecuador	6	11%
Otros	4	7%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 10: Mercados emisores del turismo**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 18

**Análisis:** Se observa un flujo estándar de turistas de los distintos países que visitan este lugar. El principal mercado emisor es el americano

seguido por el europeo destacándose Alemania con un considerable porcentaje de 22%.

- ¿Qué segmento de mercado atiende con mayor frecuencia?

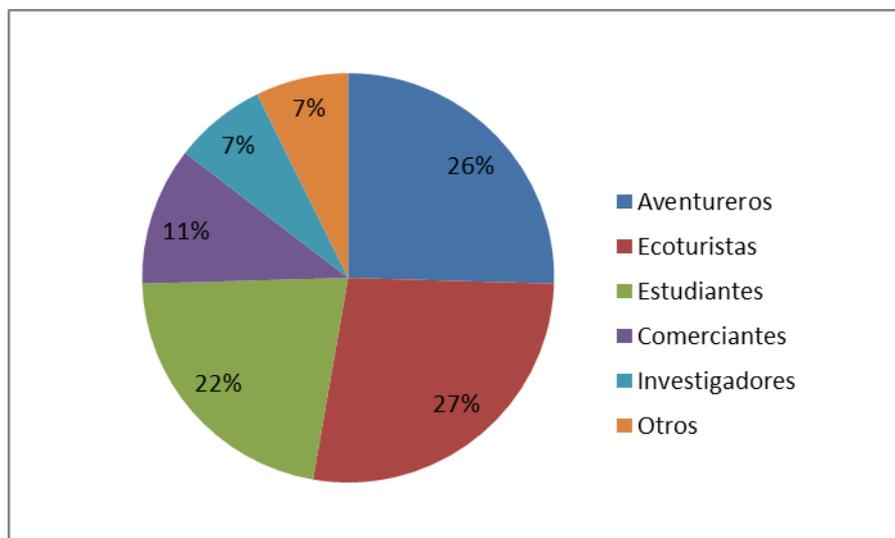
**Tabla # 26. Segmento de mercado atendido**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Aventureros	14	25%
Ecoturistas	15	27%
Estudiantes	12	22%
Comerciantes	6	11%
Investigadores	4	7%
Otros	4	7%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 11: Segmento de mercado atendido**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 19

**Análisis:** Se divide en dos segmentos; Ecoturistas, aventura y estudiantes quienes representan el 75% del primer segmento. Es decir los perfiles de los turistas y el entorno se presta para personas jóvenes, con espíritu aventurero, que buscan en la naturaleza y en la biodiversidad

esparcimiento, aventura y conocimiento mientras que el segundo segmento se direcciona a negocios, conservación ambiental e investigación.

- **Promedio de turistas mensuales**

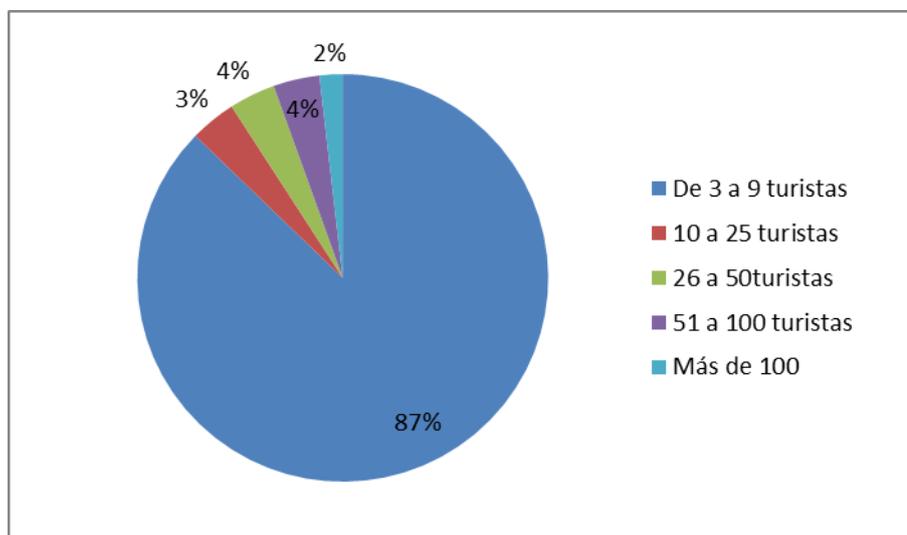
**Tabla # 27. Flujo de turistas mensuales**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
De 3 a 9 turistas	48	87
10 a 25 turistas	2	4
26 a 50 turistas	2	4
51 a 100 turistas	2	4
Más de 100	1	2
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 12: Flujo de turistas mensuales**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 20

**Análisis:** El flujo de turistas por la ciudad El Ángel es transitorio, en el cual el turista internacional no consume servicios hoteleros y es escaso su gasto por alimentación, alojamiento y esparcimiento, es por ello, que existe un número considerable en cuanto a ingreso de turistas, pero por

ser transitoria su presencia no generan mayores ingresos económicos para los prestadores de servicios turísticos.

- **Promedio de edad de visitantes**

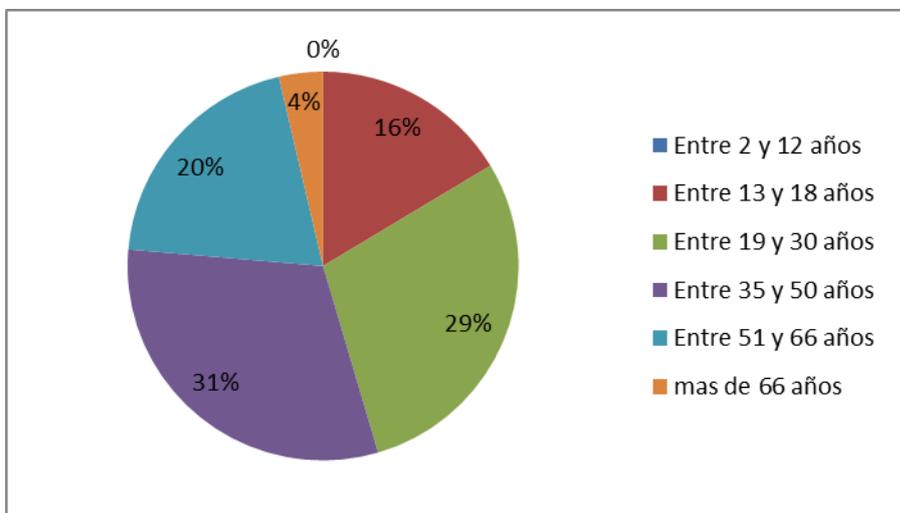
**Tabla # 28. edad de los visitantes**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre 2 y 12 años	0	0
Entre 13 y 18 años	9	16
Entre 19 y 30 años	16	29
Entre 35 y 50 años	17	31
Entre 51 y 66 años	11	20
Más de 66 años	2	4
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 13: Edad de los visitantes**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 21

**Análisis:** De acuerdo a la respuesta dada a la pregunta se deduce que los turistas que visitan los centros turísticos de El Ángel están comprendidos en su mayoría entre 13 hasta los 50 años, con un 76% del

total, comparado con un mínima del 24% que son niños menores de 12 años y tercera edad mayores de 51 años. El segmento de población mayoritario comprende edades que buscan aventura y esparcimiento en la naturaleza.

- **Promedio de ingresos mensuales en dólares**

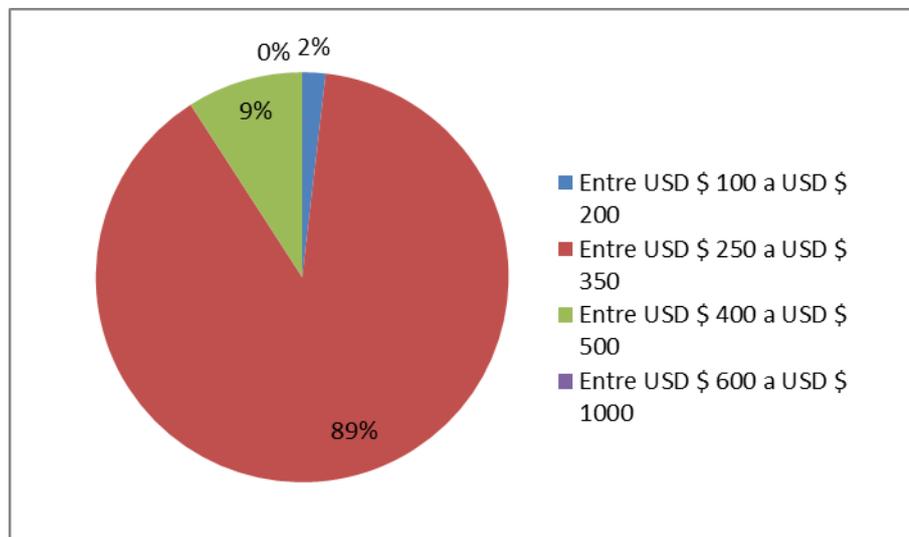
**Tabla # 29. Promedio de ingresos mensuales**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 100 a USD \$ 200	1	2
Entre USD \$ 250 a USD \$ 350	49	89
Entre USD \$ 400 a USD \$ 500	5	9
Entre USD \$ 600 a USD \$ 1000	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 14: Promedio de ingresos mensuales**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 22

**Análisis:** El ingreso mensual de los propietarios de los centros turísticos de la ciudad El Ángel está entre USD \$ 250. 00 y USD \$ 350.00 mensuales, siendo una cantidad mínima, que no permite establecer

crecimiento en infraestructura, capacitación y mejorar el servicio turístico en general, más bien se puede considerar como ingreso alternativo a otras fuentes de ingreso que tienen los propietarios para solventar sus necesidades cotidianas.

- **Promedio de egresos mensuales en dólares**

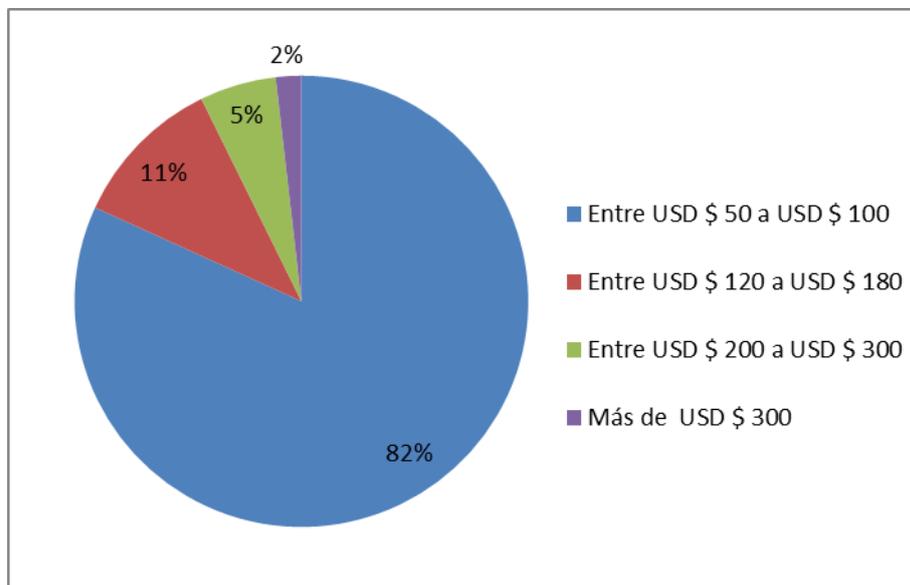
**Tabla # 30. Promedio de egresos mensuales**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 50 a USD \$ 100	45	82
Entre USD \$ 120 a USD \$ 180	6	11
Entre USD \$ 200 a USD \$ 300	3	5
Más de USD \$ 300	1	2
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 15: Promedio de egresos mensuales**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 23

**Análisis:** Respecto al gasto mensual en los centros turísticos, se evidencia un desequilibrio entre ingreso y egreso ya que en su mayoría, 82% invierten entre USD \$ 50 y USD \$100 mientras que su ingreso en

promedio es de USD \$ 150, esto evidencia que no hay un nivel de utilidad considerable y no existe productividad y aprovechamiento óptimo del turismo, que como se analizó anteriormente no es una fuente principal de ingresos y más bien es una fuente alternativa.

- **¿Cuáles de las herramientas publicitarias utiliza UD Para difundir su establecimiento turístico?**

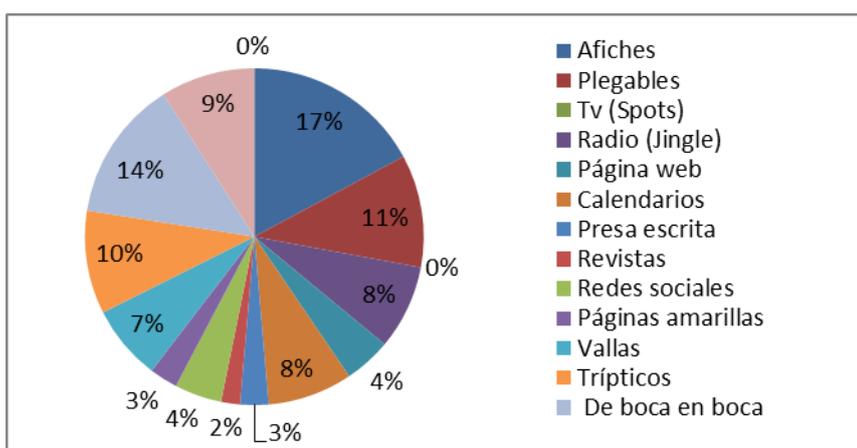
**Tabla # 31. Uso de herramientas publicitarias**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Afiches	19	17,1
Plegables	12	11
Tv (Spots)	0	0
Radio (Jingle)	9	8
Página web	5	5
Calendarios	9	8
Prensa escrita	3	3
Revistas	2	2
Redes sociales	5	5
Páginas amarillas	3	3
Vallas	8	7
Trípticos	11	10
De boca en boca	15	14
Convenios	10	9
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 16: Uso de herramientas publicitarias**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 24

**Análisis:** Entre las herramientas que más ayudan a difundir los centros turísticos son los afiches con un 17% y los trípticos con un 10%. La

promoción oral por recomendación está en un 14%, seguido por un 9% de los convenios establecidos con otras entidades para la organización y recepción de eventos. Se deduce que falta promoción turística ya que no se emplean medios masivos y de mayor cobertura regional y nacional como periódicos, radio, televisión e internet; más bien la cobertura es a nivel local y con medios tradicionales y de poco impacto.

- **Si su establecimiento turístico recibe algún tipo de capacitación. Señale en que temas y con qué frecuencia.**

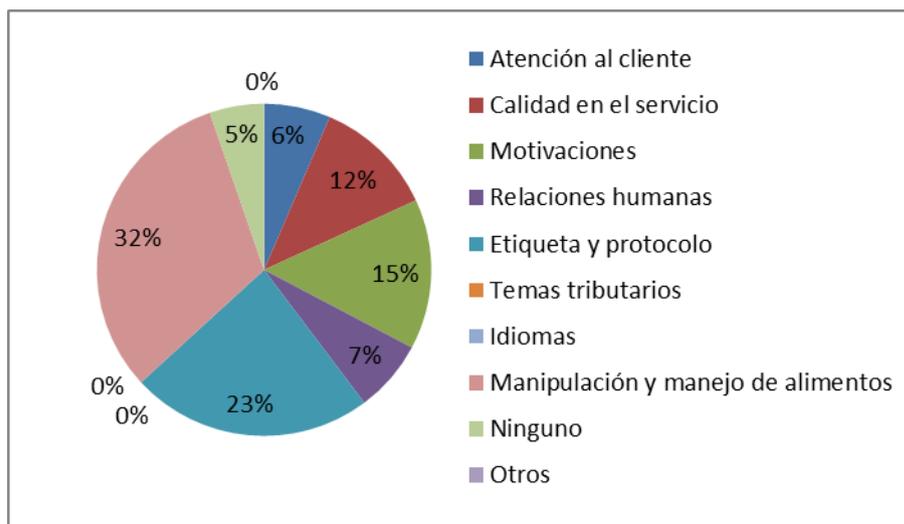
**Tabla # 32. Capacitaciones Recibidas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Atención al cliente	11	6
Calidad en el servicio	20	12
Motivaciones	25	15
Relaciones humanas	12	7
Etiqueta y protocolo	40	23
Temas tributarios	0	0
Idiomas	0	0
Manipulación y manejo de alimentos	54	32
Ninguno	9	5
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 17: Capacitaciones recibidas**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 25

**Análisis:** Los propietarios de los centros turísticos manifiestan que mayormente tienen capacitaciones en la manipulación de alimentos con un 54% seguido de un 40% de etiqueta y protocolo además de motivación en un 25% y atención al cliente en un 20%. Se deduce que la razón principal sobre la capacitación en estos temas se debe a que en la ciudad El Ángel existe mayor cantidad de servicios en el sector de alimentos y bebidas.

### Frecuencia

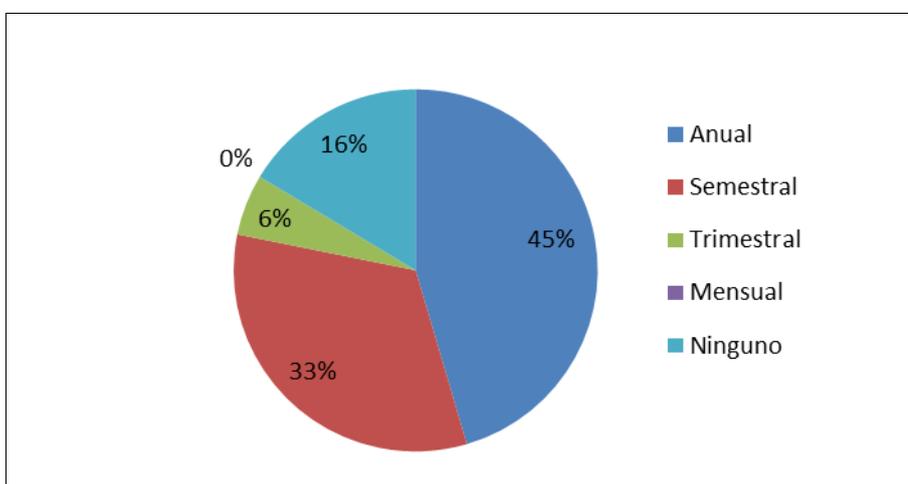
**Tabla # 33. Frecuencia de programas de capacitación**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Anual	25	45
Semestral	18	33
Trimestral	3	5
Mensual	0	0
Ninguno	9	16
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 18: Frecuencia de programas de capacitación**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 26

**Análisis:** Aplicada la pregunta responden que existe capacitación anual en un 45%. Semestral en un 33%. Trimestral en 5% y ninguna capacitación el 16%. Se deduce que existe poca capacitación quizá por la

falta de capacitadores en la zona y también porque lo consideran como un gasto más en sus establecimientos, además no cuentan con la ayuda de entidades gubernamentales ni locales, cabe mencionar que el 16% no tiene ninguna capacitación desde que empezó el negocio y no le ven necesaria.

- **Marque el grado de importancia de los siguientes temas con respecto al turismo de la ciudad El Ángel.**

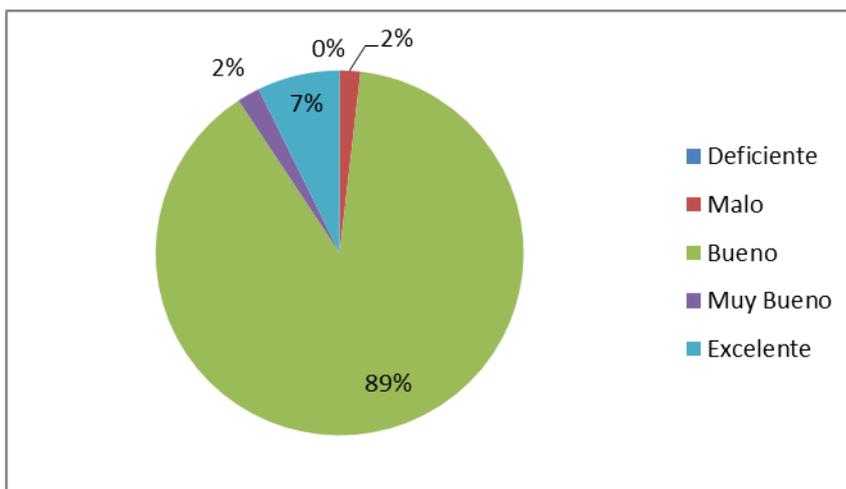
**Tabla # 34. Seguridad**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	1	2
Bueno	49	89
Muy Bueno	1	2
Excelente	4	7
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 19: Seguridad para los turistas**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 27

**Análisis:** Se considera que la seguridad para los turistas en la ciudad de El Ángel, está en un rango bueno con un 89% según la versión de la

oferta turística. Se considera que no existe delincuencia ya que es una comunidad pequeña y se conocen todos entre sí, es un factor positivo que debe ser aprovechado por el sector.

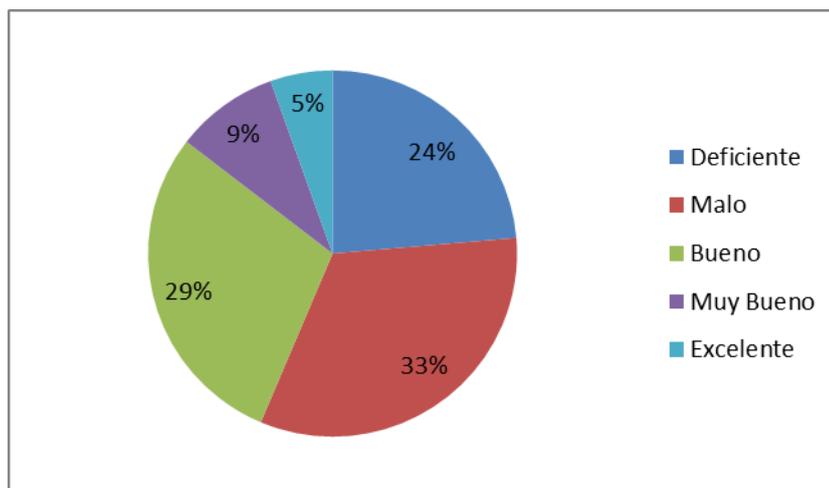
**Tabla # 35. Calidad turística**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	13	24
Malo	18	33
Bueno	16	29
Muy Bueno	5	9
Excelente	3	5
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 20: Nivel de calidad en los servicios turísticos**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 28

**Análisis:** Respecto a la interrogante se puede destacar que un alto porcentaje, el cual representa más del 57% manifiestan, su descontento y reconocen que la calidad de sus servicios turísticos está entre malo y deficiente. La razón principal es la ausencia de programas de capacitación y mejoramiento en el manejo de sus pequeñas empresas. Aunque existen solo un 5% que dicen tener calidad en sus servicios, es decir, hay una mínima preocupación e interés por capacitar al personal de

la empresa considerando además que las utilidades que generan sus locales no permiten elevar la calidad de sus servicios.

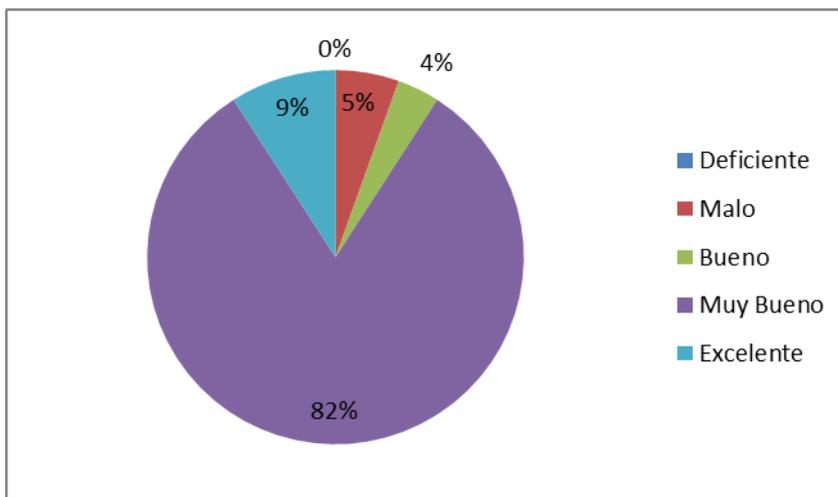
**Tabla # 36. Comunicación y tecnología**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	3	5
Bueno	2	4
Muy Bueno	45	82
Excelente	5	9
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 21: Comunicación y tecnología**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 29

**Análisis:** De acuerdo a esta pregunta, la ciudad El Ángel está en un muy buen estatus de comunicación y tecnología, sobresaliendo así con el 82% por la utilización del internet, frente a un mínimo del 18% que está entre deficiente y bueno, sin embargo de ello poseen comunicación y tecnología pero no la saben utilizar en su totalidad y no la ponen al servicio de su sector para promocionar el mismo o como medio de capacitación.

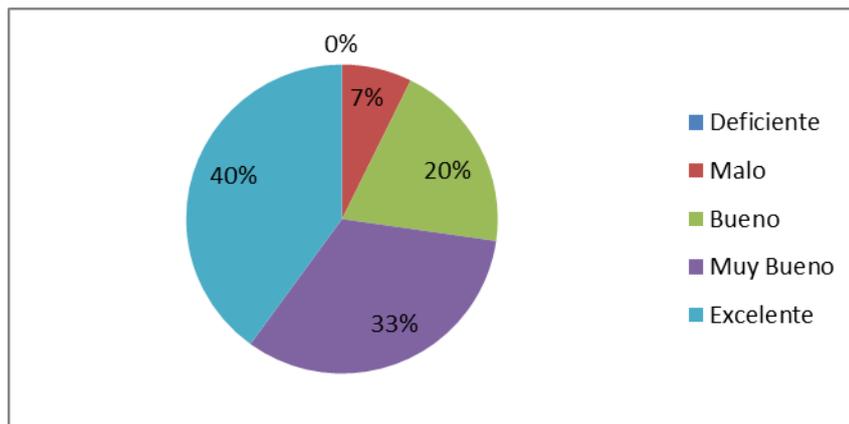
**Tabla # 37. Conservación ambiental**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	4	7
Bueno	11	20
Muy Bueno	18	33
Excelente	22	40
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 22: Conservación del medio ambiente**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 30

**Análisis:** Respecto a la interrogante planteada en cuanto a la conservación y responsabilidad con el medio ambiente por parte de los involucrados con el turismo, se manifiesta el responsable uso de los recursos ya que el 40% de los propietarios se inclinan por cuidar el lugar donde viven realizando actividades de reciclaje, y el correcto aprovechamiento de los recursos, sin embargo, existe un mínimo del 7% de los propietarios, quienes aceptan su despreocupación e involuntario daño al medio ambiente.

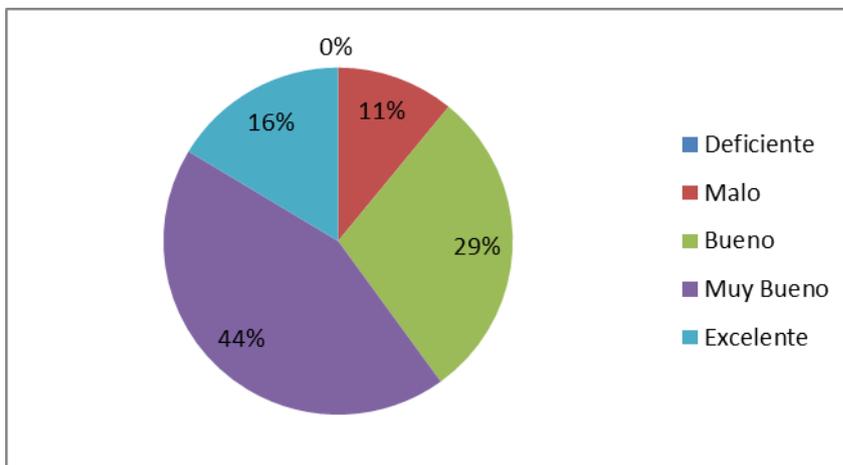
**Tabla # 38. Rescate de las manifestaciones culturales**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	6	11
Bueno	16	29
Muy Bueno	24	44
Excelente	9	16
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 23: Rescate de manifestaciones culturales**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 31

**Análisis:** Se considera que las manifestaciones culturales se siguen conservando según el parecer de un 40% de los encuestados que dicen que es muy bueno, por lo tanto, la cultura en El Ángel sigue prevaleciendo y practicando por el hecho de que son comunidades pequeñas donde se conocen entre sí y es evidente por la capacidad de organizar eventos, fiestas, etc. donde siempre demuestran la herencia pura de sus ancestros. Sin embargo existe un 11% que representa una pequeña parte de la población encuestada que dicen no haber visto el rescate de las manifestaciones y simplemente lo califican en un nivel de malo.

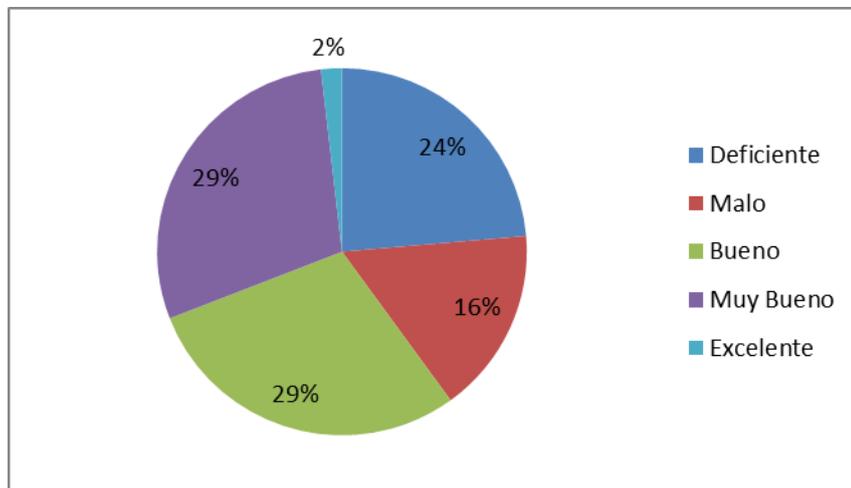
**Tabla # 39. Beneficio para con la población**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	13	24
Malo	9	16
Bueno	16	29
Muy Bueno	16	29
Excelente	1	2
Total	55	100

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 24: Beneficio del turismo con la población**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 32

**Análisis:** Se considera en su mayoría muy beneficioso con niveles que van desde bueno a excelente formando así el 60% de los propietarios que se encuentran conformes con los beneficios obtenidos mediante el desarrollo de actividades turísticas. A pesar de las entradas de ingresos económicos bajos y temporales están convencidos en seguir con su negocio, aunque cerca de un 30% de los encuestados dice no beneficiarse, califican entre deficiente y mala la rentabilidad del sector del turismo.

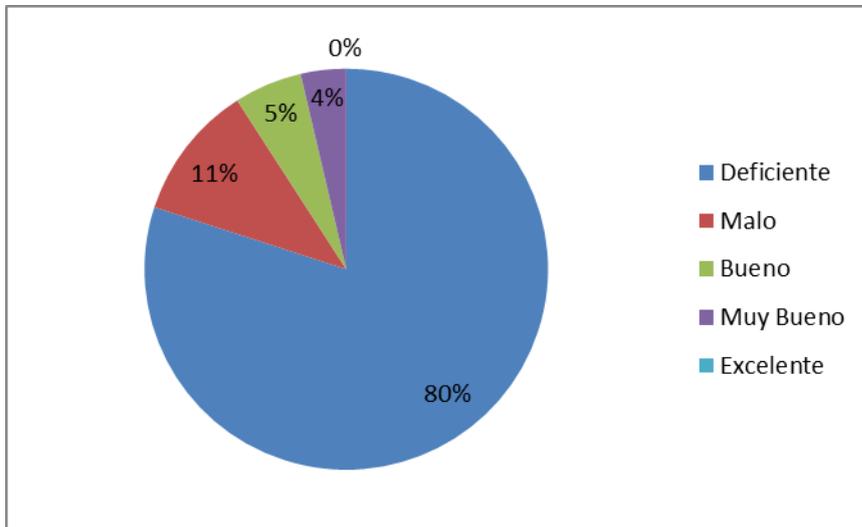
**Tabla # 40. Señalética**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	44	80%
Malo	6	11%
Bueno	3	5%
Muy Bueno	2	4%
Excelente	0	0%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 25: Señalización turística**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 33

**Análisis:** La señalética turística en la ciudad El Ángel, según la opinión de los encuestados en un 80% manifiesta que es deficiente; ya que no se observa y consideran que el municipio debería trabajar en proyectos que solucionen el problema de la señalización turística. A pesar de que existe un 20% que considera que la señalética existente es aceptable, cabe mencionar que sus centros de servicios turísticos poseen una apreciable señalización por cuenta propia.

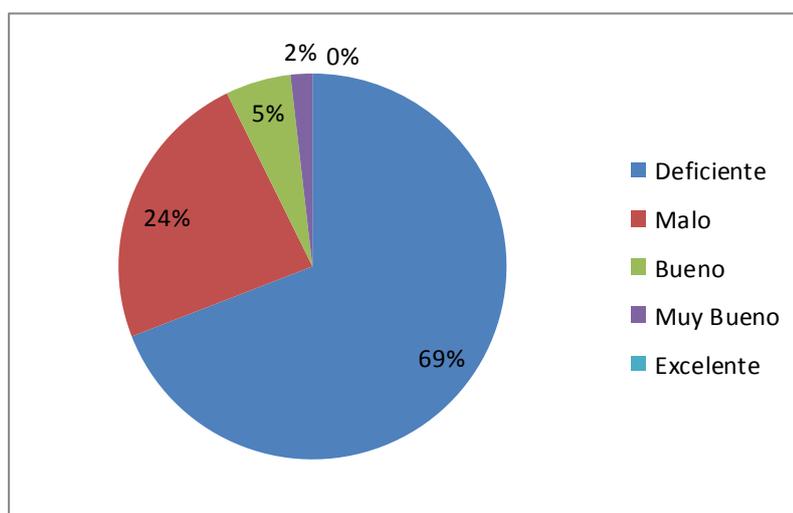
**Tabla # 41. Orden en el turismo**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	38	69
Malo	13	24
Bueno	3	5
Muy Bueno	1	2
Excelente	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 26: Orden del turismo**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 34

**Análisis:** El 69% considera deficiente la organización de los espacios para el desarrollo de todo tipo de actividades turísticas en la ciudad de El Ángel, lo que significa que en algunos centros turísticos desconocen este término y no hay reclamos a las entidades encargadas, no existen ordenanzas para regular el mal uso de los espacios y la desleal competencia entre los prestadores de servicios turísticos.

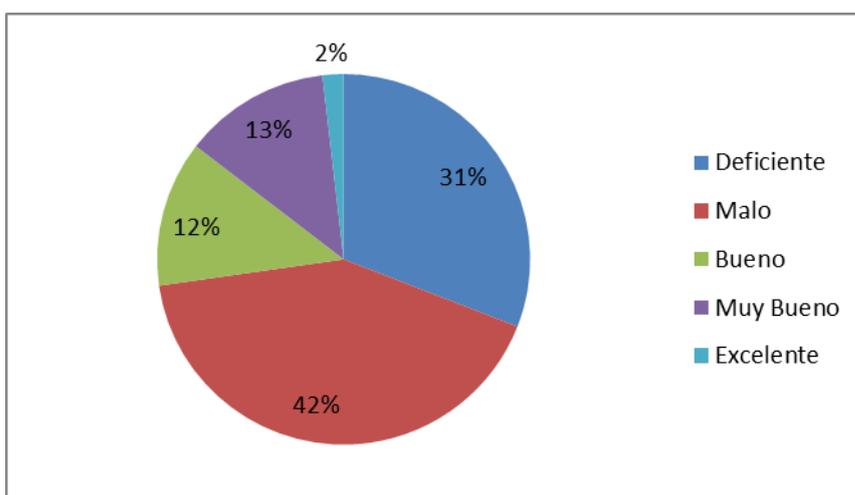
**Tabla # 42. Publicidad**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	17	31
Malo	23	42
Bueno	7	13
Muy Bueno	7	13
Excelente	1	2
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 27: Publicidad turística**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 35

**Análisis:** La publicidad turística en la ciudad El Ángel está entre deficiente con un 31% y mala con un 42%, es decir, más de la mitad de

los propietarios coinciden que es la principal causa de un bajo desarrollo turístico, este podría ser un problema originado desde el municipio y los cabildos del sector, quienes no han prestado suficiente interés para promover los lugares turísticos y los servicios que se ofertan.

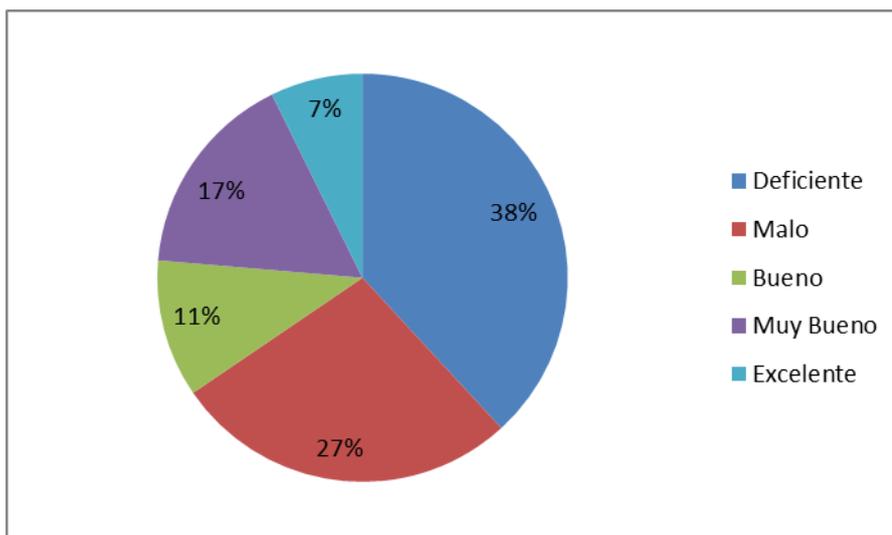
**Tabla # 43. Inversión gubernamental**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	21	38
Malo	15	27
Bueno	6	11
Muy Bueno	9	16
Excelente	4	7
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 28: Apoyo gubernamental**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 36

**Analisis:** El 65% de las empresas prestadoras de servicios turisticos no obtienen apoyo gubernamental de ninguna forma y sobresalen por si mismas. El 35% dice tener apoyo mediante convenios con el municipio o haber obtenido algun incentivo por parte de entidades relacionadas con el turismo, lo que evidencia falta de coordinación, motivación y preocupación por parte de las entidades gubernamentales y locales en relación al potencial turístico de la zona y su escaso aprovechamiento para beneficio de la población.

- ¿Cómo percibe la situación actual del turismo?

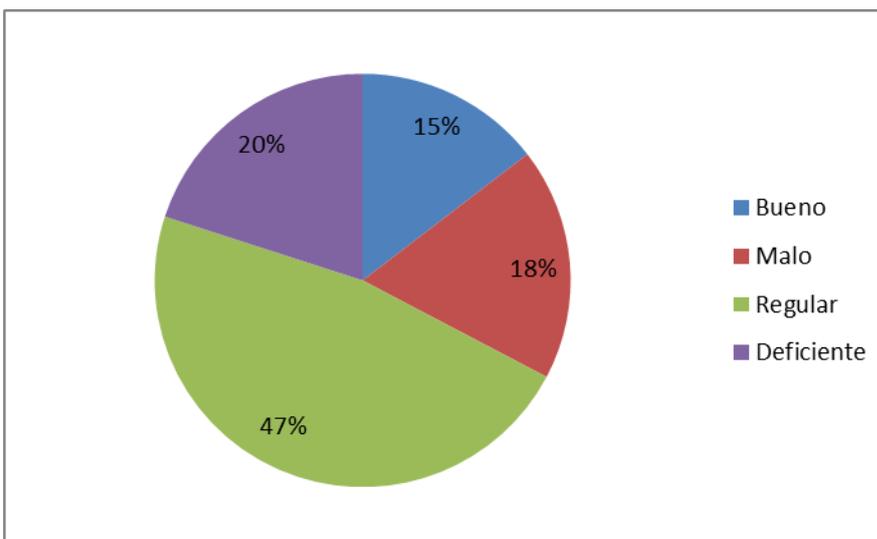
**Tabla # 44. Apreciación del desarrollo turístico**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Bueno	8	15
Malo	10	18
Regular	26	47
Deficiente	11	20
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 29: Apreciación del desarrollo turístico**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 37

**Análisis:** El 47% de los encuestados consideran el desarrollo turístico como regular, seguido de un 20% que lo considera malo y un 18% como deficiente, es decir, el 85% señala que el desarrollo en el sector no está bien encaminado y faltan muchas cosas por hacer desde diferentes ámbitos, especialmente desde el sector gubernamental y autoridades locales además de un compromiso propio por acceder a capacitaciones, inversión en infraestructura, promoción, atención al cliente y calidad en el servicio.

- **¿Qué tipos de proyectos opina se deberían implementar en la ciudad el Ángel para su mejora en la oferta turística?**

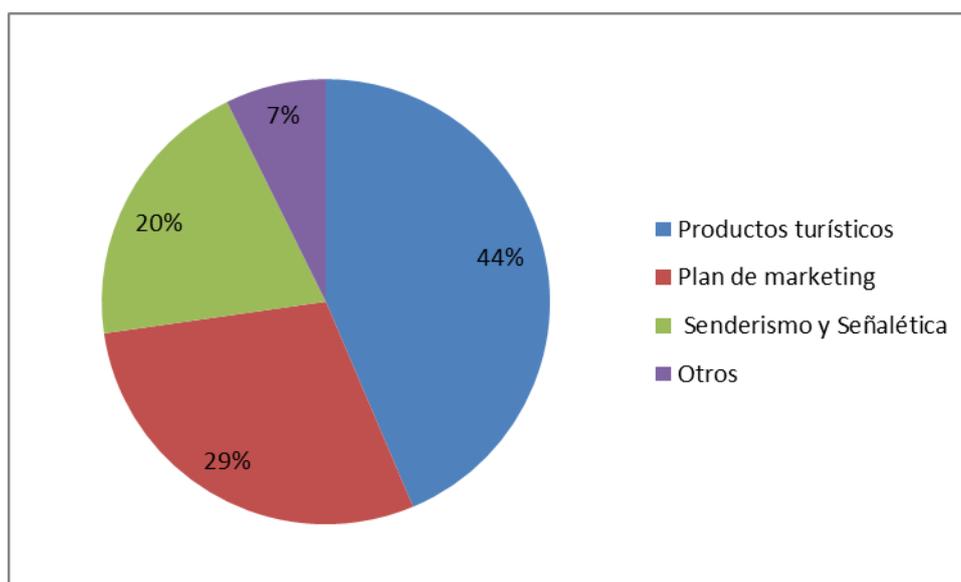
**Tabla # 45. Proyectos a implementarse**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Productos turísticos	24	44
Plan de marketing	16	29
Senderismo y Señalética	11	20
Otros	4	7
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 30: Proyectos a implementarse**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 38

**Análisis:** Más del 50% de los propietarios considera necesario implementar productos turísticos con diversas actividades y ofertar una serie de servicios turísticos considerando la riqueza natural y cultural del sector. De esta manera se reduciría el problema de ser un destino de tránsito y permitiría la permanencia de los turistas con sus consiguientes beneficios. Además anhelan un proyecto integrador para trabajar en forma conjunta con entidades y organismos así como el involucramiento de la población.

- **¿Cree que será beneficioso para el turismo, en la ciudad del Ángel incentivar el turismo comunitario a través de la creación de una red de servicios de un Producto Turístico?**

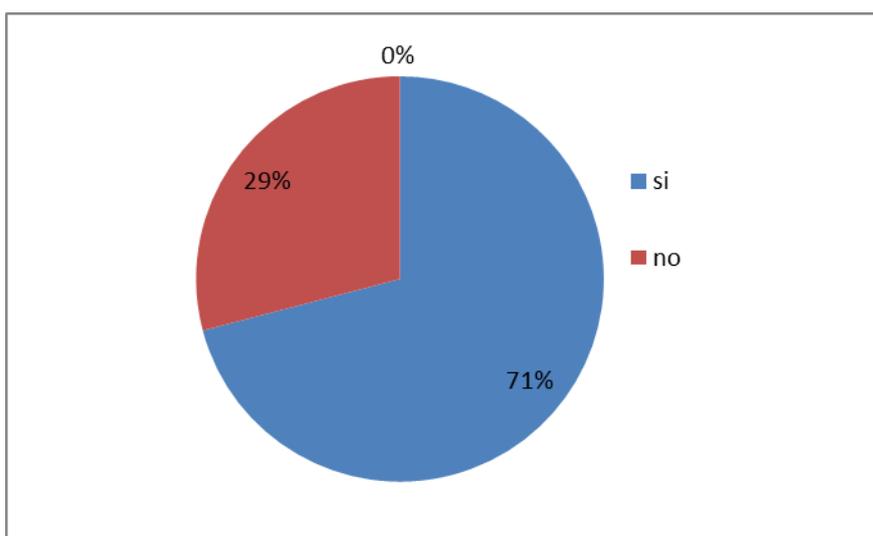
**Tabla # 46. Perspectiva sobre un producto turístico**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
si	39	71
no	16	29
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 31: Perspectiva sobre un producto turístico**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 39

**Análisis:** La propuesta planteada sobre la implementación de un producto turístico resulta muy positiva, ya que el 71% de los propietarios están de acuerdo en que se trabaje por un producto turístico que aproveche el entorno natural y cultural de la ciudad; además de trabajar en una forma coordinada con organismos nacionales y locales comprendiendo que actuando en conjunto se obtendrían mayores réditos y se fortalecería la oferta turística promoviendo el desarrollo social de la población, de esta forma se podría obtener beneficios equitativos entre todos los centros turísticos.

### 4.3 Comportamiento de la demanda turística en la ciudad de El Ángel

#### Datos personales

- **Género**

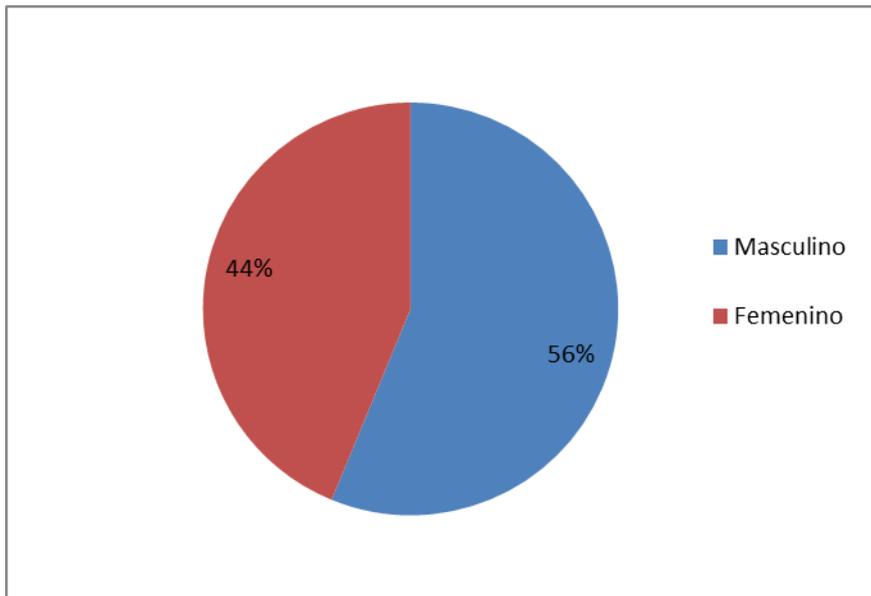
**Tabla # 47. Genero**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentual</b>
Masculino	86	56
Femenino	67	44
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 32: Género**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 40

**Análisis:** Respecto al interrogante se destaca que el 56% de las personas que visitan la ciudad de El Ángel son de género masculino, sin embargo el género femenino tiene un número significativo con el 44% del total de los encuestados casi equiparando el género de los visitantes de la ciudad.

- **Promedio de edad**

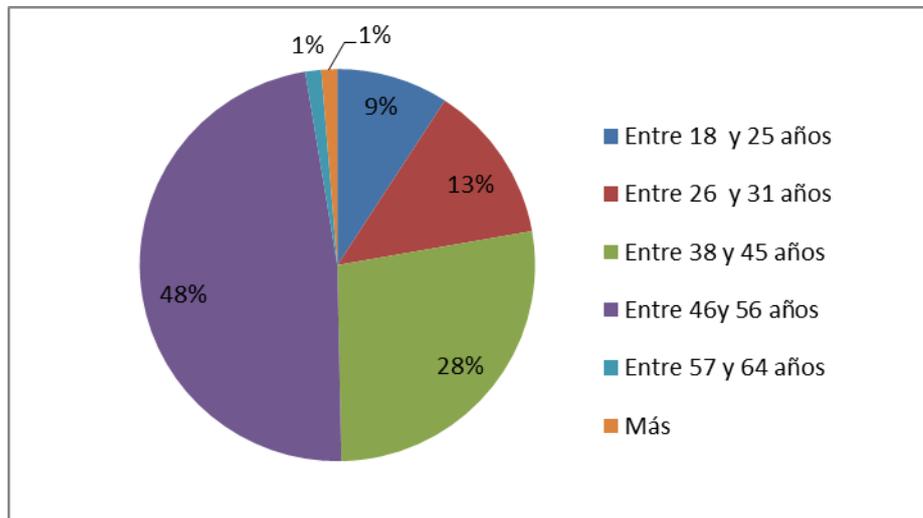
**Tabla # 48. Edad de turistas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre 18 y 25 años	14	9
Entre 26 y 31 años	20	13
Entre 38 y 45 años	42	27
Entre 46y 56 años	73	48
Entre 57 y 64 años	2	1
Más	2	1
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 33: Edad de turistas**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 41

**Análisis:** De acuerdo con los resultados se puede evidenciar que más del 90% de turistas que visitan El Ángel son adultos comprendidos en edades entre los 25 a 60 años de edad y solo un 10% representan a menores de edad. El segmento es muy amplio y tienen intereses diversos lo cual puede así mismo diversificar la oferta turística

- **Nivel de Instrucción o formación académica**

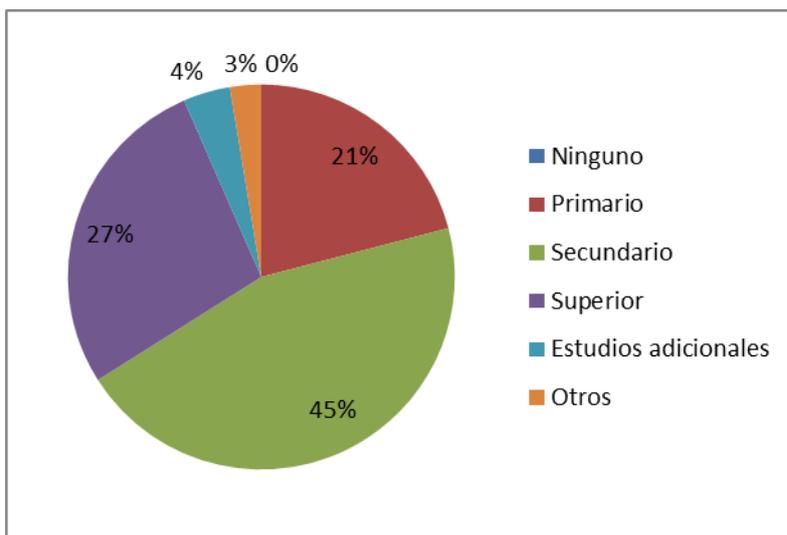
**Tabla # 49. Nivel de instrucción de los turistas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Ninguno	0	0
Primario	32	21
Secundario	69	45
Superior	42	27
Estudios adicionales	6	4
Otros	4	3
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 34: Nivel de instrucción de los turistas**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P  
**Fuente:** Tabla # 42

**Análisis:** Se puede observar que el 45% de los turistas que visitan El Ángel, poseen instrucción secundaria, seguido por visitantes con instrucción de nivel superior con un 27 % de los encuestados, existe un escaso número de turistas que tiene estudios adicionales y están representados por el 4% respectivamente, lo que significa que son personas que visitan la ciudad El Ángel por actividades de investigación, turismo científico o de negocios empresariales.

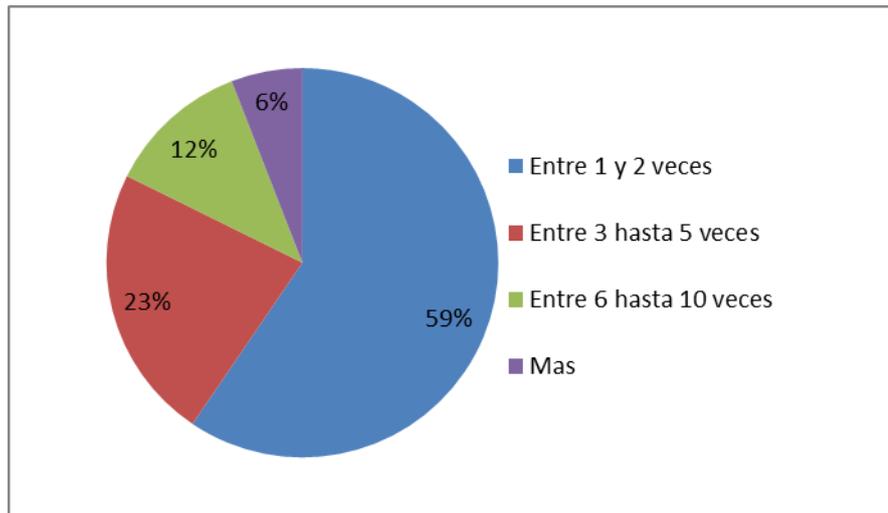
- **¿Cuántas veces ha visitado la ciudad El Ángel?**

**Tabla # 50. Frecuencia de visitas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre 1 y 2 veces	91	59
Entre 3 hasta 5 veces	35	23
Entre 6 hasta 10 veces	18	12
Mas	9	6
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P  
**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Grafico 35: Frecuencia de visitas**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P  
**Fuente:** Tabla # 43

**Análisis:** Se evidencia que la mayoría de personas han realizado visitas de una a dos veces con el 59% respectivamente, considerando que son visitantes extranjeros quienes han realizados turismo in retorno, en menor escala esta un 27% de encuestados que visitan en promedio 4 veces, que son representados por personas dedicadas a los negocios, a realizar turismo científico y las relaciones familiares.

- **¿Cuánto tiempo permanece en la ciudad El Ángel?**

**Tabla # 51. Tiempo de permanencia**

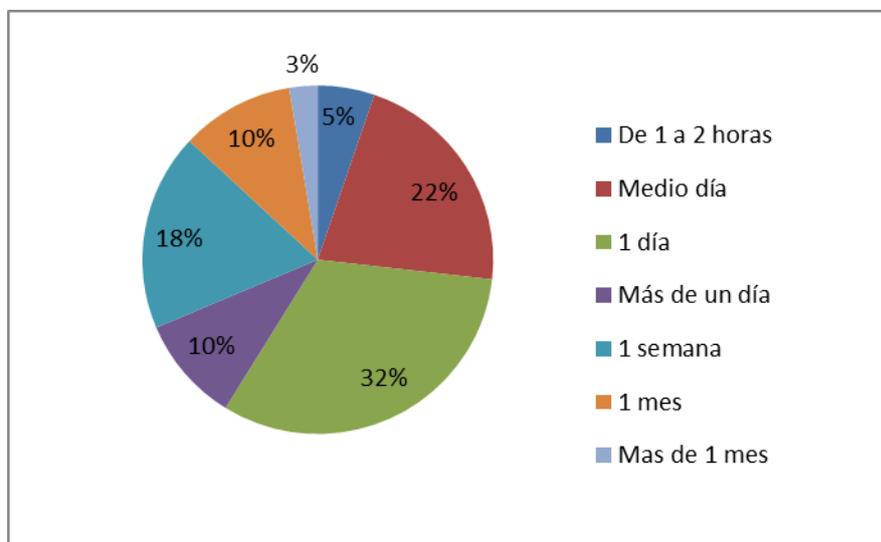
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
De 1 a 2 horas	8	5
Medio día	33	22
1 día	49	32
Más de un día	15	10
1 semana	28	18
1 mes	16	10
Más de 1 mes	4	3

<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>
--------------	------------	------------

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 36: Tiempo de permanencia**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 44

**Análisis:** Respecto a la pregunta planteada y su respuesta se evidencia que más del 50% de los visitantes realizan turismo de tránsito o de paso porque solamente permanecen 8 horas máximo, además, se puede notar que el resto de visitantes se dividen en más de un día hasta un mes de permanencia.

- **¿Cuándo viaja prefiere hacerlo con?**

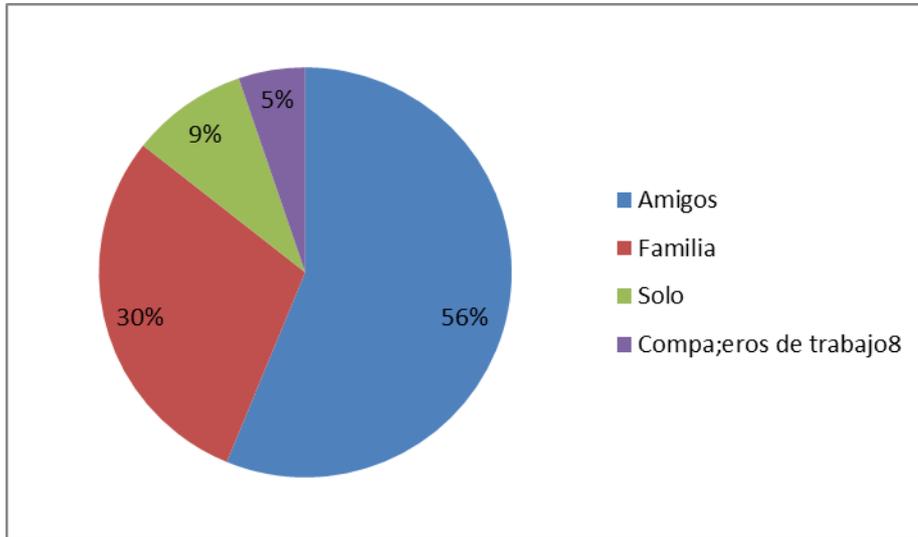
**Tabla # 52. Personas con la que viaja**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Amigos	86	56
Familia	45	29
Solo	14	9
Compañeros de trabajo	8	5
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 37: Personas con la que viaja**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 45

**Análisis:** Aplicada la interrogante se evidencia que los turistas viajan más acompañados por amigos en un 56% y familia que representa el 30% lo que permite concluir que en la ciudad de El Ángel podría haber un gran desarrollo turístico ya que las personas no viajan solas y de esta manera, se estaría prestando servicios en preferencia para estos dos grupos de personas.

- **Principal motivo de viaje a la ciudad de El Ángel.**

**Tabla # 53. Motivo de viaje**

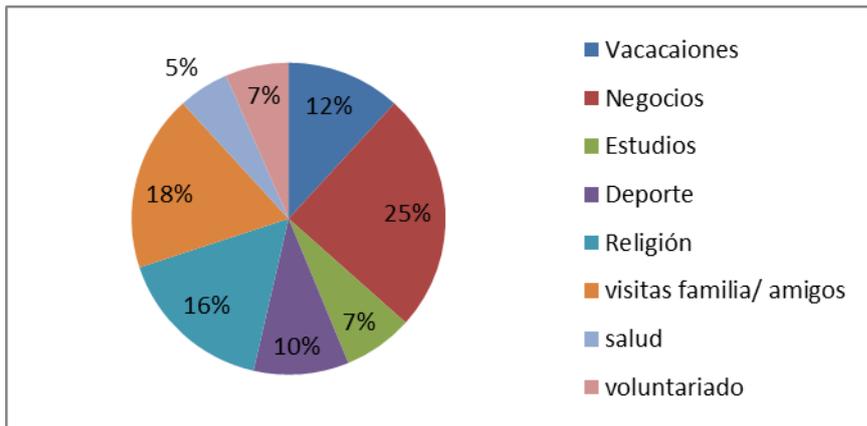
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Vacaciones	18	12
Negocios	38	25
Estudios	11	7
Deporte	15	10
Religión	25	16

Visitas familia/ amigos	28	18
Salud	8	5
Voluntariado	10	7
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

### Gráfico 38: Motivo de viaje



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 46

**Análisis:** Según los resultados el 25% de los encuestados realiza visitas a la ciudad por razones de negocios seguido por visita de familiares con el 18%, y religión con el 16%, constituyendo este sector lo más representativo del movimiento turístico de la ciudad, el resto de visitantes que es una minoría se desplazan por vacacionar, deportes y estudio.

- ¿Cuáles son las expectativas para visitar esta ciudad?

**Tabla # 54. Expectativas para visitar**

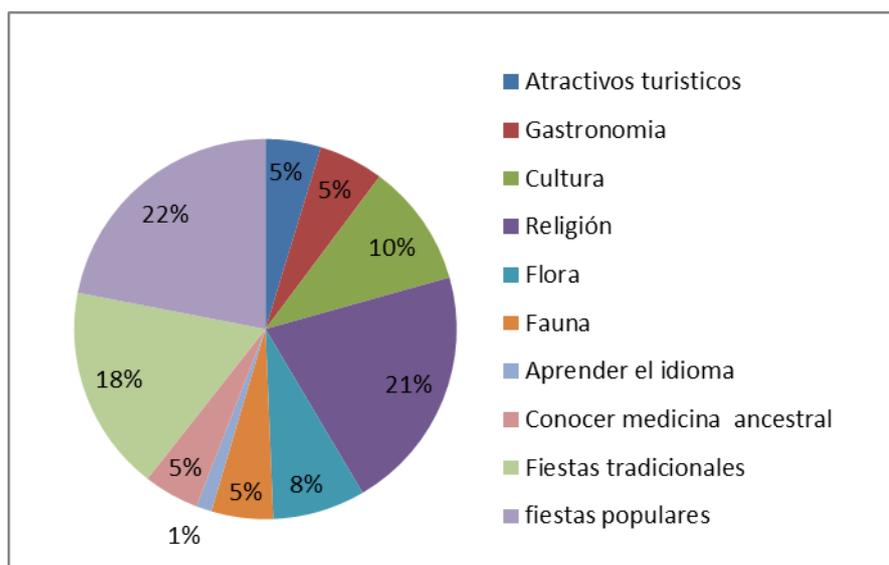
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Atractivos turísticos	18	12
Gastronomía	21	14
Cultura	40	26
Religión	80	52
Flora	30	20
Fauna	20	13

Aprender el idioma	5	3
Conocer medicina ancestral	18	12
Fiestas tradicionales	67	44
Fiestas populares	84	55
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>250</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 39: Expectativas para visitar**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 47

**Análisis:** Respecto a la interrogante se afirma que más del 50% de las personas viajan por fiestas populares, religiosas y tradicionales lo cual se define como los puntos más estratégicos y beneficiosos para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad El Ángel, pero existe una minoría de 30% que prefiere ir por otros motivos que puede ofertar la ciudad.

- **¿Qué servicios ha adquirido durante su permanencia en la Ciudad El Ángel?**

**Tabla # 55. Servicios adquiridos**

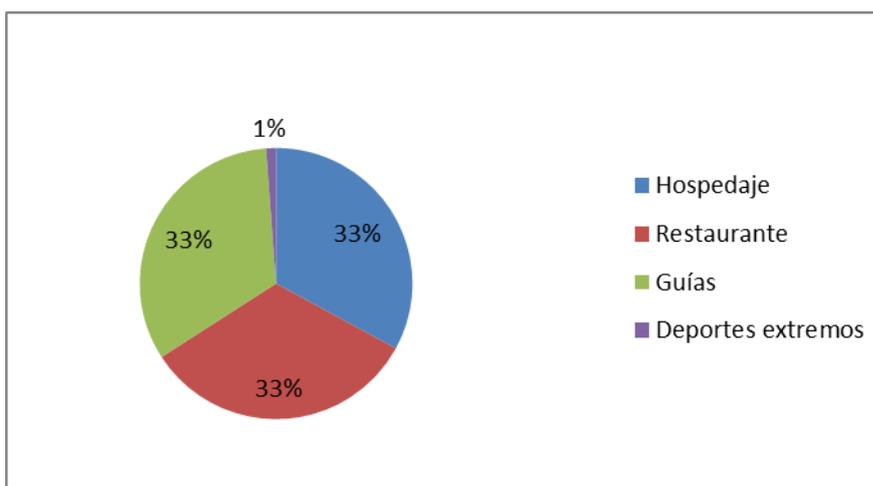
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Hospedaje	140	92
Restaurante	140	92

Guías	140	92
Deportes extremos	5	3
<b>Total</b>	<b>425</b>	<b>278</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

#### Gráfico 40: Servicios adquiridos



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 48

**Análisis:** Respecto a la interrogante se puede concluir que el 98% de los turistas que visitan la ciudad El Ángel ha recibido los servicios primordiales del turismo como es el de hospedaje, alimentación y de la misma manera han recibido información a través de guías, cabe mencionar que los servicios son prestados en el área de influencia de la ciudad de El Ángel

- **En caso de alojamiento en esta ciudad. ¿Qué tipo de establecimiento adquirió?**

**Tabla # 56. Preferencias de alojamiento**

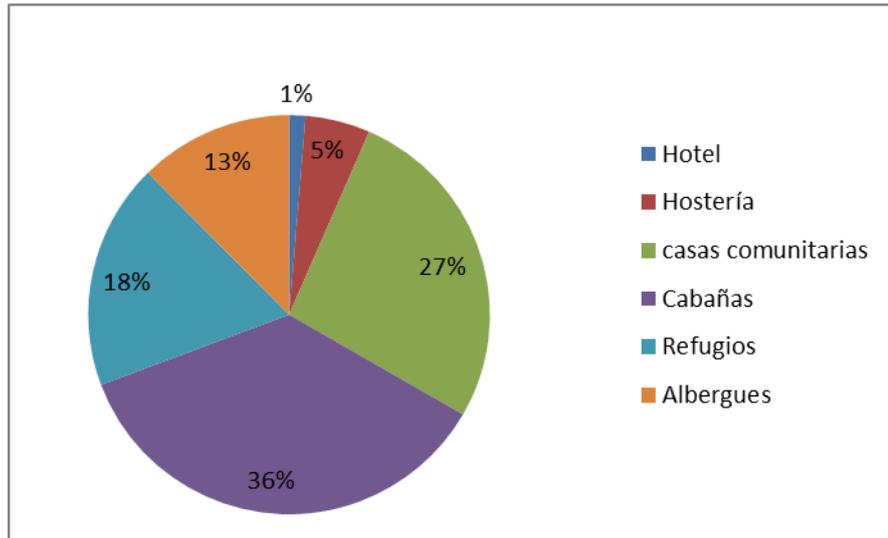
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Hotel	2	1
Hostería	8	5
Casas comunitarias	41	27

Cabañas	55	36
Refugios	28	18
Albergues	19	12
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

#### Gráfico 41: Preferencias de alojamiento



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 49

**Análisis:** Las preferencias en cuanto al alojamiento evidencian que el 36% tuvo la oportunidad de hospedarse en cabañas, el 27% en casas comunitarias y el 18% en refugios, constituyéndose en un segmento importante que afecta positivamente al turismo comunitario ya que las cabañas, casas comunitarias y refugios generalmente son manejados por las comunidades. Existe una minoría del 19%, quienes no se beneficiaron con este servicio ya que su vista fue de un día o no encontraron la infraestructura adecuada acorde a su preferencia en la ciudad.

#### 4.4 Marque el grado de importancia de los siguientes temas con respecto al turismo de la ciudad el ángel.

- **Atención al Cliente**

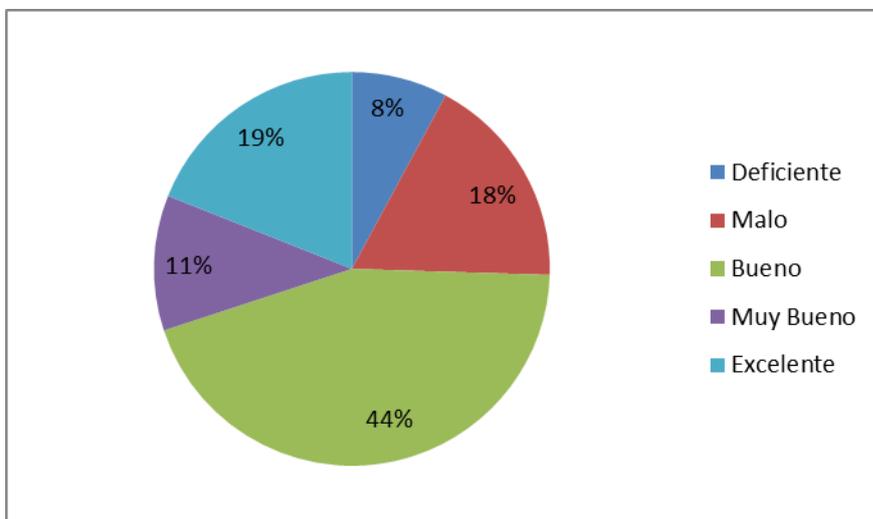
**Tabla # 57. Atención al cliente**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	12	8
Malo	27	18
Bueno	68	44
Muy Bueno	17	11
Excelente	29	19
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 42: Atención al cliente**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 50

**Análisis:** El 44% de los encuestados afirma haber tenido una atención buena pero más del 25% de los visitantes lo han categorizado en un nivel deficiente a malo, por lo tanto se evidencia que la atención no está acorde a la demanda ya que se maneja de forma empírica y no existe suficiente capacitación que mejore la calidad de servicio prestada a los turistas

### Servicios Básicos

**Tabla # 58. Servicios básicos**

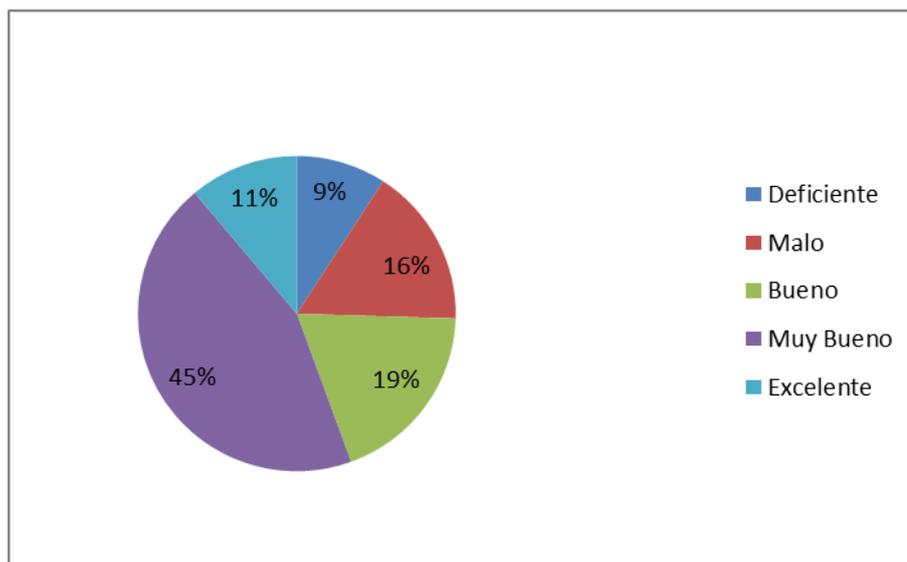
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	14	9
Malo	25	16

Bueno	29	19
Muy Bueno	68	44
Excelente	17	11
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 43: Servicios básicos**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 51

**Análisis:** El 44% de los visitantes encuestados considera que los servicios básicos son muy buenos y el 19% manifiesta que son buenos en contraposición al 16% que dice que es malo y un 9% que lo caracteriza como deficiente. De todas maneras si se contrasta la posición buena y muy buena de servicios en relación a la mala y deficiente se deduce que la mayoría está de acuerdo en que los servicios básicos son aceptables en cuanto a cantidad y calidad lo cual es positivo para el sector turístico de esta ciudad.

**Tabla # 59. Higiene y salubridad**

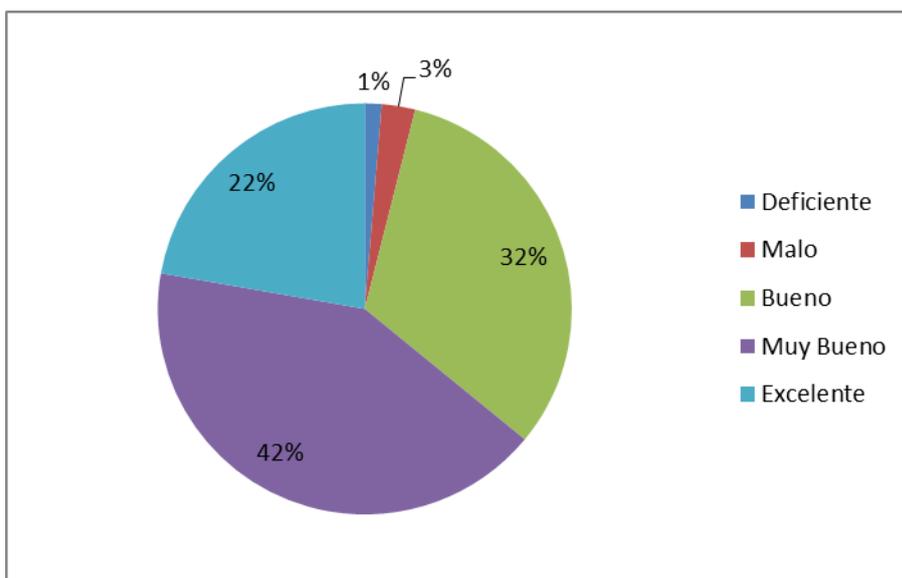
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	2	1
Malo	4	3
Bueno	49	32

Muy Bueno	64	42
Excelente	34	22
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 44: Higiene y salubridad**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 52

**Análisis:** En cuanto a higiene y salubridad el 22% de visitantes manifiesta que es excelente, seguido de un 42% que indica que es muy bueno y un 32% que es bueno. Se deduce que en este aspecto la ciudad de El Ángel está en un muy buen nivel ya que los turistas observan esto al recibir servicios turísticos.

**Tabla # 60. Duchas de agua caliente**

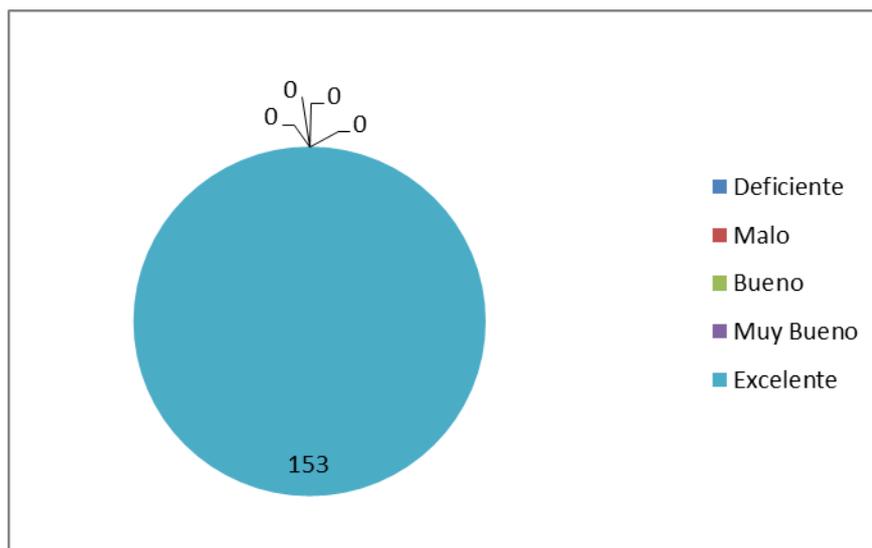
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	0	0

Bueno	0	0
Muy Bueno	0	0
Excelente	153	100
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 45: Duchas de agua caliente**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 53

**Análisis:** En cuanto al servicio de duchas de agua caliente, el 100% de los visitantes afirman que todos los centros de alojamiento donde han tenido la oportunidad de hospedarse, poseen este servicio, constituyéndose una variante necesaria e indispensable tanto para los visitantes como para las personas que viven en este lugar ya que debido a la temperatura fría prácticamente todos poseen este servicio y lo califican como excelente.

**Tabla # 61. Televisión**

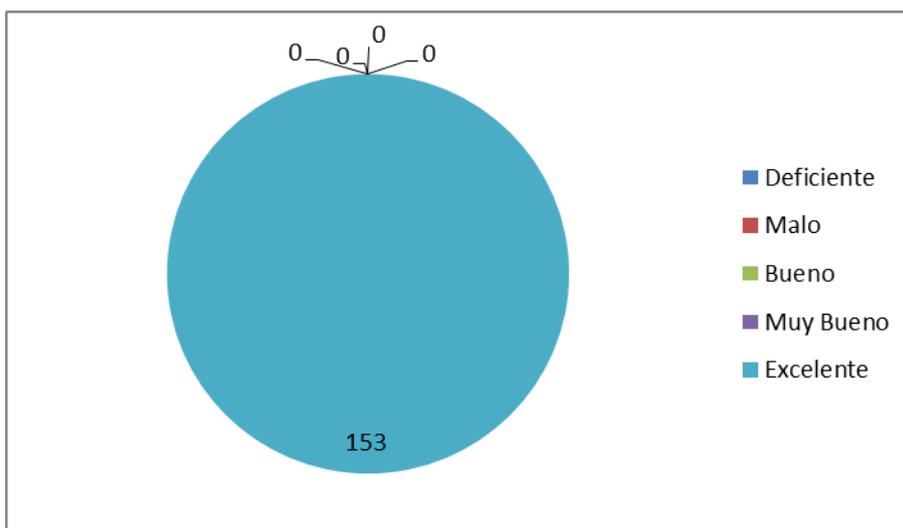
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	0	0
Bueno	0	0

Muy Bueno	0	0
Excelente	153	100
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 46: Televisión**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 54

**Análisis:** El 100% de los turistas afirman que el servicio de televisión en las habitaciones es bueno ya que todos los centros turísticos que prestan servicio cuentan con esta prestación.

**Tabla # 62. Seguridad**

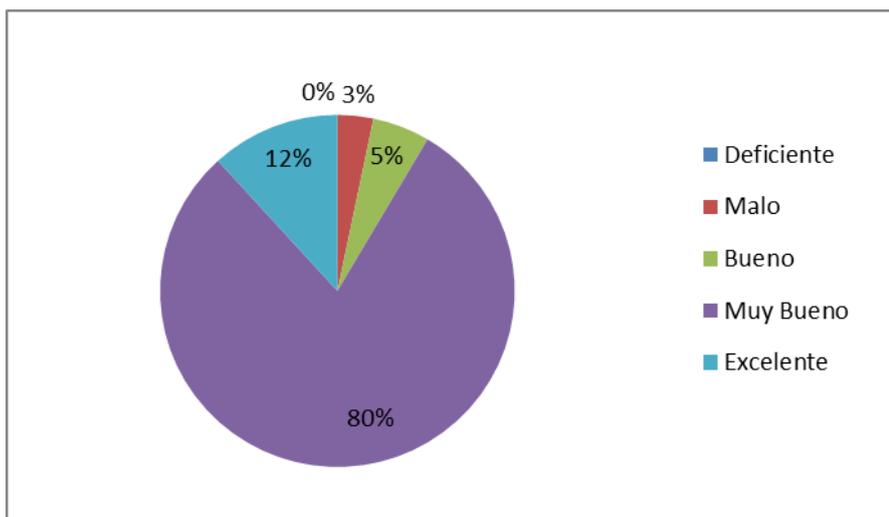
Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	5	3

Bueno	8	5
Muy Bueno	122	80
Excelente	18	12
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 47: Seguridad**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 55

**Análisis:** Prácticamente el 92% de visitantes afirman haber observado una ciudad con un nivel muy bueno y excelente de seguridad, por lo que ellos manifiestan tener confianza para desplazarse a los destinos de su preferencia.

- **Alimentación de calidad**

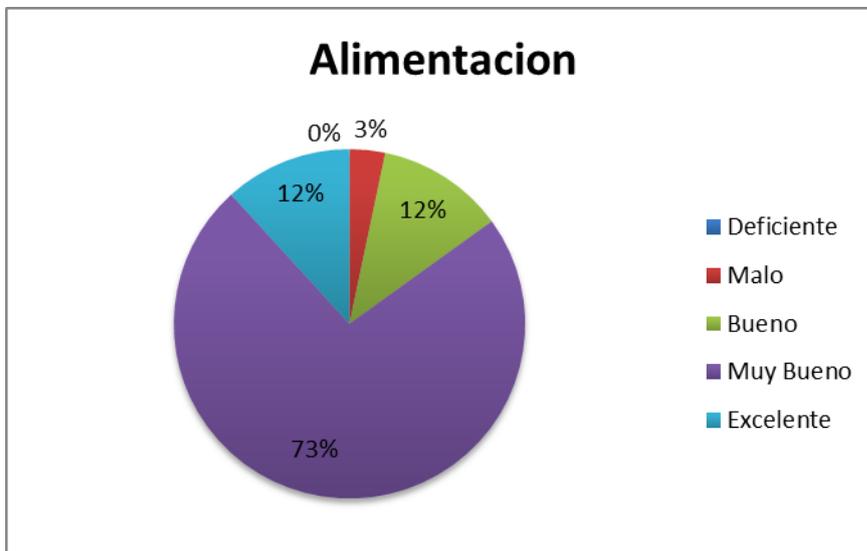
**Tabla # 63. Alimentación de calidad**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	5	3
Bueno	18	12
Muy Bueno	112	73
Excelente	18	12
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 48: Alimentación de calidad**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 56

**Análisis:** Con respecto a la alimentación el 12% manifiesta que el servicio es excelente seguido del 73% que indica que el servicio es muy bueno por lo cual se puede evidenciar que la mayoría de los visitantes dicen que la gastronomía en la ciudad El Ángel se encuentra en un nivel muy bueno donde existe la disponibilidad de restaurantes aunque la comida no es variada y la atención es irregular

- **Acceso a internet**

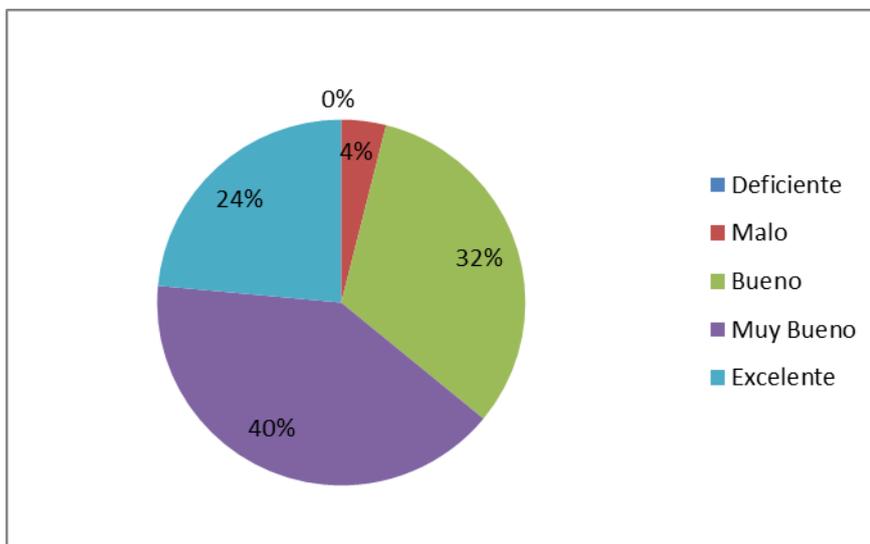
**Tabla # 64. Acceso a internet**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	6	4
Bueno	49	32
Muy Bueno	62	41
Excelente	36	24
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 49: Acceso a internet**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 57

**Análisis:** Es evidente que el acceso a internet está en un nivel muy bueno ya que el 96% de los encuestados tienen acceso a internet tanto en hoteles y restaurantes y también existe conexión inalámbrica de internet en lugares públicos de la ciudad. Esta variante permite mayor comunicación beneficiando a la ciudad y a los visitantes.

- **Servicio de piscinas**

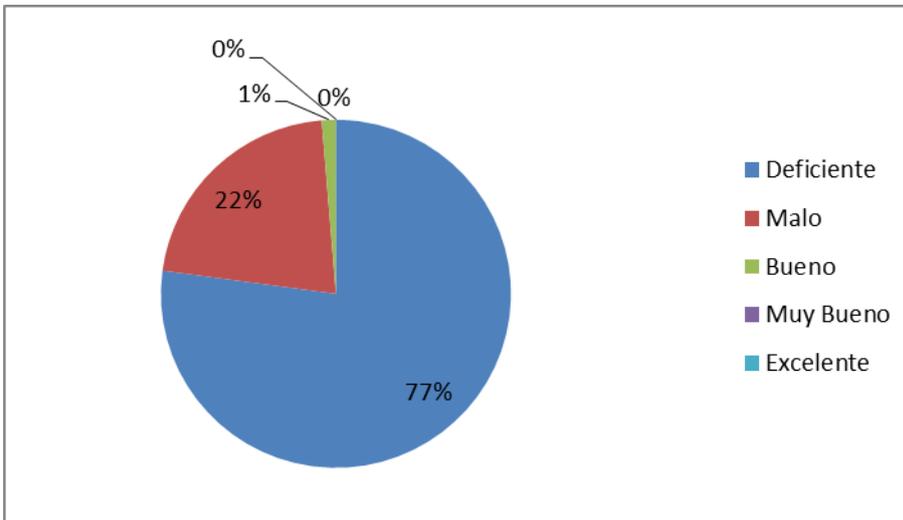
**Tabla # 65. Servicios de piscina**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	118	77
Malo	33	22
Bueno	2	1
Muy Bueno	0	0
Excelente	0	0
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 50: Servicios de piscina**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 58

**Análisis:** De acuerdo al servicio de recreación, y con la variante sobre el servicio de piscina para la relajación de los turistas, el 77% de las personas que frecuentemente utilizan servicios de alojamiento dicen no tener servicio de piscina, por aspectos de clima e infraestructura, además, se debe considerar que El Ángel es un destino turístico natural y cultural y el clima no es favorable para la implementación de esta infraestructura que es costosa y cuyo mantenimiento también lo es.

- **Vida nocturna**

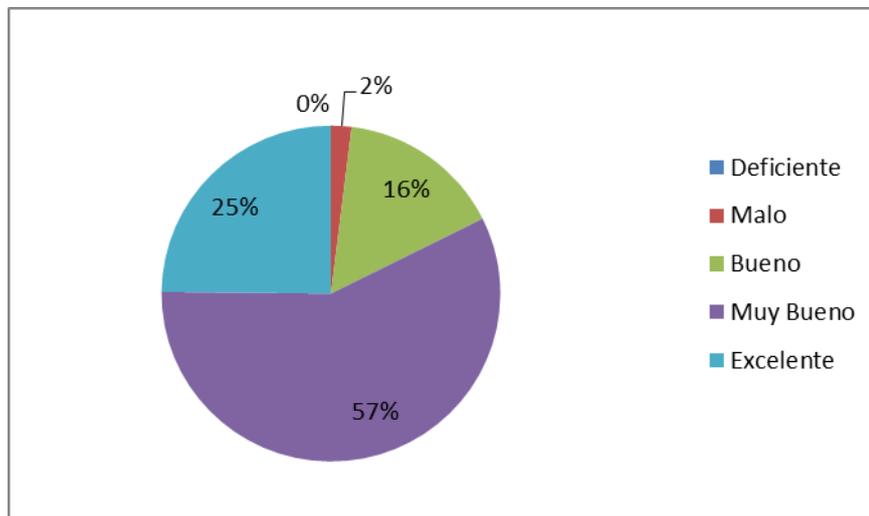
**Tabla # 66. Vida nocturna**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	3	2
Bueno	24	16
Muy Bueno	88	58
Excelente	38	25
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 51: Vida nocturna**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 59

**Análisis:** En cuanto a las actividades de diversión con la variante sobre la vida nocturna en la ciudad de El Ángel, el 57% de los visitantes lo califica como muy bueno, esto no indica que la ciudad el Ángel presta servicios nocturnos como son el folklore, la cultura y las fiestas tradicionales y religiosas que encantan al turista, calificándose así como una ciudad tranquila que no tiene contaminación audiovisual, el 25% dice visualizar la vida nocturna en un estado excelente por ser una ciudad tranquila y fuera de delincuencia, el 2% de los turistas dicen no sentirse a gusto en la ciudad, porque, lo que ellos buscan es diversión en discotecas y la ciudad no presta servicios de este nivel.

- **Conservación del medio ambiente**

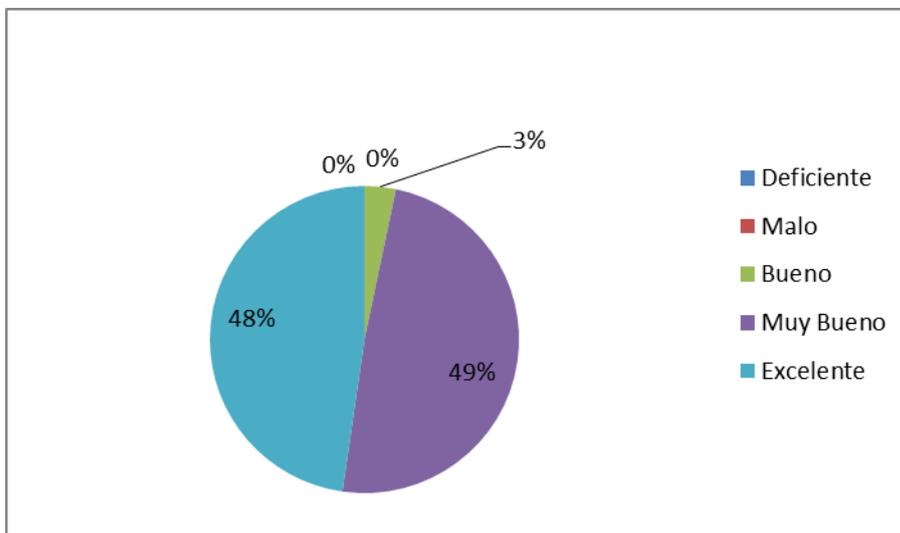
**Tabla # 67. Conservación del medio ambiente**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	0	0
Bueno	5	3
Muy Bueno	75	49
Excelente	73	48
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 52: Conservación del medio ambiente**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 60

**Análisis:** En cuanto a la apreciación sobre la conservación y el cuidado del medio ambiente de la ciudad El Ángel, el 49% de los encuestados indican que es muy bueno y el 48% que es excelente. Es apreciación general que esta ciudad posee recursos turísticos sujetos a políticas de conservación ya que existe una reserva ecológica muy bien cuidada, además, en sus parques y calles se observa un constante mantenimiento, también, reconocen el fomento de la cultura ambiental mediante el arreglo de espacios verdes y jardines con flora nativa. Este es un aspecto muy favorable para la ciudad.

- **Infraestructura adecuada**

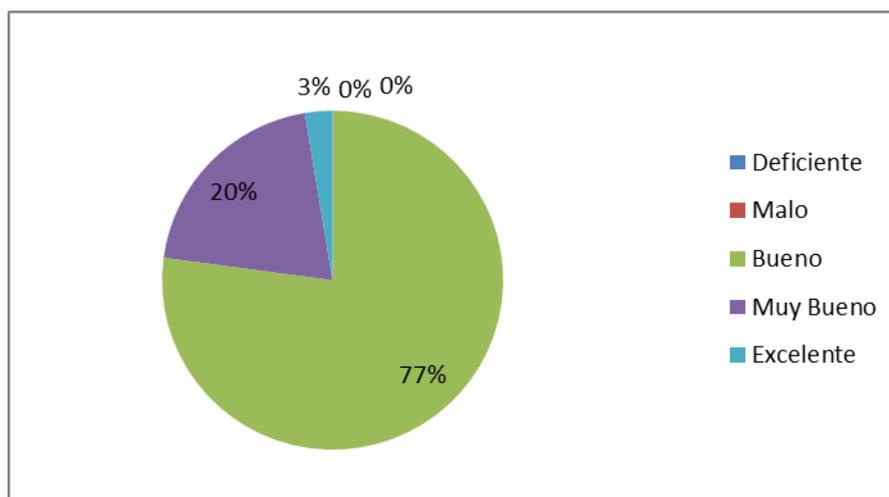
**Tabla # 68. Infraestructura adecuada**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	0	0
Bueno	118	77
Muy Bueno	31	20
Excelente	4	3
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 53: Infraestructura adecuada**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 61

**Análisis:** Se puede evidenciar que la infraestructura es buena según indican los encuestados en un porcentaje de 77% y muy buena en un 20%. Este es un aspecto importante que motiva al visitante a ocupar la infraestructura.

- **Beneficios a la población**

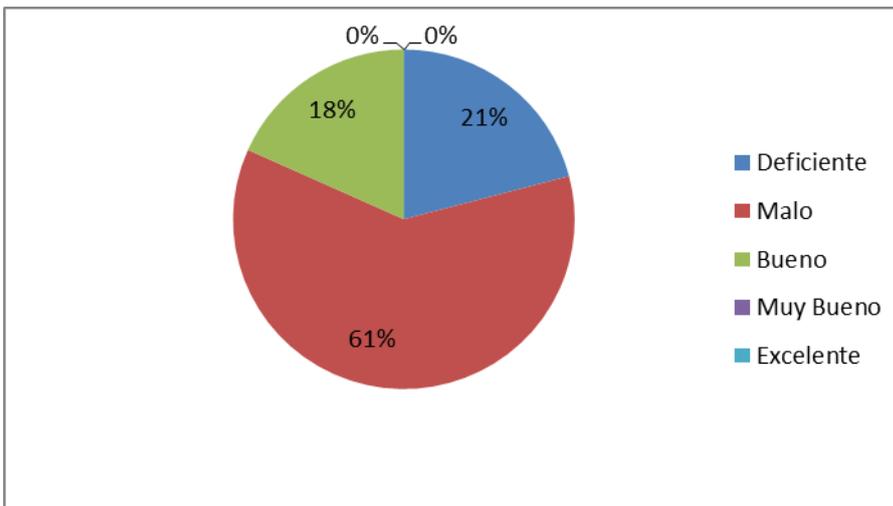
**Tabla # 69. Beneficios a la población**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	32	21
Malo	93	61
Bueno	28	18
Muy Bueno	0	0
Excelente	0	0
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 54: Beneficios de la población**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 62

**Análisis:** Se puede evidenciar que el 61%, es decir, más de la mitad de visitantes creen que no es beneficioso económicamente para la ciudad el turismo porque no hay una oferta bien estructurada, y la demanda es escasa por falta de promoción y de actividades complementarias que permitan que el turista permanezca en la ciudad y ocupe otros servicios a más de la alimentación y hospedaje.

- **Aprender nuevas experiencias**

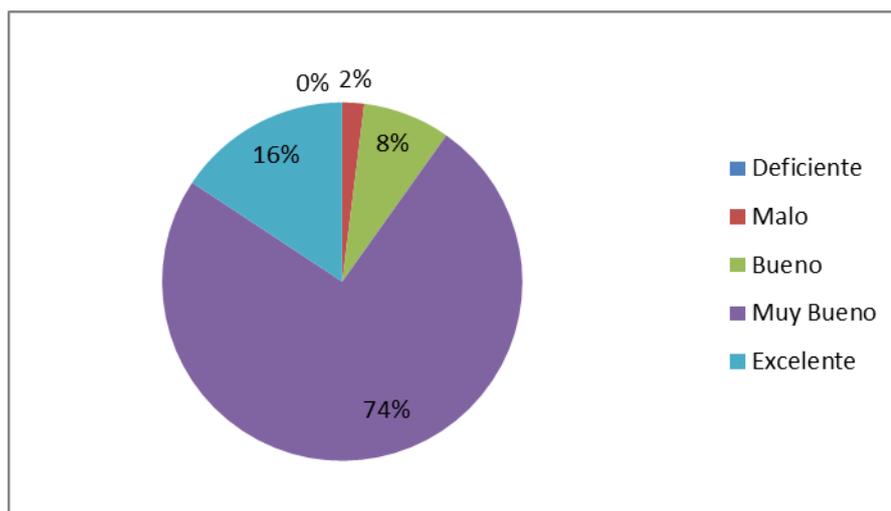
**Tabla # 70. Aprender nuevas experiencias**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Deficiente	0	0
Malo	3	2
Bueno	12	8
Muy Bueno	114	75
Excelente	24	16
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 55: Aprender nuevas experiencias**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 63

**Análisis:** El 74% del total de los visitantes que llegan a la ciudad El Ángel dicen que es un lugar para aprender mucho sobre cultura y gastronomía que es lo más llamativo de este sector y que el medio ambiente es un factor importante para aprender nuevas experiencias.

- **¿Cuánto está dispuesto a gastar por día realizando actividades turísticas?**

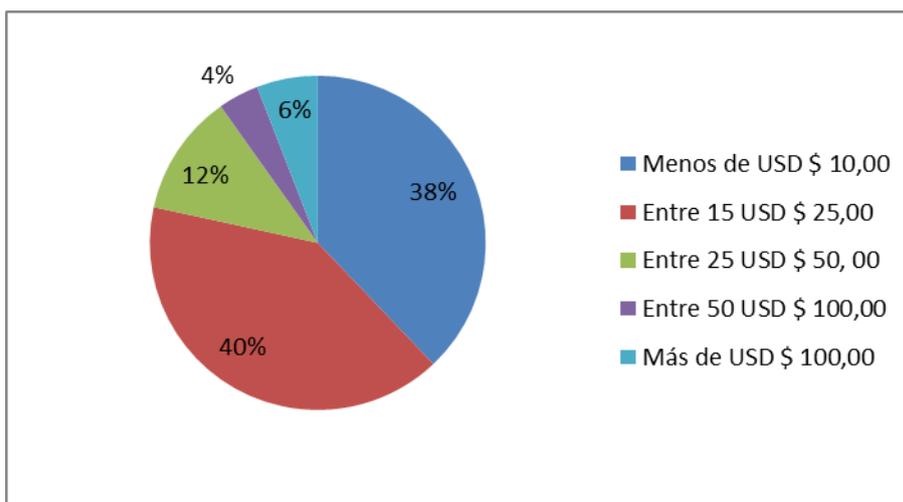
**Tabla # 71. Gastos diarios en actividades turísticas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Menos de USD \$ 10,00	58	38
Entre 15 USD \$ 25,00	62	41
Entre 25 USD \$ 50, 00	18	12
Entre 50 USD \$ 100,00	6	4
Más de USD \$ 100,00	9	6
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 56: Gastos diarios en actividades turísticas**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 64

**Análisis:** Respecto a la interrogante el 41% está dispuesto a gastar entre 15 y 25 USD y el 38% menos de 10 USD, por lo cual se puede deducir que más de la mitad de visitantes prefieren economizar y gastar lo mínimo en el tiempo de su estadía y lo máximo que ellos gastan es USD \$ 25,00 diarios, esto se evidencia también en el poco ingreso que reciben los propietarios de los servicios turísticos debido a que los visitantes no permanecen demasiado tiempo en el lugar.

- ¿Cuánto dinero destina diariamente en?

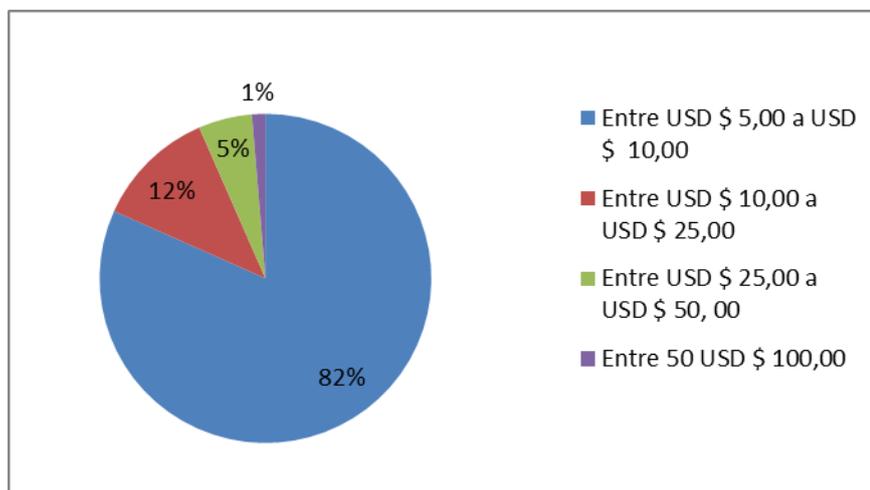
**Tabla # 72. Alimentación**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 5,00 a USD \$ 10,00	125	82
Entre USD \$ 10,00 a USD \$ 25,00	18	12
Entre USD \$ 25,00 a USD \$ 50, 00	8	5
Entre 50 USD \$ 100,00	2	1
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 57: Alimentación**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 65

**Análisis:** El 82% de los encuestados prefieren economizar, y ponen a disposición diaria un máximo de 10 dólares en alimentación, lo que conlleva a que este servicio también se acomode a la demanda de los visitantes, sin posibilidad de ofertar más variedad en la alimentación entre otros aspectos por la escasa demanda.

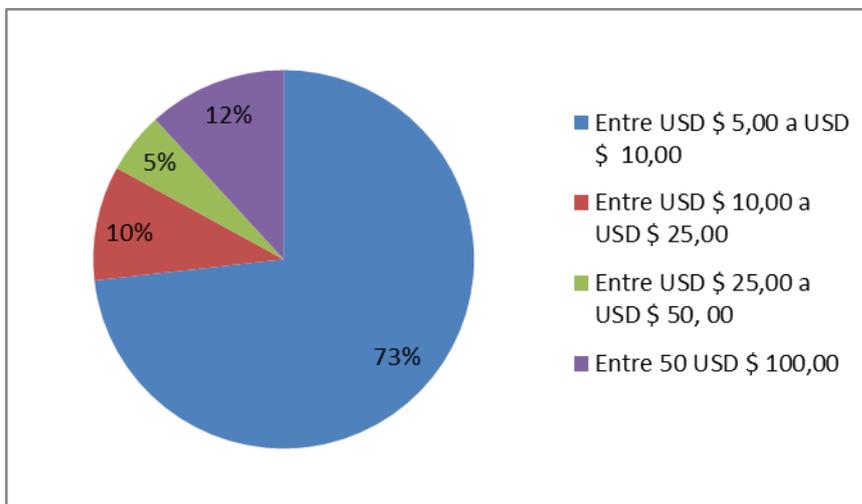
**Tabla # 73. Hospedaje**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 5,00 a USD \$ 10,00	112	73
Entre USD \$ 10,00 a USD \$ 25,00	15	10
Entre USD \$ 25,00 a USD \$ 50, 00	8	5
Entre 50 USD \$ 100,00	18	12
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 58: Hospedaje**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 66

**Análisis:** El 73% del total de los turistas desean economizar y prefieren no tener un gasto masivo, poniendo a su disposición diaria un máximo de 10,00 dólares en hospedaje, por otra parte prefieren irse a albergues o casas comunitarias y compartir el alojamiento con otras personas como amigos o familiares. La escasa demanda genera pocos ingresos a las personas que ofertan este servicio.

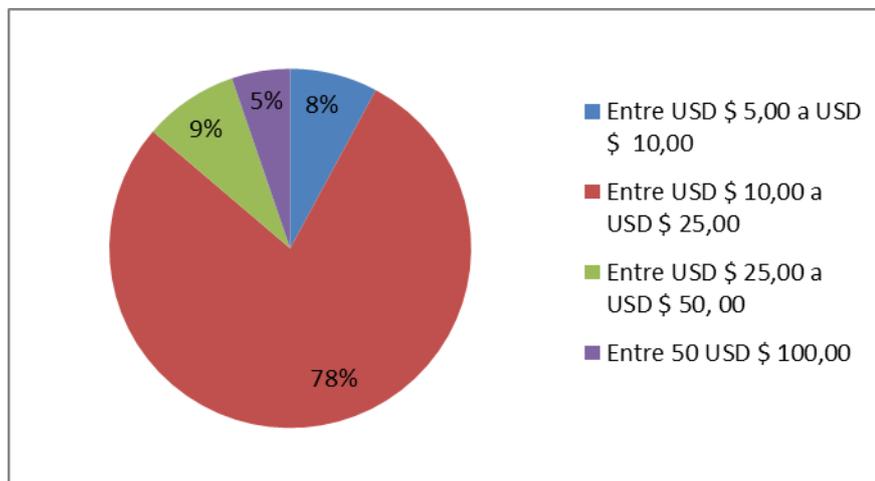
**Tabla # 74. Transporte**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 5,00 a USD \$ 10,00	12	8
Entre USD \$ 10,00 a USD \$ 25,00	120	78
Entre USD \$ 25,00 a USD \$ 50, 00	13	8
Entre 50 USD \$ 100,00	8	5
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 59: Transporte**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 67

**Análisis:** El 78% de los visitantes destina en promedio de 10 a 25 dólares para gasto en transporte. Se puede evidenciar un nivel aceptable en este rubro considerando que el servicio de transporte siempre es necesario y la oferta en este sector es buena en la ciudad El Ángel con servicio de camionetas, taxis y servicio cantonal e interprovincial con unidades adecuadas para brindar este servicio.

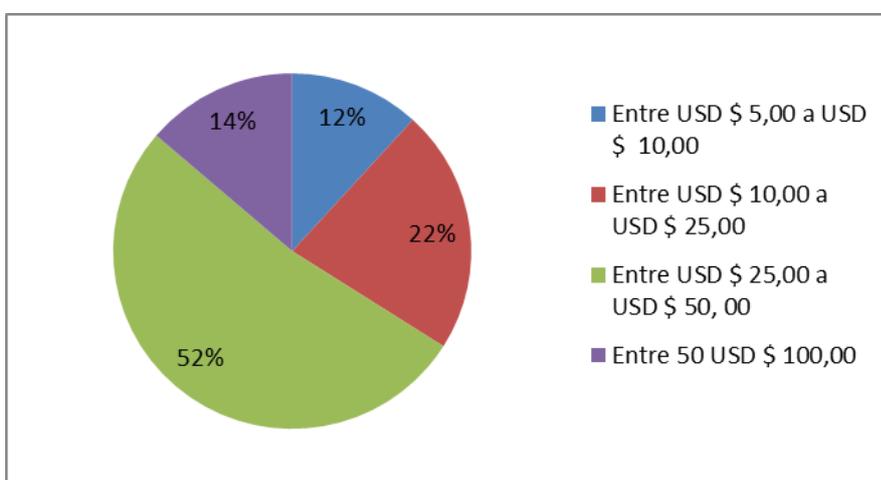
**Tabla # 75. Compras**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 5,00 a USD \$ 10,00	18	12
Entre USD \$ 10,00 a USD \$ 25,00	34	22
Entre USD \$ 25,00 a USD \$ 50, 00	80	52
Entre 50 USD \$ 100,00	21	14
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 60: Compras**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 68

**Análisis:** De los visitantes encuestados el 52%, es decir, más de la mitad destina entre 25 a 50 dólares para comprar, por ejemplo, las artesanías de la localidad, que resultan muy atractivas para ellos, y con esto benefician a los pobladores de la ciudad y a quienes elaboran y comercializan estas artesanías o productos.

- **Actividades deportivas**

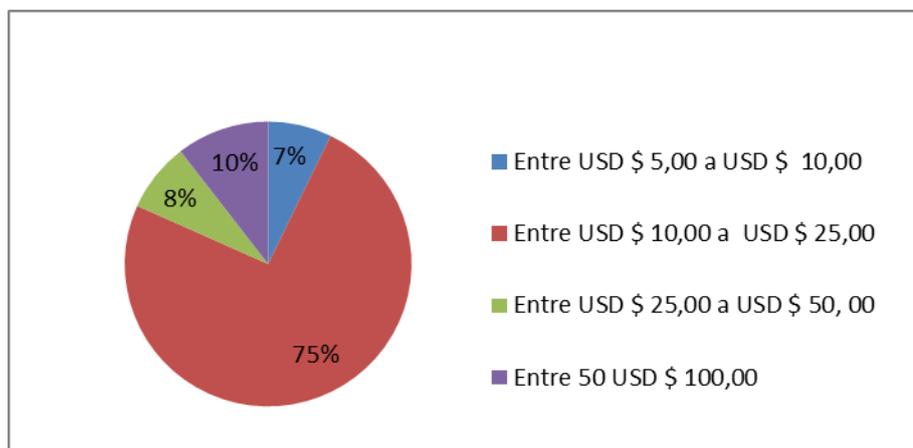
**Tabla # 76. Actividades deportivas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 5,00 a USD \$ 10,00	11	7
Entre USD \$ 10,00 a USD \$ 25,00	114	75
Entre USD \$ 25,00 a USD \$ 50, 00	12	8
Entre 50 USD \$ 100,00	16	10
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 61: Actividades deportivas**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 69

**Análisis:** Las tres cuartas partes de los encuestados, es decir, el 75% del total de los visitantes dicen gastar entre 10 a 25 dólares en actividades deportivas ya que primordialmente el objetivo de ellos no es ir a realizar actividades deportivas, más bien desean acercarse a conocer la cultura y las tradiciones de la zona así como su naturaleza.

- **Actividades recreativas**

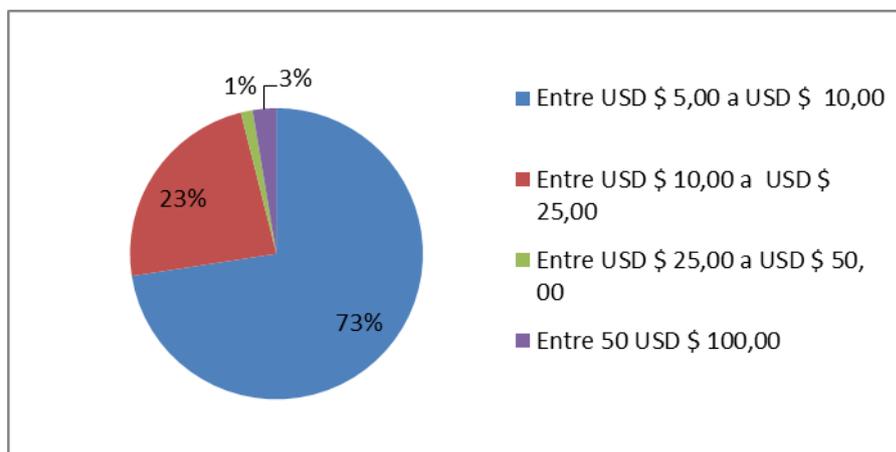
**Tabla # 77. Actividades de diversión**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Entre USD \$ 5,00 a USD \$ 10,00	111	73
Entre USD \$ 10,00 a USD \$ 25,00	36	24
Entre USD \$ 25,00 a USD \$ 50, 00	2	1
Entre 50 USD \$ 100,00	4	3
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 62: Actividades de diversión**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 70

**Análisis:** De los visitantes encuestados el 73% responden que están dispuestos a gastar entre 5 y 10 dólares en actividades de diversión o esparcimiento, cifra que no es significativa y en general no deja buenos ingresos a las personas de la ciudad.

- ¿Qué medio de publicidad o propaganda le motivó a viajar?

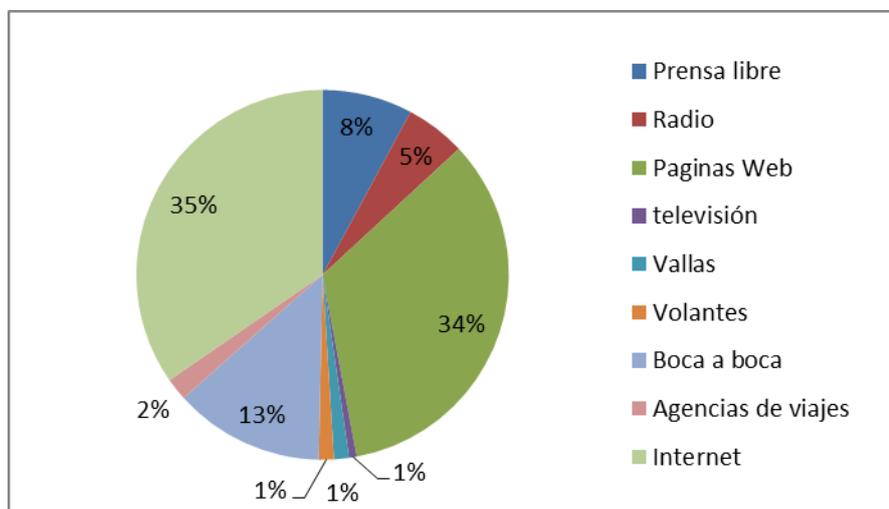
**Tabla # 78. Publicidad por la que se enteró de la ciudad El Ángel.**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Prensa libre	12	8
Radio	8	5
Páginas Web	52	34
Televisión	1	1
Vallas	2	1
Volantes	2	1
Boca a boca	20	13
Agencias de viajes	3	2
Internet	53	35
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 63: Publicidad por la que se enteró de la ciudad El Ángel.**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 71

**Análisis:** De los resultados extraídos de la encuesta se puede deducir que un 35% y 34% se enteraron del turismo en El Ángel por medio del internet y la página WEB del municipio respectivamente, lo que significa que la publicidad es efectiva en medios masivos para atraer a personas que gustan de la naturaleza, la aventura y la cultura.

- ¿Cómo calificaría la calidad de servicios turísticos?

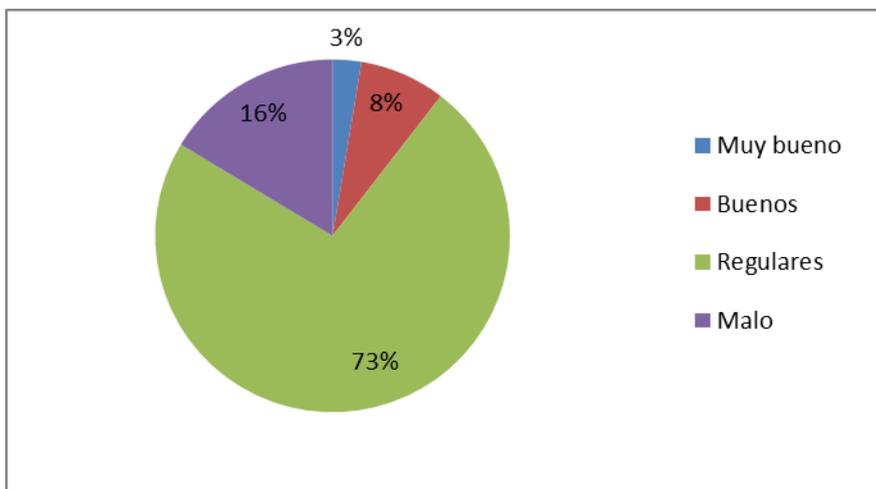
**Tabla # 79. Calidad de servicios turísticos.**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Muy bueno	4	3
Buenos	12	8
Regulares	112	73
Malo	25	16
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 64: Calidad de servicios turísticos.**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 72

**Análisis:** Más de la mitad de visitantes responden que la calidad de servicios no es buena y lo categorizan en un nivel regular en un 73%, lo que indica que la satisfacción plena del cliente en cuanto al servicio recibido no es óptima. Esto puede ser por falta de infraestructura, poca capacitación del personal y poca promoción turística.

- ¿Qué debilidades aprecia en esta ciudad?

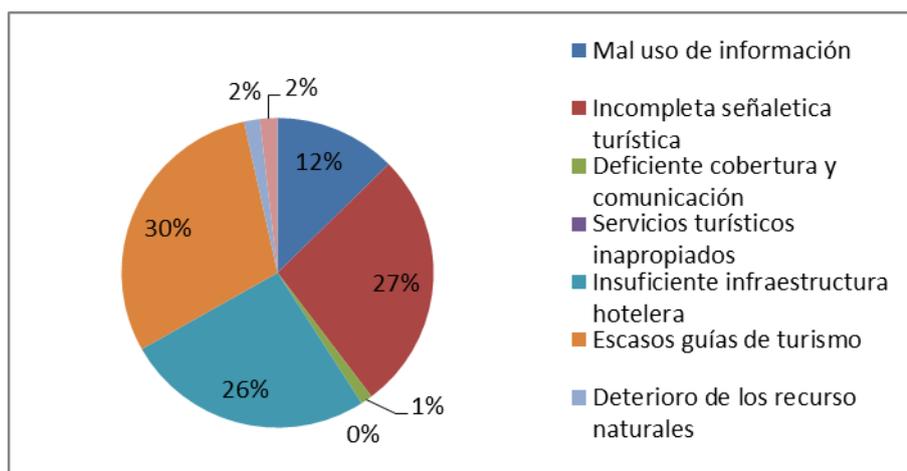
**Tabla # 80. Debilidades de la ciudad El Ángel**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Mal uso de información	62	41
Incompleta señalética turística	133	87
Deficiente cobertura y comunicación	6	4
Servicios turísticos inapropiados	0	0
Insuficiente infraestructura hotelera	127	83
Escasos guías de turismo	146	95
Deterioro de los recurso naturales	8	5
Deterioro de los bienes patrimoniales	9	6

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 65: Debilidades de la ciudad El Ángel**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 73

**Análisis:** Cerca del 90% de los encuestados da a conocer que, para ser un lugar turístico le hace falta mucho a esta ciudad, tiene todos los recursos pero no manejan bien el marketing turístico, y no satisfacen las expectativas que el turista busca, el 30% de los turistas dan a conocer un escaso número de guías, por la falta de capacitaciones o formación de guías por parte de la autoridades

- **¿Qué sugerencias propone para mejorar el turismo en la ciudad de El Ángel?**

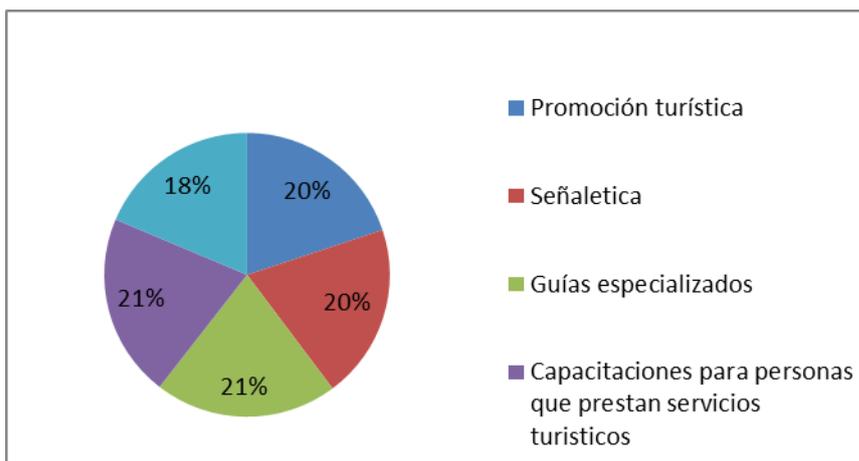
**Tabla # 81. Mejoras del turismo en la ciudad El Ángel.**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Promoción turística	142	93
Señalética	142	93
Guías especializados	148	97
Capacitaciones para personas que prestan servicios turísticos	149	97
Mejoras infraestructura en centros turísticos	133	87

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 66: Mejoras del turismo en la ciudad El Ángel.**



**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Tabla # 74

**Análisis:** Respecto a esta interrogante el 93% de los visitantes responden que se debe mejorar en promoción turística y señalética, porque no se ha hecho nada para que se la conozca por ningún medio publicitario, respecto a la señalética turística hace falta mucho, porque las autoridades locales no han hecho lo suficiente para señalar la ciudad, el 93% de los turistas reconocen la falta de guías especializados y capacitaciones para personas propietarias de centros turísticos, ya que no existen cursos debido ya sea para guías y para los propietarios por el escaso interés de mejorar el turismo en la ciudad y falta de recursos económicos.

- ¿Qué tipos de proyectos opina se deberían implementar en la ciudad El Ángel para su mejora en la oferta turística?

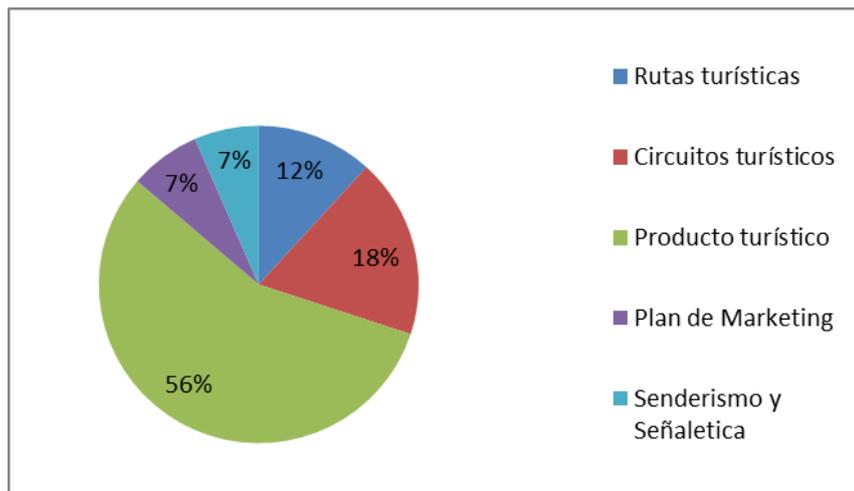
**Tabla # 82. Proyectos más adecuados para la ciudad El Ángel**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Rutas turísticas	18	12
Circuitos turísticos	28	18
Producto turístico	86	56
Plan de Marketing	11	7
Senderismo y Señalética	10	7
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 68: Proyectos más adecuados para la ciudad El Ángel**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 75

**Análisis:** El 56% de los encuestados, es decir, más de la mitad responden que es conveniente poner a disposición del visitante un producto turístico de calidad; seguido de un 18% que enfatizan en la posibilidad de crear circuitos turísticos que involucren a todas las plazas que ofertan servicios turísticos y el beneficio sea para todos y no solamente para algunos.

- ¿Cree que será beneficioso para el turismo, en la ciudad del Ángel el desarrollo de un Producto Turístico?

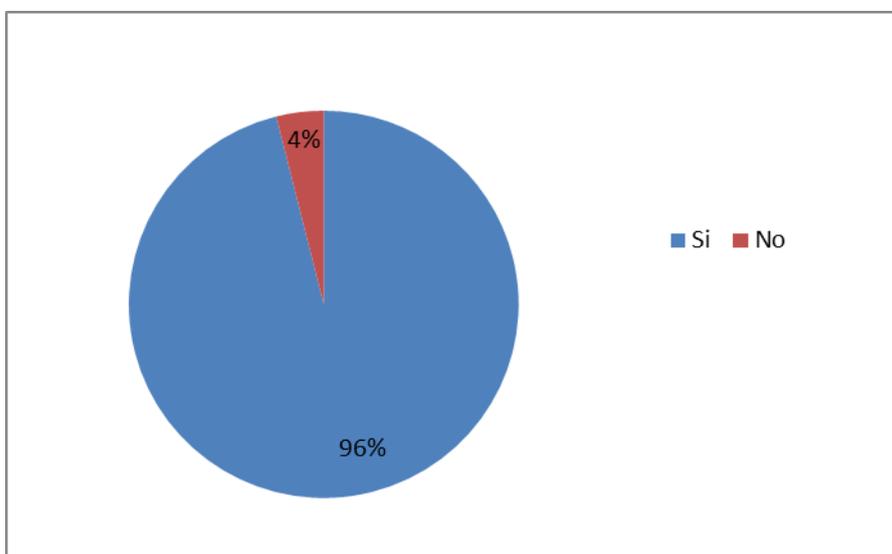
**Tabla # 83. Productos beneficiosos**

Alternativa	Frecuencia	Porcentual
Si	147	96
No	6	4
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo. Aplicación de encuestas

**Gráfico 69: Productos beneficiosos**



Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Tabla # 76

**Análisis:** El 96% de los visitantes dicen que si sería beneficioso para la población, el ofertar un producto turístico que llevaría a la ciudad El Ángel a tener mayor categoría en turismo, y a la vez, mejoraría en todos los aspectos ya que con un producto turístico de calidad se brindaría buena señalética, guías especializados, excelente infraestructura, y otros aspectos relacionados con el servicio de excelencia para los turistas.

## 4.5 Análisis de la entrevista

Pregunta 1.

**¿Usted cree que la ciudad de El Ángel es un Potencial Turístico para la Región y el Ecuador?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

**Responde:** Pienso que la ciudad el Ángel tiene mucho por mostrar para los turistas y puede ser una competencia turística masiva, por tener los lugares más privilegiados como la Reserva Ecológica el Ángel, el bosque Polilepys cascada del puente Ayora, las aguas termales de la Calera, el centro histórico de nuestra ciudad, el museo que representa nuestra descendencia, y muchas cosas que se puede encontrar en este lugar, es por ello que pienso que si es un potencial turístico.

**Sr. Germán Bracho Director del Museo Ciudad el Ángel**

**Responde:** Si es un potencial turístico por todos los lugares hermosos que existen en este sitio en que nos encontramos, sobre todo es muy importante llegar a la ciudad el Ángel y empezar conociendo su cultura que se muestra en el parque principal de la ciudad, y es así que la ciudad también muestra lugares turísticos naturales y culturales que son una potencia turística de la provincia.

### **Análisis de las respuestas**

Los entrevistados indican claramente que la ciudad el Ángel es un potencial turístico a nivel regional y nacional, señalando los atractivos más importantes a nivel natural y cultural, enfatizando el privilegio de estos lugares, indicando que es uno de los cantones más privilegiados, por poseer lugares incomparables y que guardan mucha historia, cultura, flora y fauna única, por lo cual hace que el turista encuentre lugares únicos en su belleza natural.

Pregunta 2.

**¿Qué actividades realiza para la buena marcha del turismo en El Ángel?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

- Apoyo para las entidades y organizaciones que se dedican a la actividad turística
- Promoción en fiestas y actividades importantes del cantón
- Capacitaciones a los representantes de centros turísticos
- Apoyo con material didáctico a los trabajadores de centros turísticos.

**Sr. Germán Bracho director del museo ciudad el Ángel**

- En cuanto a mí respecta pues fomentar la cultura en todas las personas que visitan la ciudad dándoles a conocer y rescatar los valores que debemos tener todos por el cuidado de la naturaleza y la cultura.

**Análisis:**

El ex alcalde de la ciudad el Ángel ve necesario apoyar a las entidades y organizaciones dedicadas al turismo específicamente en lo que es capacitación y promoción turística. El Sr director del Museo se refiere al fomento y rescate de la cultura como una actividad que mejora el turismo de la ciudad.

Pregunta 3.

**Mencione. ¿En Qué Proyectos ha intervenido en los dos últimos años de su participación o gestión en el sector de turismo, la cultura o medio ambiente?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

En cuanto a la cultura el apoyo incondicional al mejoramiento del museo municipal para que los visitantes a esta ciudad puedan conocer las

diferentes culturas de una manera muy ordenada y clara, contribuyendo con un lugar adecuado para aquello.

En cuanto al turismo, hemos aprovechado los lugares más importantes para hacer una demostración fotográfica para los visitantes, y poder hacer publicidad para cada uno de los sectores considerados como turísticos, como también la señalética turística que es muy importante para el visitante.

En cuanto al cuidado del medio ambiente, hemos visto conveniente hacer foros del medio ambiente en cada una de las comunidades, para que las personas concienzien más acerca del medio en el que vivimos y el medio que debemos cuidar.

### **Análisis**

El municipio a través de su primer personero, ha intervenido en la adecuación del museo de la ciudad como punto referente de la cultura, ya que en su interior se muestra parte de sus orígenes y la semblanza de este pueblo mediante el arte, las letras y otras manifestaciones culturales y representativas de su gente. Además, se ha establecido promoción turística por medio de fotografías de los lugares emblemáticos de la ciudad y el cantón; terminando con la concienciación de las comunidades sobre el cuidado del medio ambiente, es decir, que se trabajó por el adelanto de la ciudad en diferentes ámbitos.

Pregunta 4.

**¿Cuáles han sido las principales limitaciones en su gestión para la ejecución de algún proyecto turístico?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

En cuanto a las limitaciones, pues es conseguir el financiamiento para cada uno de los proyectos turísticos que se tiene para nuestro cantón,

porque todos los proyectos turísticos tienden a invertir mucho dinero para dar así mismo servicios de calidad.

Otra de las limitaciones es que el cantón posee un escaso número de profesionales en turismo, lo que provoca una limitada investigación y desarrollo turístico sin ayuda de investigadores en este ámbito.

### **Análisis.**

Las principales limitaciones para el ex alcalde del Cantón Espejo fue la falta de financiamiento de cada uno de los proyectos turísticos, y la falta de profesionales en turismo dentro del cantón para que sean los promotores e investigadores del desarrollo del turismo

Pregunta 5

**En su opinión. ¿Cómo mejorar el turismo en la ciudad de El Ángel?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

**Responde:** El turismo en la ciudad El Ángel mejora diariamente, porque los lugares van tomando mayor valor y mayor significancia para los lugareño y visitantes, es así, que mejora diariamente, también con la ayuda de todas las personas que habitan en él, porque sí debe existir el cuidado a la naturaleza y a nuestra cultura para que magnifique el turismo en el cantón Espejo.

### **Análisis:**

El turismo en la ciudad el Ángel según lo mencionado por el ex alcalde, va creciendo día a día con la participación de las personas que habitan en él y sobre todo considerando que los lugares turísticos van adquiriendo cada día un valor y un significado propio en beneficio del sector.

Pregunta 6.

**¿Considera importante incentivar el turismo comunitario en El Ángel?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

**Responde:** Considero que es muy importante incentivar el turismo comunitario porque ellos son los pequeños emprendedores que hacen que el pueblo sea mayormente conocido a través de sus iniciativas y apoyar en su totalidad a través de la municipalidad de Espejo

**Análisis:**

El ex alcalde indica que es muy importante incentivar al turismo comunitario apoyando las iniciativas de las comunidades y de la gente que está involucrada y comprometida para incentivar el turismo

Pregunta 7.

**¿Piensa que será beneficiosa la creación de una red de turismo comunitario? ¿Mencione por qué?**

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

**Responde:** Pienso que será muy beneficioso porque a través de la creación de la red se agruparán todos los que pertenecen al sector turístico ya sea hoteles, cabañas, complejos turísticos, granjas agro turísticas etc. y así contribuirán al desarrollo interno y externo de una localidad haciendo que los ingresos económicos y ambientales crezcan día a día.

**Análisis**

Según menciona el ex alcalde del cantón Espejo la creación de una red de turismo si beneficiosa, porque es aquí donde se unen cada una de las comunidades con sus costumbres y tradiciones, impulsando el turismo de una forma nueva y muy dinámica.

Pregunta 8.

**¿Qué nombre de los siguientes preferiría para la red de turismo Comunitario El Ángel?**

- Red Calpastour
- Red ciudad El Ángel
- Red el Aliso
- Red Libertadora

**Sr. Klever Andrade ex alcalde del Cantón Espejo**

**Responde:** Todos tienen su valioso significado, sin embargo el nombre más dinámico para una red de turismo pienso que es Red Calpastour, por que tiene la significancia de la cultura y gastronomía de la localidad

**Sr. Germán Bracho**

**Responde:** De todas pienso que debe ser Calpastour por que se le observa mayormente llamativo y rescata a la vez la cultura y la gastronomía a través de este nombre muy dinámico.

**Análisis**

Los entrevistados escogen CALPASTOUR como nombre a la Red por considerar que existe un significado que hace referencia al rescate principalmente de la cultura y la gastronomía de la ciudad El Ángel.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- Los servicios turísticos en la ciudad El Ángel corresponden: a 16 establecimientos de alojamiento, 22 establecimientos de alimentación, 9 establecimientos de esparcimiento y recreación y 6 organismo de apoyo para actividad turística, por lo tanto, el 40 % emprendimientos de orden turístico están enfocados a brindar el servicio de alimentación y bebidas, pero en el registro del Ministerio de Turismo, solo un centro es considerado en el catastro, el restante 99% no está registrado, específicamente por que no cumplen con el reglamento técnico para su reconocimiento, de esta manera, la oferta turística es básica y que no cumple con parámetros de calidad.
- El análisis comparativo ente los años 2006 y 2013 sobre el flujo de turistas, denota una débil afluencia de visitantes, debido a un 80 % de visitantes son de tránsito, el tiempo de permanencia es de 12 horas y adicional no existen políticas que favorezcan la promoción del lugar por parte de las entidades encargadas, a pesar de esto, desde el año 2011 y 2013 hay un incremento por lo que se percibe cierta evolución del sector en la ciudad El Ángel, permitiendo que la demanda potencial será muy positiva por las nuevas tendencias del turismo, por motivaciones de apreciación de la naturaleza como espacio de investigación ambiental del sus alrededores , además el interés por el intercambio cultural ya que existen muchos vestigios heredados por los pastos, además de las actividades agrícolas que se enmarca en los procesos comerciales, y los avances en materia de infraestructura

y

servicios.

- La ciudad El Ángel posee recursos turísticos sujetos a políticas de conservación ya que existe una reserva ecológica muy bien cuidada, además, en sus parques y calles se observa un constante mantenimiento y el fomento de la cultura ambiental mediante el arreglo de espacios verdes y jardines con flora nativa: La seguridad, el acceso a comunicaciones e internet, servicios básicos de buena calidad y transporte constituyen aspectos relevantes que pueden perfectamente ser aprovechados en el fomento del turismo

## **5.2 Recomendaciones**

- Dinamizar el desarrollo económico y social de la ciudad El Ángel mediante la implementación de procesos de planificación integral de la oferta turística por parte de las autoridades, operadores e instituciones involucradas en todos los aspectos: estructura y organización, capacitación, inversión e implementación de emprendimientos turísticos, promoción en sus diferentes medios, entre otros para diversificación de la oferta.
- Tener en cuenta las expectativas, motivaciones de los turistas y de forma conjunta aprovechar los recursos naturales y su enorme potencial como atractivos, para generar un mayor flujo de turistas, promoviendo el desarrollo sostenible y sustentable en lo ambiental y económico, para diseñar circuitos y rutas como productos de oferta turística que involucren tanto el ecoturismo, el agro turismo, el turismo comunitario sin dejar de lado aspectos culturales y religiosos, promoviendo además alternativas recreativas, esparcimiento y diversión de forma permanente.

- Mejorar el ingreso económico, la conservación ambiental y cultural de la población ofertando un producto turístico, a través de una red de turismo comunitaria, que lleve a la ciudad El Ángel a brindar productos turísticos de calidad y la participación socio cultural.

## **CAPITULO VI**

### **6.1 Tema**

#### **LA RED DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA CIUDAD DEL ÁNGEL, PROVINCIA DEL CARCHI.**

##### **6.1.1 Antecedentes**

Una Red de turismo se conforma por los diferentes comercios locales, empresas, alojamiento, alimentación, guías y otros; con el objetivo de mejorar el turismo en cada una de las localidades, brindando un servicio de calidad y de excelente estancia para el visitante.

En todo el mundo se dan ejemplos claros y excelentes de la conformación de redes para con el turismo, haciendo que la demanda de turistas tenga un incremento masivo en la sociedad, influyendo muchos factores positivos.

Una de las grandes experiencias de red de turismo comunitario se da en Argentina, donde el proyecto se promueve por los pueblos indígenas con un objetivo principal, no dejar perder el valor turístico de los pueblos indígenas y tener una cadena cultural que cada vez se vaya fortaleciendo y difundiéndose a través del turismo comunitario, ofreciendo a los visitantes a que conozcan su cultura y a la vez llevando una relación responsable entre lugareños y turistas.

Ecuador ha ido desarrollando este tipo de turismo y tiene grandes ejemplos de ellos, con la visión y misión de llevar a cada uno de los pueblos para que sean mayormente conocidos y a la vez se aproveche

cada una de sus costumbres, folklor, gastronomía, viviendas y leyendas, para unir pueblos y rescatar costumbres pérdidas, beneficiándose toda una comunidad y a la vez todo el país.

La provincia del Carchi en el cantón Espejo, Ciudad de El Ángel, se cuenta con costumbres, tradiciones, leyendas y gente que guarda muchos valores que sus ancestros les enseñaron, y aún siguen conservando y por eso, también dan a conocer a todos los visitantes, haciéndolos sentir parte de éste lugar.

Así nace la idea de la unión de micro empresas dedicadas al turismo comunitario para realizar una red, en donde se ofertará alimentación, alojamiento, guías, atractivos turísticos, y una cálida acogida para cada uno de los visitantes, lo que beneficiará a toda la comunidad y tendrán ingresos económicos en equidad para todos.

## **6.1.2 Fundamentación de la propuesta**

### **6.1.2.1 Turismo comunitario y las redes de turismo**

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, garantizando el buen trato a los recursos naturales, valorando los patrimonios, los derechos culturales y nacionalidades, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

Es así que las personas buscan tranquilidad y descanso, en lugares fuera de lo habitual, el turismo comunitario trae consigo el cambio de

comportamiento de los consumidores que buscan productos novedosos, como las vivencias culturales y auténticas.

El turismo comunitario y sus corrientes representan una fuente de oportunidades para los pequeños emprendedores, en la medida en la que estos sean capaces de ofertar productos innovadores, que se complementen con mucha originalidad y autenticidad, así diferenciándose mucho de las grandes ciudades, posesionándose como nuevos productos turísticos, sin tener competencia alguna por ser únicos y privilegiados de ofrecer turismo diferente en al comunidades.

En el desarrollo del turismo comunitario, es donde se neutraliza el valor cultural, fomentando intercambio vivencial, permitiendo al visitante disfrutar de una experiencia innovadora, además el turismo comunitario produce cambios económicos y sociales en las grandes empresas turísticas.

El turismo comunitario aspira un turismo sostenible con el apoyo, de las autoridades poniendo en funcionamiento un reglamento para con el turismo comunitario, favoreciendo así a la naturaleza, la cultura, biodiversidad, mejorando la cohesión social.

Como beneficio para el turismo comunitario son los procesos asociativos que articulen eficientemente la oferta de servicios, procurando la competitividad en los mercados y así se fomente día a día el uso sostenible del patrimonio comunitario, mejorando así su gestión autónoma en el ámbito empresarial y organizacional, y revitalizando la cultura autóctona, patrimonio cultural y expresiones tangibles e intangibles.

## **6.2 Objetivos**

### **6.2.1 Objetivo general**

Crear la Red de Turismo, con base Comunitario Sustentable, para el desarrollo turístico, económico de la ciudad de El Ángel, Provincia del Carchi.

### **6.2.2 Objetivos específicos**

- a.- Desarrollar un análisis FODA de la red y su área de influencia
- b.- Determinar la base filosófica de la red de turismo comunitario.
- c.- Plantear la oferta y demanda para la red de turismo comunitario.
- d.- Definir la estructura organizacional y funcional de la red de turismo comunitario.
- e.- Establecer un programa de capacitación para las personas que conformarán la red de turismo comunitario.
- f.- Diseñar estrategias de marketing para la red de turismo comunitario.

## **6.3 Descripción del proyecto**

### **6.3.1 Localización**

- País: Ecuador
- Provincia: Carchi
- Cantón: Espejo.
- Ciudad: El Ángel

La ciudad de El Ángel se encuentra ubicada en el Cantón Espejo, provincia del Carchi, al norte de la Sierra o Región Interandina del Ecuador en Sudamérica, a una altura que oscila entre los 2900 a 4000 m.s.n.m. a 4 horas aproximadamente del aeropuerto Internacional Tababela situado en la ciudad de Quito.

### 6.3.2 Análisis Situacional

#### 6.3.2.1 Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)

Se establece un análisis para la Creación de la Red de Turismo con base Comunitario Sustentable, como lo indica la siguiente matriz:

**Tabla # 84. Análisis FODA de la Red de Turismo con base Comunitario Sustentable**

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>🕒 Alternativas turísticas ubicadas en el área de influencia tales como atractivos turísticos naturales y culturales</li> <li>🕒 Diferentes clases de turismo para desarrollar</li> <li>🕒 Predisposición positiva de las personas del lugar</li> <li>🕒 Favorables vías de acceso</li> <li>🕒 Proyecto que no representa alta inversión</li> <li>🕒 Proyecto innovador en el sector</li> <li>🕒 Atención personalizada</li> <li>🕒 Proyecto no atenta contra el medio ambiente y la cultura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>🕒 Pioneros en la creación de una red de turismo comunitario en el cantón</li> <li>🕒 Ubicación favorable por su cercanía a la reserva ecológica El Ángel</li> <li>🕒 Desarrollo de agroturismo</li> <li>🕒 Desarrollo del turismo comunitario</li> <li>🕒 Potencializar los atractivos para armar paquetes</li> <li>🕒 Integración de las comunidades a través del turismo</li> <li>🕒 Alianzas y reconocimiento por otras empresas y organizaciones</li> <li>🕒 Nuevos negocios e inversiones con la nueva red de turismo comunitario</li> <li>🕒 Contratación de mano de obra local.</li> <li>🕒 Posicionamiento y captación del</li> </ul>

	mercado nacional e internacional
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⌚ Escasos incentivos en publicidad y difusión turística</li> <li>⌚ Escasos métodos para innovar los productos turísticos</li> <li>⌚ Escasa ayuda gubernamental</li> <li>⌚ Carencia de iniciativa y liderazgo.</li> <li>⌚ Ausencia de una organización y acuerdos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⌚ Reducción de la demanda debido a la inseguridad en zona de frontera</li> <li>⌚ Publicidad amenazada por problemas de financiamiento, políticos y sociales</li> <li>⌚ Descontento con el turismo, por parte de los comuneros.</li> </ul>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P  
Fuente: Investigación de campo

## 6.4 Base filosófica

### 6.4.1 Razón social

Una red comunitaria que ofrece servicios turísticos y la experiencia de convivir con la gente de la localidad para conocer su cultura y aprender su convivir diario.

## 6.4.2 Logotipo



## 6.4.3 Descripción del slogan

El Ángel Manantial de Naturaleza. Su eslogan lleva este nombre porque en éste lugar las personas se caracterizan por brindar y valorar las prácticas culturales, y un apego a la naturaleza como lugar trascendente desde los antepasados, convirtiendo al mismo en un remanso manantial.

## 6.4.4 Características del logotipo

### 6.4.4.1 Del significado

La red de Turismo comunitario tendrá por nombre RED CALPASTOUR.

Lo que significa:

- 🌿 RED: Alianza entre comunidades

- 🕒 CAL: Proviene de la abreviatura Calpos, ya que a las personas de la ciudad El Ángel se llamaba por este nombre por producir en abundancia las habas y solían hacer las habas Calpas para su alimentación.
- 🕒 PAS: Proviene de la abreviatura Pastos, ya que en este lugar se asentaron los pastos para una lucha contra otras culturas.
- 🕒 TOUR: significa viaje programado en inglés.

#### **6.4.4.2 De los colores**

- 🚩 Azul, naranja y café, representan los colores de la bandera de las batallas, en la que los pastos se enfrentaron a otras culturas, que batallaban por sus tierras.
- 🚩 Verde, amarillo, representan los colores que conforman la bandera del Cantón Espejo.

#### **6.4.4.3 De los elementos**

Las figuras que se muestran en el centro del logo significa la siembra de habas y consecuentemente el nombre de Calpos.

#### **6.4.5 Funciones**

La Red tiene como finalidad contribuir con el desarrollo del turismo comunitario en la ciudad de El Ángel, a través de la formación de una red de turismo, que trabaje en alternativas para mejorar las experiencias al visitar éste lugar. De esta manera, dinamizar la economía de la comunidad e involucrar actividades que revaloricen sus costumbres mediante la participación social en el turismo.

#### 6.4.6 Misión

Contribuir al desarrollo local mediante la incorporación de la actividad turística con base comunitaria, ofreciendo un turismo sustentable, solidario, de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo justo para todos los moradores de la localidad.

#### 6.4.7 Visión

Para el año 2020, constituirse como la primera red de turismo comunitario en la provincia del Carchi y ser ejemplo de gestión e innovación comunitaria para la zona 1 del Ecuador.

#### 6.4.8 Valores de la red

- 🕒 **Dignidad:** Con emprendimientos de familias organizadas que buscan otros ingresos dignos y mejor distribuidos.
- 🕒 **Amistad:** Con afecto y confianza de forma desinteresada.
- 🕒 **Bondad:** Buscando el bien personal y comunitario.
- 🕒 **Esfuerzo:** Valorando la fuerza, ánimo y energía para alcanzar metas y objetivos claros.
- 🕒 **Generosidad:** Compartiendo y ayudando a conseguir el bienestar de todos.
- 🕒 **Gratitud:** Reconociendo el beneficio como parte de la labor común
- 🕒 **Respeto:** Acatando la ley, normas y principios, valorando a las autoridades y a todos los integrantes.
- 🕒 **Responsabilidad:** Cuidando las decisiones y cumpliendo las obligaciones.
- 🕒 **Sencillez:** Personas sencillas realizando grandes cosas.

- 🕒 **Servicio:** Sirviendo a partir de una labor conjunta con compromiso comunitario.

#### 6.4.9 Principios de la red

- **Equidad Social:** Que permita una redistribución concreta de los beneficios entre las familias socias y entre las comunidades.
- **Unión comunitaria:** Porque será una red organizada lo que significa que existirá una distribución entre personas, establecimientos o servicios pertenecientes a una misma empresa con una sola dirección.
- **Diálogo y comunicación:** Como estrategia para arreglar conflictos en la organización, y forma de comunicación y entretenimiento para lograr el intercambio de saberes ancestrales, importantes para el turismo comunitario.
- **Calidad de los servicios:** Se refleja en los servicios y en las personas que serán parte de la red para lograr conformidad con lo ofrecido, reconocimiento y sobretodo satisfacción de los turistas

#### 6.4.10 Objetivos de la red

- 🕒 Ofrecer una propuesta vivencial de turismo comunitario, donde la motivación más importante sea la forma de vida en el campo
- 🕒 Generar un intercambio cultural a través de la convivencia con la vida y las actividades cotidianas, el diálogo y el compartir amistoso con el turista.

- 🕒 Contribuir con el desarrollo turístico sustentable del sector mediante el uso adecuado de los recursos naturales y culturales para la generación de equidad, inclusión, buen vivir y arraigo sobre la identidad
- 🕒 Tomar las mejores decisiones, en la redistribución concreta de los beneficios entre las familias socias y entre las comunidades.
- 🕒 Convertir al viajero que elige la oferta de la red, en un compañero de la autogestión, promotor del turismo responsable y un aliado del buen vivir de las comunidades.

## **6.5 Desarrollo de la oferta turística red calpastour**

### **6.5.1 Operación de actividades y servicios turísticos comunitarios**

Los servicios turísticos comunitarios estarán a cargo de la agencia de viajes operadora de turismo Domiturs Cía. Ltda. La operadora tendrá la membresía de la compañía a través de un convenio con la red para realizar las operaciones cuyo fin principal es el de buscar estructurar las relaciones de tipo comerciales entre la oferta de Turismo comunitario con los potenciales compradores de los servicios en favor de la población.

#### **Grafico # 70: Operación de actividades y servicios turísticos**





### Servicios turismo comunitario



Domiturs es una agencia y operadora de turismo con jurisdicción en la ciudad e Ibarra Ecuador, fue creada en el año de 1991, actualmente lleva en el mercado 21 años prestando servicios.

Su Operadora de turismo ofrecerá en la ciudad de El ángel paquetes turísticos de calidad en donde se destaca la presencia de elementos sociales, étnicos, culturales y ecológicos. Apoyará el desarrollo integral de hombres y mujeres de las comunidades, integrantes de la Red de Turismo comunitario "Calpastour" que agrupa a comunidades, personas pequeños negocios y grupos organizados para la generación de ingresos y de esta manera promover la convivencia de los valores humanos y la conservación del medio ambiente y las costumbres.

Ver anexo 7: convenio de trabajo.

## 6.5.2 Identificación de atractivos turísticos

Se identifica los atractivos tanto culturales y naturales dentro del área de influencia de la red de turismo como lo indica el siguiente gráfico:

**Gráfico 71. Atractivos turísticos para la oferta de la red**



### **Atractivos. naturales**

Parque Libertad  
Parque 10 de Agosto  
Plaza Centenaria 27 de septiembre  
Parque Bellavista  
Piscina Municipal  
Parque de Interpretación Ecológica  
Túneles de las Fuerzas Vivas en Alerta  
Puente Ayora  
Cascada el Pailón y Baños Blas Ángel  
Aguas termales Chilcapamba  
Laguna el Voladero  
Bosque Polylepis  
Laguna el Crespo  
Reserva Ecológica El Ángel

### **Atractivos Culturales**

Museo Arqueológico Blas Ángel  
Iglesia Matriz de El Ángel  
Monumento Nacimiento de Jesús  
Tres Tolas Centro de Hallazgos Arqueológicos  
Monumento la Botijuela  
Hacienda el Ishpingo  
Casa del Antiguo Molino  
Monumento a la Vida del Nuevo Milenio

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P  
Fuente: investigación de campo.

### 6.5.3 Descripción de servicios turísticos comunitarios.

**Tabla # 85. Descripción de servicios comunitarios.**

Servicios	Tipología	Descripción	Actividades
<b>Alimentación típica</b>	Desayuno angeleño	Jugos de alfalfa, sunfo, zanahoria blanca, mora café orgánico en chuspa haba, arveja pan de horno de leña, empanadas de morocho, quinbolitos huevos de campo revueltos o cocidos.	Recoger frutos Preparar pan típico Tostar productos Diálogos en familia Asar el cuy al carbón Recoger nabos Narración de leyenda
	Almuerzo angeleño	Sopas: Arroz de cebada, Sopa de gallina de campo Platos fuertes: Cuy asado, Cocina de Ocas, mellocos, habas Tameyas de haba, chauchas de nabo	
	Cenas	Postres: arroz con leche, calostro, morocho, miel con quesillo	
<b>Alojamiento comunitario</b>	Familiar	Sencillas habitaciones compartidas en cada casa con servicios básicos de: Baño compartido Televisión Ducha de agua caliente Calefacción	Antes del descanso: Encender fogatas abrigarse y compartir leyendas e historias Presentación de una danza típica ecuatoriana
	Hospedería comunitaria	Cómodas habitaciones con servicios: Baño privado, Televisión, Sofá, Duchas de agua Caliente, Calefacción, Mantas hechas por las manos de las mujeres de las comunidades.	Participación en bailes y danzas Deleite de un hervido ( bebida con sabor a mora)
<b>Visitas y excursiones</b>	Fincas y granjas	Las fincas y granjas se caracterizan por: La crianza y el cuidado de animales como bovinos, caballos, ovejas, cerdos,	Interactuar con los animales: Ordeñar Montar a caballo Trasquilar la lana

	Atractivos turísticos	<p>conejos, cuyes, aves de corral, abejas</p> <p>El cultivo de productos agrícola de la zona como: maíz, trigo, cebada, quinua, papas, habas, arveja, mellocos, hortalizas.</p> <p>Parques: la Libertad, 10 de Agosto, bellavista, plaza centenaria 27 de septiembre.</p> <p>Túneles: De las fuerzas vivas en alerta y Puente Ayora</p> <p>Cascadas: el Pailón y Blas Ángel</p> <p>Aguas termales: Chilcapamba, Baños Blas Ángel</p> <p>Lagunas: el Voladero, el Crespo</p> <p>Bosques: El Polylepis</p> <p>Reserva Ecológica: El Ángel y Centro de interpretación ecológica</p> <p>Museo. M. Arqueológico Blas Ángel</p> <p>Iglesias: Matriz de El Ángel</p> <p>Monumentos: La Botijuela, Nacimiento de Jesús, Nuevo Milenio</p> <p>Sitios arqueológicos: las Tres Tolas, Casa del Antiguo Molino, Hacienda Ishpingo</p>	<p>de oveja</p> <p>Dar de comer a cuyes, conejos, aves</p> <p>Sacar miel de panales</p> <p>Realizar la siembra y cosecha de productos</p> <p>Fotografías</p> <p>Fotografías Caminata</p> <p>Baños</p> <p>Fotografías Caminatas Pesca</p> <p>Fotografías</p> <p>Agroturismo Fotografías Tomarse un café</p>
<b>Guianza turística</b>	Guías nativos	<p>Los guías de turismo son nativos con capacidad para cuidar del turista, en una visita comunitaria habrá:</p> <p>1 guía leader por comunidad</p> <p>1 guía y/o representante por familia</p>	<p>Recibir al turista</p> <p>Informar sobre los atractivos</p> <p>Dirigir al turista hasta una familia</p> <p>Recibir al turista</p> <p>Informar en atractivos</p> <p>Dirigir al turista hasta otra comunidad</p>

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P  
**Fuente:** investigación de campo

#### 6.5.4. Productos turísticos a ofrecer

##### 6.5.4.1. Programa 1

### Explorando Nuevos Senderos

**Duración: 3 días 2 noches**

#### Programa incluye:

- Transporte interno
- Alojamiento en Cabaña Dbl o casa familiar
- Alimentación Completa (Desde el almuerzo del primer día hasta el desayuno del último día)
- Barra Libre Aperitivos & Bebidas “Horas Angeleñas”
- Actividades y excursiones según el itinerario.
- Actividades de convivencia familiar
- Guías en español
- Chalecos, Botas de Caucho, poncho de lana, bufanda (Máximo #44)
- Uso de instalaciones en aguas termales y demás
- Impuestos

#### Programa No Incluye:

- Gastos no especificados en el Programa.
- Propinas & Extras.
- Linterna & Poncho de Aguas

#### Que Debe Llevar:

- Cédula o pasaporte
- Ropa abrigada, de mangas y largas
- Mochila cómoda para caminar.
- Zapatos deportivos o botas
- Linterna & Poncho de Aguas.
- Gorra, Gafas, Bloqueador solar
- Cámara fotográfica

**Precio por persona**

<b>PROGRAMA</b>	<b>ADULTOS</b>
3 Días 2 Noches	\$ 140.00 /pax

**Tabla # 86. Presupuesto de tarifa**

<b>Presupuesto de tarifa</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Desayuno	3	1.50	4.50
Almuerzo	3	2.00	6.00
Merienda	2	2.00	4.00
Transporte	2	2.00	4.00
Bebidas	4	3.00	12.00
Kit de permanencia	1	10.00	10.00
Entradas	1	2.00	2.00
Visitas excursiones	12	5.00	60.00
Cabalgatas	2	1.00	2.00
Agroturismo	2	10.00	20.00
IVA 12%	1	12%	14.24
<b>Total</b>			<b>140.00</b>

**Itinerario: Primer Día**

**Tabla # 87. Itinerario primer día**

<b>Hora</b>	<b>Lugar a visitar.</b>	<b>Servicios</b>	<b>Materiales</b>	<b>Actividades</b>
<b>8:00 – 8:30</b>	Comunidad San Vicente			Bienvenida
<b>8:30 – 9:30</b>	Comunidad San Vicente	Desayuno		
<b>9:30 -12:30</b>	Mirador Cruz de mayo Museo Blas Ángel Parques: la Libertad y 10 de agosto Iglesia Matriz El Ángel Av. de interpretación ecológica Monumento la Botijuela	Visita atractivos	Cámara fotográfica Filmadoras Ropa caliente	turismo de historia leyenda, observación etc.
<b>12:30 – 14:00</b>	Comunidad San Vicente	Almuerzo (Comida típica del lugar)		Degustar de platos típicos
<b>14:10 – 18.00</b>	Visita a la hacienda el Ishpingo	Agroturismo	Cámara fotográfica Filmadoras Ropa caliente	Recorriendo por la hacienda Recorridos a caballos
<b>18:10</b>	Comunidad San Vicente	Retorno		

<b>18:30</b>	Comunidad San Vicente	Cena		Degustar de platos típicos
--------------	-----------------------	------	--	----------------------------

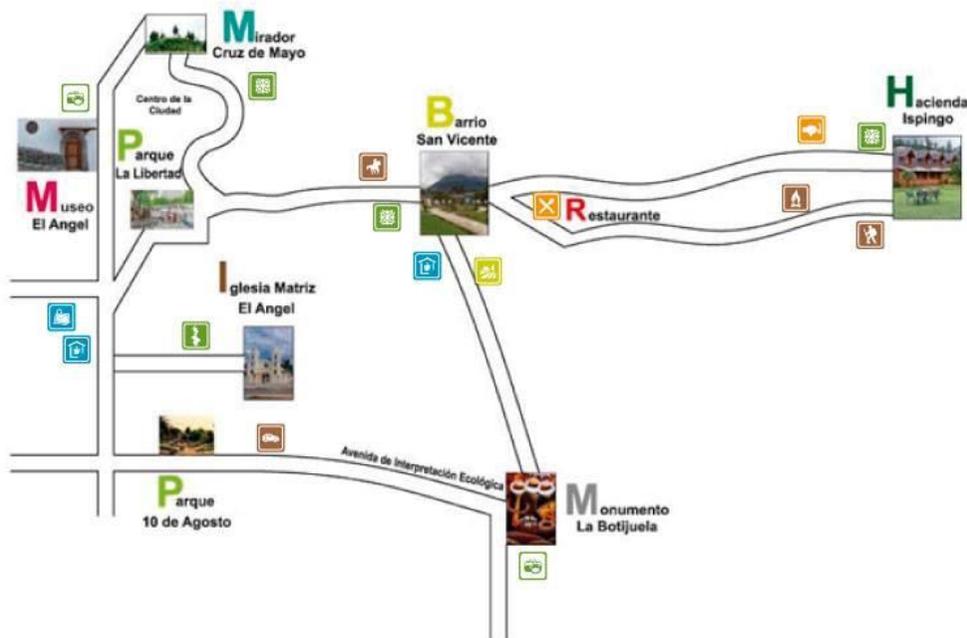
## Mapa # 2. Primer día. Ruta explorando nuevos senderos.

# 1

### Explorando Nuevos Senderos Primer día

### SEÑALETICA

### Ruta



- Información Turística
- Información en Atractivos
- Agroturismo
- Danza Típica Ecuatoriana
- Leyendas
- Fotografías
- Alimentación
- Pesca
- Fogatas
- Transporte
- Caminata
- Cabalgata

**Itinerario: Segundo Día**

**Tabla # 88. Itinerario segundo día**

<b>Hora</b>	<b>Lugar a visitar.</b>	<b>Servicios</b>	<b>Materiales</b>	<b>Actividades</b>
7:00- 8:30	Comunidad San Vicente	Desayuno Aprender hacer las humitas		Degustar platos típicos
8:45- 9:30	Reserva Ecológica El Ángel	Llegada y Bienvenida	Cámara fotográfica Filmadoras Ropa caliente	
9:45 a 12:30	Lagunas del Voladero en la Reserva ecológica El Ángel	Caminata a las Lagunas el Voladero	Cámara fotográfica Filmadoras Ropa caliente	Tener en cuenta el clima
12:45- 14:00	Centro de Interpretación Reserva Ecológica El Ángel	Almuerzo Cabalgatas y caminatas por senderos distintos		
17:00	Ciudad el Ángel	Retorno a la ciudad el Ángel		
18:00 - 20:00	El Ángel comunidad	Cena. Aprenderán los pasos de cómo preparar el arroz de cebada	Muchas ganas de aprender y conocer las recetas del lugar	Degustar platos típicos

### Mapa # 3. Segundo día. Ruta explorando nuevos senderos.

# 2

## Explorando Nuevos Senderos Segundo día

### SEÑALETICA

### Ruta



-  Información Turística
-  Información en Atractivos
-  Agroturismo
-  Danza típica Ecuatoriana
-  Leyendas
-  Fotografías
-  Alimentación
-  Pesca
-  Fogatas
-  Transporte
-  Caminata
-  Cabalgata

**Itinerario: Tercer Día**

**Tabla # 89. Itinerario tercer día.**

<b>Hora</b>	<b>Lugar a visitar</b>	<b>Servicios</b>	<b>Materiales</b>	<b>Actividades</b>
8:00 – 9:00	Comunidad San Vicente	Desayuno		
9:10 – 10:10	Bosque Polylepis Lodge	Bienvenida		
10:15 – 12:45	Bosque Polylepis Lodge	Caminatas por los senderos	Cámaras fotográficas Filmadoras	Cabalgatas o caminata
13:00 – 15:15	Restaurante Polylepis Lodge	Almuerzo, pescar y preparar la trucha asada  Retorno a la ciudad El Ángel		Podrán degustar de platos típicos de la localidad
16:00	Comunidad Dávalos Grijalva  Familia Quelal Meneses	Danza típica  Despedida por la Red CALPASTOUR	Cámaras fotográficas Filmadoras	Entregar de recuerdos hechos por manos de las mujeres artesanas de las comunidades

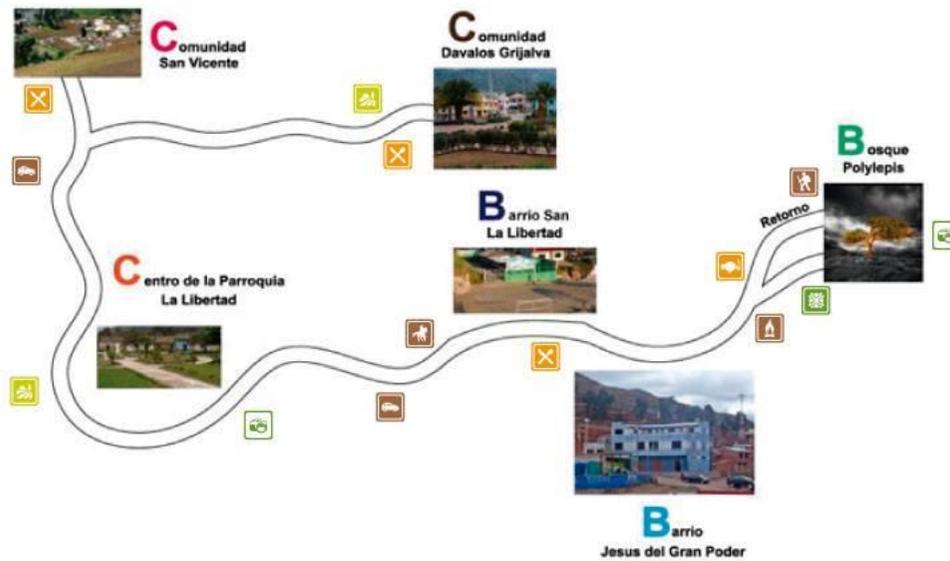
## Mapa # 4. Tercer día. Ruta explorando nuevos senderos.

# 3

### Explorando Nuevos Senderos Tercer día

#### SEÑALETICA

### Ruta



- Información Turística
- Información en Atractivos
- Agroturismo
- Danza típica Ecuatoriana
- Leyendas
- Fotografías
- Alimentación
- Pesca
- Fogatas
- Transporte
- Caminata
- Cabalgata

#### 6.5.4.2. Programa 2

### Mágica conquista natural y cultural

**Duración: 2 días 1 noches**

**Paquete incluye:**

**Programa incluye:**

- Transporte interno
- Alojamiento en Cabaña Dbl o casa familiar
- Alimentación Completa (Desde el almuerzo del Primer día hasta el desayuno del último día)
- Barra Libre Aperitivos & Bebidas “Horas Angeleñas”
- Actividades y excursiones según el itinerario.
- Actividades de convivencia familiar
- Guías en español
- Chalecos, Botas de Caucho, poncho de lana, bufanda (Máximo #44)
- Uso de instalaciones en aguas termales y demás
- Impuestos

**Programa No Incluye:**

- Gastos no especificados en el Programa.
- Propinas & Extras.
- Linterna & Poncho de Aguas

**Que Debe Llevar:**

- Cédula o pasaporte
- Ropa abrigada, de mangas y largas
- Mochila cómoda para caminar.
- Zapatos deportivos o botas
- Linterna & Poncho de Aguas.
- Gorra, gafas, bloqueador solar
- Cámara Fotográfica.

#### Precio por persona

PROGRAMA	ADULTOS
2 Días 1 Noches	\$ 102. 00 /pax

**Tabla # 90. Presupuesto de tarifa, paquete 2**

<b>Presupuesto de tarifa</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Desayuno	2	1.50	3.00
Almuerzo	2	2.00	4.00
Merienda	1	2.00	2.00
Transporte	2	2.00	4.00
Bebidas	2	1.00	4.00
Kit de permanencia	1	10.00	10.00
Entradas	1	2.00	2.00
Visitas excursiones	8	5.00	40.00
Cabalgatas	2	1.00	2.00
Agroturismo	2	10.00	20.00
IVA 12%	1	12%	10.92
<b>Total</b>			<b>101.92</b>

## Itinerario

**Tabla # 91. Primer día. Ruta mágica conquista natural cultural.**

<b>Hora</b>	<b>Lugar a visitar.</b>	<b>Servicios</b>	<b>Materiales</b>	<b>Actividades</b>
7:00- 8:30	Comunidad San Vicente	Desayuno Aprender hacer las humitas		Degustar platos típicos
8:45- 9:30	Reserva ecológica El Ángel	Llegada y Bienvenida	Cámara fotográfica Filmadoras Ropa caliente	
9:45 a 12:30	Lagunas del Voladero en la Reserva Ecológica El Ángel	Caminata a las Lagunas el Voladero	Cámara fotográfica Filmadoras Ropa caliente	Tener en cuenta el clima
12:45- 14:00	Centro de interpretación Reserva Ecológica El Ángel	Almuerzo Cabalgatas y caminatas por senderos distintos		
17:00	Ciudad el Ángel	Retorno a la ciudad el Ángel		
18:00 - 20:00	El Ángel comunidad	Cena. Aprenderán los pasos de cómo preparar el arroz de cebada	Muchas ganas de aprender y conocer las recetas del lugar	degustar platos típicos

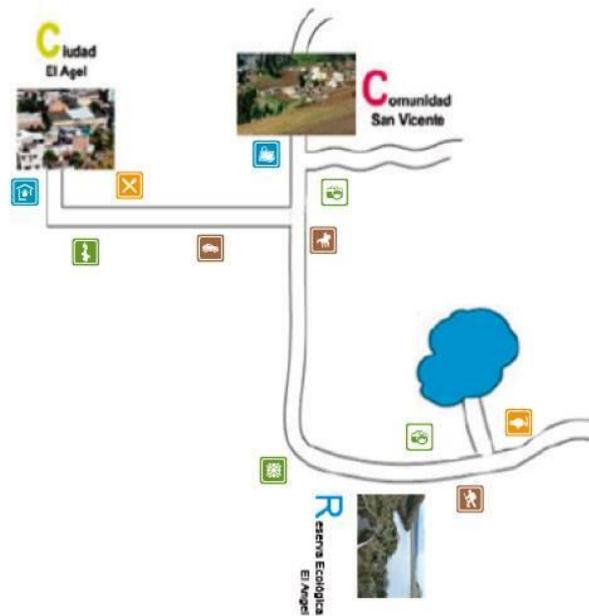
## Mapa # 5: Primer día. Ruta mágica conquista natural cultural.

# 1

### Ruta Mágica Conquista Natural y Cultural Primer día

#### SEÑALETICA

#### Ruta



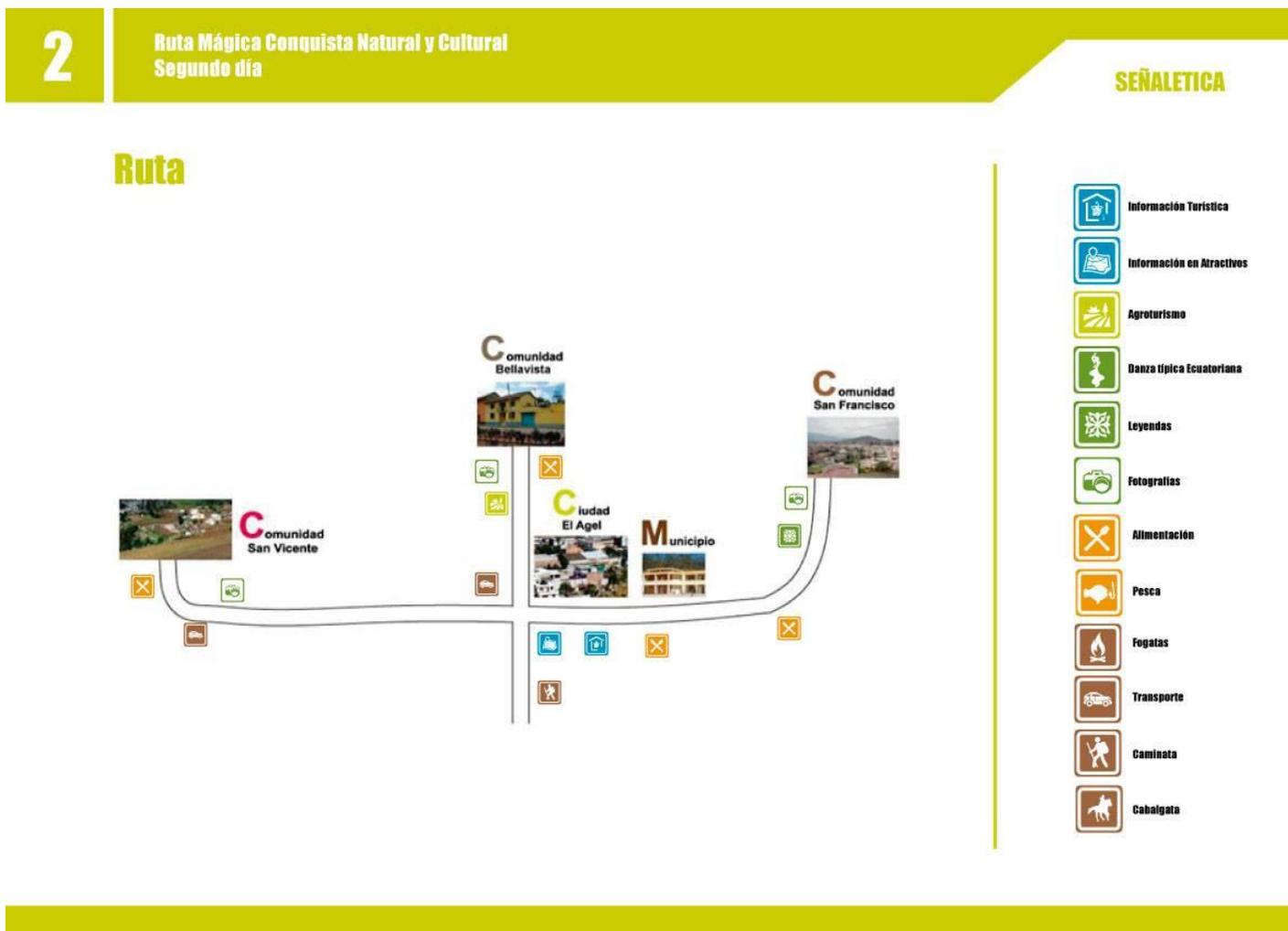
- Información Turística
- Información en Atractivos
- Agroturismo
- Danza típica Ecuatoriana
- Leyendas
- Fotografías
- Alimentación
- Pesca
- Fogatas
- Transporte
- Caminata
- Cabalgata

## Itinerario

**Tabla # 92. Segundo día. Ruta mágica conquista natural cultural.**

<b>Hora</b>	<b>Lugar a visitar.</b>	<b>Servicios</b>	<b>Materiales</b>	<b>Actividades</b>
7:15 – 8:00	Comunidad San Vicente	Desayuno con jugos de la región. y tortillas de tiesto		
8:00 – 12:00	Comunidad bellavista Visita a fincas y granjas	Aprender todo sobre los ordeños a vacas y el cultivo de plantas nativas de la región.	Cámara , Filmadora Ropa abrigada	
12:00 – 13:00	Centro de la ciudad el Ángel	Exhibición de la danza contemporánea de la localidad	Cámara, Filmadora Ropa abrigada	
13:10 – 14:15	Comunidad San Vicente	Almuerzo	Cámara fotográfica Filmadora Ropa abrigada	Degustar de diferentes platos típicos.
14:30 – 16:00	Comunidad san Francisco Familias	Visita a las familias que guardan en sus salas un pequeño museo de materiales e implementos de trabajo desde tiempos pasados en estos sectores	Cámara fotográfica Filmadora Ropa abrigada	
16:15	Centro de la Ciudad El Ángel	Despedida por la red CALPASTOUR	Cámara, Filmadora Ropa abrigada	

## Mapa # 6 y 7. Segundo día. Ruta mágica conquista natural y cultural.



### **6.5.5 Comercialización**

Las principales políticas de comercialización y de reconocimiento de la red de turismo comunitario que se implementarán son las siguientes:

- 🕒 La definición de un logotipo o marca que determine la aceptación de los servicios, por lo que su diseño estará acorde a la identidad del lugar.
- 🕒 Promover la aceptación de los servicios turísticos comunitarios en ferias, agencias de viajes, prensa escrita.
- 🕒 Promover su infraestructura y la aceptación de los servicios turísticos comunitarios haciendo usos de las Tics para llegar al mercado mediante redes sociales, links en páginas web de interés turístico páginas de anuncios y servicios, pagina web propia etc.
- 🕒 Establecer acuerdos, alianzas, convenios con otros establecimientos de iguales características para la programación de itinerarios y atención a turistas
- 🕒 Fijar en la mente de las personas, sobre la existencia de la red de turismo comunitario, mediante la donación de afiches, folletos, recuerdos, premios etc. a quienes visiten el lugar
- 🕒 Colocar en las vías de acceso al lugar vallas, señalética con el nombre de la red y servicios turísticos que se oferta
- 🕒 Incentivar en la comunidad siempre el buen servicio, la calidad y la calidez humana.

#### **6.5.5.1 Alianzas para con la red de Instituciones públicas y privadas**

Dentro de la conformación de alianzas para la red de turismo comunitario CALPASTOUR se realizarán acuerdos con las distintas familias, amas de casa ganaderos y agricultores de cada una de las comunidades.

Gráfico 72. Integrantes de la red

<p style="text-align: center;"><b>Comunidad San Vicente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Familias:</b> Cadena, Tanicuchi, Ortiz, Cadena Ordoñez, Paspuel Meneses, Cuical Morillo</li> <li>• <b>Restaurantes:</b> El Colombiano</li> <li>• <b>Asociaciones:</b> Mujeres El Angel.</li> <li>• <b>Servicios:</b> Alimentación</li> <li>• <b>Capacidad:</b> 40 personas</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Comunidad Los Dávalos Grijalva</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Familias:</b> Quelal Meneses, Osejo y Terán</li> <li>• <b>Fincas o granjas:</b> El Ishpingo</li> <li>• <b>Hosteria:</b> Blas Ángel</li> <li>• <b>Servicios:</b> Alimentación (platos típicos y preparación de jugos de la zona)</li> <li>• <b>Capacidad:</b> 40 visitantes</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Comunidad San Francisco</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Familias:</b> Puerres, Ayora, Chandy Alvares, Tobar Mendez, Quelal Quelal.</li> <li>• <b>Servicios :</b> Alojamiento (habitaciones adecuadas para el visitante y con la debida seguridad)</li> <li>• <b>Capacidad:</b> 40 visitantes</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Comunidad El Chaquilulo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Familias:</b> Cuasquer Villareal, Portilla Enríquez, Morejón Solano, Paguay Guzmán, Peres</li> <li>• <b>Complejo Turístico:</b> La Calera, Chorros de puente viejo.</li> <li>• <b>Asociaciones:</b> Hombres Labrador</li> <li>• <b>Servicios a prestar:</b> Guías de turismo 14 guías a disposiciones del visitante</li> <li>• <b>Capacidad por guía:</b> 5 personas por guía.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Comunidad Bella Vista</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Familias:</b> Peringueza Quelal, Ordoñez Guamán, Mayanquer Guerra.</li> <li>• <b>Servicios a prestar:</b> Granjas agro turísticas</li> <li>• <b>Capacidad:</b> 40 visitantes</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Comunidad Centro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Familias:</b> Osejos, Teran, Chalacan, Quelal Mites, Villarreal Meneses.</li> <li>• <b>Restaurantes:</b> Doña mari, El Golicito,</li> <li>• <b>Hosteria:</b> Mas cercano al Cielo, Las Chimineas, El Polylepis, Blas Angel</li> <li>• <b>Grupos culturales y/ o asociaciones:</b> Danza Municipal, Grupo artesanal tercera edad, Mercado Municipal</li> <li>• <b>Transporte:</b> Cooperativa de taxis El Angel</li> </ul>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P  
Fuente: investigación de campo

En referencia a las alianzas que tendrá la red CALPASTOUR, están inmersas las agencias de viajes locales y mayoristas, hoteles, restaurantes, haciendas.

**Gráfico 73. Alianzas institucionales para la red.**

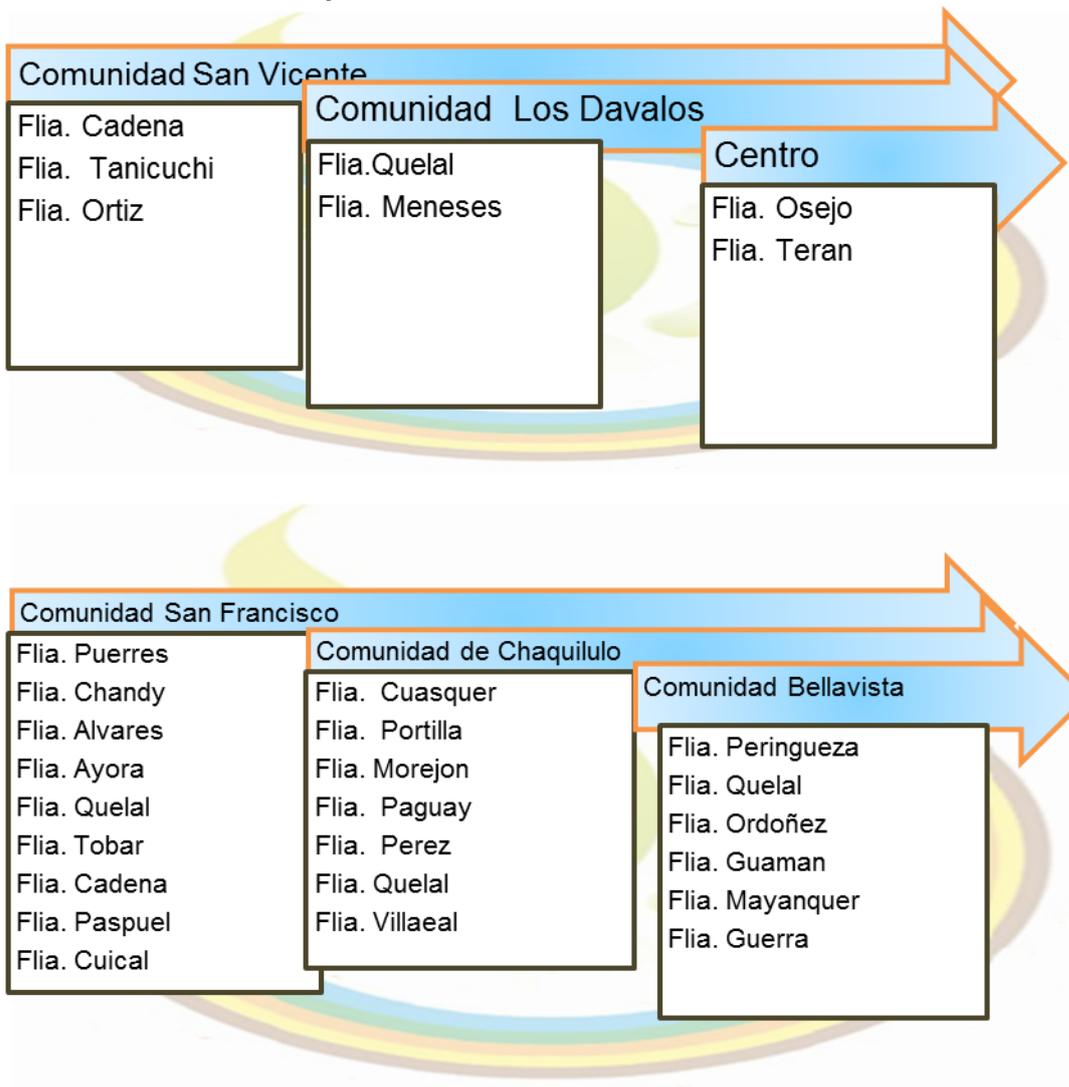


Elaboración: Chalapud A, Quiroz P  
Fuente: Investigación de campo

## 6.5.6 Estructura organizacional de la red CALPASTOUR

### 6.5.6.1 Distribución de familias y centros turísticos participantes

**Gráfico 74. Familias y centros turísticos socios de la red.**



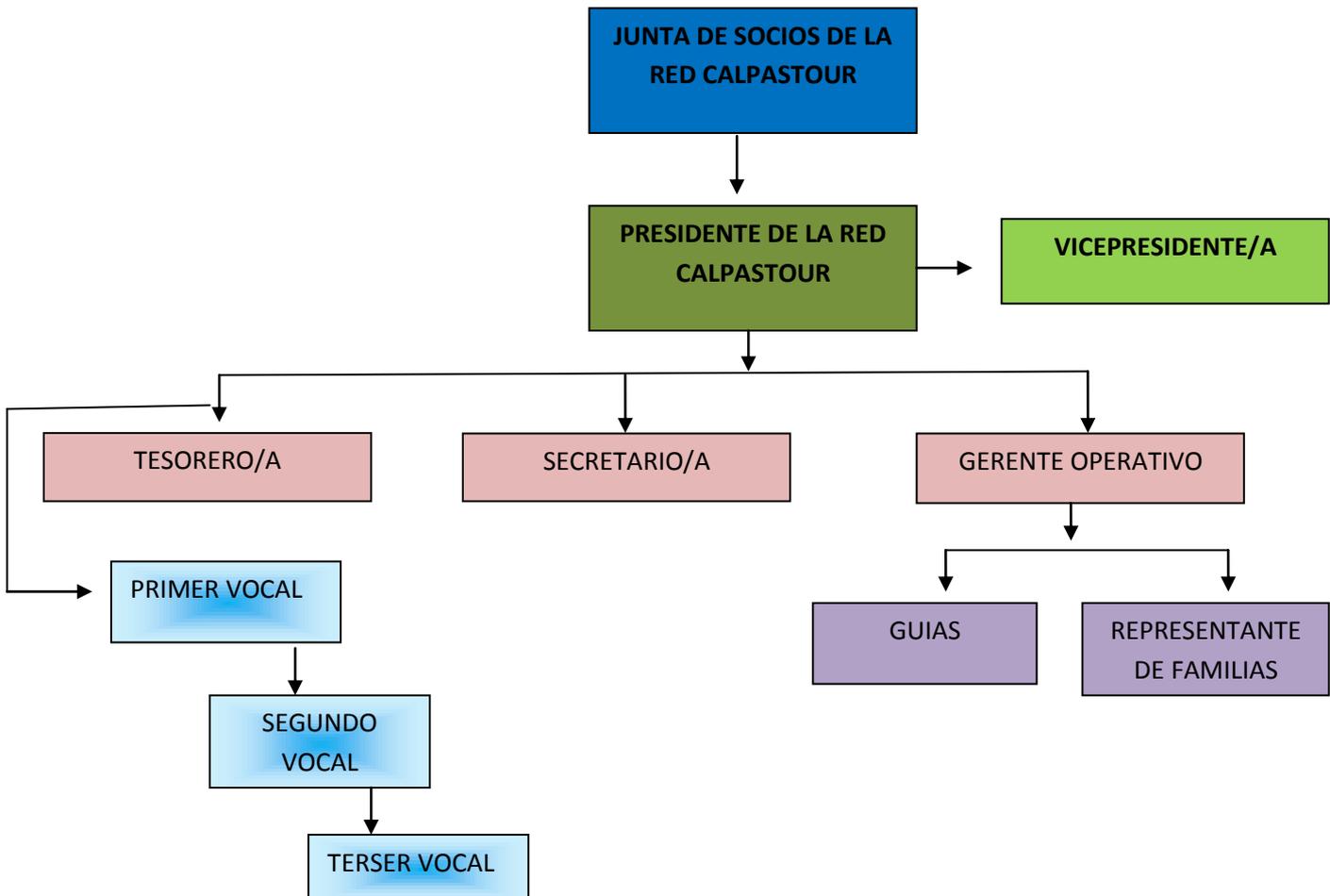
**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación de campo

La red estará integrada por un máximo de 4 familias de 6 comunidades o barrios aledaños al centro urbano de EL Ángel, además, se ha definido por cada comunidad los centros turísticos de servicios de alojamiento, restaurantes, haciendas, granjas, centros de esparcimiento,

museo y de la Dirección de Turismo del Gad- Espejo, quienes son socios de la red de turismo comunitario de la ciudad de El Ángel en la Provincia del Carchi.

### 6.5.6.2 Organigrama Estructural



La red de turismo comunitario tendrá las áreas necesarias para el aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos de El Ángel y la prestación de servicios turístico de calidad. La red de turismo comunitario estará estructurada de la siguiente manera:

**Junta general de socios:** Integrado por las familias de cada comunidad y su respectivo representante, además, los administradores de cada uno de los servicios de alojamiento, restaurantes, haciendas,

granjas, centros de esparcimiento, museo y de la Dirección de Turismo del Gad- Espejo

**La administración:** estará integrada por:

- a) Presidente y Vicepresidente
- b) Tesorero
- c) Recepcionista
- d) Vocal principal
- e) Vocal secundario
- f) Asesor

### 6.5.6.3 Reglamento Interno de la red CALPASTOUR

Para la red turismo comunitario es importante mantener las buenas relaciones y de la misma manera tener claro cada uno de sus funciones por parte de quienes conforman e integran dicha red. El siguiente es un reglamento general de la Red de Turismo Comunitario Calpastour

#### **Tabla # 93. Reglamento Interno de la red CALPASTOUR.**

Se reúnen para su aprobación en fecha, a las 10h00 de la mañana, los socios pertenecientes a la Red Calpastour, por lo cual

**Resuelve:**

Expedir el siguiente Reglamento Interno, que comprende los siguientes capítulos y artículos:

**Capítulo I**

**Objetivos Generales de la Red Calpastour**

- a) Cumplir con los objetivos de la empresa (RED CALPASTOUR)
- b) Facilitar los medios para que el turista se sienta acogido e importante en esta ciudad conociendo los diferentes lugares turísticos
- c) Satisfacer las necesidades de los turistas adoptando sus intereses al entorno.
- d) Preparar al personal para que desempeñe profesionalmente su trabajo en los distintos cargos que existirán.

**Capítulo II**

**Requisitos para ser socios**

**ART 1 Requisitos para ser socios de la Red**

- a) Ser mayor de edad

- b) Pertenecer a la ciudad de El Ángel
- c) Ser propietario de algún centro turístico, casa o finca
- d) Tener la motivación y el interés por el turismo comunitario

**ART 2 Sus funciones**

- a) Atender a los turistas
- b) Enseñar sobre platos típicos, actividades cotidianas del campo, la familia y costumbres
- c) Participar con los turistas en actividades cotidianas del campo, la familia y costumbres.

**ART 3 Sus deberes y obligaciones**

- a) Para conformar la Red de Turismo Comunitario las personas deberán llenar una solicitud de inscripción es un requisito para conformar la red.
- b) Todas las actividades que se realizarán estarán debidamente adecuadas para los turistas que nos visite.
- c) Se debe ofrecer alimentos sanos, frescos.
- d) Se debe cumplir con las normas de conservación, higiene y manipulación adecuadas.
- e) Las actividades que se realizan estarán encabezadas por un guía de la comunidad.
- f) Brindar información sobre contactos de otras comunidades que ofrecen turismo comunitario
- g) Siempre reciclar, reutilizar, o usar responsablemente los recursos.
- h) Informar sobre el incumpliendo de las normas de conducta para los turistas
- i) Deben asistir a capacitaciones por lo menos un miembro por cada familia o establecimiento

**Capítulo III  
Estructura Orgánica**

**ARTÍCULO 4.-** Estructura Orgánica de la Red Calpastour, estará integrada por los siguientes niveles:

- g) Presidente
- h) Vicepresidente
- i) Tesorero
- j) Secretario
- k) Vocal principal
- l) Vocal secundario
- m) Asesor
- n) Auxiliar o de apoyo

**Capítulo IV  
Funciones de sus representantes**

**Del Presidente**

**ARTICULO 5.**

- a) Velar por el bienestar de todas las personas que conforman la Red.
- b) Aprobar las actividades que se llevarán a efecto dentro de la Red en un tiempo establecido.
- c) Representar a la Red ante organizaciones gubernamentales, proveedores, instituciones financieras y demás.”

**Del Vicepresidente**

**ARTÍCULO 6.** Son atribuciones del Vicepresidente las siguientes:

- a) Elaborar el calendario anual de sesiones con los representantes como es gerente, presidente y demás comisiones que existan dentro de la Red.
- b) Incentivar al personal de trabajo para la capacitación y perfeccionamiento profesional de forma autónoma o en convenios con otras organizaciones.
- c) Colaborar eficientemente en la solución de problemas de orden administrativo.

- d) Prestar su colaboración y ayuda al Presidente en el cumplimiento de las obligaciones que se detallan en el presente reglamento
- e) Cumplir con las comisiones encargadas por el Presidente.
- f) Verificar necesidades de material en las diferentes áreas y dar a conocer al presidente para su adquisición

#### **Del Tesorero**

**ARTÍCULO 7.** El tesorero tiene las siguientes responsabilidades

- a) Presentar mensualmente informes de su labor tanto al gerente como al presidente de la red.
- b) Llevar el registro actualizado de gastos e ingresos mensuales, y anuales

#### **De la secretaria recepcionista**

**ARTÍCULO 8.** La secretaria recepcionista debe cumplir con las siguientes funciones:

- a) Actuar como Secretaria en las reuniones que se presenten, en la RED
- b) Elaborar Certificados
- c) Recopilar y redactar el Plan Empresarial, Plan Estratégico, y Plan Operativo Anual de la Red
- d) Elaborar los contratos de personal
- e) Elaborar la lista de personas que prestan servicios en la Red
- f) Elaborar formularios de la Red
- g) Manejar el fondo de caja chica.

#### **De los Guías**

**ARTÍCULO 9.**

##### **Requisitos para ser guías**

- a) Pertenecer a la ciudad El Ángel
- b) Tener título de educación secundaria como mínimo
- c) Acreditar certificado como guía nativo ante las entidades o autoridades pertinentes.
- d) Poseer conocimientos básicos de relaciones humanas, servicio al cliente y primeros auxilios
- e) Gozar de excelente salud física y mental.

**ARTÍCULO 10.**

##### **Obligaciones y deberes de los Guías**

- a) Cada uno de los guías debe conocer todas las rutas que ofrece la Red para el turista.
- b) Cumplir con las normas de conservación y cuidado del medio ambiente
- c) Cumplir con el plan anual de capacitaciones
- d) No presentarse al trabajo en estado de embriaguez.

##### **Funciones**

- a) Brindar las instrucciones pertinentes al turista antes de desarrollar las actividades programadas
- b) Velar por el bienestar del turista
- c) Brindar información sobre contactos de otras comunidades que ofrecen turismo comunitario
- d) Informar a gerencia de la red sobre el incumpliendo de las normas de conducta para los turistas

**Capítulo V**  
**Los Turistas o visitantes**

**ARTÍCULO 11**

**Solicitud de los servicios**

- a) El viajero debe coordinar su viaje mediante una reserva previa, pago mediante depósito en efectivo, ya sea con agencias de viajes, o dentro de la misma comunidad, para que las familias se organicen con anticipación en aspectos de comida alojamiento y demás actividades.
- b) Debe registrar su ingreso y salida.
- c) La cancelación de la reserva genera una penalidad de 25.00 dólares por persona
- d) El turista debe conocer previamente las normas de comportamiento, antes de adquirir los servicios.

**ARTÍCULO 12**

**Indicaciones de comportamiento para turistas**

- a) Tener la motivación para explorar y convivir con la naturaleza y la comunidad.
  - b) Respeto por las costumbres, los horarios, trabajo, comidas, instalaciones de las familias y las comunidades anfitrionas.
  - c) Los residuos se depositan sólo en cestos de basura habilitados.
  - d) Usar responsablemente los productos que hacen parte del servicio
  - e) Cuidar el patrimonio natural y sitios arqueológicos.
  - f) Transitar por sendas autorizadas
  - g) Respetar la propiedad privada
  - h) Pedir autorización para fotografiar
  - i) Respetar la autoridad de los guías locales.
  - j) Se condena todo intento de abuso y acoso a miembros de la comunidad.
  - k) Se solicita comprensión y consideración ante el surgimiento de imprevistos.
- Los demás se estipulan en la Ley de Turismo del Ecuador

**Elaboración:** Chalapud A, Quiroz P

**Fuente:** Investigación Bibliográfica

### 6.5.7 Programa de capacitación para la RED CALPASTOUR

**Tabla # 94. Cronograma de Capacitación**

<b>Analistas</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Tema</b>	<b>Fechas y Hora</b>	<b>Observaciones</b>
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Que es el turismo comunitario	2014-08-04 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Actitud y aptitud para desempeñar cargos turísticos	2014-08-07 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Como trabajar en equipo	2014-08-11 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Funciones de administración	2014-08-14 17:00 p.m.	

Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Importancia de la comunicación	2014-08-18 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Formas de Comunicación con el cliente	2014-08-21 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Técnicas de autocontrol	2014-08-25 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Marketing e imagen	2014-08-28 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Atención al cliente	2014-09-08 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Tipologías de clientes	2014-09-11 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Pasos para recibir reclamos de clientes o turistas	2014-09-15 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Como actuar en situaciones que involucren conflictos	2014-09-18 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Que es Calidad de servicios turísticos	2014-09-20 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Motivaciones para CALPASTOUR	2014-09-22 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Seguridad para el turista	2014-09-25 17:00 p.m.	
Paola Quiroz Albeiro Chalapud	Red de turismo comunitario CALPASTOUR	• Salud e higiene en alimentación	2014-09-30 17:00 p.m.	

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo

### 6.5.8 Estrategias de Marketing para la Promoción de la red CALPASTOUR

Tabla # 95. Plan Estratégico de marketing para la red de turismo comunitario

Objetivos estratégicos	Estrategias	Acciones	Costo	Fuentes de Financiamiento
1 Potenciar a Calpastour como la red de turismo comunitario en el norte del Ecuador.	<b>Est. 1.</b> Crear una marca única de la red y los subsectores de la actividad turística comunitaria	<b>Acc.1.</b> Contratar un diseñador grafico <b>Acc.2.</b> Definir un logotipo y slogan acordes a la realidad del sector.	<b>150.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>
	<b>Est. 2.</b> Instalar señalética dentro de los establecimientos y familias	<b>Acc.1.</b> Elaborar la señalética <b>Acc.2.</b> Instalar señalética dentro de los establecimientos y familias	<b>600.00 200.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>
2 Difundir las expresiones culturales y los atractivos naturales existentes la ciudad de El Ángel como recursos importantes para el funcionamiento de la Red.	<b>Est. 1.</b> Crear materiales tanto impresos como de audio y video	<b>Acc.1.</b> Elaborar trípticos <b>Acc.2.</b> Elabora una valla publicitaria <b>Acc.3.</b> Grabar un video promocional. <b>Acc.4.</b> Hacer manillas con logotipos <b>Acc.5.</b> Confeccionar camisetas con logotipos	<b>120.00 312.00 170.00 110.00 150.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>
	<b>Est. 2.</b> Distribuir materiales tanto impresos como de audio y video por medio de alianzas y contactos en espacios importantes	<b>Acc.1.</b> Visitar agencias y operadores receptivos de viajes de Quito e Ibarra <b>Acc.2.</b> Participar en ferias de turismo programadas en el país <b>Acc.3.</b> Visitar otras redes de turismo comunitario en el país <b>Acc 4.</b> Intervenir en programas de televisión de Ecuador tv	<b>80.00 180.00 115.00 30.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>

	<b>Est. 3.</b> Suscribirse en revistas y directorios como transporte y similares	<b>Acc.1.</b> Determinar contactos, direcciones etc. <b>Acc.1.</b> publicar en diarios El Norte, El comercio y revista turismo Ecuador y transport	<b>60.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>
Promover el uso y de las TIC's dentro de la Red como herramienta para el manejo y promoción de la red.	<b>Est. 1.</b> Creación de un portal web, redes sociales, destinadas a funcionar como la plataforma de información y recepción de turistas	<b>Acc.1.</b> Abrir una convocatoria dirigido a empresas "Soluciones Tecnológicas" y para el diseño web. <b>Acc.2.</b> Contratar un programador <b>Acc. 3.</b> Crear una página web	<b>20.00</b>  <b>200.00</b> <b>500.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>
	<b>Est. 2.</b> Generación de un espacio para brindar capacitación permanente sobre uso y manejo de las Tics	<b>Acc.1.</b> Introducir a los miembros interesados en adquirir conocimientos <b>Acc.2.</b> Establecer alianzas estratégicas con la Asociación de Pequeños, Medianos Productores y Mujeres Campesinas <b>Acc.3.</b> Manejo de PC y sus programas básicos, como así también al manejo de aplicaciones básicas de la Internet; como así también reforzar el trabajo colectivo.	<b>40.00</b>  <b>120.00</b>	<b>Municipio de espejo Unidad de turismo</b>

## 6.5.9 Costos

**Tabla # 96. Costos de creación de la red**

<b>R. HUMANO</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Diseñador	Hora	80	10.00	800.00
Programador	Hora	35	12.00	420.00
Abogado para legalización de la red	Unidad	1	550.00	550.00
Honorarios profesionales	unidad	2	450.00 mensuales	900.00
<b>Subtotal</b>				<b>2670.00</b>
<b>R. MATERIALES</b>				
<b>Hardware</b>				
Adquisición de computadora	Unidad	2	600.00	1200.00
Cámara de video	Unidad	2	700.00	1400.00
Escáner	Unidad	1	50.00	50.00
impresora	unidad	1	75.00	75.00
<b>Subtotal</b>				<b>2725,00</b>
<b>Materiales de oficina</b>				
Escritorios	Unidad	2	400.00	800.00
sillas	Unidad	25	7.00	175.00
Accesorios de oficina	unidad	200	20.00	765.00
<b>Subtotal</b>				<b>1740.00</b>
<b>Software</b>				
Apache	Unidad	1	5.00	5.00
PHP	Unidad	1	5.00	5.00
MySQL	Unidad	1	5.00	5.00
Macromedia	Unidad	1	5.00	5.00
HTML	Unidad	1	5.00	5.00
Internet	Unidad	1	5,00	5.00
	Unidad	20	0.60	12.00
<b>Subtotal</b>				<b>47.00</b>
<b>R. TÉCNICOS</b>				
Portal web	Unidad	1	720.00	720.00
Trípticos	Unidad	1000	60.00	60.00
Valla publicitaria	Unidad	3	300.00	900.00
Mapas	Unidad	6	30.00	180.00
Cds video promocional	Unidad	35	1.00	120.00
<b>Subtotal</b>				<b>1343.00</b>
<b>LOGÍSTICOS</b>				
Adquisición de	Unidad	1	900.00	900.00

documentos legales				
Llamadas	Unidad	50	0.50	100.00
Transporte	Unidad	11	1.50	16.50
Constitución legal				400.00
<b>Subtotal</b>				1416.50
<b>TOTAL</b>				9941.50

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo

### 6.5.10 Financiamiento

La inversión requerida para creación de la Red de Turismo Comunitario y su puesta en marcha, está dada por la única fuente de financiamiento interna, es decir, por los aportes de todos los socios que integran la Red de Turismo Comunitario.

#### 6.5.10.1 Capital a corto plazo propio

La Red de Turismo Comunitario estaría conformada por 25 socios quienes harían aportes de la siguiente manera:

**Tabla # 97. Capital aportado a corto plazo**

Descripción de socios	Cantidad aportada
Familias	100.00
Centros turísticos	500.00
Entidades Gad Espejo	5000.00
FEPTCE	5000.00
<b>Total</b>	<b>10.600.00</b>

Elaboración: Chalapud A, Quiroz P

Fuente: Investigación de campo

El total de inversión constituye el 50%, en la inversión a largo plazo representa por el otro 50%, lo cual se tendrá que hacer mediante un financiamiento externo es decir, por instituciones que brinden créditos o aportes de instituciones gubernamentales y/o no gubernamentales

## **6.6 Impactos**

### **6.6.1. Económica productiva**

Aprovechamiento de los productos de la localidad.

Mayores ingresos para las familias de la comunidad

Incremento en empleo para la población

Distribución equitativa de los recursos

### **6.6.2. Ambiental**

6.6.2.1. Mejorar la calidad ambiental y reducir ciertas actividades que afecten de forma negativa el aprovechamiento de los recursos naturales existentes Uso sustentable de los recursos naturales y cumplir con políticas ambientales

6.6.2.2. Mantener un entorno agradable dentro de la urbe con los espacios naturales conservados.

### **6.6.3. Socio- cultural**

Mejorar el bienestar familiar y calidad de vida de la población

Incentivar la inclusión de la mujer y jóvenes en el turismo

Practicar valores culturales, costumbres y tradiciones de El Ángel

### **6.6.4. Turístico**

6.6.4.1. Innovar en alternativas para mejorar las experiencias al visitar éste lugar. De esta manera se estará impulsando proyectos de desarrollo turístico.

6.6.4.2. Incrementar, variar y diversificar servicios turísticos y hoteleros así, mismo se incentiva la inversión privada para mejorar la escasa infraestructura turística

6.6.4.3. Implementar estrategias y acciones para trabajar en un plan de turismo organizado y a largo plazo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ascanio Alfredo, “Teoría del Turismo”, editorial Trillas, N° 1 2012, México, pág. 69
- Ascanio, Alfredo. “Economía del Turismo tendencias y Procedimientos de valoración”, editorial Trillas, N° 1 2012, México, pág. 45
- Caballos, Héctor. “ECOTURISMO NATURALEZA Y DESARROLLO SOSTENIBLE” México D.F.: Editorial Diana, 2011
- Consultora, Proyecto MANRECUR II y CONDESAN; Turismo rural en El Ángel, Carchi, Ecuador: Perspectivas y posibilidades.
- IBARRA Luis Antonio “Cantón Espejo, Carchi: Pueblo Historia y Cultura “editor Ismael Tufiño Naranjo, N° 1. 2005. El Ángel Carchi Ecuador.
- Jiménez, Luis. “Ecoturismo oferta y desarrollo sistemático” ediciones Ecoe N° 1 2010, Bogotá, pág. 20.
- Jiménez, Luis. “Ecoturismo oferta y desarrollo sistemático” ediciones Ecoe N° 1 2010, Bogotá, pág. 75
- Martínez Elena, “Gestión de información y documentación turística local”, editorial INNOVACIÓN Y CALIFICACIÓN, S.L., N° 1 edición, 2011. España, pág. 96
- Ministerio de turismo “Cartilla turística Carchi” gerencia regional sierra norte. 2009. Carchi Ecuador.
- Ministerio de Turismo “Inventarios de atractivos turísticos de Carchi e Imbabura”, Ministerio de Turismo, Nro 5 2009. Carchi, Ecuador.
- Ministerio de turismo del Ecuador “Guía Turística Región Sierra Norte”
- Módulo 3. Curso virtual “Turismo en espacios rurales”, Cartagena Col, SENA, 2012, Pág. 118.
- Panoso Netto, Alexandre; “Teoría de turismo” edición. N° 1; editorial, Trillas Turismo; (2012) pág. 223

- DUPLAN S. (2006); Factibilidad Hotelera Análisis y Evaluación; Análisis de Oferta y Demanda; editorial trillas S.A.; Primera edición, México D.F.; pág. 43.
- PANOSSO (2008); Filosofo del turismo teoría y Epistemología, Fases Teóricas del turismo, editorial trillas S.A. edición tero, México D.F.; pág. 35.
- Jiménez L, Jiménez W; Turismo Tendencias Globales y Planificación Estratégica; Teoría del Espacio Turístico; editorial ECO ediciones; Edición Bogotá O.C. pág. 7, 63, 69, 71, 73, 75, 80, 82.
- BENÍTEZ J, (2012); Estudio de los Atractivos Turístico Naturales y Culturales de la parroquia de Angochagua, Cantón Ibarra, provincia de Imbabura; pág. 16, 19.

#### **Lincongrafia.**

- **Tour operadores en el sector**  
<http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/1690>
- <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>  
**Operador%20de%20Calidad%20Mundial.pdf**
- <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-10-02/la-agilizacion-de-los-visados-puede-crear-26-millones-de-nuevos-puestos-de->
- <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- <http://nisanproblemas.blogspot.com/2011/02/manifestaciones-de-la-cultura.html>
- [http://www.decuadoralmundo.com/fiestas\\_populares\\_ecuador.html](http://www.decuadoralmundo.com/fiestas_populares_ecuador.html)
- [www.colarte.com](http://www.colarte.com), **arte precolombino Nariño**, <http://www.colarte.com/colarte/conspintores.asp?idartista=5603>

- [www.rupestreweb.info](http://www.rupestreweb.info), origen del pueblo pasto; 2009 <http://www.rupestreweb.info/pastos.html>
- [www.territorioscentroamericanos.org](http://www.territorioscentroamericanos.org);  
Guía para elaborar un diagnóstico turísticos de un territorio,; por Marvin blanco; 2008 <http://www.territorioscentroamericanos.org/instituciones/Herramientas%20de%20trabajo/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
- [www.dspace.espol.edu.ec](http://www.dspace.espol.edu.ec); Manual para el diagnóstico turístico local; por Carlos Ricaute Quijano 2010 <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf>

# ANEXOS

### ANEXO 1: Matriz de Coherencia

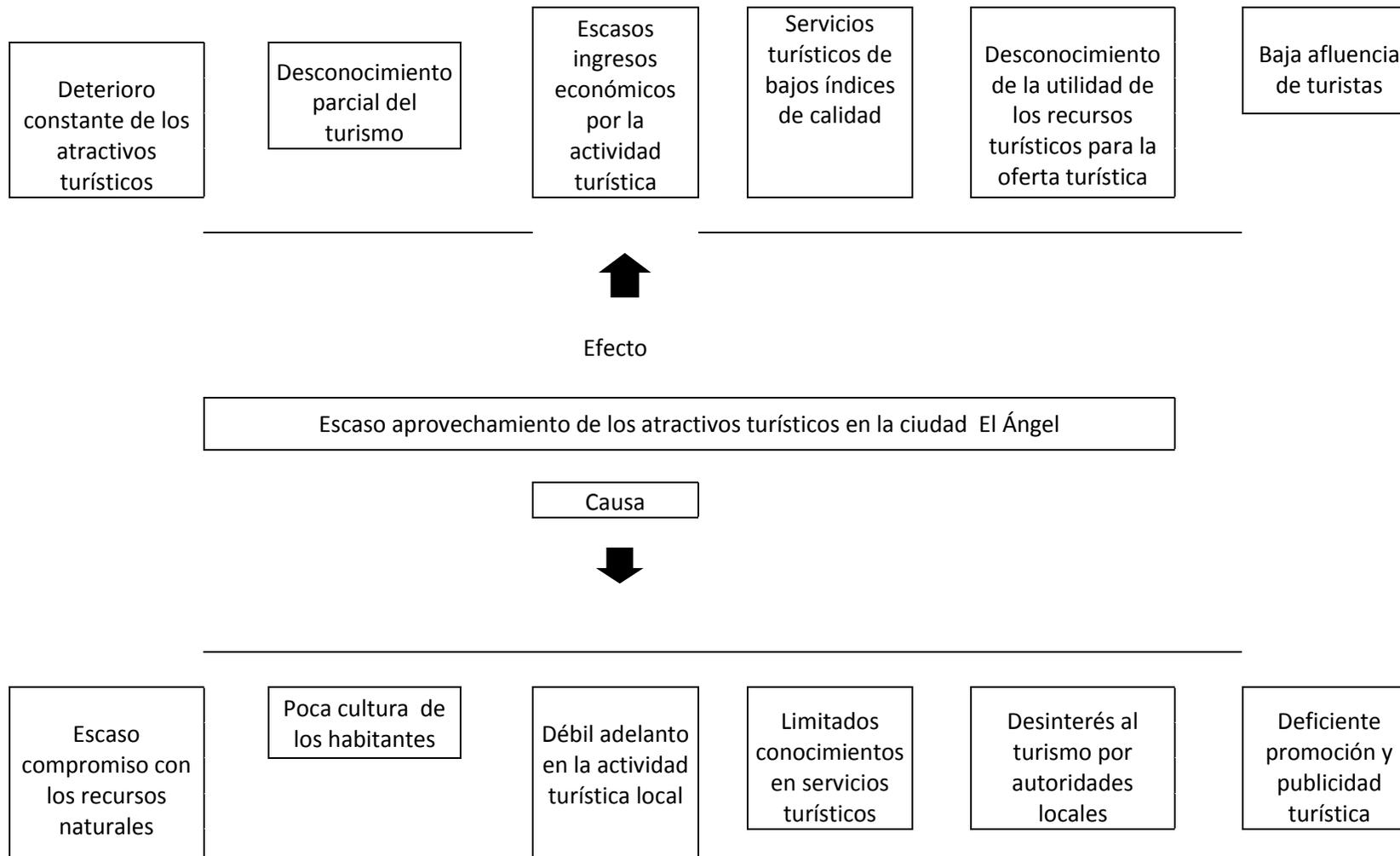
<p><b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> Escaso aprovechamiento de los atractivos turísticos en la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi.</p>		
<p><b>Formulación del problema.</b> ¿Cuáles son los factores que inciden en el débil desarrollo de la oferta y demanda turística de la ciudad el Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi?</p>		<p><b>Objetivo general (investigación).</b> Estudiar la oferta y demanda turística de la ciudad el Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi, para fomentar la dinamización económica y social local.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Título del plan de tesis de grado.</b> Estudio de la oferta y demanda turística, de la ciudad de El Ángel, Cantón Espejo, provincia del Carchi.</p>		
<p><b>Interrogantes de investigación.</b></p> <p>a) ¿Cuáles son los productos y servicios turísticos que se ofertan en la ciudad el Ángel? b) ¿Cuáles son las características de la demanda turística de la ciudad El Ángel? c) ¿Cómo dinamizar el turismo local en la ciudad el Ángel?</p>		<p><b>Objetivos Específicos.-</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identificar los productos y servicios turísticos que se ofertan en la ciudad el Ángel.</li> <li>➤ Determinar la demanda histórica, real, futura y potencial de la ciudad del Ángel.</li> <li>➤ Elaborar una propuesta de mejoramiento para dinamizar el mercado turístico de la ciudad el Ángel.</li> </ul>
<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
	Generalidades del turismo	Turismo Origen Tipo de turismo Oferta turística Demanda turística Turismo en el mundo Situación actual Fortalezas y debilidades Turismo en Ecuador Historia Recursos turísticos del Ecuador

		<p>Situación actual del turismo en Ecuador</p> <p>Indicadores estadísticos del turismo en Ecuador - 2013</p>
	Oferta turística	<p>Sistema turístico</p> <p>Componentes de la oferta turística</p> <p>Elementos de la oferta</p> <p>Servicios y equipamiento turísticos</p> <p>El producto turístico</p>
	Demanda turística	<p>Tipos de Demanda</p> <p>Agrupación en la demanda turística.</p> <p>Las motivaciones</p> <p>Factores que determinan la demanda.</p> <p>Las motivaciones</p> <p>Comercialización turística</p> <p>El gasto turístico</p>
	Provincia del Carchi	<p>Generalidades</p> <p>Antecedentes del turismo en Carchi</p> <p>Entornos turísticos</p> <p>Tipos de productos turísticos</p> <p>Precios de servicios turísticos</p>
	Ciudad el Ángel	<p>Generalidades</p> <p>Infraestructura y servicios</p> <p>Atractivos turísticos el Ángel</p> <p>Productos turísticos</p> <p>Principales motivaciones</p> <p>Perfil del turista</p>

## ANEXO 2: Matriz Categorial

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	HERRAMIENTA
Identificar los productos y servicios turísticos que se ofertan en la ciudad el Ángel.	Oferta turística	Recursos turísticos Atractivos turísticos Servicios turísticos Productos turísticos	Ciudad de El Ángel ITur Gad Espejo Propietarios de servicios turísticos	Guía de atractivos turí. Guía de atractivos turí. Encuesta aplicada
Determinar la demanda histórica, real, futura y potencial de la ciudad del Ángel.	Demanda turística	Flujo de turistas Nivel de instrucción Motivaciones Seguridad Pernoctación Gasto	Registro de turistas ITur Espejo Visitantes Visitantes Visitantes Visitantes Visitantes	Entrevista Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta
Elaborar una propuesta de mejoramiento para dinamizar el mercado turístico de la ciudad el Ángel.	Red Turismo Comunitario	FODA Base filosófica Servicios y productos Estructura organizativa Capacitación Estrategias de difusión	Ciudad El Ángel Red de turismo calpasturs Red de turismo calpasturs Ministerio de turismo Feptce Red de turismo calpasturs Red de turismo calpasturs	

### ANEXO 3: Árbol de Problemas



## ANEXO 4: Encuesta de la oferta turística



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



## FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta dirigida a propietarios de centros turísticos de la ciudad El Ángel

#### Objetivo:

Determinar la situación actual del turismo, pasada y futura de la Ciudad El Ángel para fortalecer la oferta turística.

#### Instrucciones:

Estimado señor/a permítase responder las preguntas en forma clara y precisa.

#### 1. Datos personales

##### 1.1. Género

1.1.1. Masculino

1.1.2. Femenino

##### 1.2. Promedio de edad

1.2.1. 18 y 25 años

1.2.2. 26 y 31 años

1.2.3. 32 y 37 años

1.2.4. 38 y 45 años

1.2.5. 46y 56 años

1.2.6. 57 y 64 años

1.2.7. Más.....

##### 1.3. Nivel de instrucción o formación académica.

1.3.1. Ninguno

Primario

1.3.2. Secundario

1.3.3. Superior

1.3.4. Estudios adicionales

1.3.5. Otros

1.3.6. Profesión.....

2. Características del entorno turístico.

**2.1. Tipo de servicios a ofertar**

- 2.1.1. Hotel
- 2.1.2. Cabaña
- 2.1.3. Restaurante
- 2.1.4. Balneario
- 2.1.5. Bar karaoke
- 2.1.6. Discotecas
- 2.1.7. Café bar
- 2.1.8. Otros

¿Cuáles?.....

**2.2. ¿Cuánto tiempo lleva ud. en la actividad turística?**

- 2.2.1. Menos de un año
- 2.2.2. Entre 1 hasta 3 años
- 2.2.3. Entre 5 hasta 10 años
- 2.2.4. Entre 11 hasta 20 años
- 2.2.5. Más ¿Cuántos?.....

**2.3. Tiempo de creación de la empresa**

- 2.3.1. Menos de un año
- 2.3.2. Entre 1 hasta 3 años
- 2.3.3. Entre 5 hasta 10 años
- 2.3.4. Entre 11 hasta 20 años
- 2.3.5. Más ¿Cuántos?.....

**2.4. ¿Cuáles son los principales mercados emisores de turismo que tiene en su establecimiento?**

- 2.4.1. Europa
- 2.4.2. Asia
- 2.4.3. América del Norte
- 2.4.4. América Central
- 2.4.5. América del sur
- 2.4.6. Caribe
- 2.4.7. África
- 2.4.8. Costa
- 2.4.9. Sierra
- 2.4.10. Oriente
- 2.4.11. R Insular.

**2.5. ¿Qué segmento de mercado atiende con mayor frecuencia**

- 2.5.1. Aventureros
- 2.5.2. Ecoturistas
- 2.5.3. Estudiantes
- 2.5.4. Por negocios
- 2.5.5. Comerciantes
- 2.5.6. Grupos
- 2.5.7. Tercera edad
- 2.5.8. Otros
- 2.5.9. ¿Cuáles?.....

**2.6. Promedio de turistas mensuales.**

- 2.6.1. 10 a 25 turistas
- 2.6.2. 26 a 31 turistas
- 2.6.3. 32 a 40 turistas
- 2.6.4. 40 a 50 turistas
- 2.6.5. 50 a 70 turistas
- 2.6.6. 100 a 200 turistas
- 2.6.7. Más ¿Cuántos?.....

**2.7. Promedio de edad de visitantes**

- 2.7.1. Entre 3 y 12 años
- 2.7.2. Entre 13 y 18 años
- 2.7.3. Entre 19 y 25 años
- 2.7.4. Entre 26 y 33 años
- 2.7.5. Entre 35 y 45 años
- 2.7.6. Entre 46 y 55 años
- 2.7.7. Entre 56 y 66 años
- 2.7.8. Más ¿Cuánto? .....

**2.8. Promedio de ingresos mensuales en dólares**

- 2.8.1. Entre USD \$ 200 a USD \$ 400
- 2.8.2. Entre USD \$ 500 a USD \$ 800
- 2.8.3. Entre USD \$ 900 a USD \$ 1200
- 2.8.4. Entre USD \$ 1500 a USD\$ 2000
- 2.8.5. Entre USD \$3000 a USD\$ 5000
- 2.8.6. Más ¿Cuánto?.....

**2.9. Promedio de egresos mensuales en dólares**

- 2.9.1. Entre USD \$ 200 a USD \$ 400
- 2.9.2. Entre USD \$ 500 a USD \$ 800
- 2.9.3. Entre USD \$ 900 a USD \$ 1200
- 2.9.4. Entre USD \$ 1500 a USD \$ 2000
- 2.9.5. Entre USD \$ 3000 a USD \$ 5000
- 2.9.6. Más ¿Cuánto?.....

**3. ¿Cuáles de las herramientas publicitarias utiliza ud. Para difundir su establecimiento turístico?**

- 3.1. Afiches
- 3.2. Plegables
- 3.3. Tv (Spots)
- 3.4. Radio (Jingle)
- 3.5. Página web
- 3.6. Calendarios
- 3.7. Presa escrita
- 3.8. Revistas
- 3.9. Redes sociales
- 3.10. Páginas amarillas
- 3.11. Vallas
- 3.12. Trípticos
- 3.13. De boca en boca
- 3.14. Convenios con otras empresas
- 3.15. Otros

¿Cuáles?.....  
.....

**4. Si su establecimiento turístico recibe algún tipo de capacitación. Señale en que temas y con qué frecuencia.**

- 4.1. Atención al cliente
- 4.2. Calidad en el servicio
- 4.3. Motivaciones
- 4.4. Relaciones humanas
- 4.5. Etiqueta y protocolo
- 4.6. Temas tributarios
- 4.7. Idiomas
- 4.8. Manipulación y manejo de alimentos
- 4.9. Otros

¿Cuáles?.....

**4.10. Frecuencia**

- 4.10.1. Anual
- 4.10.2. Semestral
- 4.10.3. Trimestral
- 4.10.4. Mensual
- 4.10.5. Otros



## ANEXO 5: Encuesta de la demanda turística



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



## FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta dirigida a visitantes de centros turísticos de la Ciudad El Ángel

#### Objetivo:

Determinar la situación actual, histórica y futura del turismo en la Ciudad El Ángel para mejorar la demanda turística en esta ciudad.

#### Instrucciones:

Estimado señor/a permítase responder las preguntas en forma clara y precisa.

#### 1. Datos personales

##### 1.1. Genero

1.1.1. Masculino

1.1.2. Femenino

##### 1.2. Promedio de edad

1.2.1. Entre 18 y 25 años

1.2.2. Entre 26 y 31 años

1.2.3. Entre 38 y 45 años

1.2.4. Entre 46y 56 años

1.2.5. Entre 57 y 64 años

1.2.6. Más.....

##### 1.3. Nivel de instrucción o formación académica.

1.3.1. Ninguno

1.3.2. Primario

1.3.3. Secundario

1.3.4. Superior

1.3.5. Estudios adicionales

1.3.6. Otros

1.3.7. Profesión.....

...

## 2. Servicios y Oferta

### 2.1. ¿Cuántas veces ha visitado la Ciudad El Ángel?

- 2.1.1. Entre 1 y dos veces
- 2.1.2. Entre 3 hasta 5 veces
- 2.1.3. Entre 6 hasta 10 veces
- 2.1.4. Mas
- 2.1.5. Ninguna


### 2.2. ¿En qué mes visita esta ciudad?

- 2.2.1. Enero a marzo
- 2.2.2. Abril a junio
- 2.2.3. Julio a septiembre
- 2.2.4. Octubre a diciembre


### 2.3. ¿Cuántos días permanece en la Ciudad El Ángel?

- 2.3.1. De 1 a 2 horas
- 2.3.2. Medio día
- 2.3.3. Un día
- 2.3.4. Más de un día
- 2.3.5. Una semana
- 2.3.6. Un mes
- 2.3.7. Mas


### 2.4. ¿Cuándo viaja prefiere hacerlo con?

- 2.4.1. Amigos
- 2.4.2. Familia
- 2.4.3. Solo
- 2.4.4. Otros ¿Cuáles?.....


### 2.5. Principal motivo de viaje a la ciudad del Ángel.

- 2.5.1. Vacaciones
- 2.5.2. Negocios
- 2.5.3. Estudios
- 2.5.4. Deporte
- 2.5.5. Religión
- 2.5.6. Visita de amigos/ familias
- 2.5.7. Salud
- 2.5.8. Voluntariado
- 2.5.9. Otros


¿Cuáles?.....

**2.6. ¿Cuáles son las expectativas para visitar esta ciudad?**

- 2.6.1. Atractivos turísticos
- 2.6.2. Gastronomía
- 2.6.3. Cultura
- 2.6.4. Religión
- 2.6.5. Flora
- 2.6.6. Fauna
- 2.6.7. Aprender el idioma
- 2.6.8. Conocer actividades ancestrales
- 2.6.9. Fiestas tradicionales
- 2.6.10. Fiestas populares
- 2.6.11. Gastronomía
- 2.6.12. Cultura
- 2.6.13. Conocer medicina ancestral
- 2.6.14. Otros..... ¿Cuáles?.....

**2.7. ¿Qué servicios ha adquirido durante su permanencia en la Ciudad El Ángel?**

- 2.7.1. Hospedaje
- 2.7.2. Restaurante
- 2.7.3. Guías
- 2.7.4. Deportes extremos
- 2.7.5. Otros... ¿Cuáles?.....

**2.8. En caso de alojamiento en esta ciudad. ¿Qué tipo de establecimiento adquirió o le gustaría utilizar?**

- 2.8.1. Hotel
- 2.8.2. Hostería
- 2.8.3. Casas comunitarias
- 2.8.4. Cabañas
- 2.8.5. Refugios
- 2.8.6. Albergues
- 2.8.7. Otros.....  
¿Cuáles?.....

**2.9. En una escala de 1 a 5 marque el grado de importancia de los siguientes servicios turísticos**

- 2.9.1. Atención al cliente
- 2.9.2. Servicios básicos
- 2.9.3. Higiene y salubridad
- 2.9.4. Duchas de agua caliente
- 2.9.5. Tv
- 2.9.6. Seguridad
- 2.9.7. Calidad de comida
- 2.9.8. Acceso a internet
- 2.9.9. Piscinas
- 2.9.10. Vida nocturna
- 2.9.11. Conservación del ambiente
- 2.9.12. Infraestructura adecuada
- 2.9.13. Beneficio a la población
- 2.9.14. Aprender nuevas experiencia

1	2	3	4	5

**3. Ingresos y gastos económicos**

**3.1. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por día realizando actividades turísticas?**

- 3.1.1. Menos de USD \$ 10,00
- 3.1.2. Menos de USD \$ 20,00
- 3.1.3. Menos de USD \$ 50,00
- 3.1.4. Menos cuanto.....
- 3.1.5. Más de USD \$ 15,00
- 3.1.6. Más de USD \$ 25,00
- 3.1.7. Hasta USD \$ 50.00
- 3.1.8. Más ¿Cuánto?

**3.2. ¿Cuánto dinero destino diariamente en?**

**3.2.1. Alimentación**

- 3.2.1.1. Entre USD \$ 5.00 a USD \$ 10.00
- 3.2.1.2. Entre USD \$ 6.00 a USD\$ 12.00
- 3.2.1.3. Entre USD \$ 15.00 a USD \$ 20.00
- 3.2.1.4. Entre USD \$ 25.00 y USD \$ 35.00
- 3.2.1.5. Entre USD \$ 40.00 y USD \$ 50.00
- 3.2.1.6. Más ¿Cuánto?

**3.2.2. Hospedaje**

- 3.2.2.1. Entre USD \$ 5.00 a USD \$ 10.00
- 3.2.2.2. Entre USD \$ 6.00 a USD\$ 12.00
- 3.2.2.3. Entre USD \$ 15.00 a USD \$ 20.00
- 3.2.2.4. Entre USD \$ 25.00 y USD \$ 35.00

- 3.2.2.5. Entre USD \$ 40.00 y USD \$ 50.00
- 3.2.2.6. Más ¿Cuánto?

**3.2.3. Transporte**

- 3.2.3.1. Entre USD \$ 5.00 a USD \$ 10.00
- 3.2.3.2. Entre USD \$ 6.00 a USD\$ 12.00
- 3.2.3.3. Entre USD \$ 15.00 a USD \$ 20.00
- 3.2.3.4. Entre USD \$ 25.00 y USD \$ 35.00
- 3.2.3.5. Entre USD \$ 40.00 y USD \$ 50.00
- 3.2.3.6. Más ¿Cuánto?

**3.2.4. Compras**

- 3.2.4.1. Entre USD \$ 5.00 a USD \$ 10.00
- 3.2.4.2. Entre USD \$ 6.00 a USD\$ 12.00
- 3.2.4.3. Entre USD \$ 15.00 a USD \$ 20.00
- 3.2.4.4. Entre USD \$ 25.00 y USD \$ 35.00
- 3.2.4.5. Entre USD \$ 40.00 y USD \$ 50.00
- 3.2.4.6. Más ¿Cuánto?

**3.2.5. Actividades deportivas**

- 3.2.5.1. Entre USD \$ 5.00 a USD \$ 10.00
- 3.2.5.2. Entre USD \$ 6.00 a USD\$ 12.00
- 3.2.5.3. Entre USD \$ 15.00 a USD \$ 20.00
- 3.2.5.4. Entre USD \$ 25.00 y USD \$ 35.00
- 3.2.5.5. Entre USD \$ 40.00 y USD \$ 50.00
- 3.2.5.6. Más ¿Cuánto?

**3.2.6. Actividades recreativas**

- 3.2.6.1. Entre USD \$ 5.00 a USD \$ 10.00
- 3.2.6.2. Entre USD \$ 6.00 a USD\$ 12.00
- 3.2.6.3. Entre USD \$ 15.00 a USD \$ 20.00
- 3.2.6.4. Entre USD \$ 25.00 y USD \$ 35.00
- 3.2.6.5. Entre USD \$ 40.00 y USD \$ 50.00
- 3.2.6.6. Más ¿Cuánto?

**3.3. Qué medios de transporte utilizo para su viaje a la ciudad El Ángel?**

- 3.3.1. Vehículo propio
- 3.3.2. Bus publico
- 3.3.3. Vehículo alquilado
- 3.3.4. Motocicletas
- 3.3.5. Bus de agencia de viajes
- 3.3.6. Otros

¿Cuáles?.....

**3.4. ¿Qué medio de publicidad o propaganda le motivó a viajar?**

- 3.4.1. Prensa libre
- 3.4.2. Radio
- 3.4.3. Páginas web
- 3.4.4. Televisión
- 3.4.5. Vallas
- 3.4.6. Volantes
- 3.4.7. Boca a boca
- 3.4.8. Agencias de viajes
- 3.4.9. Internet

**3.5. ¿Cómo calificaría la calidad de servicios turísticos?**

- 3.5.1. Muy buenos
- 3.5.2. Buenos
- 3.5.3. Regulares
- 3.5.4. Malo

**4. Sugerencias**

**4.1. ¿Qué debilidades aprecia en esta ciudad?**

- 4.1.1. Mal uso de información
- 4.1.2. No hay Señalética
- 4.1.3. falta de comunicación
- 4.1.4. Mejorar servicios turísticos
- 4.1.5. Falta de agencias de viajes
- 4.1.6. Falta de guías de turismo

**4.2. ¿Qué sugerencias propone para mejorar el turismo en la ciudad del Ángel?**

- 4.2.1. Promoción turística
  - 4.2.2. Señalética
  - 4.2.3. Guías especializados
  - 4.2.4. Capacitaciones para las personas que brindan S. T.
  - 4.2.5. Mejorar infraestructura en centros turísticos
  - Otros
- ¿Cuáles?.....

**4.3. ¿Qué tipos de proyectos opina se deberían implementar en la ciudad el Ángel para su mejora en la oferta turística?**

- 4.3.1. Rutas turísticas
- 4.3.2. Circuitos turísticos
- 4.3.3. Productos turísticos
- 4.3.4. Plan de marketing
- 4.3.5. Senderismo y Señalética
- 4.3.6. Otros ¿Cuáles? .....

**4.4. ¿Cree que será beneficios para el turismo, en la ciudad del Ángel el desarrollo de un plan de marketing?**

4.5. Si

4.6. No

4.7. ¿Por qué? .....

Gracias por su colaboración

**ANEXO 6: Entrevista**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**Facultad De Educación Ciencia Y Tecnología**  
**Ingeniería En Turismo**



Entrevista Dirigida a: Gestor de turismo.....

ENTREVISTADOR \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_

**1.- ¿Usted cree que la ciudad de El Ángel es un Potencial Turístico para la Región y el Ecuador?**

.....

**1.- ¿Qué actividades realiza para la buena marcha del turismo en El Ángel?**

.....

**Mencione. ¿En Qué Proyectos ha intervenido en el dos últimos años de su gestión?**

**2.-¿Cuáles han sido principales necesidades o limitaciones en su gestión para la ejecución de algún proyecto?**

.....

**5.- En su opinión. ¿Cómo mejorar el turismo en la ciudad del Ángel?**

.....

**3.- ¿Considera importante incentivar el turismo comunitario en El Ángel?**

.....

**¿Cree beneficioso la creación de una red de turismo comunitario?**

.....

**¿Cómo le gustaría q se llame la red de turismo comunitario? Escoja una de las opciones**

- a) Red Calpastour
- b) Red el Aliso
- c) Red El Ángel

## ANEXO 7: Fotografías



**Túnel de fuerzas el Ángel**



**Iglesia matriz el Ángel**



**Parque 10 de agosto el Ángel**



**Parque libertad**



**Mirador cruz de mayo**



**Mirador cruz de mayo**



**Bañario de chilcapampa**



**Las tres tolas rituales**



**Balneario la calera**



**Hacienda el Ishpingo**



**Redondel la Botijuela**



**Vasija de barro icono ancestral**



**Avenida de interpretación ecológica**



**Museo Blass Ángel**

### **FIESTAS IMPORTANTES**



**Fiesta de inocentes**



**Fiestas de cantonización**

### **COMIDAS TÍPICAS**



**Cuy asado**



**Jaucha de nabos**



Arroz de cebada



Habas con queso



Ocas, mellocos con leche



**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA  
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	040187756-8		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Chalapud Cuasquer Albeiro Isidro		
<b>DIRECCIÓN:</b>	IBARRA		
<b>EMAIL:</b>	alb_590@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062500-0783	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0982759394

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.
<b>AUTOR (ES):</b>	Chalapud Cuasquer Albeiro Isidro
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2014-12-16
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniero en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSc. Nhora Benítez

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

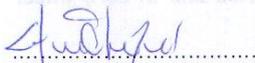
Yo, Chalapud Cuasquer Albeiro Isidro, con cédula de identidad Nro. 040187756-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular del derecho patrimonial, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

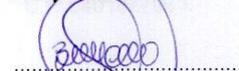
Ibarra, a los 16 de enero de 2015

Los autores:



Chalapud Cuasquer Albeiro Isidro

Aceptación:



Ing. Betty Chávez  
JEFE DE BIBLIOTECA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Chalapud Cuasquer Albeiro Isidro, con cédula de identidad Nro. 040187756-8, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI." que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Turismo. En nuestra condición de autor nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 16 días del mes de enero del 2015

TELÉFONO FIJO:	052-010-0783	TELÉFONO MÓVIL:	0990305371
----------------	--------------	-----------------	------------

**Los autores:**

Chalapud Cuasquer Albeiro Isidro  
C.I.: 040187756-8

DATOS DE LA OBRA	
ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.	
AUTOR (ES):	QUIROZ MENESES PAOLA LISBETH
FECHA: AAAA-MM-DD	2014-12-18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR / DIRECTOR:	PAOLA MENESES QUIROZ



**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA  
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	040161824-4		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	QUIROZ MENESES PAOLA LISBETH		
<b>DIRECCIÓN:</b>	IBARRA - CARANQUI		
<b>EMAIL:</b>	pao-lis000@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062500-0783	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0989865371

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.
<b>AUTOR (ES):</b>	QUIROZ MENESES PAOLA LISBETH
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2014-12-16
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSc. Nhora Benítez

## 5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Quiroz Meneses Paola Lisbeth, con cédula de identidad Nro. 040161824-4, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 6. CONSTANCIAS

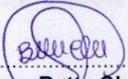
Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular del derecho patrimonial, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 de enero de 2015

Los autores:

  
.....  
Quiroz Meneses Paola Lisbeth

Aceptación:

  
.....  
Ing. Betty Chávez  
JEFE DE BIBLIOTECA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Quiroz Meneses Paola Lisbeth, con cédula de identidad Nro. 040161824-4, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI." que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Turismo. En nuestra condición de autor nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 16 días del mes de enero del 2015

**Los autores:**

.....  
Quiroz Meneses Paola Lisbeth  
C.I.: 040161824-4