



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

#### TEMA

“ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniero en la Especialidad de Turismo.

Autores:

ONOFRE YÉPEZ SABINA ELIZABETH  
CORONADO PERUGACHI PABLO  
XAVIER

Director:

Mcs. Gabriel Tapia

Ibarra, 2014

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, MSc. Gabriel Tapia con cédula No. ~~100190535~~ 4, Director de la tesis de grado "ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.", realizado por la señorita egresada, ONOFRE YÉPEZ SABINA ELIZABETH, y el señor CORONADO PERUGACHI PABLO XAVIER, previo a la obtención del Título de Ingenieros en la especialidad de Turismo; luego de haber orientado el trabajo investigativo y revisado el documento final, CERTIFICO que reúne los requisitos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Es todo lo que puedo certificar por ser justo y legal.

En la ciudad de Ibarra a los 24 días del mes de julio del 2014.



MSc. Gabriel Tapia  
DIRECTOR

## DEDICATORIA

A mi hijo Emilio Sebastián por ser mi ángel y el motor que me impulsa a ser mejor cada día.

***Onofre Yépez Sabina Elizabeth***

A mi familia por ser el pilar fundamental para el cumplimiento de mis metas.

***Coronado Perugachi Pablo Xavier***

## AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a la Universidad Técnica del Norte por haber permitido realizar mis estudios en sus aulas y a mis padres quienes q han sido parte fundamental para alcanzar mis metas.

***Onofre Yépez Sabina Elizabeth***

Primeramente agradezco a Dios por darme la salud y la vida y permitir que siga adelante con mis sueños, a mis padres quienes amo y respeto por su valentía y ejemplo, ya que me han enseñado a enfrentar los problemas y a conseguir mis metas.

***Coronado Perugachi Pablo Xavier***

## **RESUMEN**

El trabajo investigativo del tema titulado “Estudio del desarrollo y la gestión de la oferta y la demanda turística en el cantón Mira, provincia del Carchi en los últimos 5 años.”, fue desarrollado en base a seis capítulos, cada uno representa un eje importante del trabajo. El primero es el problema de investigación, deseando conocer ¿Cuál es la situación actual de la oferta y la demanda turística del cantón Mira? Para ello se ha planteado un objetivo general y los siguientes objetivos específicos:

conocer el estado actual de la gestión de la oferta y demanda turística del cantón Mira., identificar los medios de difusión que se emplea para dar a conocer los atractivos del cantón Mira y diseñar una guía turística para potencializar los atractivos turísticos del cantón Mira; la investigación se justificó debido a la importancia que tienen el conocer como ha sido la oferta y demanda turística en los últimos cinco años. En el segundo capítulo se desarrolló el marco teórico, en donde se toparon temas referentes a: turismo, clasificación del turismo, sistema turístico, desarrollo, oferta y demanda turística, entre otros; además se desarrolló un glosario de términos desconocidos y difíciles de entender. En el tercer capítulo se encuentra la metodología utilizada: fue de diseño no experimental debido a que no se manipuló variables, de campo, descriptiva y bibliográfica, utilizando libros revistas, páginas web, esto especialmente para la elaboración del diagnóstico y marco teórico; como técnicas de investigación se utilizó la encuesta dirigida a los turistas del cantón Mira, la entrevista aplicada al alcalde del GAD Mira, al jefe de departamento de turismo y cultura y una entrevista dirigida al administrador del complejo eco turístico Uyamá; se aplicó una ficha de observación para determinar los atractivos turísticos y su ubicación. Como cuarto capítulo se estableció el análisis e interpretación de los resultados llegando a determinar que las razones más comunes por las que visitan el cantón Mira son vacaciones, atractivos turísticos, estudios, visita de amigos y práctica de deportes; la mayor parte de turistas que visitan el cantón son de la provincia de Imbabura y Pichincha, además de unos pocos extranjeros. En el quinto capítulo se detalla las conclusiones y recomendaciones. El sexto y último capítulo es la propuesta de una guía turística con el objetivo de dar a conocer de mejor manera los atractivos del cantón Mira.

## **SUMARY**

The investigative work theme titled "I studied the development and procedures of the touristic supply and demand in the town of Mira, in the province of Carchi for the last 5 years.", was developed based on 6 capitals, each one representing an important job. The first is the problem of investigation, wanting to know what is the actual situation of touristic supply and demand in the town Mira? For them they have set forth a general objective and following specific objectives: to know the actual state of the touristic supply and demand in the town Mira., identify the means of spreading what is employed

to know the attractions of the town of Mira and design a tour guide for the potential tourist attractions of the town Mira; investigate the owed justification of knowing how the touristic supply and demand has been for the past 5 years. The second capital of development the theoretical frame, where they run into concerning themes: tourism, classification of tourism, system of tourism, development, touristic supply and demand, among others; further more the development of a glossary of terms not known or difficult to understand. The third capital encountered is the methodology used: it was a wish that no experiment should have multiple variables, of field, descriptive, and bibliographic, using books, magazines, web pages, this is especially for the elaborate diagnostic and theoretical frame; how technical investigations used the lead investigation of the town Mira, the interview applicant mayor of GAD Mira, the head of the department of tourism and culture and technical interview of the administrator of the complex eco tourism Uyama; applied a token of observation to determine the tourist attractions and location. The fourth capital established the analysis and interpretation of the results arriving from the determined, the more common reasons of why people visit the town Mira are vacations, tourist attractions, study, visit friends and practice sports; the large portion of tourists that visit the town are from the provinces Imbabura and Pichincha, besides the few foreigners. The fith capital details the conclusions and recommendations. The sixth and last capital is the proposition of a tour guide to give a better way of knowing the attractions in the town Mira.

## **ÍNDICE GENERAL**

<b>APROBACIÓN DEL DIRECTOR .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>iv</b>
<b>SUMARY .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xi</b>

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	14
<b>1. EL PROBLEMA</b> .....	14
1.1. Antecedentes .....	14
1.2. Planteamiento del Problema .....	4
1.3. Formulación del Problema .....	8
1.4. Delimitación.....	8
1.4.2. Delimitación Temporal.....	8
1.5. Objetivos .....	8
1.5.1. Objetivo General.....	8
1.5.2. Objetivos Específicos .....	9
1.7. Justificación .....	9
<b>CAPÍTULO II</b> .....	11
<b>2. MARCO TEORICO</b> .....	11
2.1. Fundamentación Teórica.....	11
2.1.1 Turismo.....	11
2.1.2. Clasificación del Turismo .....	12
2.1.3. Turismo Rural .....	13
2.1.4. Teoría del Turismo.....	13
2.1.5. Sistemas Turísticos.....	14
2.1.6. Sistema Funcional del Turismo.....	15
2.1.7. Que es Gestión .....	16
2.1.8. Que es Gestión Turística.....	17
2.1.9. Desarrollo.....	17
2.1.9.1. Desarrollo Social .....	18
2.1.9.2. Desarrollo Turístico.....	18
2.1.9.3. Plan de desarrollo Local .....	19
2.1.10. Que es el Mercado .....	19
2.1.11. Oferta Turística .....	21
2.1.11.1. Capacidad de Carga .....	21
2.1.12. Demanda Turística.....	21
2.1.12.1. Factores que Determinan la Demanda Turística .....	22
2.1.13. Gasto Turístico .....	24

2.1.14.	Posicionar del Destino Turístico.....	24
2.1.15.	Atractivo Turístico .....	25
2.1.15.1.	Presentar un Destino Turístico .....	25
2.1.16.	Patrimonio Turístico.....	26
2.1.17.	Producto Turístico.....	26
2.1.18.	Los Recursos Turísticos.....	27
2.1.19.	La Planta Turística.....	27
2.1.20.	Equipamiento Turístico .....	27
2.1.21.	La Infraestructura Turística.....	28
2.1.22.	Los Servicios Complementarios.....	28
2.1.23.	Tendencias actuales en la oferta turística.....	29
2.1.23.1.	Adaptación a las nuevas exigencias del entorno.....	29
2.1.25.	Las nuevas tecnologías como medio de promoción y venta turística	30
2.1.25.1.	Marketing directo .....	30
2.1.26.	Factores que obstaculizan el desarrollo de la demanda interna	31
2.1.26.1.	Concentración geográfica de la demanda.....	31
2.1.26.2.	Factores de demanda: internos y externos .....	31
2.2.	Glosario de términos.....	35
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>38</b>
<b>3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>38</b>
3.1.	Diseño de Investigación .....	38
3.2.	Tipo de Investigación.....	38
3.3.	Técnicas .....	39
3.3.1.	Observación .....	39
3.3.2.	Entrevista .....	40
3.3.3.	Encuesta.....	40
3.4.	Instrumentos .....	41
3.5.	Población .....	41
3.5.1.	Muestra .....	41
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>43</b>
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>		<b>43</b>
4.1.	Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas del cantón Mira...	43



4.1.1.	<b>Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas</b>	59
4.2.	<b>Análisis de la entrevista dirigida al alcalde del GAD Mira</b>	61
4.3.	<b>Análisis de la entrevista dirigida al director departamental de cultura y turismo GAD Mira Lcdo. Daniel Reyes</b>	63
4.4.	<b>Análisis de la entrevista dirigida al administrador del complejo turístico Uyama</b>	66
4.5.	<b>Análisis de las fichas de observación</b>	70
4.5.1.	<b>Atractivos Naturales</b>	70
4.5.1.1.	<b>Bosques</b>	70
4.5.1.2.	<b>Minas</b>	70
4.5.1.3.	<b>Artesanías</b>	70
4.5.1.4.	<b>Complejos</b>	70
4.5.1.5.	<b>Lagunas y ríos</b>	71
4.5.1.6.	<b>Mirador</b>	71
4.5.1.7.	<b>Monumentos y museos</b>	71
4.5.1.8.	<b>Otros atractivos</b>	71
4.5.1.9.	<b>Manifestaciones Religiosas</b>	72
4.5.1.10.	<b>Manifestaciones culturales</b>	72
5.	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	73
5.1.	<b>Conclusiones</b>	73
5.2.	<b>Recomendaciones</b>	74
	<b>CAPÍTULO VI</b>	76
6.	<b>PROPUESTA</b>	76
6.1.	<b>Título de la propuesta</b>	76
6.3.	<b>Fundamentación</b>	76
6.3.1.	<b>Destino Turístico</b>	76
6.3.2.	<b>Turismo</b>	77
6.3.3.	<b>Oferta Turística</b>	77
6.3.4.	<b>Demanda Turística</b>	78
6.4.	<b>Objetivos</b>	78
6.4.1.	<b>Objetivo General</b>	78
6.4.2.	<b>Objetivos específicos</b>	78
6.5.	<b>Geografía del Cantón</b>	78

<b>6.6.1. Atractivos turísticos del cantón Mira.....</b>	<b>85</b>
<b>6.7. Impactos.....</b>	<b>114</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Serie de Ingreso de Turistas Años 2006 – 2010 .....	33
Tabla N° 5 Género de los turistas investigados .....	43
Tabla N° 3 Edad de los turistas investigados.....	44
Tabla N° 4 Procedencia del turista.....	45
Tabla N° 5 Frecuencia de visita .....	46
Tabla N° 6 Motivo de viaje .....	47
Tabla N° 7 Mes de visita .....	48
Tabla N° 8 Días de permanencia .....	49
Tabla N° 9 Con quien viaja .....	50
Tabla N° 10 Expectativas de visita.....	51
Tabla N° 11 Atractivos que conoce del cantón Mira .....	52
Tabla N° 12 Servicios más utilizados.....	53
Tabla N° 13 Establecimientos cumplen con parámetros.....	54
Tabla N° 14 Oferta turística del cantón Mira .....	55
Tabla N° 15 Mira potencial turístico .....	56
Tabla N° 16 Medios publicitarios.....	57
Tabla N° 17 Plan de marketing turístico.....	58

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Sistema Turístico .....	14
Gráfico N° 2 Sistema Funcional del Turismo .....	15

Gráfico N° 4 Género de los turistas investigados.....	43
Gráfico N° 5 Edad de los turistas investigados .....	44
Gráfico N° 6 Procedencia del turista .....	45
Gráfico N° 7 Frecuencia de visita.....	46
Gráfico N° 8 Motivo de viaje.....	47
Gráfico N° 9 Mes de visita.....	48
Gráfico N° 10 Días de permanencia .....	49
Gráfico N° 11 Con quien viaja .....	50
Gráfico N° 12 Expectativas de visita .....	51
Gráfico N° 13 Atractivos que conoce del cantón Mira.....	52
Gráfico N° 14 Servicios más utilizados .....	53
Gráfico N° 15 Establecimientos cumple con parámetros .....	54
Gráfico N° 16 Oferta turística del cantón Mira.....	55
Gráfico N° 17 Mira potencial turístico.....	56
Gráfico N° 18 Medios publicitarios .....	57
Gráfico N° 19 Plan de marketing turístico .....	58

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de Categorical ANEXOS.....	120
Anexo N° 2 Encuesta Dirigida a los turistas del cantón Mira .....	121
Anexo N° 3 Entrevista dirigida al alcalde GAD Mira .....	126
Anexo N° 4 Entrevista dirigida al director del departamento de turismo y cultura cantón Mira.....	127
Anexo N° 5 Ficha de observación .....	128
Anexo N° 6 Fotografías de los entrevistados.....	129

## **INTRODUCCIÓN**

Este trabajo de investigación, tiene como objeto identificar el estado actual de la oferta y la demanda turística para promover el desarrollo del turismo en el cantón Mira, para ello es necesario tener en cuenta documentos y trabajos elaborados por los distintos sectores del gobierno local y nacional, que puedan dar pautas hacia donde direccionar la propuesta, y de esa manera establecer lazos de coherencia e interrelación entre lo que se propone y las necesidades, planes y estrategias del estado y del gobierno local referente al tema turístico. De ahí que es necesario, conocer y establecer la articulación con el Plan Nacional del Buen Vivir diseñado por la Secretaría Nacional de

Planificación y el PLANDETUR 2020 diseñado por el Ministerio de Turismo.

El presente trabajo está organizado en los siguientes capítulos:

### **Capítulo I: EL PROBLEMA**

El problema de investigación trata lo relacionado a la definición del problema en el ámbito turístico y luego los elementos relacionados con planteamiento, formulación, preguntas de investigación, y objetivos. Se incluye la justificación indicando porque es importante, viable y a quién beneficia el presente trabajo.

### **Capítulo II: MARCO TEORICO**

El segundo capítulo es el cuerpo de la investigación, ayudó a sustentar teóricamente el estudio, topando temas y sub temas relevantes para la investigación.

### **Capítulo III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

En el tercer capítulo, se desarrolló la metodología utilizada para el desarrollo del presente trabajo, siendo así una investigación no experimental, de corte transversal, aplicada una investigación de campo, utilizando los métodos inductivo – deductivo y analítico – sintético; como técnicas de investigación se aplicó la encuesta, entrevista y fichas de observación en el lugar de estudio.

### **Capítulo IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

En este capítulo se detalla el análisis de las encuestas aplicadas a los turistas del cantón Mira, las entrevistas aplicadas al director de turismo del GAD Mira, la entrevista aplicada al alcalde del mismo cantón y el análisis de las fichas de observación aplicada en los atractivos y lugares turísticos.

## **Capítulo V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Se presenta las conclusiones que se ha llegado después de haber realizado todo el estudio, y las recomendaciones para mejorar las condiciones negativas encontradas en cuanto a la oferta y demanda turística.

## **Capítulo VI: PROPUESTA**

En este capítulo se presenta la propuesta alternativa que es la elaboración de una guía turística para dar a conocer los atractivos que tiene el cantón Mira y poder potencializarlos.

### **CAPÍTULO I**

#### **1. EL PROBLEMA**

##### **Antecedentes**

El cantón Mira está ubicado al norte del Ecuador, al suroeste de la provincia del Carchi a la cual pertenece, fue declarada cantón el 18 de agosto de 1980, es el mirador del Valle del Chota.

##### **Ilustración N° 1 Vista Panorámica del Cantón Mira**



**Fuente:** Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

La población según el género es de 6.059 mujeres que representan el 49.75% de la población, y 6.121 hombres, siendo este grupo el que mayor parte de la población conforma.

La mayor parte de la población del cantón Mira cuenta con servicios básicos de agua potable y servicio eléctrico; en el sector urbano los habitantes cuentan con recolección de basura y alcantarillado a diferencia del sector rural que un mínimo porcentaje lo posee.

El cantón Mira cuenta con una privilegiada ubicación, tiene hermosos paisajes y variedad de climas, ha progresado en aspectos urbanísticos, poblacionales, agrícolas y comerciales, así como el fomento del turismo.

Entre los atractivos turísticos del cantón se encuentran:

- Grupo Artesanal Gaenen Mascarilla
- Complejo Eco Turístico Uyamá
- Hacienda UyamáFarms
- Santuario de la Virgen de La Caridad

- Miradores De Pisquer
- Hacienda de Pueblo Viejo
- Complejo Eco Turístico Paraíso Escondido
- Bosque Protector Golondrinas
- Virgen de la Piedra
- Piedra Chuchurumi
- Iglesia de Juan Montalvo
- Bohío de Santiaguillo
- Museo de Piedra de Rio Blanco
- Rio Blanco
- Turismo Comunitario de San Jacinto
- Vado de Santa Marianita de Caliche
- Hacienda La primavera
- Cascada del sector de Santa Marianita de Caliche
- Chorrera de San Gerónimo
- Mina de Mármol
- Vado de Chinanbí
- Rio Mira
- Trapiches hacienda Santa Ana
- Petroglifos El Pantano
- Laguna de Santa Luisa
- Iglesia de La Concepción
- Estación Ferroviaria Carchi
- Manifestaciones culturales (Tardón Mireño - Novillo de Bombas – Sacos de Lana – Artesanía en Barro)

Al nivel turístico, se debe estudiar las motivaciones de la demanda a nivel cantonal para la creación de productos en función de la



satisfacción de la demanda y la realidad local. La zona norte del Ecuador cuenta con un significativo flujo turístico tanto interno (nacional) como receptivo (internacional). El cantón presenta un retraso en el desarrollo de la actividad turística, principalmente por la falta de cultura turística, e inversión en infraestructura (vialidad, señalización, estudios arqueológicos y puesta en valor de los atractivos de las comunidades lejanas y promoción turística). Este término se refiere a los valores realmente trascendentales que rescatan el amor por nuestra cultura y nuestra tierra y nos motivan a proyectarla al mundo entero. Al adquirir una cultura turística estaremos preparados para la posibilidad de relacionarnos con los turistas, ambos en busca de calidad, ellos de su vivencia y nosotros en mejorar la calidad de vida. En cuanto a los servicios de alojamiento y alimentación, existe oferta en la cabecera cantonal, en la parroquia La Concepción y en la parroquia Jacinto Jijón y Caamaño, no así en la parroquia de Juan Montalvo. Se considera que en varios establecimientos la calidad de los servicios es deficiente, siendo evidente la necesidad de capacitación en el manejo adecuado de alimentos (alimentación), atención al cliente, desarrollo de estilos (alojamiento). Además se requiere promover la inclusión de los establecimientos en el catastro del MINTUR”(Movimiento de Integración y Unidad Mireña , 2014, pág. 4)

### **Planteamiento del Problema**

Según (Garrido, 2010, pág. 6), “el Ecuador es considerado un país pluricultural, multiétnico y mega diverso, es así que el cantón Mira al ser parte integral de este gran país, también hace prevalecer estos calificativos dándose a conocer como un cantón con grandes riquezas naturales y culturales que se manifiestan en la majestuosidad de su flora, fauna, agua, suelo y demás recursos naturales distribuidos en sus cuatro zonas climáticas conjugándose con habitantes mestizos, negros e

indígenas Awa; todos en conjunto constituyen un gran potencial para incursionar en el tema de turismo comunitario como verdadera alternativa de desarrollo local para la población cantonal”.

“En el marco de la elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 del cantón Mira y sus parroquias, se visualiza la necesidad de incluir a la actividad turística como una parte importante del sistema económico productivo, ya que se lo considera como un eje dinamizador de la economía local y una alternativa de desarrollo”. (PLANDETUR 2020)

El desarrollo de la actividad turística en un territorio determinado requiere de la intervención de varios elementos tanto del gobierno como de la comunidad.

Según PLANDETUR 2020, la demanda turística está conformada por los turistas que llegan al Ecuador (turismo receptor), los ecuatorianos que viajan al extranjero (turismo emisor) y los ecuatorianos que recorren su propio país (turismo interno).

Sistema turístico compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo para promover el desarrollo turístico. Se compone de 4 elementos: la demanda, la oferta. El espacio geográfico y los operadores de mercado.

Es necesario conocer cuál es el desarrollo y la gestión de la oferta y demanda turística del cantón Mira determinar el crecimiento que este ha tenido en los últimos cinco años.

En el año 2012, llegaron al cantón Mira 38.010 turistas, el cual se ha registrado tomando en cuenta los datos de los movimientos de jefaturas que presenta la Dirección Nacional de Migración conjuntamente con la Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo para la provincia del Carchi.

El desarrollo local se encarga de propiciar el fortalecimiento de las estructuras locales, el tan anhelado tejido social empresarial comunitario, el aprovechamiento de los recursos endógenos disponibles, la eliminación de las desigualdades territoriales y la movilización y participación activa del ciudadano a través de nuevas fórmulas participativas en los ámbitos político, social y obviamente en el económico; todo esto en armonía con el uso y aprovechamiento del medio ambiente.

Por otro lado, la gestión es el principio mediante el cual se planifica, direcciona y controla los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, conocimiento, y demás) con el fin de obtener el máximo beneficio posible según las prioridades definidas por una organización, institución o comunidad.

Se debe notar que el modelo de desarrollo del turismo en Ecuador no responde a las necesidades de los turistas y no protege ni mejora las oportunidades de una manera sostenible a pesar de que el país reúne las condiciones para el pleno uso de todos los recursos, de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida. Estos indicadores en un país mega diverso y con gran potencial turístico permitirían que se desarrolle y se dé mayor acogida para turistas nacionales y extranjeros, pero, a pesar de esta ventaja, el turismo no ha

llegado de una forma integral para el desarrollo de las regiones y pequeños cantones y comunidades.

Por otra parte las políticas públicas existentes solo generan la capacidad técnica y financiera para identificar estos recursos sin que se diseñen propuestas integrales ni de integración, debido a la compleja ubicación geográfica de los sitios turísticos que se explotan en beneficio local y no como un eje de desarrollo cantonal o regional.

El cantón Mira cuenta con una gran diversidad climática y poblacional, esto lo hace un territorio con un potencial turístico importante aún sin aprovechar; para ello, es necesaria la articulación de organismos locales y del gobierno central que puedan generar propuestas de desarrollo en el ámbito eco turístico sino potencialicen el turismo en general, la promoción regional y nacional de esta oferta cantonal, y la calidad en la prestación de los servicios que la actividad turística demanda.

A través de la articulación de propuestas que nazcan de la sociedad civil y vincule el apoyo de los organismos e instituciones se busca desarrollar la infraestructura y oferta necesaria que impulse el turismo comunitario, y la utilización sustentable de recursos naturales existentes en el cantón.

La escasa valoración de los recursos turísticos y la cohesión de fortalezas de cada uno de los actores sociales que permitan visibilizar la enorme riqueza natural ha sido un limitante para que el cantón carezca con la posibilidad de contar con emprendimientos turísticos para aplacar la masiva migración y la pobreza existente; aspectos que dan como resultado el desinterés de pobladores y autoridades en explotar

responsablemente los recursos turísticos naturales existentes a lo largo de los límites cantonales.

La ausencia de infraestructura turística en Mira sumado, vías de acceso en mal estado, falta de promoción e inclusive la no inclusión de Mira dentro del Mapa Turístico del Ecuador y otros factores, han sido las causas que han incidido en la baja presencia de turistas en el cantón y la sumisión de otras culturas que han producido la pérdida de la identidad de la población afro descendiente, mestiza y Awá.

### **Formulación del Problema**

¿Cuál es la situación actual del desarrollo y la gestión de la oferta y la demanda del cantón Mira?

### **Delimitación**

#### **Delimitación Espacial**

Esta investigación está comprendida en el cantón Mira, Provincia del Carchi, con la colaboración de las autoridades regionales y locales y la asesoría de los docentes de la Universidad Técnica del Norte.

#### **Delimitación Temporal**

El trabajo de investigación se lo realizó en el periodo 2013 – 2014.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Analizar la situación actual de la oferta y la demanda turística en el cantón Mira en los últimos 5 años.

### **Objetivos Específicos**

- Conocer el estado actual de la gestión de la oferta y demanda turística del cantón Mira.
- Identificar los atractivos turísticos del cantón Mira.
- Determinar los medios de difusión que se emplea para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Mira.
- Diseñar una guía turística para potencializar los atractivos turísticos del cantón Mira.

### **Interrogantes de la Investigación**

- ¿Cómo es la gestión de la oferta y demanda turística del cantón Mira.
- ¿Cuáles son los atractivos turísticos del cantón Mira?
- ¿Cuáles son los medios publicitarios empleados para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Mira?
- ¿Una guía turística servirá para potencializar los atractivos turísticos del cantón Mira?

### **Justificación**

Es necesario implementar un sin número de herramientas técnicas que permiten gestionar y hacer real proyectos encaminados al desarrollo turístico del cantón.

La presente investigación se justifica debido a la importancia que tiene desarrollar estrategias de manejo del turismo en el cantón Mira y el aprovechamiento de sus lugares privilegiados; a través de la generación de cadenas de empleos comunitarios, el involucramiento de las personas del sector y la motivación en la formación de emprendimientos turísticos, en razón de que la zona es rica en diversidad de atractivos y recursos turísticos que al ser aprovechados de forma adecuada y organizada se obtendría un gran efecto positivo en la demanda turística que visita el cantón, y el país.

Para esto es necesario la elaboración de una guía turística que permita dar a conocer de mejor manera los atractivos que tiene el cantón Mira; con la investigación se beneficiaran los propietarios de las plantas turísticas, los habitantes del cantón, debido a que con la potencialización del turismo se genera un efecto multiplicador para la economía local.

Además la investigación se justificó debido a la viabilidad y acceso a la información tanto en el GAD Mira como de los propietarios de los centros turísticos, que permitieron levantar información y datos para la realización del presente estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEORICO**

#### **2.1. Fundamentación Teórica**

##### **Turismo**

No es más que el desplazamiento de las personas desde sus sitios habituales de convivencia para conocer, divertirse, descansar y compartir con otras personas que tienen costumbres, recursos y formas de vida diferentes. El turismo no tiene límites determinados con claridad, ni un producto que se pueda tocar, sino que es la producción de servicios que se ponen a disposición de los visitantes para que su visita o estadía



sea más placentera”. (Regional Sierra Norte del Ministerio de Turismo, pág. 24)

El turismo es el desplazamiento de personas desde su lugar de origen hacia otro, haciendo uso de servicios como: transporte, alimentación, alojamiento, destinos turísticos.

### **Clasificación del Turismo**

De acuerdo a (Cabarcos Novás, 2010, pág. 3), el turismo se clasifica en: “turismo interno comprende los residentes de la misma zona que viajan a un destino distinto al de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior a un año; turismo receptor incluye a los residentes de un determinado país o región, que viajan a otro país que no sea el suyo, por un periodo no superior a un año, y turismo emisor engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto del suyo.

El turismo interno comprende los desplazamientos de las personas de un mismo lugar hacia otro del mismo sector; el turismo receptor es aquel donde las personas de otro país deciden visitar otro que sea de su agrado.

La organización Mundial del Turismo también definió los tipos de turismo., citado por (Olmos & Garcia, 2011). Así, con relación a un país dado, se pueden distinguir los siguientes tipos de turismo:

- **Turismo interno o doméstico:** el de los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- **Turismo receptor:** el de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

- **Turismo emisor:** el de los visitantes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.

## **Turismo Rural**

(Crosby, 2009), afirma que: “el turismo rural es una actividad relativamente nueva, tanto en el ámbito rural como en el propio sector turístico. Existen diversas versiones de actividades de turismo en el espacio rural. En su mayoría, la tendencia que viene ocurriendo es complementar o sustituir las actividades tradicionales agropecuarias por actividades basadas en la creación de servicios de alojamiento turístico, de recreación o de restauración”.

El turismo rural se da cuando los visitantes acuden a zonas rurales donde toman contacto activo con la población, respetando el entorno natural y cultural; se puede desarrollar actividades de: agroturismo, turismo ecológico, deportivo, religioso, entre otros.

## **Teoría del Turismo**

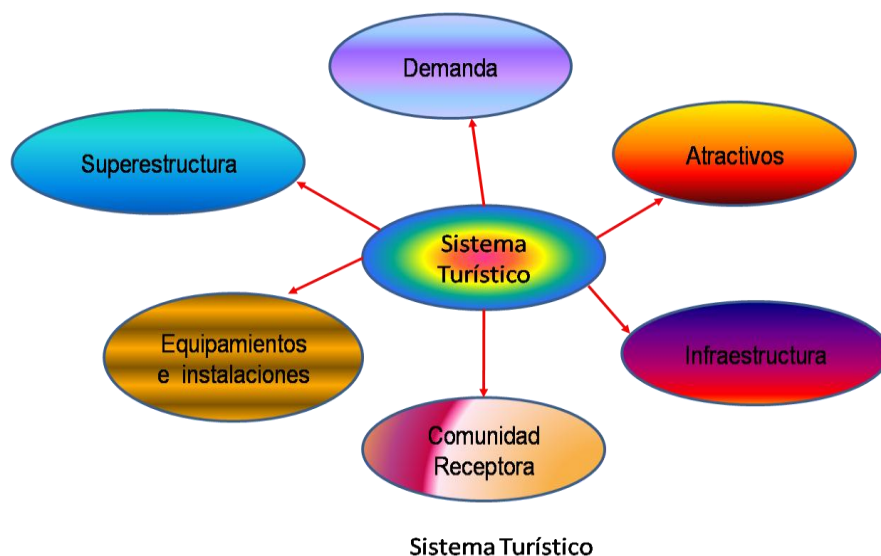
El turismo es una relación compleja y conflictiva que dificulta su definición. Toda definición de Turismo debe tomar en cuenta la dicotomía turista-no turista. El turista es un ser en continua construcción, en continua formación. El turismo es, a su vez, experiencia. Es experiencia en el momento en que construye ese “ser” que es un turista. Los bienes y servicios que se ofrecen a los turistas, así como la estructura (hoteles, agencias de viajes, etc.), son experiencias vividas a lo largo de la historia tanto por el “ser” turista, como por el “ser” recepcionista, por el “ser” agente de viajes, por el “ser” piloto de avión. Lo que diferencia a estos “seres” es precisamente el tipo de experiencia que cada uno vive en esos momentos.”.(Baca, 2010, pág. 1)

La teoría general del turismo, analiza al turismo como un sistema abierto, abarcando al turista, la región, las vías de acceso, los destinos turísticos y la industria hotelera.

### Sistemas Turísticos

(Pérezpeña, 2012), acerca de los sistemas turísticos: “la naturaleza de la actividad es un resultado complejo de interacciones entre diferentes sectores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.

**Gráfico N° 1 Sistema Turístico**



**Fuente:**(Moreno, 2010)

Se consideran como parte de nuestro sistema turístico a aquellas personas jurídicas que desarrollen todo el conjunto de actividades destinadas al turista; desenvuelvan también actividades de restauración complementarias de la oferta turística; tengan como misión la organización y comercialización, en general, del conjunto anterior de actividades, bien por cuenta propia o bien por cuenta ajena, suministren información, publicidad y propaganda al turista y

ofrezcan servicios de formación a los profesionales del área.  
(Cabarcos, 2010, pág. 5)

El sistema turístico permite entender el campo de factores directos e indirectos que se desarrollan dentro de la actividad, que sea flexible, adaptable, que responda a las necesidades pedagógicas y esenciales.

### **Sistema Funcional del Turismo**

De acuerdo a los diversos estudios de Luhmann, citado por (Osorio, 2010), en la sociedad funcional se han conformado diez subsistemas que en lo sucesivo denominaremos sistemas funcionales para facilitar su tratamiento como unidades: Dichos sistemas pueden apreciarse en la siguiente figura:

**Gráfico Nº 2 Sistema Funcional del Turismo**



**Fuente:**(Osorio, 2010)

Un sistema funcional en el sector turístico está dado por un conjunto de elementos relacionados. Para lograr fines comunes, para ello es necesario una serie de componentes estratégicos como las empresas, los atractivos, infraestructura, supra estructura, instituciones encargadas del impulso de esta actividad, y el más importante el ser humano que constituye el ente dinamizador de este sistema.

#### **2.1.4 Sistema Funcional del Turismo de Oferta y Demanda**

En este sistema funcional el factor demanda consta de los mercados turísticos actuales y potenciales, tanto nacionales como internacionales, influidos por las tendencias de desarrollo de los mercados y afectados por eventos políticos, financieros, económicos, etc. Los factores de oferta están representados por el desarrollo de productos turísticos consistentes en atractivos, instalaciones y servicios de diversa índole integrada principalmente por el sector privado. (Crosby, Arturo, 2009, pág. 96)

El funcionamiento de este sistema se origina cuando se encuentran la oferta y la demanda a través de un producto turístico, dicho proceso acompañado de la infraestructura forman el sistema de producción. Parte fundamental de este sistema es la superestructura turística que se encarga de medir el nivel de cumplimiento e interrelación de las partes involucradas.

La oferta y demanda juegan un papel muy importante dentro de un sistema turístico; una buena gama de atractivos e instalaciones turísticas hará más atrayente al turista para que visite el lugar.

#### **Que es Gestión**

Son guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución. (Díaz, Mota, & Tovar, 2009)

La palabra gestión se refiere al hecho de administrar, lo cual hará posible la consecución de una actividad y cumplimiento de

objetivos. Gestión abarca un conjunto de trámites o diligencias que dan como resultado el cumplimiento de metas estratégicamente planteadas.

### **Que es Gestión Turística**

Es la gestión de los recursos turísticos (naturales, patrimoniales o históricos, gastronómicos, étnicos, folclóricos, etc.) destinada a la captación, recepción y fidelización de los turistas. Normalmente los proyectos de gestión turística los llevan a cabo ayuntamientos, diputaciones, mancomunidades, etc. Que gestionan sus recursos territoriales turísticos con el último fin de fidelizar a los turistas. Un ejemplo sería aquel municipio que restaura sus bienes patrimoniales y recupera sus tradiciones con el fin de atraer un turismo cultural. (Organization, 2012)

La gestión turística de los recursos naturales, culturales; se dedica a la captación, recepción y fidelización de los turistas generalmente estas actividades las llevan a cabo las autoridades seccionales en nuestro caso los GAD ya sean estos provinciales o cantonales. Para ello se encargan de crear condiciones aptas para que los turistas lleguen al lugar como recuperación de centros considerados como atractivos turísticos, promover eventos culturales, eventos programados.

### **Desarrollo**

Se entiende como desarrollo al avance en los niveles de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país. Partamos de la idea de que desde la antigüedad, la humanidad ha tenido avances o ha progresado hacia lo que somos ahora. Este progreso no termina aquí ya que en la actualidad, la humanidad sigue avanzando y lo seguirá haciendo en el futuro; así nace la idea del desarrollo. (Respuestas, 2013)

El desarrollo es el nivel de crecimiento en: una economía, en lo social, cultural, político, deportivo, a nivel personal, administrando los recursos de manera eficiente.

### **Desarrollo Social**

(Oña, 2010, pág. 39), acerca del desarrollo social: “supone un trabajo comunitario y educativo que busca mejorar/optimizar las condiciones de vida de una comunidad y de los sujetos que en ella habitan, utilizando y potencializando los recursos intrínsecos de la zona en cuestión”.

El desarrollo social está dado por las acciones que toma un grupo de personas organizadas para el bien común.

### **Desarrollo Turístico**

“Industria del turismo –que ya es una de las más importantes creadoras de empleo, está en continuo crecimiento económica y socialmente, especialmente en regiones en desarrollo. Actualmente, Oriente Medio es la región que más crece en el mundo en términos de turismo, por lo que en un futuro la industria deberá hacer frente a una variedad de retos globales (pobreza, igualdad de género, sostenibilidad). Con este fin, el turismo eficiente y responsable es crucial para Oriente Medio, ya que posee es un sector con la capacidad de hacer frente a problemas de desarrollo más importantes”. (Euroarabe, 2013)

El desarrollo dentro del campo turístico es evaluado en su mayoría por el número de visitantes que recibe un determinado atractivo llámese natural o cultural. Dentro del desarrollo turístico contamos con entes

dinamizadoras entre ellas están las industrias de turismo (industrias libres de humo). En la actualidad unos de los polos con más desarrollo turístico es oriente medio, por lo cual esta industria se enfrenta continuamente a retos globales. Para ello es necesario un crecimiento responsable, sostenido y sustentable.

### **Plan de desarrollo Local**

El plan de desarrollo local implica diferentes enfoques que conducen a situaciones diferentes. Por un lado si se plantea el desarrollo desde un enfoque regional, se podrá fomentar el establecimiento de conexiones entre diversas zonas geográficas vecinas, mediante el cual se logra una mejor distribución territorial de los beneficios de la actividad turística, especialmente, hacia aquellas poblaciones y actores sociales menos favorecidos. (Crosby, Arturo, 2009, pág. 28)

Es un instrumento de gestión para impulsar el desarrollo del turismo dentro de una comunidad para potencializar los recursos naturales que tiene el sector.

### **Que es el Mercado**

“Un mercado es un conjunto de compradores y de vendedores que se interrelacionan, posibilitando realizar intercambios. En este punto, es importante destacar la diferencia entre mercado e industria; el mercado es mayor que una industria.(Sanabria, 2011)

Es un lugar definido geográficamente donde generalmente se reúnen compradores y vendedores para efectuar operaciones comerciales. Pero con el avance de la tecnología el concepto de mercado ha cambiado, es considerado como el punto de encuentro entre



vendedores y compradores alrededor de un producto en un momento del tiempo sin ninguna referencia espacial específica.

### **Mercado turístico**

El mercado turístico está conformado por todas las empresas que ofertan sus productos y servicios agentes de viajes, hoteles, empresas de restauración, los habitantes del destino, los demandantes y toda la infraestructura que puede ser utilizada por los turistas.(Granell, 2009)

Un mercado turístico está compuesto por oferentes y demandantes de servicios turísticos, en este mercado existe una gama de atractivos, turísticos, alojamiento, alimentación y otros servicios complementario

## **Oferta Turística**

Para (Cabarcos, Noelia, 2010, pág. 8): “la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios, y clasifica de la siguiente manera:

- **Oferta turística básica:** está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico (agencias de viajes, alojamientos, transportes)
- **Oferta turística complementaria:** está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aún así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio, etc).

La oferta turística es el conjunto de productos y servicios turísticos ofrecidos al visitante de un sector, llamado turista, para su satisfacción en un punto definido, estableciendo un precio por el goce y disfrute de los recursos.

## **Capacidad de Carga**

La capacidad de carga turística se refiere a la cantidad máxima de visitantes que un espacio puede acoger, sin que se perjudiquen los recursos de dicho espacio y se disminuya la satisfacción del visitante.(Olmos & Garcia, 2011, pág. 25)

Se refiere a la cantidad de personas que puede abarcar y satisfacer el destino turístico en un tiempo determinado.

## **Demanda Turística**

El análisis de la demanda turística constituye un aspecto clave en todo proceso de planificación y gestión de la actividad turística. Conocer cuántos son, cómo son y qué uso realizan de los recursos y destinos turísticos los turistas y excursionistas que se acercan a ellos resulta, a efectos operativos, tan importante como el conocimiento de los recursos turísticos y sus posibilidades de mejora y puesta en valor o el conocimiento de la naturaleza y situación de la oferta de orientación privada, que satisface las necesidades de la demanda con origen en los visitantes foráneos. (Anton & González, 2011, pág. 104)

La demanda turística está constituida por todas aquellas personas que acuden a un lugar con efectos de recreación y esparcimiento, y hacen uso de las instalaciones del lugar, visitan los atractivos turísticos, además desembolsan dinero por los servicios recibidos.

### **Factores que Determinan la Demanda Turística**

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

- a) Factores económicos:** que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas. (Press, 2008)

Los factores económicos que son netamente el poder de adquisición y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes,

llámense para el caso turistas. El grado y condiciones, de competencias dentro de un espacio establecido que en este caso son los países receptores.

- b)** Factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.(Press, 2008)

Los factores relativos a las unidades demandantes, entre ellos citamos: los cambio de estación, las fechas vacacionales en los países demandantes, las nuevas tendencias, el grado de percepción de los turistas sobre el atractivo, o zonas geográficas.

- c)** Factores aleatorios: tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes.(Press, 2008)

Los factores aleatorios como los conflictos sociales y guerras, accidentes, desastres naturales, de esto depende el impacto generado y su difusión en los medios de comunicación y su grado de incidencia en los demandantes.

- d)** Factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las

estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.(Press, 2008)

Los factores relativos a la comercialización dependen de la calidad y extensión de los esfuerzos que a la vez dependen de la amplitud y focalización de las estrategias de marketing, de quienes la realizan y en qué lugares geográficos.

### **Gasto Turístico**

Es la totalidad del dinero desembolso por los turistas en la contratación de su viaje y durante toda estancia en su lugar de destino. De este modo, el gasto recoge los distintos gastos de desplazamiento, de alojamiento, de manutención, de compras, de excursiones, de transportes públicos, de alquiler de vehículos, de ocio, etc, que realiza el turista. (Cabarcos, Noelia, 2010, pág. 6)

Se compone del dinero que los turistas gastan al momento de realizar la visita a los sitios turísticos, sea en entradas, usos de infraestructura, alojamiento, alimentación entre otros.

### **Posicionar del Destino Turístico**

Una de las tareas que el sector turístico más confía a la oficina es el posicionamiento del destino en el mercado, como un destino turístico atractivo, competitivo y defenecido. El posicionamiento es aquella imagen que tiene el consumidor de un destino (también puede referirse a una marca, a un producto o un servicio) con referencia a sus atributos y la relación que estos tienen con los de la competencia.(Oriol, 2011, pág. 100)

Un destino se posiciona a través de la calidad de servicios primarios y secundarios que este ofrezca, implementando estándares de calidad en cada uno de los procesos que deba seguir al momento de atender al turista.

### **Atractivo Turístico**

Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda. (Maldonado, 2010)

Los atractivos turísticos son lugares, que despierten el interés del turista, siendo este interés el motivador principal para que el viajero abandone su hogar habitual, dichos atractivos deben ser puestos en valor y aprovechados de forma sostenible, ya que algunos de ellos son perecederos y no renovables.

### **Presentar un Destino Turístico**

Cuando el turista escoge un destino para sus vacaciones acostumbra a tener una imagen del destino en forma de marca en la que ha fijado las expectativas de unas vivencias que en su conjunto habrán de formar la experiencia holística de sus vacaciones. Esta imagen es la que el turista busca y es la que algún modo de espera encontrar cuando ve un folleto o un anuncio del destino. (Oriol, 2011, págs. 121-122)

Una buena publicidad y presentación del destino turístico garantizará la demanda de los atractivos; el lugar donde decide visitar el

turista debe cumplir con las expectativas que le dieron al momento de promocionarlo para que este quede satisfecho.

### **Patrimonio Turístico**

El patrimonio turístico está integrado por bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute. La presencia de atractivos en un determinado país o región es el punto de partida del sistema turístico. Según la naturaleza de tales bienes, cada país elabora y pone en práctica políticas de desarrollo y promoción turística, orientadas a captar determinados sectores de la demanda. (patrimonioturisticoiv.blogspot.com, 2010)

El patrimonio turístico son los recursos naturales, obras creadas por el ser humano, que en el turista requiere conocer y se desplaza para satisfacer su curiosidad o interés.

### **Producto Turístico**

“El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista. (Perdomo, 2010)

El producto turístico es considerado como el conjunto de bienes y servicios indispensables para el desarrollo de actividades de origen turísticas. Dicho producto es ofertado al mercado directamente o indirectamente, en forma individual o en gama amplia de combinaciones, acorde a las necesidades o requerimientos del turista.

## **Los Recursos Turísticos**

Según la OMT, citado por(Sierra, 2010): “Recursos turísticos son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”

Los recursos turísticos son considerados como todo aquello que puede ser utilizado en el turismo, se hace una distinción con los servicios: básicos y complementarios. Los complementarios son decisivos para el turismo y los complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad.

### **La Planta Turística**

La planta turística la conforman todos los servicios turísticos directos proporcionados por los prestatarios turísticos (hoteleros, restaurantes, agencias de viajes). La diferencia con la infraestructura es que aquella consta de los servicios básicos, generalmente suministrados por el aparato estatal. Mientras que la planta turística incorpora los servicios turísticos propiamente dichos: alojamiento, transportación, agencias de viajes, agencias emisoras.(Quesada, 2010, pág. 188)

La planta turística conforma los instrumentos útiles y necesarios para la producción y prestación de los servicios turísticos entre los principales están: empresas turísticas, la información, la señalética turística, entre otras.

### **Equipamiento Turístico**



De acuerdo a (Quesada, 2010, pág. 190), el equipamiento turístico es “la parte de la planta que tiene mayor peso. Por ello, aunque de manera muy breve, nos referimos a las cuatro categorías establecidas: alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios”.

El equipamiento es definido como el eje de funcionamiento de la actividad turística en la actualidad. Está formada por empresas las cuales producen servicios de primera necesidad para el turista: entre ellos citamos: restaurants, hoteles, transporte.

### **La Infraestructura Turística**

Para (Quesada, 2010, pág. 181), “la infraestructura turística satisface las necesidades, tanto del turismo como de otras actividad, se debe hablar de infraestructura turística cuando esta sea exclusiva de esta actividad”.

La infraestructura turística está definida como una modalidad de la infraestructura general del país por lo que forma parte indispensable de la oferta turística, los costos que involucran son altos, por lo que en ocasiones son un obstáculo para el desarrollo de las actividades turísticas, por lo que su construcción es estratégica. Es necesario diagnosticar para poder promover modificaciones o ampliaciones.

### **Los Servicios Complementarios**

Estos servicios tienen gran importancia debido a que los turistas que visitan el lugar turístico deben contar con todas las garantías necesarias para la satisfacción del servicio, entre las medidas más importantes se incluye sanidad, seguridad, salud.

## **Tendencias actuales en la oferta turística**

El sector turístico es un sector sometido a un continuo proceso de cambio y evolución. Al igual que se habla de tendencias en otros sectores económicos, como el de la moda, el del motor o el de la decoración, el sector turístico se caracteriza por una serie de tendencias. Dichas tendencias están referidas al mercado turístico; por tanto, algunas lo están a la oferta y otras a la demanda. Aunque en unidades posteriores se va analizar cada uno de estos (oferta y demanda).(Olmos & Garcia, 2011, pág. 25)

### **Adaptación a las nuevas exigencias del entorno.**

El turista de hoy en día es un turista experimentado, que ha visitado muchos destinos y por tanto, su nivel de exigencia es cada vez mayor. Las empresas y destinos turísticos tienen que atender estas nuevas demandas, ofreciendo servicio de calidad. (Olmos & Garcia, 2011, pág. 26)

En la actualidad la oferta turística está adaptando a las necesidades del mundo actual en este caso la demanda turística, entre los principales intereses que exponen tenemos: calidad del entorno, la seguridad, productos especializados, calidad de tiempo de ocio, protección del medio ambiente como una de las políticas promulgadas. Para los agentes del sector turístico los cambios continuos y su fácil capacidad de adaptación a las nuevas exigencias de los clientes sin descartar también los altos estándares de competencia en lineamientos de la globalización. Tomando en cuenta que las bases del desarrollo de la actividad turística va de la mano con el cuidado y preservación del medio ambiente con propuestas sostenibles.

## **Concentración empresarial**

“La concentración empresarial es un proceso de reducción progresiva del número de empresas o unidades de producción independientes (su grado de autonomía decisional) y de aumento de tamaño de las que le suceden, o concentración económica por el lado de la oferta. Son procedimientos de la concentración de empresas la fusión, la absorción, la toma de participación en el capital social y los acuerdos interempresariales. Puede tener lugar a través del doble proceso de integración vertical u horizontal. (Bonilla, 2009)

Las empresas de turismo estrechan alianzas, fusiones y adquisiciones estratégicas con otras empresas de servicio turísticos para atraer de mejor manera a los turistas especialmente a los internacionales.

Esta tendencia esta está beneficiando a la mayoría de empresas turísticas debido a que se forma un efecto multiplicador para la empresa de viajes, alojamiento, alimentación y prestación de atractivos turísticos.

## **Las nuevas tecnologías como medio de promoción y venta turística**

### **Marketing directo**

El objetivo de las empresa y destinos es, en primer lugar, captar clientes y en segundo, fidelizarlos. Ello se puede conseguir mantenimiento de una relación duradera con el cliente, a través de envíos continuos y periódicos de información (tradicionalmente por correo postal o telefónico y, actualmente, por correo electrónico, felicitaciones, etc.) esta filosofía del

marketing directo, el cual se ve muy favorecido por el desarrollo de las nuevas tecnologías, ya que abaratan los costes en el envío de información y agilizan el contacto con clientes.(Olmos & Garcia, 2011, pág. 32)

La forma de publicitar los atractivos turísticos depende en gran medida que el turista conozca y decida desplazarse hacia el lugar, es por ello que los medios de publicidad deben ser muy llamativos y específicos.

### **Factores que obstaculizan el desarrollo de la demanda interna**

#### **Concentración geográfica de la demanda**

“Los flujos internos provienen de los principales centros urbanos y su destino se concentra en regiones que cuentan con mayor dotación de Servicios Turísticos”.(Euroarabe, 2013)

Los flujos de turistas internos o domésticos provienen de los centros urbanos y su destino se localiza en regiones que cuentan con mayor dotación de servicios de calidad turística.

#### **Factores de demanda: internos y externos**

De acuerdo a un sondeo realizado por el (Ministerio de Turismo de la Región Sierra Norte en las Provincias del Carchi e Imbabura), a una muestra de 100 pasajeros extranjeros y 100 nacionales, en las ciudades de Otavalo, Ibarra y Tulcán, se han obtenido los siguientes resultados:

#### **Turista Extranjero**

Entre los turistas extranjeros que visitan la región norte de Ecuador, se encuentran jóvenes de 18 a 25 años y adultos de 42 a 50 años; los viajeros tienen un nivel de educación universitaria y profesionales con postgrado, ingresos monetarios mensuales entre 1500 – 3000 dólares y 7500 dólares en aumento, lo cual indica un nivel exigente de la demanda.

La mayoría de visitantes son de origen europeo y norteamericano, entre los principales motivos de viaje esta las culturas locales y la naturaleza, aproximadamente el 55% de los visitantes son de género masculino y 45% femenino, con un poder de gasto diario de 50 dólares o más. Los medios informativos por los que el turista elige su destino de viaje son variados entre las Web, guías internacionales y recomendaciones publicadas en conocidos libros y guías de viajero.

Los mercados internacionales que consumen este producto son: EEUU, España, Francia y Alemania.

### **Turista Nacional**

En su mayoría los viajeros son jóvenes entre 18 y 29 años seguidos de otro grupo de 30 a 40 años, los que presentan ingresos mensuales promedio de \$500 y \$1.000 dólares. En un 50% con nivel educativo universitario, prácticamente se tiene por igual visitantes mujeres como hombres. Su poder de gasto se encuentra entre los 30 dólares promedio por día y por persona.

Los visitantes en su mayoría son de Quito, que viajan en grupos organizados o en compañía de su familia, vacaciones de 5 días promedio y van hacia lugares que ofrecen naturaleza y vida silvestre. El turismo comunitario es un sector en expansión, constituyendo una alternativa de generación de empleo e ingresos para aquellas poblaciones que poseen características culturales o recursos naturales.

El número de extranjeros que llegan al Ecuador ha aumentado notablemente a lo largo del año 2010 con un total de 1'044.000 turistas visitaron el país, lo que representa un aumento de casi el 8% frente a los 968.499 extranjeros que visitaron el país en el año 2009.

**Tabla Nº 1 Serie de Ingreso de Turistas Años 2006 – 2010**

	2006	2007	2008	2009	2010
<b>ENE</b>	78,856	61,392	68,480	67,521	71,169
<b>FEB</b>	63,408	70,704	76,765	72,591	74,437
<b>MAR</b>	63,504	74,929	77,946	72,226	82,421
<b>ABR</b>	62,108	67,788	67,557	72,910	70,538
<b>MAY</b>	57,275	68,583	74,667	70,277	77,619
<b>JUN</b>	71,789	85,769	89,262	89,889	91,588
<b>JUL</b>	89,829	101,088	109,250	102,571	110,543
<b>AGO</b>	77,826	91,309	96,336	87,221	95,207
<b>SEP</b>	65,198	64,966	73,757	68,124	71,757
<b>OCT</b>	66,538	72,365	79,814	77,960	83,681
<b>NOV</b>	65,359	73,273	83,458	76,965	81,252
<b>DIC</b>	78,865	83,813	86,698	91,070	96,358
<b>TOTAL</b>	<b>840,555</b>	<b>915,979</b>	<b>983,990</b>	<b>949,325</b>	<b>1,006,570</b>

**Fuente:** Estudio Marca y Hábitos del turista no residente en el Ecuador julio 2010

**Elaborado por:** Dirección de Inteligencia de Mercados-MINTUR

**Entradas y Salidas Ciudadanos/as Ecuatorianos/as y Extranjero/as  
en Ecuador**

1 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE 2013				
Ecuatorianos/as		Extranjeros/as		TOTAL MOVIMIENTO MIGRATORIO
Entrada	Salida	Entrada	Salida	
945.515	963.399	1.117.788	1.096.804	4.123.506
1 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE 2014				
Ecuatorianos/as		Extranjeros/as		TOTAL MOVIMIENTO MIGRATORIO
Entrada	Salida	Entrada	Salida	
1.054.500	1.080.492	1.274.125	1.240.387	4.640.504
TAZA DE CRECIMIENTO				
10,57%	12,15%	13,99%	13,09%	12,54%

**Fuente:** Unidad de Control Migratorio del Ecuador 1 de Enero al 31 de octubre 2014.

**Elaborado por:** Unidad de Control Migratorio del Ministerio del Interior.

Teniendo claro todas las definiciones anteriores acerca de la Oferta turística podemos decir que Mira es un cantón con mucho potencial turístico aun sin aprovechar, es decir con recursos turísticos naturales y culturales, diversidad climática y poblacional con productores dispuestos a ofertar turismo de calidad satisfaciendo las necesidades de los turistas.

## **Glosario de términos**

**Circuito turístico:** Gira turística con regreso al mismo sitio de partida que realizan las personas.

**Corriente turística:** Conjunto de personas que viajan con fines de recreación turística hacia otro lugar que no es el suyo.

**Demanda turística:** conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones".(Organization, 2012)

**Ecoturismo:**es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza.

**Entorno:** Conjunto de características físicas, químicas y biológicas que condicionan y definen

**Excursión:** Viaje que se hace fuera del lugar de residencia por un periodo menor a 24 horas.

**Excursionista:** Visitantes temporales que permanecen menos de 24 horas (excluyendo viajeros en tránsito).las cualidades del entorno natural.

**Mercado turístico:** un mercado turístico es donde fluyen la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos. Un mercado turístico está compuesto de compradores de servicios turísticos y vendedores de servicios turísticos.

**Método inductivo:** es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico



más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

**Patrimonio turístico:** Es el conjunto de elementos turísticos con que cuenta un país o región en un momento determinado para su desarrollo turístico.

**Planta turística:** Es la combinación de bienes y servicios. Está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino elegido.

**Servicios turísticos:** El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas.

**Sistema turístico:** Según la OMT la actividad turística es el resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente; y el sistema turístico está formado por: la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores del mercado.

**Turismo interior:** es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país o región de referencia; Incluye el turismo interno y el turismo receptor

**Turismo nacional:** es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país o región de referencia. Incluye el turismo interno y el turismo emisor.

**Turismo receptivo:** Tipo de turismo que realizan turistas de países foráneos y que entran al territorio de un país receptor.

**Turismo:** Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

**Turista:** Es un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

**Turismo Rural:** El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que, una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios. El agroturismo, el turismo ecológico y el ecoturismo son algunas de las modalidades que, de acuerdo a sus características, pueden incluirse dentro del turismo rural.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Diseño de Investigación**

Para el estudio del desarrollo y la gestión de la oferta y la demanda turística del cantón Mira en los últimos cinco años, se realizó una investigación no experimental, debido a que no se manipuló las variables de estudio. La investigación se basó en la observación de los atractivos en su estado natural para ser analizados.

Para (Ávila, 2011), la investigación de campo es: “la investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables”

#### **Tipo de Investigación**

Se aplicó una investigación de campo debido a que se acudió a los atractivos turísticos naturales en el cantón Mira, fue descriptiva porque se describió los datos e información de la situación actual de cada uno de los atractivos turísticos del cantón y el impacto que tienen en la vida de la población, así como también las costumbres de los habitantes y, fue propositiva porque se elaboró una propuesta con el fin de mejorar el desarrollo turístico del cantón Mira.

La investigación de campo para (Hernandez, 2011), “es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

Además se aplicó la investigación bibliográfica debido a que se requirió de información de libros, revistas y páginas web especialmente para la elaboración del diagnóstico y marco teórico.

## **Técnicas**

### **Observación**

La observación es una parte fundamental de la práctica científica. En las ciencias empíricas la investigación empieza y acaba en la observación: el científico comienza su investigación con la medida o descripción de algún fenómeno percibido, y la termina con la comprobación de que la realidad se comporta tal y como suponen sus hipótesis. La observación es la recolección de datos de las realidades empíricas. (Echegoyen, 2010)

Fue necesario aplicar una ficha de observación para conocer los atractivos y plantas turísticas existentes en el cantón Mira.

Es importante mencionar que dicho inventario no es oficialmente legalizado, debido a que es competencia del Ministerio de Turismo y del departamento de Turismo y Cultura del cantón Mira, sin embargo, se lo aplicó para dar cumplimiento a la investigación, no obstante la información fue real.

## **Entrevista**

“Es una técnica para obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales”. (Ruiz, 2012, pág. 165)

Se realizaron entrevistas a los representantes de la estructura institucional pública como el alcalde del cantón Mira, para determinar el nivel de intervención que el municipio aplica en la gestión del desarrollo de la oferta y la demanda turística y los proyectos futuros del cantón. Al director departamental del GAD Mira de Turismo y Cultura para poder valorar los criterios que poseen sobre la gestión, planificación y el desarrollo del turismo en los últimos 5 años. También se entrevistó a un representante de los emprendimientos turísticos.

Es preciso resaltar que la entrevista fue estructurada con preguntas claras y de fácil comprensión, permitiendo emitir criterios valiosos para llegar a importantes conclusiones.

## **Encuesta**

De acuerdo a (Benalcázar M. , 2010, pág. 42), la encuesta se aplica a: “un número relativamente grande de personas previamente establecido con determinadas características....., para su construcción se sugiere aplicar normas de diseño y validez, de acuerdo a los objetivos, variables e indicadores, y a las preguntas directrices; la encuesta se aplica a la muestra calculada”.

Aplicadas a turistas que llegan al cantón Mira, permitieron adquirir información estratégica de los atractivos y el desarrollo turístico.

## **Instrumentos**

Para la entrevista y encuesta se utilizó el cuestionario estructurado, y para la observación se aplicaron fichas de observación que permitió recolectar información relevante para el estudio.

## **Población**

De acuerdo a (Perez, 2012): “se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, y poseen comúnmente, características en común. También se dice “población” a la acción o acto de poblar”.

La población motivo de estudio fueron los 38.010 turistas que visitan el cantón Mira, según información obtenida de la Dirección Nacional de Migración del Ecuador.

Como autoridades del cantón Mira se investigó a 1 alcalde del cantón Mira, 1 director del Departamento de Turismo y Cultura del GAD Mira.

## **Muestra**

La muestra es son tal vez, lo que proporciona mayor prestigio a la estadística actual, por cuanto permiten sustituir el conjunto total del universo por una parte relativamente pequeña del mismo. (Perelló, 2011, pág. 112)

Debido a que la población de turistas es relativamente grande, se procedió a realizar cálculo de la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(p)(q)(\sigma)^2}{(e)^2(N - 1) + (p)(q)(\sigma)^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$$n = \frac{N(p)(q)(\sigma)^2}{(e)^2(N - 1) + (p)(q)(\sigma)^2}$$

Fuente: Dirección Nacional de Migración del Ecuador.

$$n = \frac{38010(50\%)^2(1.96)^2}{(0.05)^2(38010 - 1) + (50\%)(50\%)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{365.04804}{95.032104}$$

$$n = 3.84$$

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas del cantón Mira

##### Género

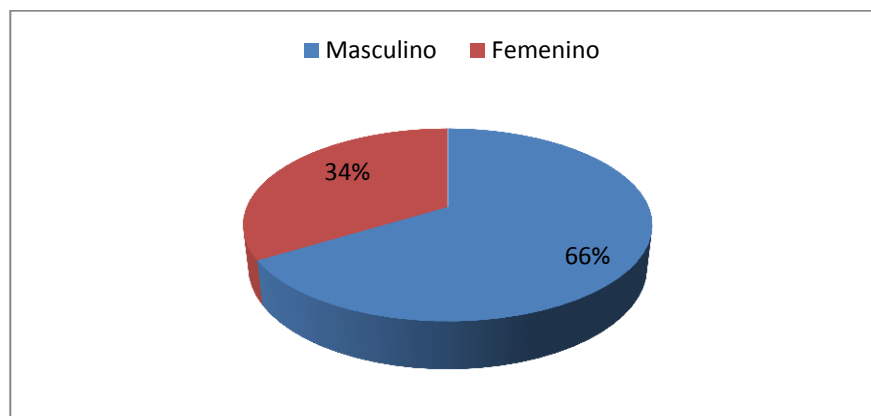
**Tabla Nº 2 Género de los turistas investigados**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	252	66.32
Femenino	128	33.68
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira

Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 3 Género de los turistas investigados**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira

Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

##### **Interpretación:**

La mayor parte de turistas que acuden al cantón Mira y fueron investigados son de género masculino, un poco más de la cuarta parte de género femenino.



## Edad

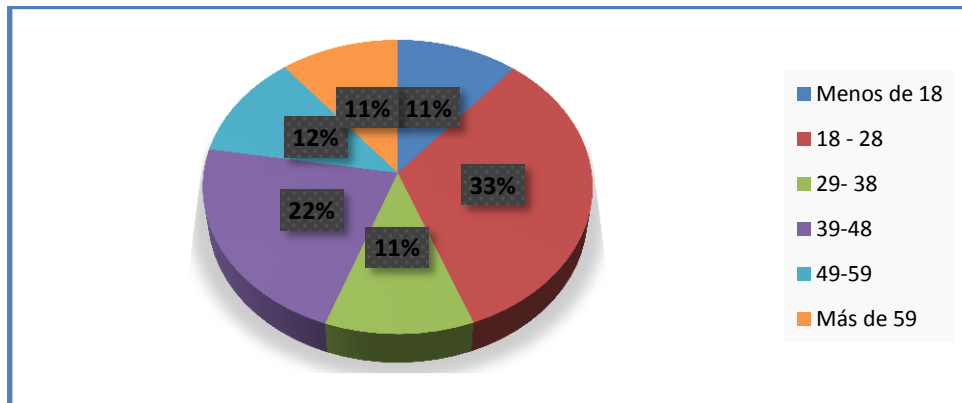
**Tabla Nº 3 Edad de los turistas investigados**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18	42	11,05%
18 - 28	126	33,16%
29- 38	43	11,32%
39-48	84	22,11%
49-59	44	11,58%
Más de 59	41	10,79%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira

Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 4 Edad de los turistas investigados**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira

Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### Interpretación:

Los turistas que visitan el cantón Mira son de todas las edades, debido a que es un lugar de fácil acceso y tiene variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, en este caso específico la mayor parte de turistas que visitaron el cantón Mira comprendieron en una edad de 29 a 48 años es decir una población joven.

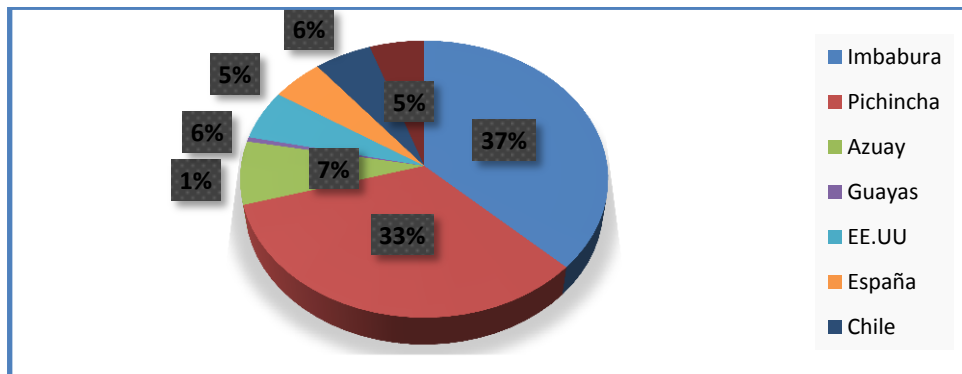
## 1. Su lugar de procedencia es:

**Tabla Nº 4 Procedencia del turista**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Imbabura	141	37,11%
Pichincha	127	33,42%
Azuay	28	7,37%
Guayas	2	0,53%
Colombia	22	5,79%
España	19	5,00%
EE.UU	21	5,53%
Argentina	20	5,26%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 5 Procedencia del turista**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### Interpretación:

El gráfico muestra que un gran número de turistas proviene principalmente de la provincia de Imbabura por ser la más cercana y la provincia de Pichincha, cabe resaltar que existe turistas extranjeros de: Colombia (por la situación geográfica) y en menor intensidad Estados Unidos, España, Argentina, haciendo del turismo de Mira un atractivo acogido a nivel internacional.

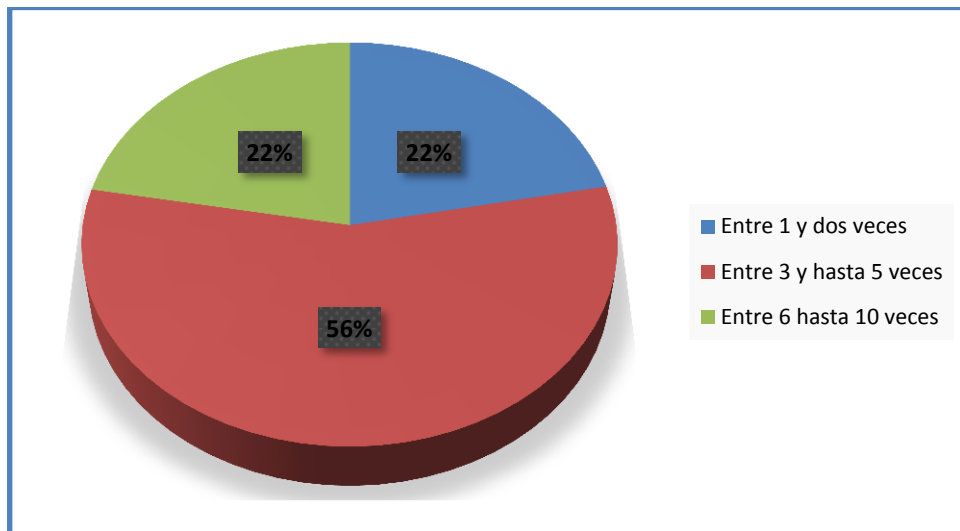
## 2. ¿Cuántas veces ha visitado el cantón Mira?

**Tabla N° 5 Frecuencia de visita**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y dos veces	83	21,84%
Entre 3 y hasta 5 veces	213	56,05%
Entre 6 hasta 10 veces	84	22,11%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico N° 6 Frecuencia de visita**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### **Interpretación:**

Los turistas investigados, en su mayoría afirman haber visitado el cantón Mira entre 3 y 5 veces; seguido de 1 y 2 veces, un porcentaje menor entre 6 y 10 veces, este porcentaje está dado especialmente de los turistas que proceden de la provincia de Imbabura por su cercanía.

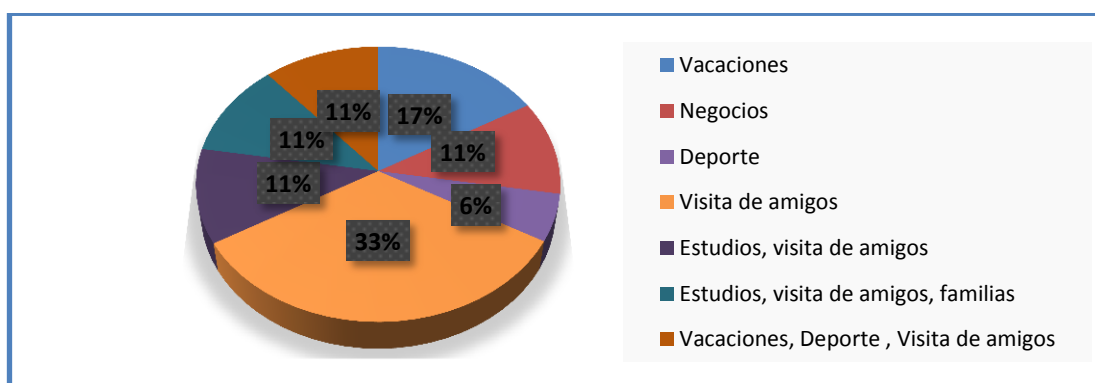
### 3. ¿Cuál es el principal motivo de viaje?

**Tabla Nº 6 Motivo de viaje**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	63	16,58%
Negocios	42	11,05%
Deporte	21	5,53%
Visita de amigos	127	33,42%
Estudios, visita de amigos	42	11,05%
Estudios, visita de amigos, familias	42	11,05%
Vacaciones, Deporte , Visita de amigos	43	11,32%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 7 Motivo de viaje**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre, Sabin, 2014

#### **Interpretación:**

Se puede observar que un porcentaje representativo acude al cantón Mira por visitar a amigos, además existen motivos combinados para visitar el cantón como: estudios, visita de amigos, familias, deportes, vacaciones y negocios.

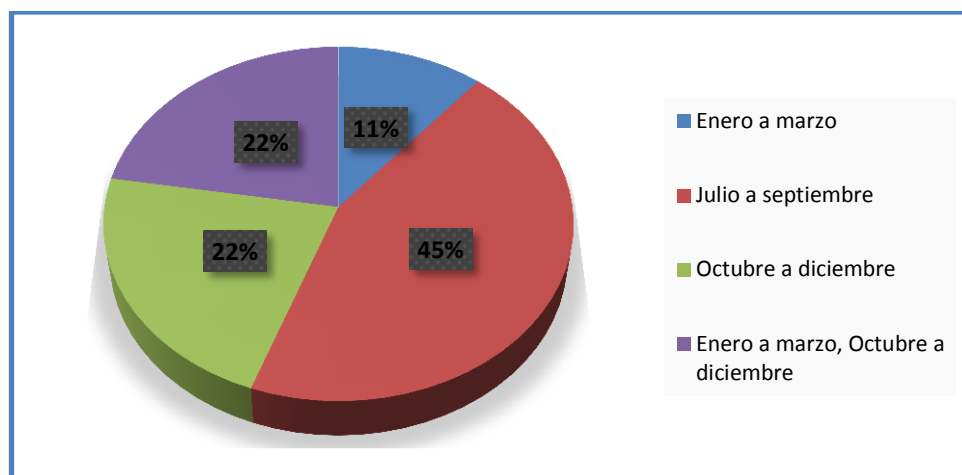
#### 4. ¿En qué mes visita el Cantón Mira?

Tabla N° 7 Mes de visita

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Enero a marzo	42	11,05%
Julio a septiembre	169	44,47%
Octubre a diciembre	84	22,11%
Enero a marzo, Octubre a diciembre	85	22,37%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

Gráfico N° 8 Mes de visita



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

#### Interpretación:

Los turistas prefieren los meses de julio a septiembre para salir a visitar los atractivos del cantón Mira, debido a varios aspectos uno de ellos es que en la región sierra es temporada de vacaciones, un poco menos de la cuarta parte de octubre a diciembre.

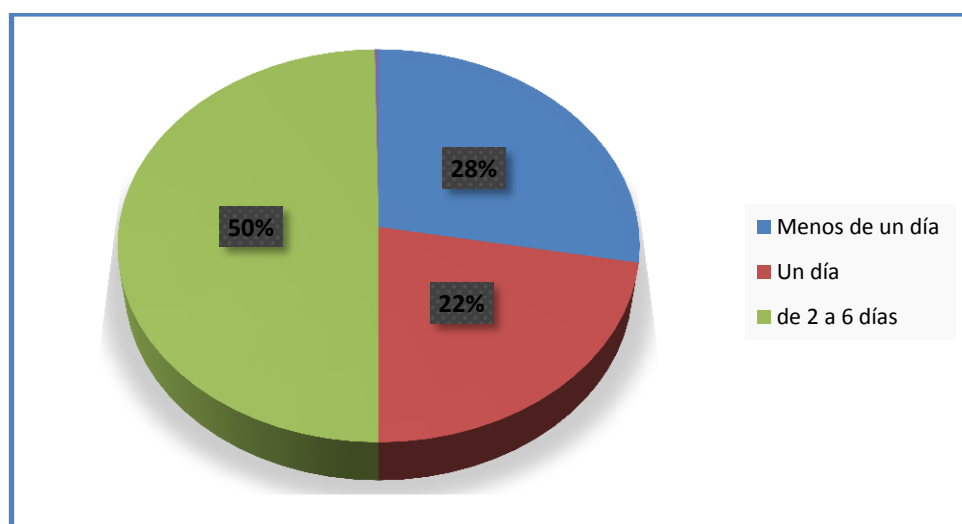
## 5. ¿Cuántos días permanece en el Cantón Mira?

**Tabla Nº 8 Días de permanencia**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un día	106	27,89%
Un día	84	22,11%
de 2 a 6 días	189	49,74%
Una semana	1	0,26%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 9 Días de permanencia**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### **Interpretación:**

Se puede observar que la mitad de turistas que visitan el cantón Mira pernotan en el cantón entre 2 a 6 días, un poco más de la cuarta parte afirma que menos de un día, menos de la cuarta parte un día.

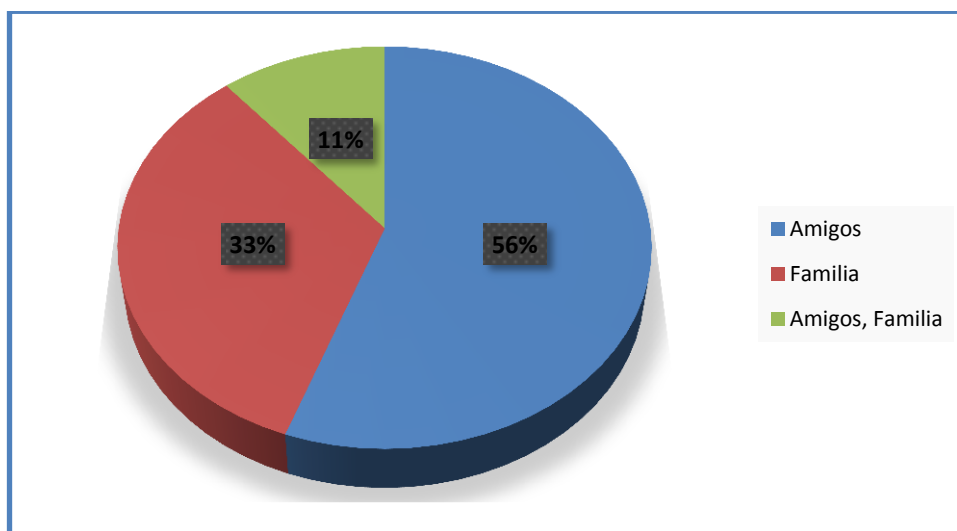
## 6. ¿Cuándo viaja prefiere hacerlo con?

**Tabla N° 9 Con quien viaja**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	211	55,53%
Familia	127	33,42%
Amigos, Familia	42	11,05%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico N° 10 Con quien viaja**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### **Interpretación:**

La mayoría de turistas que visitan el cantón Mira lo hace acompañado de amigos, un poco más de la cuarta parte con la familia y un mínimo porcentaje acompañado de la familia y amigos.

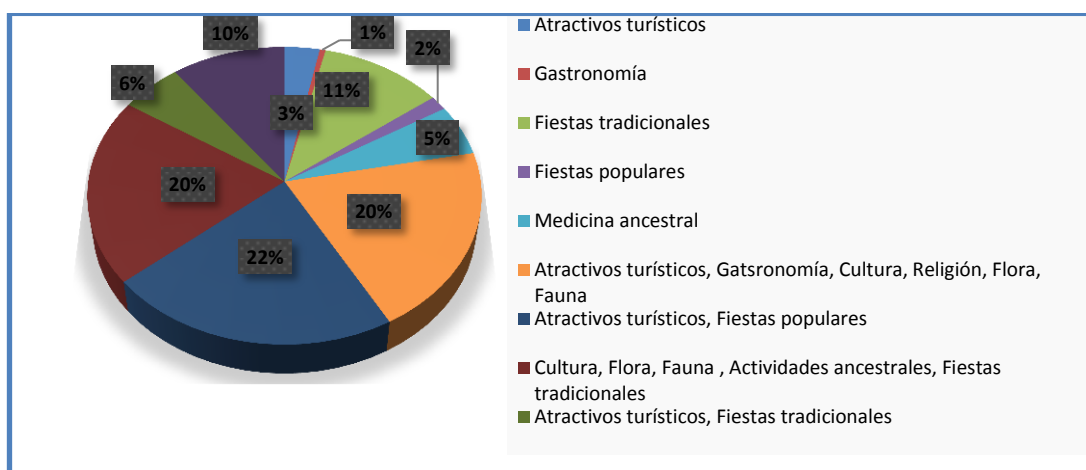
## 7. ¿Cuáles son las expectativas para visitar el Cantón?

**Tabla Nº 10 Expectativas de visita**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos turísticos	12	3,16%
Gastronomía	2	0,53%
Fiestas tradicionales	42	11,05%
Atractivos turísticos, Gastronomía, Cultura, Religión, Flora, Fauna	76	20,00%
Atractivos turísticos	84	22,11%
Cultura, Flora, Fauna , Actividades ancestrales, Fiestas tradicionales	77	20,26%
Actividades ancestrales, Fiestas tradicionales, Fiestas populares	39	10,26%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 11 Expectativas de visita**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### Interpretación:

Las expectativas que los turistas tienen al momento de visitar el cantón Mira son variadas, entre las que más prevalecen están: cultura, flora, fauna, actividades ancestrales, fiestas tradicionales y atractivos turísticos; pocos turistas acuden solamente por un solo servicio como de gastronomía, fiestas tradicionales, fiestas populares y por medicina ancestral.



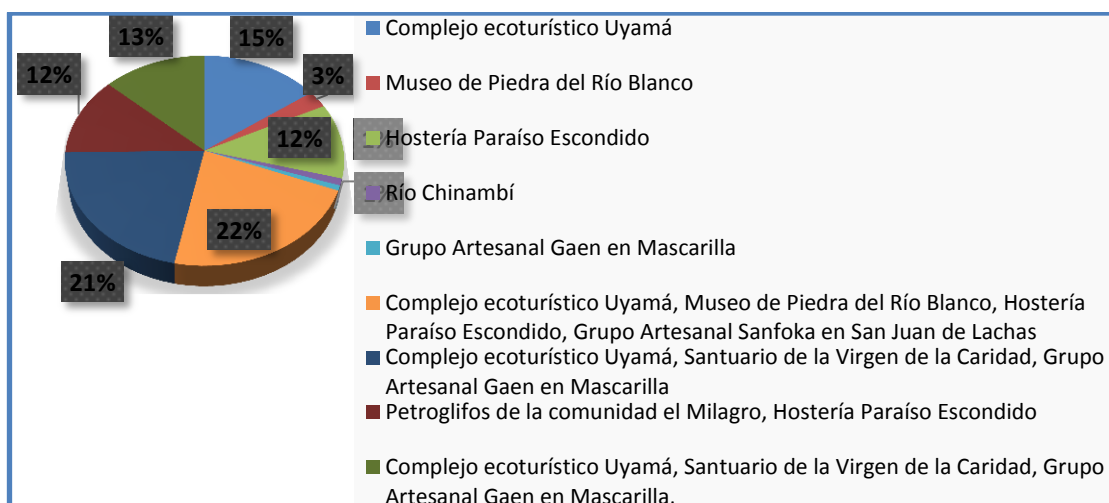
## 8. ¿Qué atractivos Turísticos conoce usted del cantón Mira?

**Tabla Nº 11 Atractivos que conoce del cantón Mira**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Complejo eco turístico Uyamá	57	15,00%
Museo de Piedra del Río Blanco	10	2,63%
Hostería Paraíso Escondido	44	11,58%
Río Chinambí	4	1,05%
Grupo Artesanal Gaen en Mascarilla	3	0,79%
Complejo ecoturístico Uyamá, Museo de Piedra del Río Blanco, Hostería Paraíso Escondido, Grupo Artesanal Sanfoka en San Juan de Lachas	84	22,11%
Complejo ecoturístico Uyamá, Santuario de la Virgen de la Caridad, Grupo Artesanal Gaen en Mascarilla	82	21,58%
Petroglifos de la comunidad el Milagro, Hostería Paraíso Escondido	46	12,11%
Complejo ecoturístico Uyamá, Santuario de la Virgen de la Caridad, Grupo Artesanal Gaen en Mascarilla,	50	13,16%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 12 Atractivos que conoce del cantón Mira**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### Interpretación:

El gráfico muestra que los turistas del cantón Mira, conocen varios atractivos turísticos, los más visitados son :Complejo eco turístico Uyamá, Santuario de la Virgen de la Caridad, Grupo Artesanal Gaen en Mascarilla, Museo de Piedra del Río Blanco, Hostería Paraíso Escondido, Grupo Artesanal Sanfoka en San Juan de Lachas.

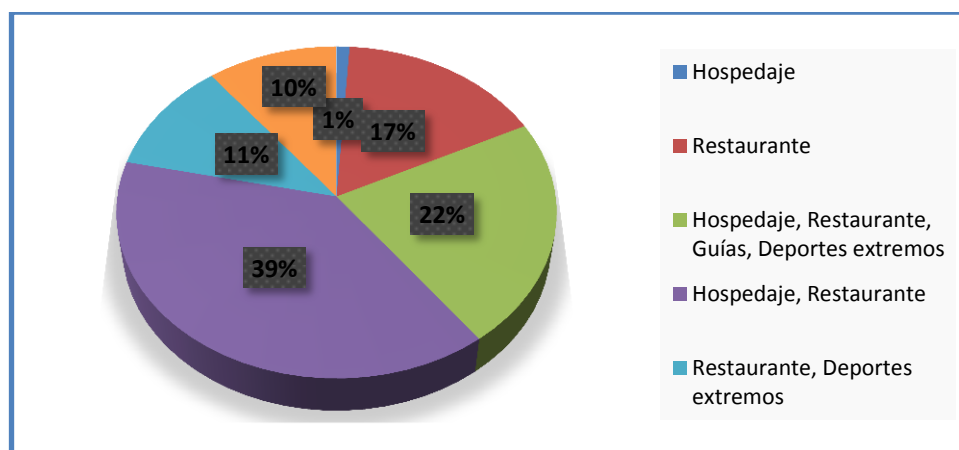
9. ¿Cuál de los siguientes servicios ha utilizado durante su permanencia en el cantón Mira?

Tabla N° 12 Servicios más utilizados

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	4	1,05%
Restaurante	63	16,58%
Hospedaje, Restaurante, Guías, Deportes extremos	84	22,11%
Hospedaje, Restaurante	147	38,68%
Restaurante, Deportes extremos	42	11,05%
Hospedaje, Guías	40	10,53%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

Gráfico N° 13 Servicios más utilizados



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Interpretación:**

Los servicios que con mayor frecuencia utilizan los turistas al momento de visitar el cantón Mira son: hospedaje y restaurante, seguido de deportes extremos y guías.

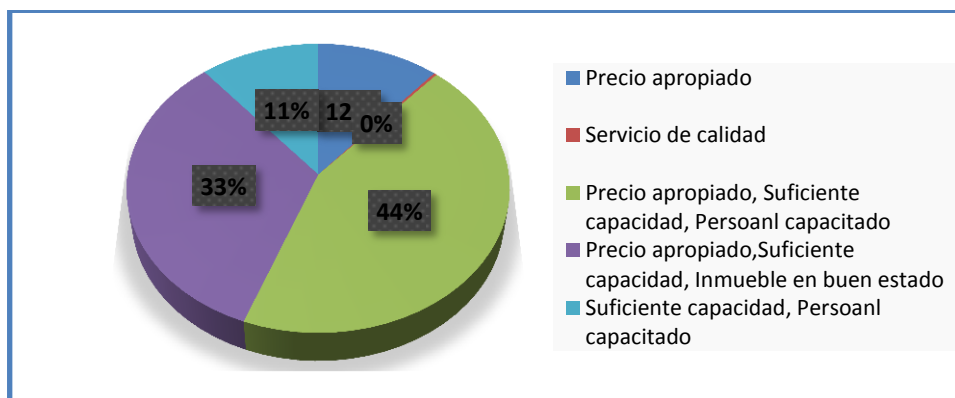
10. ¿Considera usted que los establecimientos hoteleros y gastronómicos en el cantón el cantón Mira cumplen con los siguientes parámetros?

**Tabla N° 13 Establecimientos cumplen con parámetros**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Precio apropiado	43	11,32%
Servicio de calidad	1	0,26%
Precio apropiado, Suficiente capacidad, Personal capacitado	168	44,21%
Precio apropiado, Suficiente capacidad, Inmueble en buen estado	126	33,16%
Suficiente capacidad, Personal capacitado	42	11,05%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico N° 14 Establecimientos cumple con parámetros**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Interpretación:**

Los turistas afirman que, los establecimientos hoteleros y gastronómicos en el cantón el cantón Mira, en su mayoría cumplen con los siguientes parámetros: precio apropiado, capacidad, inmueble en buen estado; personal capacitado.

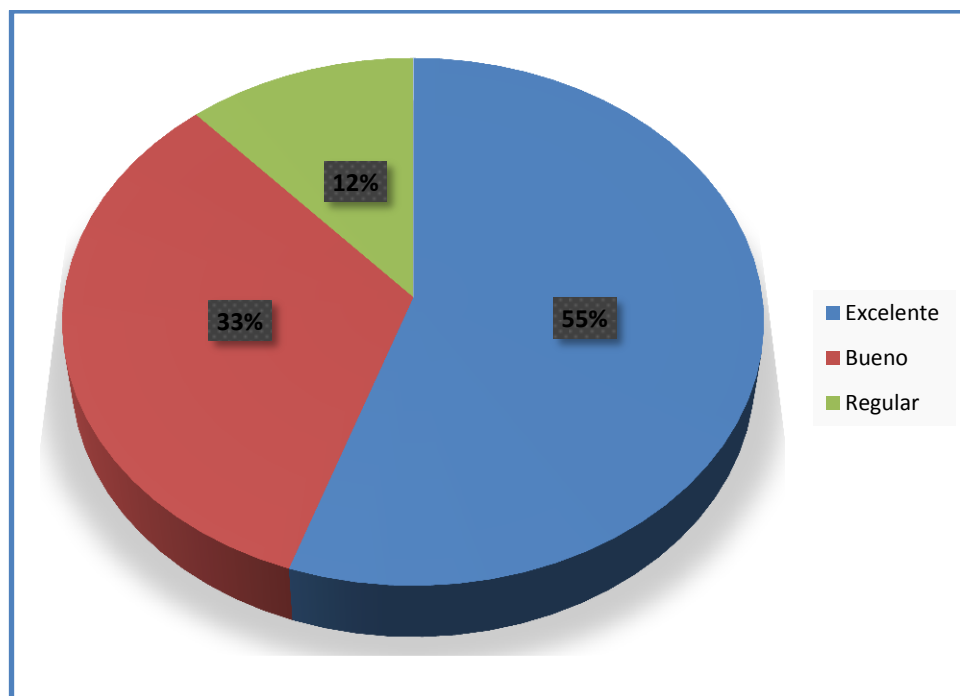
## 11. ¿Cómo califica la oferta turística en el cantón Mira?

**Tabla Nº 14 Oferta turística del cantón Mira**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	210	55,26%
Bueno	126	33,16%
Regular	44	11,58%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico Nº 15 Oferta turística del cantón Mira**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### **Interpretación:**

Los turistas que visitan el cantón Mira, en su mayoría califican como excelente la oferta turística, un poco más de la cuarta parte como bueno y un mínimo porcentaje regular.

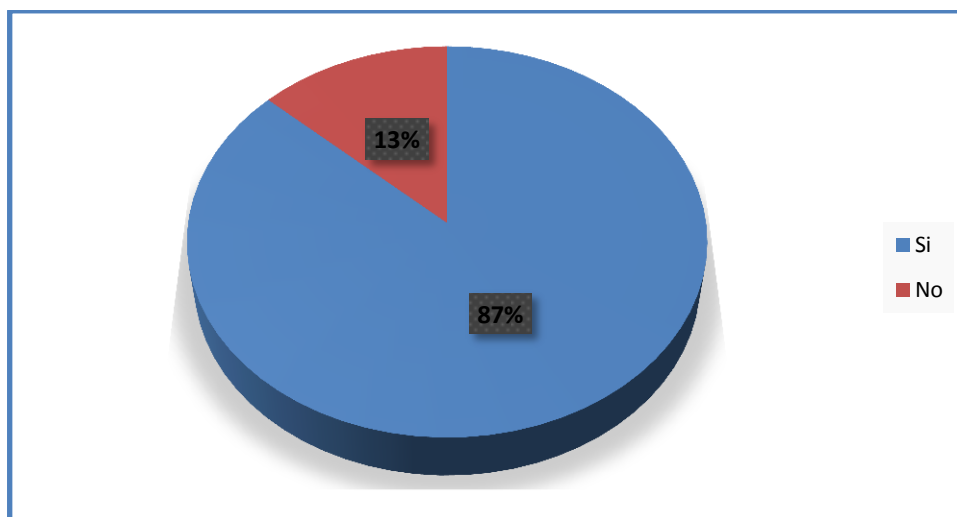
## 12. ¿Según su criterio, Mira es un cantón potencialmente Turístico?

**Tabla N° 15 Mira potencial turístico**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	330	86,84%
No	50	13,16%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico N° 16 Mira potencial turístico**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### **Interpretación:**

La gran mayoría de turistas investigados, afirma que el cantón Mira es un cantón potencialmente turístico debido a su gran gama de atractivos y servicios turísticos, un pequeño porcentaje afirma lo contrario.

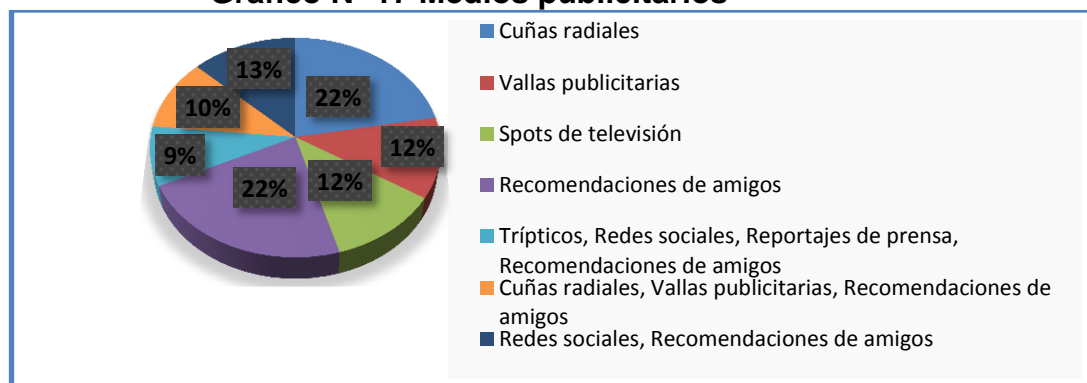
### 13. ¿A través de qué medios publicitarios usted conoció el cantón Mira?

**Tabla N° 16 Medios publicitarios**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cuñas radiales	84	22,11%
Vallas publicitarias	45	11,84%
Spots de televisión	44	11,58%
Recomendaciones de amigos	85	22,37%
Trípticos, Redes sociales, Reportajes de prensa,	33	8,68%
Cuñas radiales, Vallas publicitarias, Recomendaciones de amigos	40	10,53%
Redes sociales, Recomendaciones de amigos	49	12,89%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico N° 17 Medios publicitarios**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

#### Interpretación:

El medio publicitario que más ha prevalecido para que los turistas conozcan de los atractivos turísticos que tiene el cantón Mira es las recomendaciones de los amigos, es decir la publicidad boca a boca; seguido de spots radiales, vallas publicitarias y spots de televisión.

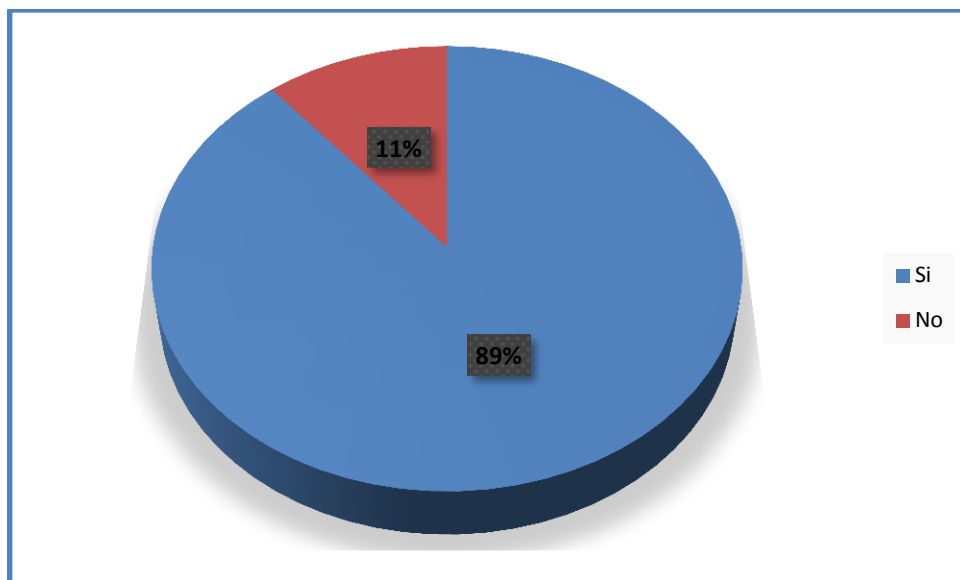
**14. ¿Cree que una guía turística ayudaría a incrementar el turismo en el cantón Mira?**

**Tabla N° 17 Guía turística del cantón Mira**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	338	88,95%
No	42	11,05%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Gráfico N° 18 Guía turística del cantón Mira**



Fuente: Encuesta aplicada a turistas del cantón Mira  
Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Interpretación:**

La gran mayoría de turistas investigados afirman que una guía turística del local sí ayudaría a incrementar el turismo en el cantón Mira; un mínimo porcentaje opina lo contrario.

### Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas

Detalle	Características	Observación
Género	66.32% masculino 33.68% femenino	La mayor parte de turistas que visitan el cantón Mira son hombres debido a que tienen más facilidades para viajar que el grupo femenino.
Edad	18 – 48	La mayor parte de turistas se encuentran comprendidos entre 18 a 48 años, debido a que los atractivos son de fácil acceso y hay variedad de oferta turística para todas las edades.
Procedencia	37.41% Imbabura 33.42% Pichincha 5.79 % Colombia	La mayor parte de turistas provienen de las provincias de Imbabura y Pichincha y del vecino país Colombia debido a la cercanía que tienen con el cantón.
Frecuencia de visita del turista	21.84% 1 y 2 veces 56.05% 3 y 5 veces 22.11% 6 y 10 veces	Los turistas en su mayoría han visitado frecuentemente el cantón Mira.
Motivo de viaje	6.58% vacaciones 33.42 vista de amigos 60%Fiestas tradicionales	Los motivos por que visitan el cantón Mira son variados pero los más frecuentemente se da por familia, amigos y fiestas tradicionales debido a que la mayor parte de visitantes son familiares y amigos que habitan en las provincias aledañas antes mencionadas pero más importante tiene q ver con sus fiestas tradicionales ya que son muy famosas en la región



Mes de visita	44.47% julio a septiembre 22.11% octubre a diciembre 33.43% resto de meses	Con mayor frecuencia visitan el cantón Mira en los meses de julio a septiembre por la razón de que comienza el periodo de vacaciones académicas en la región Sierra y por las fiestas antes mencionadas
Días de permanencia	27.89% mes de 1 día 22.11% un día 49.74 2 a 6 días 0.26% 1 semana	Los turistas deciden permanecer un tiempo prudencial en el cantón, por lo general de 2 a 6 días, tiempo suficiente para recorrer los principales atractivos turísticos del Cantón
Acompañantes de viaje	55.53% amigos 33.42% familia 11.03% amigos y familia	Los turistas en su mayoría viajan con amigos.
Expectativas de lugares turísticos	100% combinados	Son varias las razones por las cuales visitan el cantón Mira.
Atractivos turísticos que conoce	100% combinados	Complejo eco turístico Uyamá, Santuario de la Virgen de la Caridad, Grupo Artesanal Gaen en Mascarilla, Museo de Piedra del Río Blanco, Hostería Paraíso Escondido, Grupo Artesanal Sanfoka en San Juan de Lachas.
Servicios utilizados	100% Combinados	Requieren de varios servicios.
Calidad de Oferta turística	100% combinado	Calidad de atención y servicio turístico.
Mira potencial turístico	86.84% si 13.16% no	La mayoría opina que Mira es potencialmente turístico.
Medios publicitarios	22.11% cuñas radiales 22.37% recordaciones de amigos.	Pocas estrategias de publicidad.
Guía turística	88.95% si 11.05% no	La mayoría de turistas creen que una guía

		turística si aportara para incrementar el turismo en el cantón.
--	--	---

Elaborado por: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

### **Análisis de la entrevista dirigida al alcalde del GAD Mira**

#### **1. ¿Qué oferta turística, en cuanto a patrimonio natural y cultural el cantón Mira?**

En cuanto a la oferta natural prácticamente sus paisajes, sus ríos, sus cascadas, en cuanto a la cultural pues su gente, la gastronomía y es más su naturaleza artística. Como por ejemplo la banda mocha que no encuentran en otro lado más que en Mira, en otros lugares hay banda pero no similares a la nuestra.

#### **2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos del cantón que usted considera que deben ser revitalizados, desarrollados o fortalecidos?**

En primer lugar está el complejo turístico Uyamá del difunto Medardo Guerrero, y los viñedos los cuales se encuentran en un completo abandono y son un atractivo fuerte del cantón. También queremos implementar un centro turístico en la propiedad de Hugo Guerrero en la comunidad El baboso, en la actualidad he tenido contacto con el alcalde de Ibarra el cual está dispuesto a apoyar a esta iniciativa con una cantidad de cinco millones de dólares. Este queremos convertirlo en un atractivo nacional. El complejo turístico de Tulquizan también hay que recuperarlo ya que su infraestructura está deteriorada como por ejemplo sus tarabitas, su restaurant esta desmejorado. Otro atractivo que hay que recuperarlo es el camino del Inca que se encuentra en la parroquia la Concepción en la comunidad La Chira, es un atractivo fenomenal que atraer a muchos turistas extranjeros, esto queremos desarrollarlo con guías

e infraestructura adecuada para que esta riqueza ancestral no se pierda. También queremos rescatar la gastronomía de cada uno de los lugares del cantón. Otros lugares importantes que hay q recuperar son las antiguas haciendas, la idea sería readecuarlas para que en estos lugares se reciba a los turistas, a manera de hoteles.

**3. ¿Considera que el cantón Mira ha tenido un crecimiento turístico?**

No ha tenido un crecimiento turístico. Hay una novedad del novillo de bombas pero este atractivo poco a poco se va a ir deteriorando porque no hay seguridad para el turista, así ha pasado con otros atractivos. Además habido proyectos que solo se han quedado en papeles y nadie se ha arriesgado a emprender turísticamente, el tema del presupuesto es también preocupante puesto que no habido apoyo por parte del Ministerio de Turismo.

**4. ¿Cuáles son las actividades que se llevan a cabo para potencializar el turismo en el cantón?**

Se han realizado convenios con la Universidad Técnica del Norte y con la Escuela Politécnica del Ejército donde los estudiantes van a rescatar los valores culturales del cantón Mira. Queremos empezar potencializando el turismo local, es decir que la gente de Mira conozca primeramente su cantón para que luego pueda promocionar.

**5. ¿Qué resultados esperan obtener luego de la intervención del GAD en el tema turístico?**

El resultado será vender lo que la gente hace en Mira, sus artesanías, sus tradiciones, su gastronomía. Para luego la gente empiece a emprender como lo han hecho Teodoro Reyes y Bayardo Ulloa los cuales van a emprender en el turismo y a empezar a recibir turistas.

**6. ¿Cree que una guía turística ayudaría a incrementar la demanda turística en el cantón?**

Si ayudaría porque con una guía turística las personas podrían conocer todos los atractivos del cantón y su localización.

**Análisis de la entrevista dirigida al director departamental de cultura y turismo GAD Mira**  
**Lcdo. Daniel Reyes**

**1. ¿Cree que la oferta y la demanda turística en el cantón Mira ha crecido? ¿Qué estrategias se ha utilizado para lograr este incremento?**

La oferta y la demanda turística no ha crecido nada, puesto de que en la anterior administración solo habido proyectos que se han quedado en el escritorio y no han dado luz verde a las buenas intenciones que han tenido.

Sin embargo, se está con toda la predisposición para guiar, elaborar y ejecutar algunos proyectos que están viniendo de las diferentes universidades y del Ministerio de Turismo para viabilizar la situación turística en Mira.

**2. ¿Cuáles son los proyectos direccionados a fortalecer o incrementar la oferta turística del cantón que tiene el GAD - Mira?**

Dentro de esto, uno de los ejes principales que la nueva administración ha tomado en cuenta es el aspecto turístico, impulsar el aspecto turístico, tanto urbano como rural, potencializando en especial el turismo comunitario en las diferentes comunidades del cantón.

Además de esto tenemos un existe un proyecto que viene desde la Universidad de Compostela de España conjuntamente con la Escuela Politécnica del Ejército. Existe un proyecto también de la Universidad Politécnica del Carchi y de la fundación Ayuda en Acción que ellos están tomando como referencia los cantones de Espejo y Mira.

**3. ¿Cuáles son los planes, programas o proyectos direccionados a fortalecer o incrementar la demanda turística del cantón que tiene el GAD -Mira?**

Dentro de esto el municipio se ha empeñado dentro del área de Productividad y Medio Ambiente fortalecer las ferias productivas en las diferentes parroquias y comunidades para establecer el turismo comunitario, de igual manera crear los espacios turísticos en donde el turista se deleite con la observación de estos lugares en especial en la zona urbana. De igual manera el municipio está empeñado en fortalecer los diferentes espacios turísticos existentes en el cantón pero que no están potencializados.

**4. ¿Qué tipo de actividades se han organizado, para mostrar los atractivos turísticos del cantón?**

Por el momento como somos de la nueva administración nosotros no hemos todavía elaborado un plan de marketing en este aspecto pero lo que se está haciendo es levantando el mapa turístico y de

igual manera se quiere incrementar aquí una revista publicitaria en donde se establezca los lugares pero ya de una forma más ordenada, más precisa, inclusive queremos que los atractivos tengan la tecnología de GPS para ser ubicados en los diferentes lugares del cantón.

**5. Según su criterio, ¿En qué estado se encuentra la oferta turística local?**

Los atractivos turísticos, los muy pocos que están considerados como atractivos están tibiamente tratados en cuanto al espacio físico y a las comodidades que el turista demanda, se hace necesario aquí la repotenciación de estos lugares en cuanto a infraestructura y servicios básicos que deben poseer.

**6. ¿El GAD Mira posee un sistema estadístico que permita cuantificar la afluencia de turistas al cantón?**

El municipio no tiene un sistema estadístico eficiente y claro que permita cuantificar la afluencia de turistas al cantón, debido a que la zona del cantón Mira limita con la provincia de Imbabura y dentro de esta franja existen los principales lugares turísticos tanto de Imbabura como de Carchi, y de esa manera no llevamos una estadística, por eso se hace necesario inclusive crear una oficina de Información Turística.

**7. ¿Considera usted que las autoridades locales, provinciales y nacionales han emprendido o gestionado actividades para incrementar, fortalecer o desarrollar el turismo en el cantón Mira?**

Todo ha sido en base solo a propuestas, todavía no se han ejecutado porque no se cuenta con recursos económicos para incrementar el turismo. Pero esta administración quiere potencializar el turismo en el cantón para mejorar la calidad de vida de los habitantes. Las autoridades provinciales del Ministerio de turismo solamente nos dan guías, pautas pero no hay un presupuesto real para invertir en esta actividad.

### **Análisis de la entrevista dirigida al administrador del complejo turístico Uyama**

#### **1. ¿Qué servicios ofrece su establecimiento?**

Presta servicios de cabañas, restaurante, piscina, bar, canchas deportivas, pesca deportiva y algunos juegos para niños y adultos que requieran distraerse en nuestro centro turístico.

#### **2. ¿Cuántos años se encuentra funcionando en el mercado turístico?**

El centro eco turístico Uyamá se encuentra funcionando alrededor de 15 años.

#### **3. ¿Cuáles son los medios de difusión utilizados en su establecimiento turístico?**

Se ha implementado una campaña de publicidad a través de la radio de Mira y la página web que puede ser visitada en todo el mundo.

#### **4. ¿Cuántos empleados tiene su establecimiento?**

El establecimiento cuenta con 3 personas encargados de la atención del bar, una para aseo y limpieza y el administrador.

**5. ¿Aproximadamente cuantas personas ingresan semanalmente a su establecimiento?**

El ingreso de personas al establecimiento depende mucho de la temporada: en vacaciones acoge alrededor de 2240 personas al mes, y en temporada baja alrededor de 560 al mes, cabe recalcar que los fines de semana es donde más afluencia de turistas hay.

**6. ¿Qué estrategias utilizó para crecer empresarialmente?**

Se ha establecido mantener una buena atención al turista, además de mantener precios competitivos en relación a la competencia.

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

Los turistas que visitan el centro eco turístico provienen en su mayoría de la provincia de Imbabura y Pichincha, así como del cantón Mira, en algunas temporadas se cuenta con la presencia de turistas extranjeros en un mínimo porcentaje.

**8. ¿Existe algún tipo de financiamiento público o privado para incentivar emprendimientos turísticos?**

Al momento se ha requerido de financiamiento de las instituciones financieras, el sector público no ha intervenido para el desarrollo de este tipo de actividad.



**9. ¿Cuál es el promedio de ventas mensuales en su establecimiento?**

Los ingresos provenientes de entradas al centro eco turístico ascienden alrededor de \$4.200 dólares mensuales.

**10. ¿Cómo percibe la situación actual del mercado turístico en el cantón?**

No se cuenta con el apoyo de las instituciones públicas, en especial del Ministerio de Turismo, se ha tenido que sobresalir por medios privados.

**11. ¿Considera que la demanda turística se ha incrementado en los últimos cinco años?**

La demanda turística en los últimos cinco años ha permanecido constante no ha existido un incremento significativo en la afluencia de turistas.

**12. ¿Usted ha recibido algún tipo de capacitación? ¿En qué temas y con qué frecuencia lo recibe?**

No se ha recibido ningún tipo de capacitación para mejorar el servicio, sino se cuenta con la predisposición de los empleados.

**13. ¿Qué tipos de proyectos turísticos se deberían implementar en el Cantón?**

Proyectos de mejoramiento de los atractivos turísticos existentes, implementación de infraestructura hotelera, capacitación a los propietarios de los emprendimientos turísticos, medios de financiamiento, así como campañas de publicidad para dar a conocer nuestros servicios.

**14. ¿Cómo se proyecta a futuro en el campo turístico?**

Debido a la competencia existente en otros cantones se debe mejorar constantemente la capacidad instalada y los servicios que se presta para mantenerse a través del tiempo.

**15. ¿Considera usted que la planta turística tiene la capacidad suficiente para abastecer la afluencia de turistas que visitan el cantón Mira?**

Actualmente se requiere incrementar establecimientos hoteleros que puedan recibir a los turistas que visitan el cantón y no tengan que acudir a lugares cercanos como las hosterías del Valle del Chota.

**16. ¿Cree usted que una guía turística ayudaría a fomentar y dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Mira?**

Una guía turística si permitiría dar a conocer los atractivos que tiene el cantón Mira, para fomentar el crecimiento de la demanda turística.

## **Análisis de las fichas de observación**

Se pudo conocer los siguientes atractivos naturales y culturales pertenecientes al cantón Mira:

### **Atractivos Naturales**

#### **Bosques**

- Bohío de Santiaguillo
- Bosque Protector
- Bosque Protector Golondrinas

#### **Minas**

Mina de Mármol

#### **Artesanías**

Artesanía en Barro de Mascarilla

Sacos de lana

Chalos de vena o Mimbre

#### **Complejos**

- Complejo Eco turístico Paraíso Escondido
- Complejo Eco turístico Uyama
- Hostería Hacienda la Primavera
- Finca Integral el Edén
- Fina Integral el Palenque
- Hacienda Pueblo Viejo
- Hacienda Uyama Farms

- Hacienda Santa Ana

### **Lagunas y ríos**

- Laguna de Santa Luisa
- Río Baboso
- Chorrera de San Gerónimo
- Cascada
- Quebradas
- Río blanco y Tarabita
- Río Chinambí
- Río Mira

### **Mirador**

- Mirador de Pisquer

### **Monumentos y museos**

- Monumento de la Chamiza
- Monumento al Novillo
- Museo de Piedra

### **Otros atractivos**

- Naturista Irologo
- Petroglifo el Pantano
- Piedra de Chuchurrumi
- Puente con cubierta autóctona
- Voladero de Guagrabamba

## **Manifestaciones Religiosas**

- Iglesia la Concepción
- Iglesia Virgen de la Caridad
- Iglesia de Juan Montalvo

## **Manifestaciones culturales**

- El tardón
- Novillo de bombas
- Bandas de pueblo
- Danzas de afro descendientes
- Música bomba

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

- El GAD Mira no posee un registro estadístico que permita cuantificar la afluencia de turistas al cantón, sin embargo se ha podido recopilar datos de la Dirección Nacional de Migración y la Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo para la provincia del Carchi, por tanto se desconoce a ciencia cierta la evolución de la demanda turística del cantón Mira en particular.
- La oferta y la demanda turística no ha tenido un crecimiento notable en los últimos cinco años, debido a que no se han incrementado o diversificado la oferta y tampoco se han implementado estrategias por parte de la administración pública para potencializar los atractivos existentes en el cantón.
- El levantamiento de información permitió definir y segmentar los atractivos con mayor potencial turístico para ser aprovechados de una forma integral por parte del sector turístico (público y privado), contribuyendo de manera directa e indirecta al desarrollo local, entre los cuales tenemos atractivos naturales, complejos turísticos, museos, grupos artesanales petroglifos, santuarios, miradores, entre otros.
- Los proyectos direccionados a fortalecer e incrementar la oferta turística en el cantón de la actual administración del GAD – Mira, se enfocan en impulsar el aspecto turístico, tanto urbano como rural, potencializando en especial el turismo comunitario, siendo la

estrategia principal, aprovechar los convenios adquiridos con la Universidad de Compostela de España conjuntamente con la Escuela Politécnica del Ejército, la Universidad Politécnica del Carchi y de la fundación Ayuda en Acción.

- La estructura administrativa del GAD- Mira para la ejecución de los planes, programas y proyectos direccionados a fortalecer e incrementar la demanda turística del cantón, se encuentra el área de Productividad y Medio Ambiente; esta instancia administrativa, a través de ferias productivas en las diferentes parroquias y comunidades, busca posesionar el turismo comunitario, crear espacios turísticos y fortificar los ya existentes en el cantón.

### **Recomendaciones**

- El GAD Mira debe poseer un sistema estadístico que permita cuantificar la afluencia de turistas al cantón, para conocer a ciencia cierta la evolución de la demanda turística.
- Es necesario potencializar la oferta y la demanda turística para que haya un crecimiento notable, elaborando estrategias asociativas por parte de la administración pública y privada, para aportar al desarrollo del cantón.
- Direccionar los recursos económicos y humanos al fortalecimiento de los proyectos que se encuentran en marcha de la actual administración del GAD – Mira, para impulsar el aspecto turístico, tanto urbano como rural, potencializando en especial el turismo comunitario en las diferentes parroquias del cantón, a través de proyectos propuestos por las Universidades nacionales y extranjeras antes mencionadas.

- Se debe tomar muy en cuenta la ejecución de los planes, programas y proyectos direccionados a fortalecer o incrementar la demanda turística del cantón que tiene el GAD –Mira, para que sea un aporte significativo en la evolución del turismo en el cantón Mira.
- Se deben realizar actividades, para mostrar los atractivos turísticos del cantón, debido a que las administraciones de turno no la han tomado en cuenta.
- Se debe diseñar una guía turística para dar a conocer los atractivos turísticos que tiene el cantón Mira y así los turistas nacionales y extranjeros conozcan y decidan visitar dichos atractivos y con esto mejorar la situación económica local.



## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1. Título de la propuesta**

“Guía Turística para potencializar la promoción de los atractivos turísticos del cantón Mira”.

#### **6.2. Justificación**

La presente guía pretende demostrar la potencialidad de atractivos turísticos existentes en el cantón Mira, los cuales en la actualidad no son difundidos adecuadamente, por lo que es necesario crear una guía en la que se identifique los atractivos con detalles claros y concisos sobre cómo llegar, transporte, vías de acceso, kilometraje, temperatura, altitud, servicios que presta el atractivo, con la finalidad de que exista un documento completo en el que se pueda encontrar todo el potencial turístico que posee el cantón.

#### **6.3. Fundamentación**

Guía turística es un instrumento para las personas que gustan de ir a otros sitios que se hallan fuera del lugar de residencia, la propuesta considera la creación de una guía de sitios y servicios turísticos que se hallan dentro del cantón Mira y que son variados y para todos los gustos, encontrándose dentro de ellos sitios naturales y culturales así como también servicios de hospedaje y de alimentación con sus respectivas ubicaciones y horarios de atención; lugares adecuados y seguros para personas que gustan de momentos lúdicos en familia.

##### **6.3.1. Destino Turístico**

Debido a la gran variedad de destinos turísticos existentes en el cantón

Mira, este se convierte en un punto de encuentro con la naturaleza y la distracción de personas que gustan visitar en familia o con amigos lugares que les permita salir de lo habitual y descansar de las actividades rutinarias que mantienen por el hogar.

### **6.3.2. Turismo**

En documento web citado por ANDRADE, A, (2009), pág. 15, indica que: “El turismo como sector de la producción, a diferencia del petróleo, constituye un instrumento de desarrollo sostenible que promueve la riqueza y los valores del país, no deteriora sus recursos naturales y es permanente.”

Actualmente el turismo se presenta como alternativa de desarrollo de las poblaciones y una forma de construir una economía sustentable.

Debido al constante ingreso de turistas a los diferentes atractivos y sitios de esparcimiento la economía de las poblaciones se reactiva, pues permite que los seres humanos dejen un porcentaje de sus ingresos en sus lugares de deleite.

### **6.3.3. Oferta Turística**

La Oferta Turística se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades de los turistas) para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.

#### **6.3.4. Demanda Turística**

La Demanda Turística es el conjunto de turistas nacionales, extranjeros y visitantes que llegan a un lugar, atraídos por el entorno natural existente y motivadas por una serie de productos y servicios turísticos que pueden consumir y que cubren sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, negocios, investigación.

#### **6.4. Objetivos**

##### **6.4.1 Objetivo General**

Diseñar una guía turística que permita difundir el potencial turístico, para alcanzar una mayor demanda en el cantón Mira.

##### **6.4.2. Objetivos específicos**

- Destacar los atractivos turísticos naturales y culturales, así como la planta turística del cantón Mira.
- Elaborar una guía turística del cantón Mira con datos e información actualizada.
- Determinar mecanismos de financiamiento y promoción de la guía turística del cantón con la participación del GAD- Mira y el sector turístico privado.

#### **6.5. Geografía del Cantón**

El Cantón Mira está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”.

Sus límites son:

- Norte y noroeste con el Cantón Tulcán

- Norte y noreste con el Cantón Espejo
- Sur y suroeste con la Provincia de Imbabura
- Sur y sureste con el Cantón Bolívar

Vías de acceso:

- Por el Norte usando la vía Tulcán – El Ángel – Mira.
- Por el Sur usando la vía Ibarra – puente de Mascarilla (límite con la Provincia de Imbabura – Mira).
- Al cantón Mira pertenecen: Mira como cabecera cantonal y las parroquias de Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño.
- Cuenta con una población de 12.180 habitantes dividida en 3 grupos étnicos: mestizos, afro ecuatoriano e indígenas (awa).
- Idioma: Español (oficial), awapit.

Datos demográficos:

El Cantón Mira cuenta con variedad de microclimas, ya que su suelo inclinado va desde los 1000 hasta los 3500 metros sobre el nivel del mar, dando lugar a temperaturas altas, medias y bajas. La ciudad de Mira posee un agradable clima que promedia los 18° C ya que se encuentra a 2.450 metros de altura s.n.m. y tiene una pluviosidad anual de 636 mm. lo que da lugar a una variada producción agrícola.

## Ilustración N° 2 Mapa del Carchi



Fuente: <http://mira.ec/geografia/>

### Desarrollo de la Guía

#### Reseña Histórica

Documentos del período colonial, demuestran que la jurisdicción de Mira se extendía por el norte hasta la hacienda de San José; por el sur hasta la llamada hacienda del Trapiche del Chota, hoy San Vicente de Pusir; por el Oeste las haciendas de los jesuitas y por el Este lindaba con las posesiones de los herederos de Blas Ángel, así como de los caciques de Chitacspi y otros con posesión en el cerro de Iguán.

Posteriormente Mira pasa a pertenecer al cantón Espejo el 27 de septiembre de 1.934. El 7 de agosto de 1.980 el Congreso Nacional aprobó el proyecto de cantonización de Mira.

El actual cantón Mira, es uno de los seis cantones que tiene el Carchi. Fue elevado a esta categoría el 18 de agosto de 1980, mediante Decreto Legislativo No. 47 y publicado en el Registro Oficial No. 261 del 27 de

agosto de 1980. Tiene tres parroquias: Concepción, Juan Montalvo y Jijón y Caamaño.

### **Geografía**

El Cantón Mira está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”, cuenta con variedad de microclimas, ya que su suelo inclinado va desde los 1000 hasta los 3500 metros sobre el nivel del mar, dando lugar a temperaturas altas, medias y bajas.

### **División Política**

El cantón Mira está compuesto por una parroquia urbana – Mira – Chontahuasi, y tres parroquias rurales Juan Montalvo, La Concepción y Jacinto Jijón y Caamaño

### **Población**

Cuenta con una población de 12180 habitantes dividida en 3 grupos étnicos: mestizos, afro ecuatorianos e indígenas (awa).

Parroquia	Hombre	Mujer	Total
Mira (Chonta huasi)	2.935	3.059	5.994
La Concepción	1.414	1.393	2.807
Juan Montalvo	671	637	1.308
Jacinto Jijón y Caamaño	1.101	970	2.071
<b>TOTAL</b>	<b>6.121</b>	<b>6.059</b>	<b>12.180</b>

## Vías de acceso

El Cantón Mira está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi. Dos vías permiten acceder a este hermoso Cantón:

- Por el Norte usando la vía Tulcán – El Ángel – Mira.
- Por el Sur usando la vía Ibarra – puente de Mascarilla (límite con la Provincia de Imbabura) – Mira.

## 6.6. Presupuesto

**Título del proyecto:** Estudio del desarrollo y la gestión de la oferta y demanda turística en el cantón Mira, provincia del Carchi en los últimos 5 años.

**Título de la propuesta:** Guía turística para potencializar la promoción de los atractivos turísticos del cantón Mira.

### **TAZA DE CRECIMIENTO ANUAL 12, 54%**

**Fuente:** Unidad de Control Migratorio del Ecuador 1 de Enero al 31 de octubre 2014

#### **INVESTIGACION Y EJECUCION**

	Diario	Anual	
Asesoramiento Profesional		1.000,00	financiado
Gastos de traslado			
Transporte y gasolina	15,00	3.600,00	financiado
Fotografía		2.000,00	financiado
Alimentación	10,00	3.600,00	
Impresiones		200,00	
Papelería y materiales de apoyo		200,00	
Asesoramiento Técnico		1.000,00	
Diseño de la revista		376,32	financiado
Valor unitario de impresión guía		24,00	financiado
Valor 100 especies		2.100,00	financiado
Gastos extras		1.000,00	

**INGRESOS**

<b>Nro. Guías</b>	<b>valor</b>	<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
1000	15.00	15.000,00	16.881,00	18.997,87	21.380,20	24.061,27
<b>TOTAL</b>		<b>15.000,00</b>	<b>16.881,00</b>	<b>18.997,87</b>	<b>21.380,20</b>	<b>24.061,27</b>

**GASTOS**

<b>DETALLE</b>	<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Asesoramiento profesional	1.000,00	1.125,40	1.266,53	1.425,35	1.604,09
Gastos de traslado Transporte y gasolina	3.600,00	4.051,44	4.559,49	5.131,25	5.774,71
Fotografía	1.500,00	1.688,10	1.899,79	2.138,02	2.406,13
Alimentación	3.600,00	4.051,44	4.559,49	5.131,25	5.774,71
Impresiones	200,00	225,08	253,31	285,07	320,82
Papelería y materiales de apoyo	150,00	168,81	189,98	213,80	240,61
Asesoramiento	1.949,68	2.194,17	2.469,32	2.778,97	3.127,45
Diseño de la revista	376,32	423,51	476,62	536,39	603,65
Valor unitario de impresión	24,00	27,01	30,40	34,21	38,50
Valor mil especies	2.100,00	2.363,34	2.659,70	2.993,23	3.368,58
<b>TOTAL</b>	<b>14.500,00</b>	<b>16.318,30</b>	<b>18.364,61</b>	<b>20.667,54</b>	<b>23.259,25</b>

**BALANCE - UTILIDAD**

<b>Nro.</b>	<b>valor</b>	<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
1000	15.00	500.00	562,70	633,26	712,66	802,02
<b>TOTAL</b>		<b>500,00</b>	<b>562,70</b>	<b>633,26</b>	<b>712,66</b>	<b>802,02</b>





## 6.7. Atractivos turísticos del cantón Mira

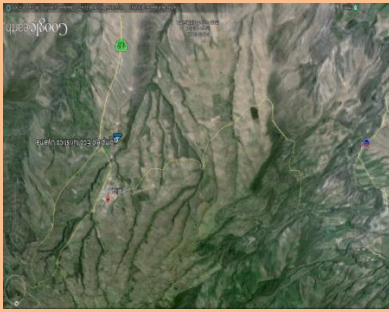
ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA					
					
FOTO Nº 1	COORDENADAS UTM		ALTITUD:1613 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Grupo Artesanal Esperanza Negra</b>	X= 825826	Y= 10053689	<b>TEMPERATURA (°)</b> 17 - 18		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda artesanal y centro cultural.</li> <li>• Cabañas turísticas.</li> <li>• Salón Múltiple.</li> <li>• Bailes tradicionales.</li> <li>• Música bomba.</li> <li>• Platos típicos</li> <li>• Peinados típicos.</li> <li>• Películas afro</li> <li>• Literaturas.</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Comunidad de Mascarilla</p> <p><b>Descripción:</b> El grupo artesanal Esperanza Negra abrió el camino hace siete años aprendiendo la técnica de la cerámica. Esta artesanía se origina con la iniciativa de un voluntario de Bélgica quien capacitó a los jóvenes en este arte; sin embargo fueron las mujeres las que demostraron mayor interés por su aprendizaje y desarrollo. En la actualidad varias personas del lugar se dedican a esta actividad. Ahora pueden expresar gestos, personajes, emociones, sentimientos, a través de las mascararas, cada una única y diversa. Elaboran también otros artículos creativamente elaborados como ceniceros, collares, jarrones, aretes, bolsos, un sinfín de creaciones que gustan a turistas nacionales y extranjeros.</p>				<p><b>Vías de acceso:</b> Asfaltado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil</p>	

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO Nº 2		COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
Complejo Eco turístico Uyamá		X= 829269	Y=10057340	1766 msnm		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piscina</li> <li>• Parqueadero</li> <li>• Bar</li> <li>• Restaurant</li> <li>• Sala de juegos</li> <li>• Área de camping</li> <li>• Pesca deportiva</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Sector de San Nicolás de Mira  <b>UYAMA</b> = Eco de la Montaña</p> <p><b>Descripción:</b> Cuenta con excelente clima y aguas cristalinas subterráneas de vertientes naturales, que corren permanentemente manteniendo siempre agua fresca en su piscina.</p>				<p><b>TEMPERATURA (°)</b> 16 – 17</p> <p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado, empedrado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA

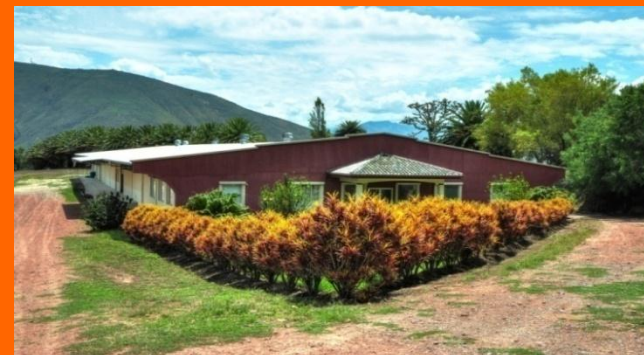
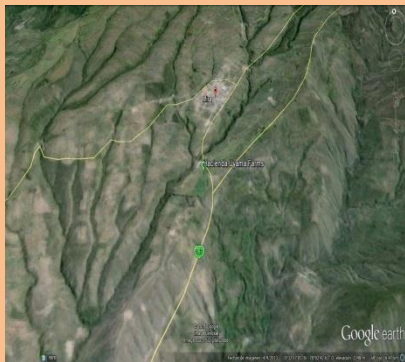


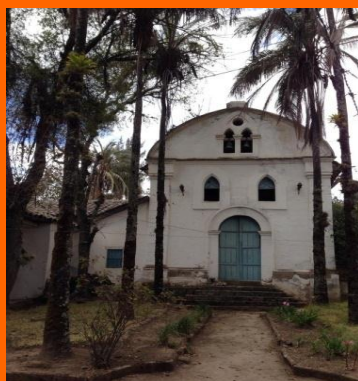
FOTO Nº 3	COORDENADAS UTM		ALTITUD 2110 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Hacienda Uyama Farms</b>	X= 829800	Y=10059154	<b>TEMPERATURA (°)</b> 16 – 17		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorridos Guiados por Viveros</li> <li>• Planta de procesamiento</li> <li>• Laboratorio de control de calidad</li> <li>• Casa Hacienda</li> <li>• Áreas de esparcimiento.</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Sector de San Nicolás de Mira</p> <p><b>Descripción:</b> La hacienda Uyama Farms cuenta con una fábrica de aceite extra virgen de aguacate ya que las condiciones del lugar son propicias para el cultivo del producto y la demanda de este es fuerte en mercados internacionales, es así que hace 2 años se construyó la fábrica procesadora del aceite, en el predio está sembrado alrededor de 40 hectáreas de un total de 80 hectáreas que tiene la hacienda con dos variedades de aguacate que son el <b>fuerte</b> y el <b>haz</b> desde el cultivo hasta la cosecha, se utiliza tecnología de punto como son viveros para plántulas e injerto, riego por goteo asociación de cultivos siguiendo las curvas de nivel.</p> <p>Además en este lugar se procesan otros productos como son el EQUILA (<b>Agave Americano</b>), Vino blanco y brandy de manzana.</p>				<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado, empedrado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



**FOTO N° 4**



COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Hacienda Pueblo Viejo</b>	X= 828261	Y= 10060824		
<b>Ubicación:</b> Pueblo Viejo		<b>TEMPERATURA (°)</b>	<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado, empedrado, asfaltado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	
<b>Descripción:</b> Mirador que alojó a la Misión Geodésica Francesa en el siglo XVIII, con la finalidad de realizar la medición del meridiano terrestre. Es así como la hacienda ha sido ocupada por personajes importantes dentro de la historia nacional y mundial como la visita de Jorge Juan de Santa Cecilia y Antonio de Ulloa quienes destacaron la hacienda para la colocación de un Observatorio Astronómico. La hacienda fue un lugar de retiro para los Jesuitas que construyeron un templo para sus oraciones, también se contó con la visita de Gonzales Suarez. Ya para el siglo XIX pasa a ser patrimonio de la familia Villagomez Yépez y en la actualidad está administrada por el doctor Raúl Andrade y su esposa Alexandra Cordovez.		2440 msnm		
Se conserva la capilla como la casa de la hacienda, en sus inicios contaba con 9000has de terreno que abarca, Pueblo Viejo, Pisquer, El Hato, Piquer que sumaban las 9000 has. Con el tiempo se fue parcelando hasta que en la actualidad la hacienda cuenta con una extensión de 55 has que están dedicadas al cultivo.		16 – 17		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO Nº 5

COORDENADAS UTM

ALTITUD  
2385 msnm

MAPA DE UBICACION

SERVICIOS  
TURISTICOS

**Santuario de la Virgen de la Caridad**

X= 829366

Y= 10060757

**TEMPERATURA (°)**  
15 – 16

**Ubicación:** Ciudad de Mira

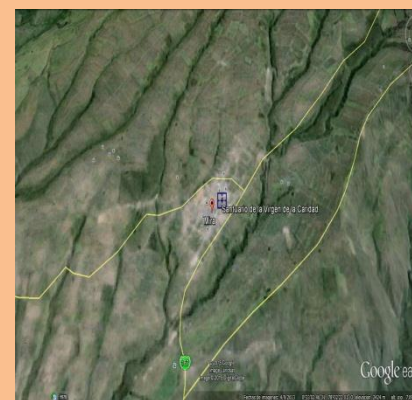
**Descripción:** Iglesia declarada Patrimonio Nacional de la Humanidad en el 2012.

El Santuario tiene un estilo tradicional, sobrio y modesto, cuyo entorno es colonial, republicano y antiguo.

Es una de las más tradicionales de la actual provincia del Carchi ya que se levantó en la época colonial y republicana con algunas reconstrucciones y la última fue en el año de 1994 en las torres de piedra con su estilo clásico y renacentista construidas a fines del siglo XV y la fachada en 1937. La iglesia consta de una sola nave, en cuyo altar mayor se encuentra la imagen de la Santísima Virgen de la Caridad que data aproximadamente de 1545; además está la santa custodia bañada en oro, la piedra bautismal que data de 1597, la campana colonial del tiempo del gobernador Don Nicolás López Narchyn Ynyra y dos magníficas obras pictóricas del cuadro de "Las Almas" y de La Divina Pastora atribuidas a Luis de Rivera.

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA




**Vías de acceso:** Asfalto

**Transporte:** Bus, automóvil

Fiestas tradicionales en honor a su patrona "La Santísima Virgen de la Caridad"

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA




FOTO Nº 6	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Monumento a la Chamiza</b>	X=829825	Y=10061460	2491 msnm		<ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografía</li> <li>Entorno paisajístico</li> </ul>
	<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra atravesado por la vía de primero orden que comunica a Mira con el Ángel.</p> <p><b>Descripción:</b> Escultura moderna construida en el año de 1998 que cuenta con una superficie de 30 metros cuadrados aproximadamente, donde se representa el tradicional acarreo de la chamiza en las fiestas Mireñas. Esta tradición se la realiza dos veces en el año, en las fiestas de cantonización de Mira y las fiestas en honor a la santísima Virgen de la Caridad.</p>				

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 7	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Monumento al Novillo</b>	X=828909	Y=10059531	2275 msnm		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Entorno paisajístico</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Sector La Portada. Cantón Mira</p> <p><b>Descripción:</b> Es una escultura moderna construida en el año de 1998 que cuenta con una superficie de 30 metros cuadrados aproximadamente, donde se representa el tradicional Novillo de Bombas que se realiza en las fiestas Mireñas. Esta tradición se la realiza dos veces en el año, en las fiestas de cantonización de Mira y las fiestas en honor a la santísima Virgen de la Caridad.</p>			<p><b>TEMPERATURA (°)</b></p> <p>16 – 17</p>		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO Nº 8	COORDENADAS UTM		ALTITUD 899 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Novillo de Bombas</b>	X=	Y=	<b>TEMPERATURA (°)</b> 18 – 19		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación: Cantón Mira</b>  <b>Descripción:</b> Esta tradición, única en el Ecuador, de acuerdo a investigaciones realizadas por diferentes historiadores, en variadas obras acerca de la “Historia de Mira”, señala que al parecer, esta singular fiesta tiene su origen en la Antigua España. En los relatos de la historia de tradiciones ecuatorianas no existe una evidencia clara de esta fiesta</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



**FOTO N° 9**

**COORDENADAS UTM**

**ALTITUD**

2398 msnm

**MAPA DE UBICACION**

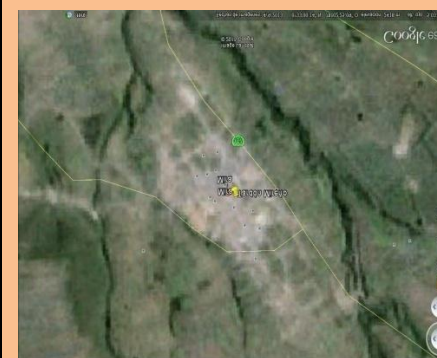
**Tardón Mireño**

**X=** 823554

**Y=** 10058316

**TEMPERATURA (°)**

17 – 18



**Vías de acceso:** asfaltado

**Transporte:** Bus, automóvil, 4x4

**Ubicación:** Canton Mira.

**Descripción:** El tardón mireño es una bebida que se brinda a propios y extraños, por lo que está estrechamente relacionado con la hospitalidad de Mira. Su consumo local se realiza sobre todo en épocas festivas y curiosamente está asociada especialmente a las noches en las que se realiza el novillo de bombas, durante las fiestas de la Virgen de la Caridad.

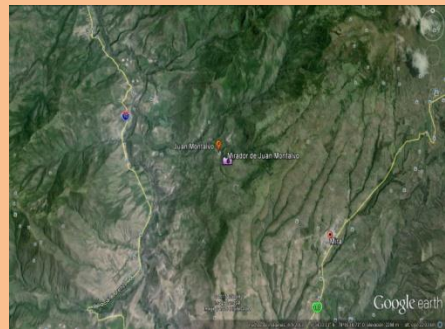
Actualmente, la producción del “tardón” está en manos de tres microempresas de Mira: Tardón Mireño, Balcón de los Andes y Tardoncito, sin perjuicio de que se lo pueda preparar en cada casa. Aunque la receta exacta está impregnada del secretismo propio de las recetas antiguas, puede decirse que está hecho básicamente de trago, azúcar y naranja, los cuales se mezclan en una tina con las propias manos. De esta manera, el tardón mireño sintetiza en sí mismo tres de los principales productos de la zona. Trapiches conocidos por ser de donde se obtenía el aguardiente para el tardón fueron los de Cabuyal y Santa Ana.

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, Dra. Rosa Cecilia Ramírez, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 10	COORDENADAS UTM		ALTITUD 2398 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Mirador de Juan Montalvo</b>	X= 823554	Y= 10058316	<b>TEMPERATURA (°)</b> 17 – 18	 <p><b>Vías de acceso:</b> asfaltado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> <li>• Fotografía</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Vía a la parroquia Juan Montalvo.</p> <p><b>Descripción:</b> Lugar donde se puede visualizar en gran magnitud los valles, montañas, ríos, haciendas, carreteras, sembríos que nos rodean; también aves y animales andinos. Además se aprecia también al Taita Imbabura, la Mama Cotacachi, el Cayambe y formaciones orográficas, las vertientes del Río Mira y su cobertura vegetal que lo adorna, conformando así un solo paisaje de paz y tranquilidad para el visitante nacional o extranjero.</p>					

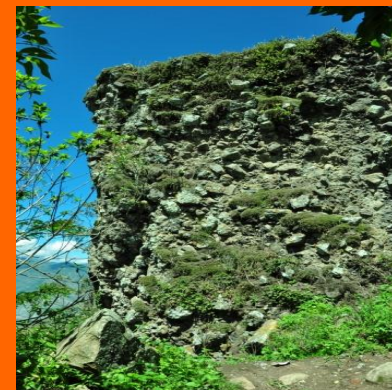
**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA

			
<b>FOTO N° 11</b>	<b>COORDENADAS UTM</b>		<b>ALTITUD</b>
<b>Sector: Complejo Eco turístico Paraíso Escondido</b>	X=820167	Y=10062575	1336 msnm
<b>Ubicación:</b> Comunidad de Tulquizán.		<b>TEMPERATURA (°)</b>	
<b>Descripción:</b> Este complejo atrae mucho por su clima cálido y árida vegetación que contrasta con las montañas y el río Mira, haciendo de este lugar un acogedor sitio para el descanso y tranquilidad.		17 – 18	
		<b>MAPA DE UBICACION</b>	
<b>Fuente:</b> Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014			
<b>Fotografías:</b> Martin Herrera – GAD MIRA		<b>Vías de acceso:</b> Asfalto, lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4	
		<b>SERVICIOS TURISTICOS</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabañas con jacuzzi.</li> <li>• Piscina</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Solar para eventos</li> <li>• Botes</li> <li>• Pista de baile</li> <li>• Karaoke</li> <li>• Sala de juegos</li> <li>• Restaurant</li> <li>• Rafting</li> <li>• Canopping</li> </ul>	



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



**FOTO N° 12**

**COORDENADAS UTM**

**ALTITUD**  
2036 msnm

**MAPA DE UBICACION**

**SERVICIOS TURISTICOS**

**Piedra del Chugchurrumi**

**X=823976**

**Y=10064919**

**TEMPERATURA**  
(°)  
16 – 17



- Vista Panorámica
- Mitología local
- Fotografía

**Ubicación:** Parroquia Juan Montalvo

**CHUGCHURRUMI** = (Pecho de Piedra) nombre puesto por habitantes de tribus que habitaban quienes la veneraban como los Quilcas.

**Descripción:** Es un lugar místico o mitológico, donde sus habitantes cuentan lo extraño del lugar como las apariciones de una culebra o que en semana santa se siente un aroma a fanesca (Plato típico en el Ecuador), o que si una pareja visita y se posa sobre la piedra seguro se terminan casando, también cuentan que se escuchan campanas que suenan en la piedra.

**Vías de acceso:** Lastrado

**Transporte:** Bus, automóvil, 4x4

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA

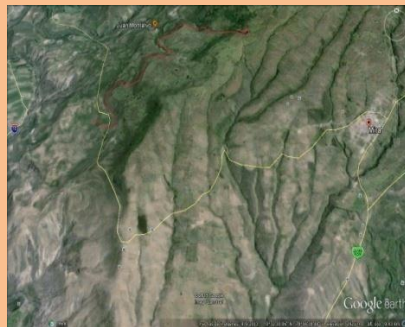


FOTO Nº 13	COORDENADAS UTM		ALTITUD 2046 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
Iglesia de Juan Montalvo	X=824081	Y=10064974	TEMPERATURA (°) 16 – 17	 <p>Vías de acceso: Lastrado Transporte: Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceremonias de la Comunidad</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Parroquia Juan Montalvo  <b>Descripción:</b> La Iglesia de Juan Montalvo donde se venera a San Ignacio de Quil tiene un estilo tradicional, sobrio y modesto, cuyo entorno es colonial, republicano y antiguo. Su edificación es muy arcaica que cuenta más de 100 años desde su construcción. En su interior se encuentra el altar mayor tallado en madera.</p>					

Fuente: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
 Fotografías: Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 14	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>El Quapac ñan</b>	X=824081	Y=10064974	2046 msnm		
<p><b>Ubicación:</b> Parroquia Juan Montalvo</p> <p><b>Descripción:</b> El tramo del camino denominado Juan Montalvo – El Cabuyal está condicionado en su trazado y forma irregular a la topografía natural del suelo. El camino fue trazado a media o alta montaña, con ascensos y descensos muy pronunciados dependiendo de los accidentes geográficos que lo condicionan, se relaciona con el río que representan un oasis que invita a tomar un descanso, recuperar las fuerzas para luego volver a tomar las pendientes que obliga el recorrido. Durante la caminata el transeúnte cuenta con vegetación arbustiva que produce una semi sombra que hace que el camino sea menos fatigoso durante su recorrido, pues permiten descansos momentáneos. Los muros de dimensiones variables en su configuración, tienen un tamaño de 1,00m de altura y un ancho de 1,00 m, repitiéndose este módulo con mayor frecuencia.</p>			<p><b>TEMPERATURA (°)</b></p> <p style="text-align: center;">16 – 17</p>		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, INPC 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 15

COORDENADAS UTM

ALTITUD  
msnm

MAPA DE UBICACION

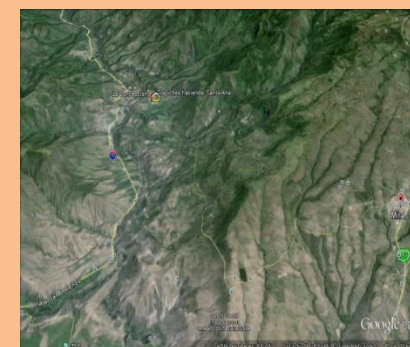
SERVICIOS TURISTICOS

Sector: Trapiches hacienda Santa Ana

X=819885 Y=10065788

TEMPERATURA (°)  
17 – 18

**Ubicación:** Comunidad de Santa Ana. Parroquia La Concepción  
**Descripción:** Propiedad que en la antigüedad pertenecía al doctor Jaime Vergara Jaramillo y en la actualidad a los hermanos Abran Herrera y Alfonso Herrera. Este trapiche funciona hace aproximadamente 40 años. En la elaboración del aguardiente se utiliza 1200 litros de jugo de cada que se fermenta en los toneles por 5 días, es decir hasta que ya no tenga dulce, luego de un proceso de destilación se puede conseguir alrededor de 100 a 120 litros de aguardiente. Además otros productos que se realizan y cultivan en este lugar son la miel y el cacao.



Vías de acceso: Lastrado  
 Transporte: Bus, automóvil, 4x4

- Casa Hacienda
- Áreas de esparcimiento.
- Planta de procesamiento de miel y aguardiente.

Fuente: Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

Fotografías: Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA

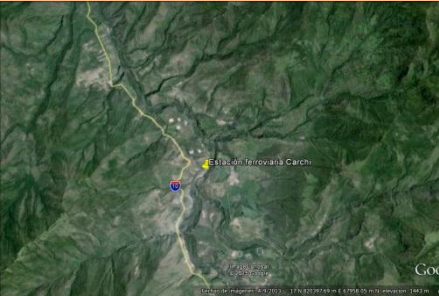


FOTO Nº 16	COORDENADAS UTM		ALTITUD 1384msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Iglesia la Concepción</b>	X=819777	Y=10066985	<b>TEMPERATURA (°)</b> 17 – 18	 <p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	
<p><b>Ubicación:</b> Parroquia La Concepción</p> <p><b>Descripción:</b> Posee un entorno es colonial republicano antiguo. Es una de las más tradicionales de la actual provincia del Carchi dado por su antigüedad ya que relata de una construcción de hace 150 años. Sus muestras relevantes son: la virgen de la inmaculada Concepción, El calvario, San Benito, San Martin, San José San Francisco, la Dolorosa, Virgen del perpetuo Socorro y sus obras pictóricas son: El Cuadro de la Santísima Trinidad, Las Tres personas, La Virgen del Tránsito y el cuadro de La pasión.</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 17	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Estación ferroviaria Carchi</b>	X=818894	Y=10067186	1256 msnm		
<b>Ubicación:</b> Esta ubicada en la parroquia de la Concepción a la rivera del rio Mira			<b>TEMPERATURA (°)</b>		
<b>Descripción:</b> Fue construida por trabajadores de la ciudad de Ibarra, como también por manos de artesanos quienes pulían la piedra para dar una forma geométrica más definida y poder construir la estación del Carchi, alrededor del año de 1950 pero fue cerrada en el año de 1998. La nueva gestión gubernamental Nacional proyecta a corto plazo la rehabilitación de la línea ferroviaria para nuevamente abrir sus puertas y brindar los servicios que son de tradición para las comunidades y turistas.			17 – 18		
				<b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4	

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



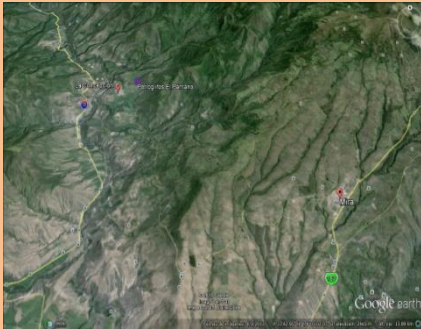
FOTO N° 18	COORDENADAS UTM		ALTITUD 678 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
Cultura Awá	X=784552	Y=10099147	TEMPERATURA (°) 23 -24	 <p>Vías de acceso: Lastrado Transporte: Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Localidad El Baboso, Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño.</p> <p><b>Descripción:</b> La Cultura Awá se encuentra distribuida en la provincia del Carchi, Imbabura, Esmeraldas y el departamento de Nariño en Colombia. Se estima que existen aproximadamente 2000 habitantes en la provincia del Carchi, los cuales basan su economía en la horticultura, caza, pesca, crianza de animales domésticos y venta de fuerza de trabajo a los colonos. El idioma que es usado por esta cultura es el Awapit.</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 19		COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
				2095 msnm		
<b>Petroglifos El Pantano</b>		X= 823895	Y=10069819	<b>TEMPERATURA (°)</b> 17 – 18		<ul style="list-style-type: none"> <li>Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Esta ubicado al noreste de la comunidad La Concepción entre las comunidades de El Milagro y la Achira. Se localiza en una pendiente fuerte, en medio de cultivos.</p> <p><b>Descripción:</b> Es uno de los descubrimientos arqueológicos más recientes, posiblemente correspondiente al periodo de integración comprendido entre los años 700d. C. hasta 1500d. C., pertenecientes a la cultura de los pastos. Según Los pobladores de la zona existen un sinnúmero de petroglifos que se extienden hasta el vecino país de Colombia.</p>				<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 20		COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
				1092 msnm		
<b>Mina de Mármol</b>		X= 808907	Y=10085169	<b>TEMPERATURA (°)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Comunidad Espejo1, Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño</p> <p><b>Descripción:</b> Fue descubierta hace 24 años. Tiene aproximadamente 1000 metros de longitud y se encuentra rodeado por pastizales, matorral y cultivos siclo corto. La mina es atravesada por la carretera dando al visitante una visión del afloramiento del mármol en la montaña.</p>			18 – 19	<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



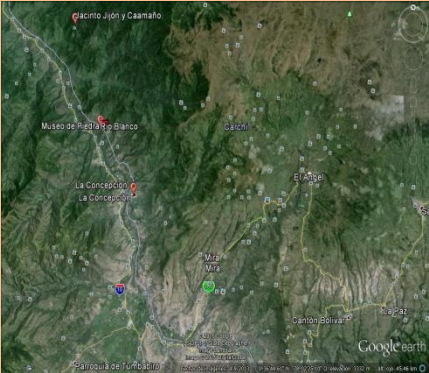
FOTO Nº 21	COORDENADAS UTM		ALTITUD 947 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Artesanías en Barro - Centro Artesanal Raíces Negras</b>	X=17806724	Y=10082741	<b>TEMPERATURA (°)</b> 18 – 19		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de artesanías</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño, Comunidad San Juan de Lachas</p> <p><b>Descripción:</b> Las artesanías en barro que se producen en la comunidad San Juan de lachas se inició gracias al impulso de voluntarios originarios de Bélgica en el año 2002 aproximadamente, quienes vieron en esta alternativa una oportunidad de crecimiento y desarrollo de los pobladores de la zona. Al inicio la gente producía objetos artesanales a base de rampira (fibra natural), posteriormente la fusionaron con la arcilla y hoy tenemos un producto especial trabajado a base de los dos elementos</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO Nº 22	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Museo de Piedra</b>	X= 805406	Y=10084359	899 msnm <b>TEMPERATURA (°)</b> 18 – 19	 <p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Situado en el Rio Blanco junto al puente.  <b>Descripción:</b>El museo no representa la exhibición de piedras de diferentes formas y colores, sino la oportunidad de mirarlas y dar rienda suelta a la imaginación dándole una interpretación personal, para así tener varias opiniones sobre un mismo ejemplar. Las mismas q han sido talladas de una forma natural por las corrientes del rio Blanco</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



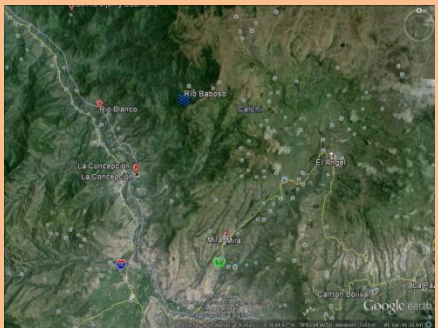
FOTO N° 23	COORDENADAS UTM		ALTITUD 893 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Río Blanco</b>	X= 805542	Y=10084412	<b>TEMPERATURA (°)</b> 18 – 19	<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Localidad Río Blanco - Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño <b>Descripción:</b> Nace en los páramos de Colombia y se une con los páramos de El Ángel en la cordillera occidental. El Río presenta un paisaje heterogéneo ya que se puede observar remanentes de bosque nativo al igual que cultivos propios de la zona también se aprecian pendientes suaves y fuertes con relieves ondulados y montañosos. El clima es ecuatorial meso térmico y semi húmedo esta belleza escénica contrasta con la presencia del río.</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 24	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Río Baboso</b>	X= 784393	Y=10098821	899 msnm <b>TEMPERATURA (°)</b> 18 – 19	 <p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Localidad El Baboso- Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño</p> <p><b>Descripción:</b> La vegetación de su rívera es muy verde y frondosa por a la presencia de humedad continua y por la misma razón es una zona con gran biodiversidad en cuanto a flora y fauna se refiere. A lo largo de este río existen rocas de diversos tamaños, árboles y vegetación de la zona y en distintos tramos del río se aprecian varios puentes metálicos q utiliza la comunidad Awa.</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014

**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA

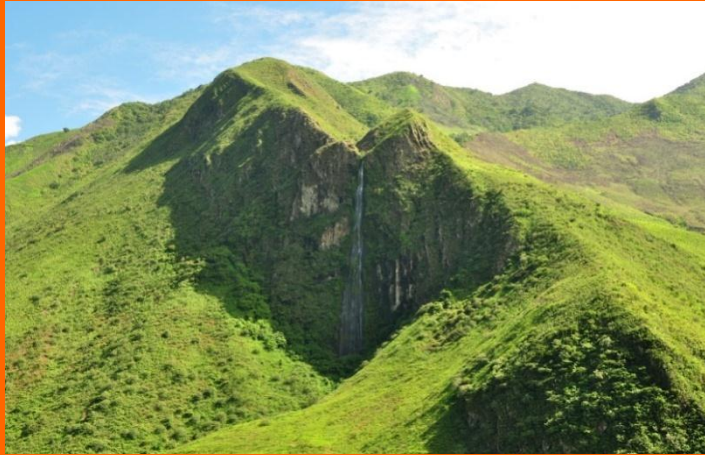


FOTO N° 25		COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Chorrera de San Gerónimo</b>		X= 810641	Y=10079714	1222 msnm		
<p><b>Ubicación:</b> Localidad La Chorrera - Parroquia Jijón y Caamaño</p> <p><b>Descripción:</b> Se origina en las riveras del río Mira. Tiene una altura aproximada de 300m. Su vertiente presenta un color transparente y un caudal pequeño de más o menos 5 litros por segundo y presenta un clima tropical mega térmico húmedo</p>				<p><b>TEMPERATURA (°)</b> 17 – 18</p> <p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>		

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 26	COORDENADAS UTM		ALTITUD 863 msnm	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Rio Chinambí</b>	X= 799771	Y=10090273	<b>TEMPERATURA (°)</b> 19 – 20	<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado <b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Panorámica</li> </ul>
<p><b>Ubicación:</b> Localidad Chinambí - Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño</p> <p><b>Descripción:</b> Se Origina en la zona alta de los páramos del Ángel. Está rodeado por bosque nativo y tiene un ancho de aproximadamen11m. Sus riveras son rocosas, rodeadas por vegetación nativa.</p>					

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA




FOTO N° 27		COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
				863 msnm		
<b>Hostería Agro turística Bagui</b>		X= 799771	Y=10090273	<b>TEMPERATURA (°)</b> 19 – 20		
<p><b>Ubicación:</b> Localidad San Juan de Lachas - Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño</p> <p><b>Descripción:</b> La Hostería Agroecológica Bagui se encuentra en una excelente ubicación entre el río Blanco y la carretera principal que dirige a San Juan de Lachas. Su piso climático privilegiado lo hace adecuado para el cultivo de frutales y café. Presenta un ambiente propicio para el descanso y el contacto directo con la naturaleza.</p>						<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurant</li> <li>• Bar</li> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Alojamiento</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Mirador</li> </ul>
					<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA

## ATRATIVOS TURISTICOS DE MIRA



FOTO N° 28	COORDENADAS UTM		ALTITUD	MAPA DE UBICACION	SERVICIOS TURISTICOS
<b>Hostería Hacienda La Primavera</b>	X= 799771	Y=10090273	863 msnm		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piscina</li> <li>• Restaurant</li> <li>• Hospedaje</li> <li>• Cocina a leña</li> <li>• Sala de reuniones</li> <li>• Bar</li> <li>• Pista de baile</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Rafting</li> </ul>
			TEMPERATURA (°) 19 – 20		
<p><b>Ubicación:</b> Comunidad La Primavera, Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño.</p> <p><b>Descripción:</b> La hostería viene brindando sus servicios desde el año 2001, lo que avala su experiencia. Lugar atractivo ya que posee un clima húmedo tropical, va desde bosque secundario, árboles frutales y matorrales que contrastan con la comunidad La Primavera que hace de la hostería un lugar acogedor para descansar y pasar un momento de tranquilidad.</p>					
				<p><b>Vías de acceso:</b> Lastrado</p> <p><b>Transporte:</b> Bus, automóvil, 4x4</p>	

**Fuente:** Coronado Pablo; Onofre Sabina, 2014  
**Fotografías:** Martin Herrera – GAD MIRA



## **6.7. Impactos**

La guía turística del cantón Mira tendrá los siguientes impactos:

### **Impacto turístico**

La guía turística tendrá un impacto turístico debido a que se pretende incrementar la demanda y potencializar los atractivos turísticos del cantón Mira a través de la promoción y difusión de los mismos.

### **Impacto social**

Los visitantes y turistas tanto nacionales como extranjeros, intercambian criterios, conocimientos, experiencias, formas de vida, tradiciones y costumbres con las diferentes comunidades que tiene el cantón.

### **Impacto económico**

Con la guía turística se pretende incrementar la afluencia de turistas quienes a su vez demandan los servicios ya sean directos e indirectos e beneficiando así a los propietarios de las plantas turísticas y a los servicios complementarios.

### **Impacto educativo**

Porque la guía da a conocer a turistas nacionales y extranjeros y a los mismos pobladores del cantón el patrimonio turístico que posee y así fomentar en la población local la riqueza natural y cultural.

### **Impacto cultural**

Porque se en esta guía se exponen los sitios culturales como costumbres, tradiciones, arte y arquitectura colonial que tiene el cantón.

## **Bibliografía**

- Anton, S., & González, F. (2011). Planificación territorial del turismo. Editorial UOC.
- Ávila, H. L. (2011). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2i.htm>
- Baca, J. C. (2010). Obtenido de <https://profebaca.wordpress.com/tag/teoria-del-turismo/>
- Benalcázar, M. (2010). Guía para Realizar Trabajos de Grado. Ibarra: Taller Libertario.
- Bonilla, R. (2009). Grado de concentración de las empresas turísticas. <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041455/7-4%20%20%20Grado%20de%20concentraci%C3%B3n%20de%20as%20empresas%20tur%C3%ADsticas>.
- Boullón, R. C. (1985). Planificación del Espacio turístico . Trillas S.A .
- Cabarcos Novás, N. (2010). Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Cabarcos, N. (2010). Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Cabarcos, Noelia. (2010). Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- CNN. (1 de Enero de 2014). Diez mejores destinos para Visitar. Obtenido de <http://cnnespanol.cnn.com/2014/01/01/los-10-mejores-destinos-para-visitar-en-2014/>
- Crosby, A. (2009). Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo. España: Forum Natura.



- Crosby, Arturo. (2009). Re inventando el turismo rural Gestión y desarrollo. España: Forum Natura.
- Crosby, Arturo. (2009). Re inventando el turismo rural Gestión y desarrollo. Barcelona España: Forum Natura.
- Díaz, M. I., Mota, J., & Tovar, J. (2009). Concepto de gestión - Definición, Significado y Qué es. Obtenido de <http://johanatov.blogspot.es/>
- Echegoyen, J. (2010). Obtenido de <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Observacion.htm>
- Editorial Vértice. (2010). Gestión medioambiental: conceptos básicos. España: Editorial Vértice.
- Espejo, L. F. (2006). Mercadotécnica. Prentice Hall: Philip Kotler.
- Euroarabe, I. (marzo de 2013). Desarrollo del Turismo. Obtenido de <http://instea.org/desarrollo-del-turismo/>
- Garrido, J. (2010). Implementación de turismo comunitario como alternativa de desarrollo socioeconómico en las comunidades San Jacinto de Chinambí – Chinambí y San Patricio, parroquia Jacinto Jijón y Caamaño del cantón Mira . Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
- Glasson, G. y. (1999). Mercados Turísticos. En Estructura de los Mercados Turísticos (págs. 3 - 18).
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira. (01 de 07 de 2014). Obtenido de <http://www.mira.gob.ec/>
- Granell, F. (2009). Obtenido de <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041367/3%20-%20Mercado%20tur%C3%ADstico>
- Hernandez, G. (2011). Obtenido de <http://es.slideshare.net/combertidor/investigacion-de-campo>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010). Censo Poblacional . Ecuador.
- M.C, B. (1998). Sistema de Turismo. Sao Paulo.

- Maldonado, C. (10 de 01 de 2010). Obtenido de <http://es.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>
- Ministerio de Turismo de la Región Sierra Norte en las Provincias del Carchi e Imbabura. (s.f.).
- Moreno, F. (2010). Fundamentos del Turismo. Obtenido de <http://fundamentosdelturismo-ne.blogspot.com/2010/05/el-sistema-turistico.html>
- Movimiento de Integración y Unidad Mireña . (2014). Plan Plurianual De Trabajo para la Dignidad de Alcalde del Cantón Mira, Provincia del Carchi . Ecuador: Diagnóstico Territorial y Situación Actual del Cantón Mira.
- Olmos, L., & Garcia, R. (2011). ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO GS 11 CF. España: Editorial Paraninfo.
- OMT. (2002). El Ecoturismo. Quebec.
- Oña, J. M. (2010). Educación de calle y desarrollo comunitario. España: Cáritas Española.
- Organization, O. (24 de Julio de 2012). Gestión Turística. Obtenido de <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20061227061150AAMcWOu>
- Oriol, M. I. (2011). Dret del treball i de la Seguretat Social. Barcelona: Editorial UOC.
- Osorio, M. (2010). Obtenido de <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev10/6a1.html>
- patrimonioturisticoiv.blogspot.com. (2010). Obtenido de <http://patrimonioturisticoiv.blogspot.com/2010/02/concepto-y-clasificacion-de-patrimonio.html>
- Perdomo, A. (2010). Obtenido de “El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos,
- Perelló, S. (2011). Metodología de la investigación social. Librería-Editorial Dykinson.

- Pérez, J. (2012). Obtenido de <http://apuntesdedemografia.wordpress.com/curso-de-demografia/que-es-poblacion-en-demografia/>
- Pérezpeña, G. (05 de 10 de 2012). Obtenido de <http://es.slideshare.net/chelafria/sistema-turstico-14596368>
- Press, W. (9 de Julio de 2008). Aulas Virtuales. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de <http://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- Quesada, R. (2010). Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad. EUNED.
- Regional Sierra Norte del Ministerio de Turismo. (s.f.). Programa Acción Turística Infantil y Juvenil”. Ecuador.
- Respuestas, M. (05 de noviembre de 2013). Mis respuestas.com. Obtenido de <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-desarrollo.html>
- Ruiz, J. I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto.
- Sanabria, J. (2011). Obtenido de <http://es.slideshare.net/jonskay/el-mercado-economia>
- Service, T. &. (2009). Plan de Marketing del Ecuador. MINTUR.
- Sierra, A. (2010). Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion>
- Villegas, W. (2013). Plan de Trabajo . Ecuador: Alcaldía del Cantón Mira .

# ANEXOS

## Anexo N° 1 Matriz de Categorical ANEXOS

Objetivos	Interrogantes	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p><b>Objetivo General:</b> Analizar la situación actual del desarrollo y la gestión de la oferta y la demanda del turismo en el cantón Mira.</p>			
<p><b>Objetivo Específico N° 1:</b>  Conocer el estado actual de la gestión de la oferta y demanda turística del cantón Mira en los últimos 5 años.</p>	¿Cuál es la evolución de la oferta y la demanda turística en el cantón Mira en los últimos 5 años?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de turistas</li> <li>• Número de atractivos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Encuesta</li> </ul>
<p><b>Objetivo Específico N° 2:</b>  Identificar los atractivos turísticos del cantón Mira.</p>	¿Con qué atractivos turísticos cuenta el del cantón Mira?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de atractivos turísticos naturales.</li> <li>• Número de atractivos culturales.</li> <li>• Planta turística existente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de observación</li> </ul>
<p><b>Objetivo Específico N° 3:</b>  Determinar los medios de difusión que se emplea para dar a conocer los atractivos del cantón Mira..</p>	¿Cuáles son los medios de difusión que se emplea para dar a conocer los atractivos del cantón Mira?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios publicitarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> </ul>
<p><b>Objetivo Específico N° 4:</b>  Diseñar una guía turística para potencializar los atractivos turísticos del cantón Mira.</p>	¿Una guía turística servirá para potencializar los atractivos turísticos del cantón Mira?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura de guía turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación</li> </ul>

## Anexo Nº 2 Encuesta Dirigida a los turistas del cantón Mira



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA



#### CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO

#### Encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Mira

**Objetivo:** Conocer la oferta y demanda turística del cantón Mira

La presente encuesta tiene la finalidad de recabar información para desarrollar el tema de tesis titulado: "ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.", previo al título de ingenieros en turismo.

#### CUESTIONARIO

**A continuación dígnese en colocar una "X" donde usted crea conveniente.**

#### Género

Masculino ( ) Femenino ( )

#### Edad

Menos de 18 ( )  
18-28 ( )  
29-38 ( )  
39-48 ( )  
49-59 ( )  
Más de 59 ( )

#### 1. ¿De qué lugar proviene usted?

#### Nacional

Imbabura ( )  
Pichancha ( )  
Azuay ( )  
Guayas ( )

Otros cual.....

**Extranjero**

EE.UU ( )

España ( )

Chile ( )

Argentina ( )

Francia ( )

Otros ( )

¿Cuál?.....

**2. Cuantas veces a visitado el cantón Mira?**

Entre 1 y dos veces ( )

Entre 3 hasta 5 veces ( )

Entre 6 hasta 10 veces ( )

Mas ( )

Ninguna ( )

**3. ¿Cada qué tiempo realiza turismo en el cantón Mira?**

Vacaciones ( )

Negocios ( )

Estudios ( )

Deporte ( )

Religión ( )

Visita de amigos ( )

Familias ( )

Salud ( )

Voluntario ( )

Otros ( )

¿Cuáles?.....

**4. ¿Lo realiza solo o acompañado?**

Enero a marzo ( )

Abril a junio ( )

Julio a septiembre ( )

Octubre a diciembre ( )

**5. ¿Cuántos días permanece en el cantón?**

- Menos de 1 día ( )
- Un día ( )
- De 2 a 6 días ( )
- Una semana ( )
- Un mes ( )
- Más de un mes ( )

**6. ¿Cuándo viaja prefiere hacerlo con?**

- Amigos ( )
- Familia solo ( )
- Otros ( )
- ¿Cuáles?.....

**7. ¿Cuáles son las expectativas para visitar el cantón?**

- Atractivos turísticos ( )
- Gastronomía ( )
- Cultura ( )
- Religión ( )
- Flora ( )
- Fauna ( )
- Fiestas tradicionales ( )
- Medicina ancestral ( )
- Otros ( )
- ¿Cuáles?.....

**8. ¿Qué atractivos turísticos conoce usted del cantón Mira?**

- Complejo Eco turístico Uyamá ( )
- Santuario de la Virgen de la Cridad ( )
- Petroglifos de la comunidad El Milagro ( )
- Museo de Piedra del Río Blanco ( )
- Tolas de Santiaguillo ( )
- Piedra Chugchurrumi ( )
- Hostería Paraíso Escondido ( )
- Río Chinambí ( )
- Grupo Artesanal Gaen en Mascarilla ( )
- Grupo Artesanal Sanfoka en San Juan de Lachas ( )



Ninguna ( )  
Otros ( )  
¿Cuál?.....

**9. ¿Cuál de los siguientes servicios ha utilizado durante su permanencia en el cantón Mira?**

Hospedaje ( )  
Restaurante ( )  
Guías ( )  
Deportes extremos ( )  
Otros ( )  
¿Cuáles?.....

**10. ¿Considera usted que los establecimientos hoteleros y gastronómicos en el cantón cumplen los siguientes parámetros?**

Precio apropiado ( )  
Suficiente capacidad ( )  
Personal capacitado ( )  
Inmueble en buen estado ( )  
Servicio de calidad ( )

**11. ¿Cómo califica la oferta turística del cantón Mira?**

Excelente ( )  
Buena ( )  
Regular ( )  
Mala ( )

**12. Según su criterio Mira es un cantón potencialmente turístico?**

Si ( )  
No ( )

**13. ¿A través de qué medios publicitarios usted conoció el cantón Mira?**

Cuñas radiales ( )  
Vallas publicitarias ( )  
Trípticos ( )  
Banners ( )

- Redes sociales ( )
- Hojas volante ( )
- Spots publicitarios ( )
- Reportajes de prensa ( )
- Recomendaciones de amigos ( )
- Ninguna ( )

**14. ¿Cree que una guía turística ayudaría a incrementar el turismo en el cantón Mira?**

- Si ( )
- No ( )

## Anexo N° 3 Entrevista dirigida al alcalde GAD Mira



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA

### CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO

#### Ficha de validación de la entrevista dirigida al alcalde del cantón mira (Dr. Walter Villegas)

**Tema:** “ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS”

**Objetivo:**

Determinar el crecimiento de la Oferta turística en el Cantón Mira en los últimos 5 años.

1. ¿Qué oferta turística en cuanto a patrimonio natural y cultural el cantón Mira?
2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos del cantón que usted considera que deben ser revitalizados, desarrollados o fortalecidos?
3. ¿Considera que el cantón Mira ha tenido un crecimiento turístico?
4. ¿Cuáles son las actividades que se llevan a cabo para potencializar el turismo en el cantón?
5. ¿Qué resultados esperan obtener luego de la intervención del GAD en el tema turístico?
6. ¿Cree que una guía turística ayudaría a incrementar la demanda turística en el cantón?

## Anexo N° 4 Entrevista dirigida al director del departamento de turismo y cultura cantón Mira



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE** Ingeniería en Turismo  
**FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA**



### CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO

#### Entrevista dirigida al coordinador del departamento de turismo y cultura del Cantón Mira (Lcdo. Daniel Reyes)

**Tema:** “ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS”

#### **Objetivo:**

Determinar el crecimiento de la Oferta turística en el Cantón Mira en los últimos 5 años.

1. ¿Cree que la oferta y la demanda turística en el cantón Mira ha crecido? ¿Qué estrategias se ha utilizado para lograr este incremento?
2. ¿Cuáles son los proyectos direccionados a fortalecer o incrementar la oferta turística del cantón que tiene el GAD - Mira?
3. ¿Cuáles son los planes, programas o proyectos direccionados a fortalecer o incrementar la demanda turística del cantón que tiene el GAD -Mira?
4. ¿Qué tipo de actividades se han organizado, para mostrar los atractivos turísticos del cantón?
5. Según su criterio, ¿En qué estado se encuentra la oferta turística local?
6. ¿El GAD Mira posee un sistema estadístico que permita cuantificar la afluencia de turistas al cantón?
7. ¿Considera usted que las autoridades locales, provinciales y nacionales han emprendido o gestionado actividades para incrementar, fortalecer o desarrollar el turismo en el cantón Mira?

## Anexo Nº 5 Ficha de observación

Ficha de Observación	
<b>Observador:</b>	
<b>Fecha:</b>	
<b>Lugar:</b>	
Unidades a observar	Detalle
Lugares turísticos	
Hoteles y hospedajes	
Trasporte	Público ( ) Taxis ( )
Carreteras	En buen estado ( ) En mal estado ( )

## Anexo Nº 6 Fotografías









GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
DEL CANTÓN MIRA



Un cantón que avanza

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN  
MIRA

Mira, 26 de enero del 2015

Señores  
AYUDA EN ACCIÓN

Presente.-

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, conjuntamente con la Fundación Ayuda en Acción durante el año 2014 ha iniciado la ejecución del proyecto ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN MIRA EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS que tiene por objetivo la creación de una Guía Turística del cantón Mira y ha realizado un aporte económico de **2.100,00 (dos mil cien 00/100) dólares americanos**, que comprende valores por profesional fotógrafo, topógrafo y movilización.

El interesado puede hacer uso del presente para los fines pertinentes.

Atentamente,

Sr. Wálter Villegas  
ALCALDE DEL GAD-MIRA



GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO DE MIRA  
ALCALDÍA

Recibido  
26-01-2015

www.mira.gob.ec

Dirección: León Ruales C8-010 y González Suárez  
062 280 246 / 062 280 177  
Alcaldía Mira  
E-mail: gad@mira.gob.ec  
MIRA – CARCHI – ECUADOR





Nombre: Fundación Ayuda en Acción

Telefono: 2977 389

Ruc : 179137105401

Dirección: José Grijalva y Espejo

## PROFORMA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR TOTAL
1000	ELABORACION DE CUADERNILLOS,TAMAÑO A5 PORTA Y CONTRA PAPEL CUCHE 250gr FULL COLOR + UV BRILLANTE 40 PAGINAS EN PAPEL BOND DE 90gr FULL COLOR ENCUADERNADOS	1875.00

**Sub Total 1875.00**

**IVA 225.00**

**Total 2100.00**

**Juan Carlos Orquera**  
GERENTE GENERAL

RUC: 0401408105001

Otavalo, Salinas 6-51 y 31 de Octubre

medios.comunicacion\_@hotmail.com

062 925 104



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
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:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040166297-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Onofre Yépez Sabina Elizabeth	
DIRECCIÓN:	Mira	
EMAIL:	saby.onofre@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062280330	TELÉFONO MÓVIL: 0998899297

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI, EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS."
AUTOR (ES):	Onofre Yépez Sabina Elizabeth Coronado Perugachi Pablo Xavier
FECHA: AAAAMMDD	2015-04-14
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Gabriel Tapia

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Onofre Yépez Sabina Elizabeth, con cédula de identidad Nro. 040166297-8, en calidad de autor (es) y titular (es) 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

El autor manifiesta 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 14 días del mes de abril del 2015

### EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: **Onofre Yépez Sabina Elizabeth**  
C.I.: 040166297-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital instituye el sistema de necesidad de disponer de textos académicos en formato digital con la finalidad de...

Yo, ONOFRE YÉPEZ SABINA ELIZABETH, con cédula de identidad Nro. 040166297-8, manifiesto mi 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 DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI, EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS", que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Turismo, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo 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.

TELEFONO FIJO: 092876274 TELEFONO MOVIL: 0995878995

DATOS DE LA OBRA

(Firma) Sabina Elizabeth Yépez Sabina
Nombre: Onofre Yépez Sabina Elizabeth
C.I.: 040166297-8

Ibarra, a los 14 días del mes de abril del 2015

RECIBIDO POR: PABLO XAVIER
FIRMA: PABLO XAVIER
FECHA: 14/04/2015





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
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:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100295999-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Coronado Perugachi Pablo Xavier		
DIRECCIÓN:	Otavalo		
EMAIL:	Pcfingerling23@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062926274	TELÉFONO MÓVIL:	0995949599

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS."
AUTOR (ES):	Coronado Perugachi Pablo Xavier Onofre Yopez Elizabeth Sabina
FECHA: AAAAMMDD	2015-04-14
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:	Msc. Gabriel Tapia



**2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

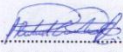
Yo, Pablo Xavier Coronado Perugachi, con cédula de identidad Nro.100295999-5, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, 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**

El autor manifiesta 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 14 días del mes de Abril del 2015

**EL AUTOR:**

(Firma).....  
Nombre: Pablo Xavier Coronado Perugachi  
C.I.: 100295999-5

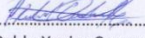
Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Pablo Xavier Coronado Perugachi, con cédula de identidad Nro.100295999-5, manifiesto mi 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 DEL DESARROLLO Y LA GESTIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.", que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Turismo, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo 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.

(Firma).....  
Nombre: Pablo Xavier Coronado Perugachi  
C.I.: 100295999-5

Ibarra, a los 14 días del mes de Abril del 2015