



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE MERCADOTECNIA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA**

**“PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR Y DESARROLLAR LOS  
RINCONES TURISTICOS DEL CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE INGENIERA EN**

**MERCADOTECNIA**

**AUTORA: PÉREZ MENESES DIANA ELIZABETH**

**DIRECTORA: Ing. LORENA PORTILLA**

**IBARRA, 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

La realización del presente proyecto denominado “Plan de marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del cantón Espejo, provincia del Carchi” tiene como finalidad analizar la situación actual del cantón Espejo mediante la matriz FODA es decir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las cuales ayudaran a tener una idea clara sobre la situación y por ende las estrategias que se deberían realizar para mejorar o cambiar la situación del cantón. Además, al realizar el estudio de mercado se pudo determinar que la mayoría de turistas que visitan la provincia del Carchi no tiene conocimiento alguno sobre el Cantón Espejo y sus rincones turísticos, pero estarían dispuestos o les gustaría visitar y conocer las riquezas naturales y culturales que posee el cantón, por otra parte, los turistas que han visitado el Cantón manifiestan que la infraestructura para el desarrollo del sector turístico no es la más adecuada. Este estudio de mercado que se realizó a permitido que se desarrollen algunas estrategias mercadológicas como crear campañas de promoción y publicidad las cuales ayudaran a impulsar y dar a conocer el patrimonio tangible e intangible del cantón, logrando de esta manera captar el interés de los turistas nacionales y extranjeros. Los impactos que tendrá la realización de la propuesta serán medio positivos, por esta razón resulta viable la aplicación o ejecución de la propuesta, lo que significa que beneficiar al desarrollo económico de los habitantes y sus familias mejorando la calidad de vida.

## ABSTRACT

The implementation of this project called " Marketing plan to promote and develop the tourist corners of the canton Espejo, province of Carchi" is to analyze the current situation of the canton Espejo through the FODA matrix is the strengths, opportunities, weaknesses and threats, Which will help to have a clear idea about the situation and therefore the strategies that should be done to improve or change the situation of the canton. In addition, when conducting the market study, it was possible to determine that most tourists who visit the province of Carchi have no knowledge of the Canton Espejo and its tourist corners, but would be willing or would like to visit and know the natural and cultural riches that Has the canton, on the other hand, tourists who have visited the Canton say that the infrastructure for the development of the tourism sector is not the most appropriate. This market study was carried out to allow some marketing strategies to be developed, such as the creation of promotional and publicity campaigns to help promote and publicize the tangible and intangible heritage of the canton, thus achieving the interest of national tourists And foreigners. The impact of the proposal will be positive means, therefore it is feasible to implement or implement the proposal, which means that benefit the economic development of the inhabitants and their families improving the quality of life.

## DECLARACIÓN

Yo Pérez Meneses Diana Elizabeth Portadora de la cedula de ciudadanía N° 0401744701, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí escrito “PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR Y DESARROLLAR LOS RINCONES TURISTICOS DEL CANTÓN ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI” es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y he consultado las referencias bibliográficas que incluye en este documento.

Doy fe de que dicho trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se determine por las autoridades competentes.



Pérez Meneses Diana Elizabeth

040174470-1


## CERTIFICACIÓN

Yo, Ing. Lorena Portilla, en mi calidad de Directora de Trabajo de grado presentado por la Srta. Diana Elizabeth Pérez Meneses, previo a la obtención del Título de INGENIERA EN MERCADOTECNIA, cuyo tema es "PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR Y DESARROLLAR LOS RINCONES TURÍSTICOS DEL CANTÓN ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI".

Doy fe de que dicho trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se determine por las autoridades competentes.

INGENIERA EN MERCADOTECNIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

  
Ing. Lorena Portilla

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo Pérez Meneses Diana Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro. 0401744701, 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 autora del trabajo de grado denominado: **“PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR Y DESARROLLAR LOS RINCONES TURISTICOS DEL CANTÓN ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI ”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN MERCADOTECNIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Diana Pérez

Cédula: 0401744701

Ibarra, a los 15 días del mes de febrero del 2017





## 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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD</b>		0401744701	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>		PÉREZ MENESES DIANA ELIZABETH	
<b>DIRECCIÓN</b>		CUBICHE 2-23 CRISTOCOCHA PRIORATO	
<b>E-MAIL</b>		dianyabeth@gmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO</b>	2212185	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0979206469
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO</b>		“PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR Y DESARROLLAR LOS RINCONER TURISTICOS DEL CANTÓN ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI”	
<b>AUTORA</b>		PÉREZ MENESES DIANA ELIZABETH	
<b>FECHA</b>		15-02-2017	

<b>SOLO PARA TRABAJAS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA</b>	PREGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA</b>	INGENIERA EN MERCADOTECNIA
<b>DIRECTOR</b>	Ing. Lorena Portilla

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

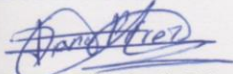
Nosotros, PÉREZ MENESES DIANA ELIZABETH, con cédula de ciudadanía Nro. 0401744701, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del 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**

La autora manifiesta que el trabajo que el trabajo de investigación objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo: sin violar derechos de autores de terceros, por lo tanto, la obra es original y es la titular de los derechos patrimoniales, 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 15 días del mes de febrero del 2017

LA AUTORA



Diana Elizabeth Pérez Meneses

0401744701



## DEDICATORIA

*Luego de haber culminado una etapa más en mi vida tengo el gusto de dedicar este proyecto a quienes siempre estuvieron a mi lado, en primer lugar, a Dios por darme fuerza, salud y sabiduría durante todo el trayecto de mi vida.*

*Quiero dedicar también a las personas que más admiro, mis padres, Edmundo Pérez y Rocío Meneses que han sido el motor principal para seguir adelante, quienes con sus consejos me han guiado y han hecho de mí una mejor persona.*

*A mis hermanos con los cuales he compartido grandes experiencias y han estado junto a mí en las buenas y malas durante todo este tiempo.*

*Con cariño Diana*

## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Técnica del Norte por acogerme durante cinco años brindándome la oportunidad de formarme como profesional.*

*A todos los docentes que conforman la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes con sus conocimientos y sabiduría impartidos en las aulas de clases me permitieron desarrollarme como profesional.*

*A mis padres y hermanos quienes me apoyaron incondicionalmente durante todo el transcurso de mi vida profesional logrando que sea posible culminar mi carrera.*

*Finalmente agradezco a la Ing. Lorena Portilla quien con su conocimiento supo guiarme durante el desarrollo del trabajo de grado.*

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT.....	iii
DECLARACIÓN .....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
PRESENTACIÓN.....	xxii
JUSTIFICACIÓN .....	xxiv
CAPÍTULO I .....	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	25
Antecedentes .....	25
Problema o necesidad a satisfacer.....	25
Objetivos.....	26
Variables diagnósticas.....	26
Indicadores por cada variable.....	27
Matriz de relación diagnóstica.....	28
Desarrollo.....	29
Identificación de la población.....	51
Evaluación de la información .....	52
Resultado de entrevista realizada al Director de Turismo del Cantón Espejo.....	52
Tabulación, presentación e interpretación de los resultados de la encuesta dirigida al presidente de cada parroquia.....	56
Observación directa .....	73
Construcción de la Matriz FODA.....	76
Fortalezas .....	76

Oportunidades.....	76
Debilidades.....	76
Amenazas.....	77
Cruces Estratégicos.....	78
Identificación del problema diagnostico.....	79
CAPÍTULO II.....	81
MARCO TEORICO.....	81
Plan de Marketing.....	81
Plan.....	81
Tipos de planes.....	81
Plan de marketing.....	82
Marketing Turístico.....	83
Marketing.....	83
Turismo.....	84
Marketing turístico.....	85
Tipos de Turismo.....	86
Segmentación de Mercados Turísticos.....	87
Definición de Segmentación.....	87
Utilidades de Segmentación.....	87
Variables de segmentación.....	88
Segmentación de mercados turísticos.....	88
Comunicación turística.....	89
Definición.....	89
Funciones de la comunicación turística.....	89
Instrumentos o herramientas de comunicación del sector turístico.....	90
Promoción.....	91
Objetivos.....	91
Tipos de promoción.....	91
Ventajas de la promoción.....	92
Publicidad.....	93
Características fundamentales de la publicidad.....	93
Creación de la publicidad.....	94
Posicionamiento en el mercado.....	94

Definición .....	94
CAPÍTULO III.....	95
ESTUDIO DE MERCADO .....	95
Presentación .....	95
Identificación del Servicio .....	95
Objetivos del estudio de mercado .....	95
Objetivo general.....	95
Objetivos Específicos.....	96
Variables e indicadores de estudio de mercado .....	96
Nivel de satisfacción .....	96
Nivel de conocimiento .....	96
Medios publicitarios.....	97
Motivos de visita.....	97
Oferta y Demanda .....	97
Matriz de relación de estudio de mercado .....	98
Mecánica operativa .....	99
Población.....	99
Tipo de investigación de mercado. ....	99
Determinación de la muestra .....	99
Mercado Meta .....	101
Segmento de Mercado.....	101
Área geográfica.....	101
Demográfica.....	101
Psicográfico.....	101
Resultado y Análisis de la Información .....	102
Identificación de la Demanda .....	125
Proyección de la demanda .....	126
Identificación de la oferta .....	127
Proyección de la oferta.....	128
Balance demanda - oferta.....	129
Análisis de los competidores .....	130
Proyección de precios .....	133
Comercialización .....	133



Estrategias de producto, precio, plaza y promoción .....	134
Conclusiones del estudio de mercado .....	135
CAPÍTULO IV.....	136
PROPUESTA.....	136
Objetivos .....	136
Objetivo General .....	136
Objetivos específicos .....	136
Estructura de la propuesta.....	137
Desarrollo de las etapas del plan de marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo provincia del Carchi. ....	139
Base legal .....	139
Diagnóstico .....	139
Elaboración del plan de mejoramiento para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo Provincia del Carchi. ....	140
CAPÍTULO V .....	199
IMPACTOS DEL PROYECTO .....	199
Antecedentes .....	199
Análisis de los impactos.....	199
Impacto social .....	200
Impacto económico .....	202
Impacto ambiental.....	203
Impacto Cultural .....	204
Impacto turístico .....	205
Impacto mercadológico.....	206
Resumen general de impactos.....	208
CONCLUSIONES .....	209
RECOMENDACIONES.....	210
BIBLIOGRAFÍA .....	211
LINKOGRAFÍA .....	213
ANEXOS .....	214
Anexo 1 .....	215
Anexo 2.....	217
Anexo 3.....	221

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relacion diagnostica .....	28
2. Macro localización.....	29
3. Horarios Coop. Espejo .....	30
4. Recurso humano del Departamento de Turismo.....	36
5. Recurso humano del Departamento de Turismo.....	36
6. Benchmarking .....	50
7. Cantón turístico.....	56
8. Beneficios del turismo .....	57
9. Cantidad y calidad de restaurantes y hoteles .....	58
10. Estado de vías .....	59
11. Medios de transporte.....	60
12. Gestión de la dirección de turismo.....	61
13. Frecuencia de capacitación .....	62
14. Eventos publicitarios.....	63
15. Medios de comunicación .....	64
16. Alcance de la publicidad.....	65
17. Información turística.....	66
18. Ubicación .....	67
19. Información.....	68
20. Información a turistas .....	69
21. Seguridad de los turistas .....	70
22. Condiciones de los lugares turísticos.....	71
23. Plan de mejora.....	72
24. Ficha de observación.....	73
25. Matriz FODA .....	77
26. Cruces Estratégicos.....	78
27. Matriz de relación de estudio de mercado .....	98
28. Proyección de turistas que ingresan a la provincia del Carchi.....	99
29. Estudio de mercado / Lugares turísticos .....	102
30. Aspectos principales para elegir un lugar turístico .....	103

31. Frecuencia de visita.....	104
32. Lugares de visita .....	105
33. Medios de información .....	106
34. Lugares turísticos del cantón Espejo.....	107
35. Lugares turísticos .....	108
36. Estado de las vías .....	109
37. Seguridad que brinda el Cantón Espejo .....	110
38. Oficina de información .....	111
39. Calificación de la información turística .....	112
40. Mejora de servicio.....	113
41. Nivel de satisfacción .....	114
42. Regresar a los lugares turísticos.....	115
43. Visitaría el cantón Espejo .....	116
44. Medios informativos .....	117
45. Páginas web .....	118
46. Promociones.....	119
47. Presupuesto .....	120
48. Edad .....	121
49. Ocupación .....	122
50. Lugar de residencia .....	123
51. Miembros en su hogar.....	124
52. Lugares de visita .....	125
53. Demanda real .....	126
54. Proyección de la demanda .....	127
55. Identificación de la oferta .....	128
56. Proyección de la oferta.....	129
57. Demanda – Oferta.....	129
58. Matriz del plan de marketing para promocionar el Cantón Espejo. ....	137
59. Denotaciones y connotaciones.....	143
60. Colorimetría .....	145
61. Valores .....	156
62. Frecuencia de transmisión.....	162
63. FAN PAG.....	165

64. Publicidad rodante .....	167
65. Valla Publicitaria .....	168
66. Valla Publicitaria .....	169
67. Material POP.....	170
68. Detalles de ubicación de ferias .....	176
69. Pagina web .....	179
70. Estimación de hoteles .....	180
71. Plan de capacitación.....	181
72. Campamentos Vacacionales .....	183
73. Charlas .....	185
74. Plan de emergencias.....	186
75. Plan de capacitación.....	187
76. Estructura organizacional Director de turismo .....	189
77. Estructura organizacional Encargado del área de deporte y cultura .....	190
78. Estructura organizacional Presidente de la Junta parroquial .....	191
79. Presupuesto para la propuesta.....	192
80. Inversión total .....	194
81. Matriz de relación diagnostica .....	195
82. Cronograma de ejecución .....	196
83. Cronograma operativo de estrategias.....	197
84. Reparto de responsabilidades.....	198
85. Matriz de valoración de impactos .....	200
86. Impacto social .....	200
87. Impacto económico .....	202
88. Impacto ambiental.....	203
89. Impacto cultural .....	204
90. Impacto turístico .....	205
91. Impacto mercadológico.....	206
92. Impacto General.....	208

## ÍNDICE DE FIGURAS

1. Mapa de ubicación del cantón Espejo.....	30
2. Cooperativa Espejo .....	31
3. Cooperativa Espejo .....	31
4. Cooperativa de taxis.....	32
5. Cooperativa de camionetas .....	33
6. Cabalgatas .....	33
7. Camping.....	34
8. Pesca deportiva .....	34
9. Caminatas.....	35
10. Piscinas de aguas termales .....	35
11. Hospital el Ángel .....	37
12. Hotel Paisaje Andino .....	38
13. Hotel Las Cabañas .....	39
14. Hotel La Pozada.....	39
15. Parque Libertad.....	40
16. Iglesia Central .....	41
17. Vías de acceso.....	42
18. Vías de acceso.....	42
19. Cadena de valor de Espejo.....	43
20. Cantón turístico.....	56
21. Beneficios del turismo .....	57
22. Cantidad y calidad de restaurantes y hoteles .....	58
23. Estado de vías .....	59
24. Medios de transporte.....	60
25. Gestión de la dirección de turismo.....	61
26. Frecuencia de capacitación .....	62
27. Eventos publicitarios.....	63
28. Alcance de la publicidad.....	65
29. Información turística.....	66
30. Ubicación .....	67
31. Información.....	68
32. Información a turistas .....	69



33. Seguridad de los turistas .....	70
34. Condiciones de los lugares turísticos .....	71
35. Plan de mejora.....	72
36. Vías de acceso.....	74
37. Vías de acceso.....	75
38. Tipos de planes .....	82
39. Estudio de mercado / Lugares turísticos .....	102
40. Aspectos principales para elegir un lugar turístico .....	103
41. Frecuencia de visita.....	104
42. Lugares de visita .....	105
43. Medios de información .....	106
44. Lugares turísticos del cantón Espejo.....	107
45. Lugares turísticos .....	108
46. Estado de las vías .....	109
47. Seguridad que brinda el Cantón Espejo .....	110
48. Oficina de información .....	111
49. Calificación de la información turística .....	112
50. Mejora de servicios .....	113
51. Nivel de satisfacción .....	114
52. Regresar a los lugares turísticos.....	115
53. Visitaría el cantón Espejo .....	116
54. Medios informativos .....	117
55. Páginas web .....	118
56. Promociones.....	119
57. Presupuesto .....	120
58. Edad .....	121
59. Ocupación .....	122
60. Lugar de residencia .....	123
61. Miembros en su hogar.....	124
62. Bosque Los Arrayanes .....	130
63. Cascada Paluz .....	131
64. Lagunas Verdes.....	131
65. Cascada de Guadir .....	132

66. Laguna la encañada.....	132
67. Complejo ecoturístico Tufiño .....	133
68. Isotipo .....	142
69. Logotipo.....	142
70. Retícula .....	144
71. Área de aislamiento.....	144
72. Tipografía.....	145
73. Tipografía.....	146
74. Usos permitidos .....	146
75. Usos no permitidos .....	147
76. Tarjeta de presentación .....	147
77. Sobres.....	148
78. Hojas Membretadas .....	149
79. Agenda .....	150
80. Esferos.....	150
81. Uniforme .....	151
82. Vincularse a la marca Ecuador Turístico .....	152
83. Tachos para separación de desechos.....	152
84. Afiches de reciclaje.....	153
85. Especies endémicas.....	153
86. Vinculación laboral de comunidades locales.....	154
87. Organigrama .....	157
88. Manual de funciones director de turismo.....	158
89. Manual de funciones encargado del área de deporte y cultura .....	159
90. Manual de funciones presidente de la junta parroquial .....	160
91. Página web .....	164
92. Facebook.....	166
93. Publicidad rodante .....	168
94. Valla Publicitaria .....	169
95. Hoja volante .....	171
96. Afiches .....	172
97. Tríptico.....	173
98. Llaveró .....	174

99. Esferos.....	174
100. Manilla.....	175
101. Calendario.....	175
102. Feria Gastronómica .....	177
103. Carpa de exhibición.....	178
104. Señalética.....	182
105. Campamento.....	184
106. Señalética.....	186
107. Estructura organizacional .....	188

## PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en elaborar un plan de marketing para la promoción y desarrollo del turismo en el Cantón Espejo, Provincia del Carchi, con la finalidad de dar a conocer todas las riquezas turísticas que tiene el cantón, de esta manera fomentar el turismo y transmitir la verdadera esencia de este Cantón.

Este proyecto contiene cinco capítulos, en primer lugar, se aplicará un Diagnóstico Situacional, el cual comprende de instrumentos de investigación como son la encuesta, entrevistas y opiniones de expertos; que permitirá conocer la situación actual e identificar falencias que tiene el cantón en cuanto al área turística.

En el segundo capítulo se desarrolla las Bases Teóricas, el cual se enfoca en una investigación teórica, a través del uso de fichas bibliográficas, en el cual se respaldan aspectos y términos conceptuales que se organizarán y analizarán para estructurar el marco teórico de forma correcta.

En el tercer capítulo se efectuará un estudio de mercado a una población específica con el fin de determinar o conocer la oferta y demanda turística en el cantón; mediante la aplicación de instrumentos de investigación; como encuestas a la población y entrevistas a expertos en el tema.

En el cuarto capítulo se plantea la propuesta del plan basada en antecedentes, estableciendo estrategias de promoción y publicidad dependiendo de un respectivo estudio económico que se lo efectuará de forma técnica; con la determinación de presupuestos de inversión, proyecciones de costos y gastos que nos permitirán determinar la factibilidad económica que tendrá el proyecto.

Finalmente, en el quinto capítulo se analizará los diferentes impactos que generara la aplicación de este proyecto; para lo cual se analizarán varios de ellos como: económico, sociocultural y ambiental.



## JUSTIFICACIÓN

El diseño de un plan de marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo provincia del Carchi está enfocado principalmente en el desarrollo de Espejo como cantón turístico, y, por ende, mejorar la economía del mismo. Para lo cual es necesario realizar un estudio de la situación actual del Cantón con respecto al sector turístico, y verificar si el Cantón Espejo cuenta con estrategias u objetivos para incrementar el turismo en él Cantón.

Además, el Cantón Espejo cuenta con muchos lugares turísticos, con los cuales se podrá crear muchos puestos de trabajo, y esto beneficiará al cantón.

La realización de este proyecto permitirá a Espejo posicionarse como uno de los Cantones más Turísticos a nivel regional ya que se implantarán estrategias de crecimiento y promoción para dar a conocer todos los rincones turísticos que posee, convirtiéndolo a si en una nueva alternativa para los turistas ya que podrán encontrar barios escenario de atractivos naturales y culturales como ríos, lagunas, bosques primarios, flora, fauna, fuentes de aguas termales, valles, montañas.

El desarrollo de este proyecto resultará factible ya que para la elaboración del mismo se cuenta con la información y apoyo necesario por parte del personal encargado del área de turismo del Cantón. Por otra parte, el tema propuesto será de gran ayuda para el Cantón ya que el turismo hoy en día es una fuente económica sustentable y ampliamente explotable, lo que ayudaría al Cantón a crecer económicamente.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

##### **1.1.1. Problema o necesidad a satisfacer.**

El Cantón Espejo, se encuentra ubicado en la provincia del Carchi en la región sierra, conformado por cuatro parroquias La Libertad, San Isidro, Gualtal y su cabecera cantonal el Ángel; de las cuales tres se encuentran ubicadas en el sector rural.

El cantón espejo tiene mucho potencial para crecer y darse a conocer a nivel local, nacional e internacional ya que cuenta con varios rincones turísticos, entre ellos se encuentra la reserva ecológica EL ANGEL única en su tipo a nivel mundial.

A pesar de contar con gran riqueza natural el cantón no es considerado como uno de los principales lugares turísticos del país, ya que no cuenta con un apropiado manejo de promoción y publicidad para darse a conocer, además, las vías de acceso no son las más adecuadas, y su comunidad no cuenta con hoteles, restaurantes y otros servicios que son indispensables para el bienestar y seguridad del turista.

Todas estas razones ocasionan que los turistas nacionales e internacionales opten por visitar otros lugares turísticos, provocando estancamiento económico con alto índice de desempleo, desperdiciando así su industria turística.

### **1.1.2. Objetivos.**

#### **1. Objetivo general.**

Realizar un diagnóstico situacional del sector turístico del Cantón Espejo, enfocándose en los aspectos internos y externos, mediante instrumentos de investigación como son la encuesta, entrevistas y opiniones de expertos para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que inciden en el posicionamiento del Cantón Espejo.

#### **2. Objetivos específicos.**

- Realizar un diagnóstico interno del sector turístico, mediante instrumentos de investigación, para determinar las fortalezas y debilidades del Cantón Espejo.
- Realizar un estudio sobre la situación actual del Cantón Espejo, mediante observación secundaria, para determinar los factores externos que influyen en la demanda turística del Cantón.
- Realizar una investigación de mercado mediante encuestas para evaluar el posicionamiento actual del Cantón Espejo respecto a la competencia.
- Realizar una investigación interna que permita evaluar las estrategias de promoción que el cantón maneja actualmente, mediante información secundaria.

#### **1.1.3. Variables diagnósticas.**

- Análisis interno
- Análisis externo
- Posicionamiento
- Promoción y comunicación

#### **1.1.4. Indicadores por cada variable.**

##### **1. Análisis Interno.**

- Costos
- Infraestructuras dentro de los lugares turísticos.
- RRHH
- Presupuesto de publicidad y promoción

##### **2. Análisis Externo.**

- Impacto ambiental
- Vías de acceso
- Micro entorno
- Macro entorno

##### **3. Posicionamiento.**

- Competencia directa
- Competencia indirecta

##### **4. Comunicación**

- Publicidad
- Paquetes turísticos
- Medios de comunicación actuales

### 1.1.5. Matriz de relación diagnóstica.

**Tabla 1**

**Matriz de relación diagnóstica**

Objetivos	Variable	Indicador	Fuente	Técnica	Publico meta
Realizar un diagnóstico interno del sector turístico del cantón	Análisis interno	Costos RRHH Presupuesto de publicidad y promoción	Primaria Secundaria	Entrevista Encuestas Observación directa	Director de turismo
Determinar los factores externos que influyen en la demanda turística del cantón.	Análisis Externo	Impacto ambiental Vías de acceso Macro entorno Micro entorno	Primaria Secundaria	Entrevista Documentos	Director de turismo Registros oficiales
Evaluar el posicionamiento actual del sector turístico respecto a la competencia.	Posicionamiento	Competencia directa Competencia indirecta	Primaria	Encuestas	Director de turismo
Evaluar las estrategias de promoción que el cantón maneja actualmente	Promoción y comunicación	Publicidad Paquetes turísticos Medios de comunicación actuales	Primaria	Encuestas	Director de turismo

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Diana Pérez

### 1.1.6. Desarrollo

## 1. Situación Interna

### a) Presentación del Cantón Espejo.

Cantón Espejo, zona con una gran riqueza natural única a nivel mundial, cuenta con 13.515 habitantes los cuales se dedican a varias actividades, entre ellas están la agricultura, ganadería, comercio, turismo etc.

### b) Localización.

El Cantón Espejo está ubicado al sur de la provincia del Carchi, limita al norte con Tulcán, al sur con Bolívar, al este con San Gabriel y al Oeste con Mira.

El ingreso al Cantón Espejo se lo puede hacer tomando el bus de transporte “Espejo”, que parte desde el terminal Terrestre de la ciudad de Quito o del terminal terrestre de la ciudad de Ibarra directamente hacia el Cantón Espejo, o en carro particular tomando la Panamericana Norte.

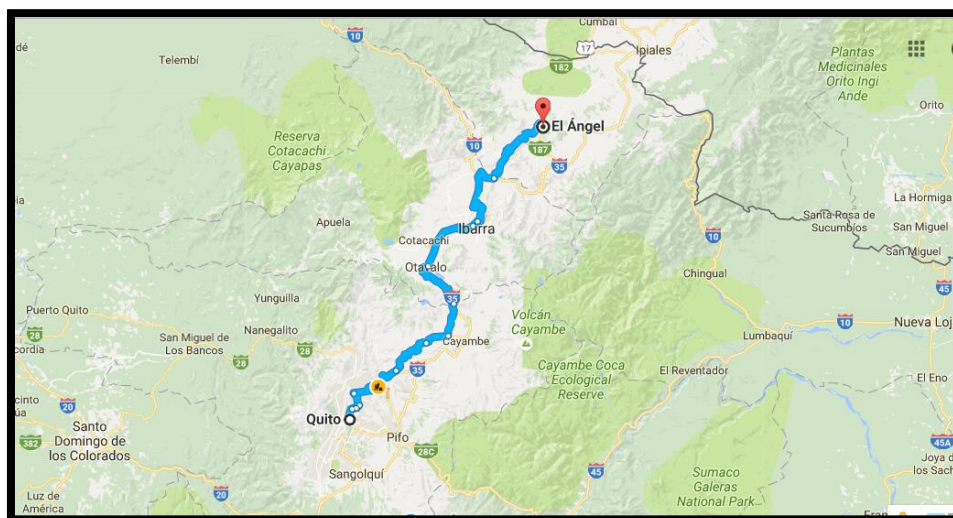
## Macro Localización

**Tabla 2**

**Macro localización**

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Carchi
Cantón	Espejo

Fuente: Prefectura del Carchi  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 1****Mapa de ubicación del cantón Espejo**

Fuente: Google Maps  
 Elaborado por: Diana Pérez

**c) Transporte**

El cantón Espejo cuenta con una cooperativa de taxis, una cooperativa de buses y una cooperativa de camionetas para la movilización dentro y fuera del cantón.

- **Cooperativa Espejo**

La ruta que recorre es desde el Cantón Espejo a Ibarra y al Terminar Terrestre de Quito.

**Tabla 3****Horarios Coop. Espejo**

<b>EL Ángel – Ibarra</b>	<b>Ibarra – El Ángel</b>	<b>El Ángel - Tulcán</b>	<b>Tulcán – El Ángel</b>
06H30	05H30	07H00	13H00
07H30	06H00	13H15	16H45
08H30 am	07H00	-	-
11H30 am	09H30	-	-
12H30 pm	10H30	-	-
13H30 pm	13H30	-	-
14H30 pm	15H30	-	-
15H30 pm	16H30	-	-
16H30 pm	17H30	-	-
18H00 pm	18H20	-	-
19H00 pm	19H20	-	-

Fuente: Coop. Espejo  
 Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 2**  
**Cooperativa Espejo**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 3**  
**Cooperativa Espejo**



Fuente: Coop. Espejo  
Elaborado por: Coop. Espejo



- **Cooperativa de taxis**

La cooperativa de taxis está ubicada en la ciudad de El Ángel que es cabecera cantonal, se moviliza dentro del cantón hacia las diferentes parroquias, su horario de atención es desde las 6 am hasta las 10 pm.

***Figura 4***

***Cooperativa de taxis***



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

- **Cooperativa de camionetas**

Se encuentra ubicada en el parque central de la ciudad de El Ángel, su principal función es realizar carreras a diferentes sitios del cantón.

**Figura 5**  
**Cooperativa de camionetas**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

**d) Cartera de servicios.**

El Cantón Espejo ofrece a los turistas varios servicios entre los que se encuentran:

- Cabalgatas

**Figura 6**  
**Cabalgatas**



Fuente: Prefectura del Carchi

- Camping

**Figura 7**

**Camping**



Fuente: GAD Espejo

- Pesca deportiva

**Figura 8**

**Pesca deportiva**



Fuente: GAD Espejo



- Caminatas

**Figura 9**

**Caminatas**



Fuente: Cantón Espejo

- Piscinas de aguas termales

**Figura 10**

**Piscinas de aguas termales**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

- Recurso humano.

El recurso humano con el que cuenta el departamento de Turismo del Cantón Espejo son 4 personas pobladores del mismo Cantón, las cuales están plenamente capacitadas para realizar las actividades relacionadas con el turismo.

Además, existen varias personas que se encuentran en los diferentes puntos turísticos, encargadas del mantenimiento y asesoramiento hacia los turistas.

**Tabla 4**

**Recurso humano del Departamento de Turismo**

Área	Número
Turismo	1
Deportes	1
Cultura	2

Fuente: Departamento de Turismo  
Elaborado por: Diana Pérez

**Tabla 5**

**Recurso humano del Departamento de Turismo**

Lugar turístico	Número
Reserva Ecológica el Ángel	1
Polylepis	3
La Calera	2
Reserva Golondrinas	1

Fuente: Entrevista Director de Turismo  
Elaborado por: Diana Pérez

**e) Infraestructura.**

El Cantón actualmente cuenta con diferentes sitios públicos y privados, los cuales están a disposición tanto para los habitantes del cantón, como para los turistas, entre los que se encuentran:

- **Centros de salud**

El cantón cuenta con un hospital que se encuentra ubicado en la ciudad de el Ángel y sub centros en cada una de sus parroquias.

*Figura 11*

*Hospital el Ángel*



Fuente: Ministerio de Salud Pública.

- **Restaurantes**

En el cantón no existe un gran número de restaurantes y los pocos que hay se encuentran ubicados solamente en la ciudad de El Ángel, entre los más representativos o más frecuentados se encuentran:

Fran Pollo

El Golosito

Pollos Gus

Locos por comer



- **Tiendas**

En cada una de las parroquias del cantón se encuentran micro mercados y tiendas en las cuales los visitantes o turistas pueden adquirir todo tipo de víveres.

- **Hoteles**

En el cantón existen solamente 3 hoteles, su infraestructura es rústica ya que están diseñados de acuerdo con el lugar. Los precios varían desde los 10 dólares hasta los 25 dólares dependiendo de la habitación.

*Figura 12*

*Hotel Paisaje Andino*



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

El hotel cuenta con 13 habitaciones, de las cuales 10 habitaciones tienen capacidad de 3 personas por habitación y 3 habitaciones matrimoniales.

**Figura 13**  
**Hotel Las Cabañas**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

El hotel cuenta con 15 habitaciones, de las cuales 6 habitaciones tienen capacidad de 4 personas, 5 habitaciones tienen capacidad de 3 personas por habitación y 3 habitaciones matrimoniales.

**Figura 14**  
**Hotel La Pozada**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez



El hotel cuenta con 18 habitaciones, de las cuales 8 habitaciones tienen capacidad de 4 personas, 6 habitaciones tienen capacidad de 3 personas por habitación y 4 habitaciones matrimoniales.

- **Parques**

En el cantón Espejo se puede encontrar 6 parques los cuales están distribuidos en cada una de las parroquias, en ellos se puede encontrar árboles con diferentes figuras y gran variedad de flores, estos parques dan un realce a la imagen de cada parroquia y por ende al cantón.

*Figura 15*

*Parque Libertad*

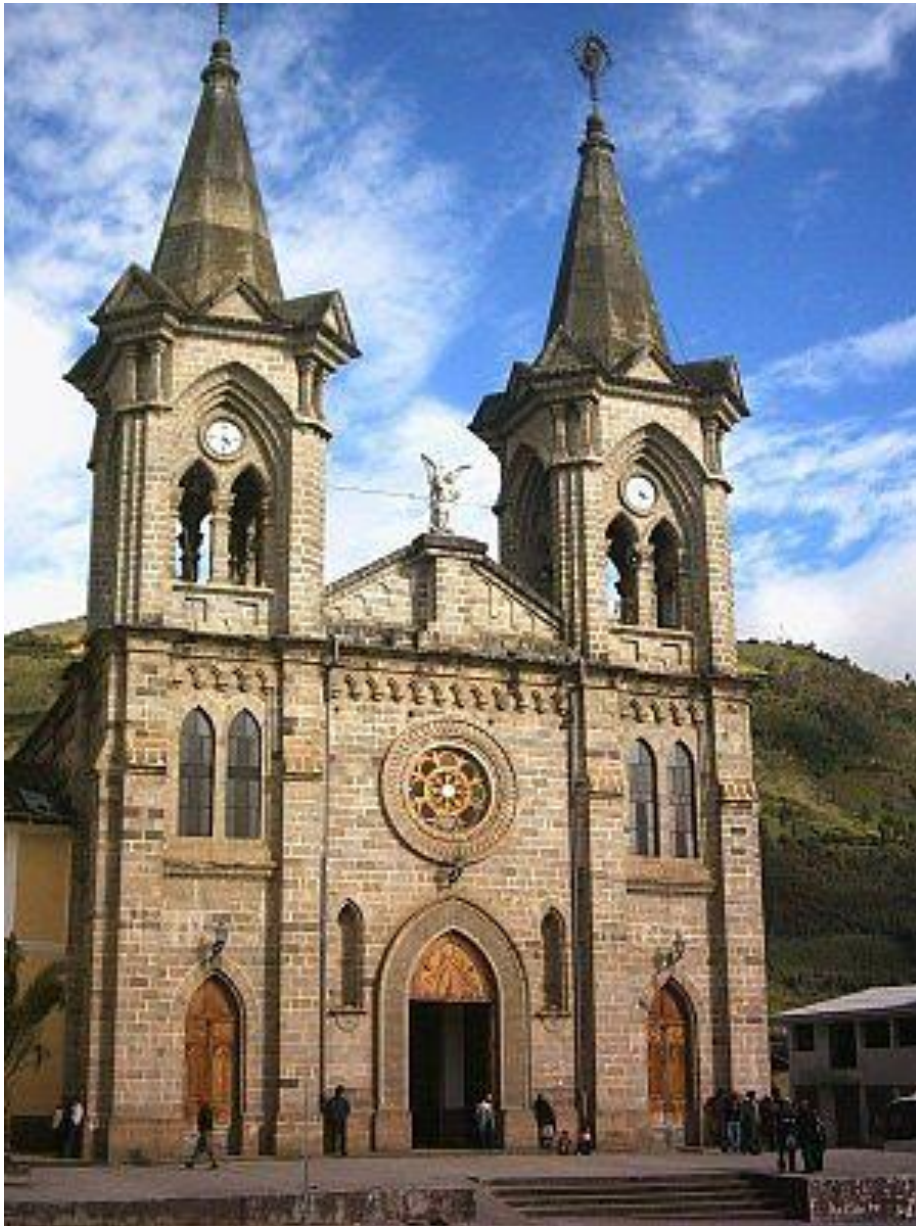


Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

- **Iglesia**

La mayoría de los habitantes del cantón Espejo son católicos por esta razón existe una iglesia en cada parroquia y barrio del cantón.

**Figura 16**  
**Iglesia Central**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

- **Vías de acceso**

Las vías de acceso al cantón Espejo son asfaltadas y se encuentran en buen estado por su constante mantenimiento, y así evitar que exista algún inconveniente al momento de ingreso los turistas al cantón. Por otra parte, las vías de acceso a los puntos turísticos son de piedra y no son hábiles para todo tipo de vehículo.



**Figura 17**  
**Vías de acceso**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 18**  
**Vías de acceso**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

## 2. Cadena de valor

**Figura 19**

**Cadena de valor de Espejo**

Actividades de apoyo	<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
	Transporte público, agua, electricidad, centro de información. Falta de infraestructura hotelera.				
	<b>DESARROLLO DEL RECURSO HUMANO</b>				
	Programa de capacitación, actitud amigable con el turista.				
Actividades primarias	<b>DESARROLLO DE TECNOLOGIA E INNOVACION</b>				
	Conexión a Internet no cuenta con página web				
	<b>DESARROLLO DE PRODUCTOS Y RECURSOS</b>				
	Mejora ambiental, desarrollo de nuevos lugares turísticos				
	<b>Creación de productos</b>	<b>Promoción</b>	<b>Logística Interna</b>	<b>Servicio del destino</b>	<b>Servicio Posventa</b>
	Materiales de marketing	No realiza ni participa en ferias turísticas  No aplica publicidad en los medios de comunicación	Relato de historias, indicaciones y recomendaciones.  Seguridad	Gastronomía  Información turística.	No existe una base de datos

Fuente: análisis interno y externo de Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

- **Actividades primarias**

### Creación de productos

El director de turismo del Cantón Espejo es el encargado de realizar el material de marketing; este material se lo mantiene en la oficina de turismo para entregar a los turistas que se acerquen a recibir información sobre los rincones turísticos del Cantón Espejo.

## **Promoción**

El Cantón Espejo no realiza estrategias de promoción ni publicidad en ningún medio de comunicación. Además, no realiza ferias turísticas y tampoco participa en una de ellas, simplemente el ingreso de turistas es gracias a agencias turísticas y al boca boca de las personas, limitándose así a captar una mínima cantidad de turistas.

## **Logística interna**

Los encargados de cada uno de los rincones turísticos relatan historias, indicaciones y recomendaciones a los turistas para que su visita sea muy placentera. Además, el cantón cuenta con una UPC en cada una de sus parroquias para brindar mayor seguridad a los Turistas.

## **Servicio de destino**

El director de turismo del Cantón Espejo y el presidente de cada parroquia brindan información sobre los rincones turísticos que posee el cantón, su ubicación y sus atributos. Además, cuenta con lugares donde se puede degustar de la comida típica.

## **Servicio post- venta**

El Cantón Espejo no realiza servicio post-venta ya que no cuenta con una base de datos de los turistas que ingresan al cantón, perjudicando así de cierta manera al sector turístico del cantón.

- **Actividades de apoyo**

## **Infraestructura**

El cantón Espejo cuenta con una infraestructura básica es decir agua, electricidad y un centro de información, pero no es suficiente para brindar un servicio de calidad a los turistas

que visitan el cantón ya que es necesario que exista variedad de hoteles, restaurantes, centros de diversión entre otros servicios.

### **Desarrollo del recurso humano**

Aunque no se han realizado charlas o capacitaciones para brindar un buen servicio, los habitantes son amigables por naturaleza con los turistas que visitan el cantón. La realización de las charlas es necesario para lograr que los turistas se sientan satisfechos en su visita al cantón Espejo.

### **Desarrollo de tecnología e innovación**

El departamento de Turismo que se encarga de área turística del cantón Espejo no aprovecha al máximo las ventajas que tiene el internet en esta época ya que no cuenta con una página web o redes sociales para dar a conocer los rincones turísticos con los que cuenta el cantón.

### **Desarrollo de productos y recursos**

El departamento de turismo del cantón se ha encargado de mantener y usar de manera responsable los recursos ambientales, además busca desarrollar nuevos rincones turísticos para ingresar a nuevos mercados; logrando incrementar el número de turistas al Cantón Espejo.

## **2. Situación Externa**

- PEST.

### **a) Factores políticos.**

Con la Constitución del año 2008, Ecuador reconoce los derechos de la naturaleza señalando que *“el Sistema Nacional de Áreas Protegidas garantizará la conservación de la*

*biodiversidad y el mantenimiento de sus funciones ecológicas, y que su rectoría será ejercida por el Estado, que asignará los recursos económicos necesarios para su sostenibilidad económica” (Desarrollo, 2013 - 2017)*

*Además, se señala que “el gobierno de Ecuador se está tomando muy en serio el desarrollo turístico por ese motivo el gobierno del presidente Rafael Correa ha cuadruplicado el presupuesto para ese sector. En el 2012, el presupuesto para el Ministerio de Turismo fue de 40 millones de dólares, desde este año y hasta el 2017 se incrementará a 150 millones anuales”. (EP, 2013)*

Esto es muy beneficioso para el sector turístico, porque con el apoyo directo del estado se podrá lograr que los lugares turísticos cuenten con mejor calidad, mejores precios y así lograr una diferenciación con respecto a la competencia.

#### **b) Factor económico.**

La economía del Ecuador está atravesando grandes problemas, ya que según él (COMERCIO, 2016) se menciona que *“según el último reporte del Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía ecuatoriana decrecería 4.5%, situación que se mantendrá en el 2017 con un -4.3%”*, esto será muy complicado porque el país dependerá mucho de financiamiento externo. Esta crisis económica no solo afecta a los sectores económicos, sino que evidentemente también al turismo, porque este, depende de algunos sectores económicos, como, agencias de viaje, hotelería, restaurantes, transporte, entre otros.

Los factores económicos que pueden influir en el sector turístico son:

#### **✓ Inflación**

Según el INEC la inflación anual en junio del 2016 fue de 1.59%, en el mes anterior fue de 1,63% y la de junio del 2015 fue de 4,87%.

Esto afecta indirectamente al sector turístico del Cantón Espejo, ya que los servicios complementarios como hotelería, restaurantes etc. deberán subir sus precios, ocasionando que el presupuesto destinado al viaje evidentemente aumente.

#### ✓ **Tasa de desempleo**

Según (INEC, 2016), *“la tasa de desempleo alcanzó el 5,7% a nivel nacional, 1,9% puntos porcentuales adicionales a lo registrado en marzo del 2015”*.

Esto perjudica al sector turístico, porque si las personas no cuentan con un trabajo fijo, no podrán realizar visitas a los lugares turísticos, ya que sus ingresos no les permitirá solventar los gastos, y por ende se minimizará los ingresos económicos del país por parte del turismo interno.

#### **c) Factor social**

El turismo se ha vuelto muy importante para el desarrollo social de las comunidades, además, si es manejado de manera responsable ayudará a minimizar los impactos negativos al medioambiente y al patrimonio cultural.

Además, el turismo se ha expandido y diversificado constantemente, favoreciendo a la sociedad, ya que se han creado empresas las cuales generan empleos ayudando así a mejorar la economía de los pueblos.

#### **d) Factor cultural**

*“La cultura es el contexto general en que se desarrolla la actividad turística, en cualquier clase de turismo que se realiza siempre hay un tipo de contacto con la cultura receptora, contacto que se incrementa a medida que el patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales y urbanas se asumen como recurso para el despliegue de actividades turísticas.”*



*“La cultura otorga entonces, un valor agregado al producto turístico y lo convierte en una industria cultural en la cual libros, revistas, espectáculos de luz y sonido, videos reinventan los paisajes culturales.”* (Iberoamericanos, 2006)

La cultura de un pueblo ayuda u otorga un valor agregado al sector turístico logrando que libros, leyendas y videos den mayor realce a los puntos turísticos que se encuentran o forman parte del Cantón Espejo.

El Cantón Espejo es un lugar con personas maravillosas, su cultura es el resultado de la mezcla de pastos y españoles. Sus costumbres, creencias y su gente son lo que le dan la esencia a este cantón, convirtiéndolo así en un lugar totalmente turístico.

#### **e) Factor Tecnológico.**

Vivimos en un mundo globalizado el cual nos permite acceder a distintos productos y servicios en todo el mundo y evidentemente el sector turístico no es la excepción, ya que se puede brindar información actualizada y promociones de los lugares turísticos a las personas de todo el mundo, eliminando así las barreras entre destino y turista.

Ecuador no se queda atrás y busca potenciar y dinamizar tecnológicamente el turismo, por lo que están desarrollando varias aplicaciones para fortalecer este sector. Gracias a la tecnología, Ecuador fue el primer país en promocionar el sector turístico en un gran evento deportivo en Estados Unidos, con el objetivo de establecer al turismo como una de las principales fuentes de ingresos no petroleros del país.

- Posicionamiento

- a) Competencia directa.

La competencia del Cantón Espejo lo conforman los cantones aledaños que poseen lagunas y bosques Protegidos como: Ibarra, Otavalo, Cota cachi, San Gabriel, Bolívar, etc., los cuales poseen áreas naturales similares.

- b) Competencia indirecta.

Se puede tomar como competencia indirecta a la costa porque no posee áreas naturales similares pero sus playas son una opción para los turistas a la hora de vacacionar.

- **Benchmarking**

El benchmarking se lo realizará a la competencia directa que existe en la provincia del Carchi, en este caso al cantón Tulcán ubicado al norte de la provincia del Carchi, sitio fronterizo con la Republica de Colombia, para analizar los aspectos de comparación se tomara en cuenta los algunos indicadores estos se muestran en la siguiente tabla.

**Tabla 6**  
**Benchmarking**

ANÁLISIS COMPARATIVO				
VECTORES	SUBVECTORES	CANTON ESPEJO	CANTON TULCÁN	CALIFICACIÓN
Identidad Corporativa		No	No	0
Horarios		Lunes a domingo	Lunes a domingo	10 vs 10
Atención al cliente	Respeto a los turistas	Excelente	Excelente	10 vs 10
	Comunicación	Buena	Muy buena	8 vs 10
	Base de datos de turistas	No	No	0 vs 0
Lugares turísticos	Bosques	Si	Si	10 vs 10
	Lagunas	Si	Si	10 vs 10
	Aguas termales	Si	Si	10 vs 10
	Cascadas	Si	Si	10 vs 10
	Reservas	Si	No	10 vs 0
Estrategia de promoción y publicidad		No	No	0

Elaborado por: Diana Pérez

El análisis de benchmarking se lo realizó al cantón Tulcán tomando en cuenta los puntos más representativos con respecto a turismo. La ventaja competitiva del cantón Espejo es que cuenta con más variedad de lugares turísticos, además, ninguno de los dos cantones cuenta con una imagen corporativa ni realizan promoción ni publicidad para dar a conocer las riquezas turísticas con las que cuenta el cantón.

### **1.1.7. Identificación de la población.**

## **1 .Diseño e instrumentos de investigación**

Las fuentes que se utilizarán para la recopilación de información del estudio serán:

### **1. Información Primaria**

#### a) Encuestas:

La encuesta se realizó a todos los presidentes de cada parroquia del Cantón Espejo, con el fin de recopilar información necesaria para determinar el presente diagnóstico situacional.

#### b) Entrevista

Además, se realizó una entrevista con un cuestionario claro, que ayuda a recopilar información precisa para la investigación, la cual está dirigida al Director de Turismo del Cantón Espejo, Ing. Edison Taimal.

### **2. Información secundaria.**

La información que se utilizó fue:

- Folletos
- Internet
- Tesis

## **1.2. Evaluación de la información**

### **1.2.1. Resultado de entrevista realizada al Director de Turismo del Cantón Espejo**

#### **1. ¿Qué funciones principales desempeña la dirección de turismo?**

Está enfocada a lo que corresponde o compete al área turística, además al surgimiento de emprendimientos culturales.

#### **2. ¿Tienen alianzas estratégicas con Agencias de Viajes?**

No, ya que con entidades privadas la ley no permite, lo que sí se podría hacer como intermediarios de pronto buscar convenios con agencias de viajes para mayor publicidad.

#### **3. ¿Considera que las vías de acceso a los lugares turísticos son las adecuadas?**

De acuerdo con nuestra geografía territorial me parece que sí, no se puede decir que son de excelente calidad, pero si son vías que se prestan a nuestro ecosistema, a la mayoría de los turistas les ha gustado, que si se tiene que mejorar obviamente.

#### **4. ¿Cuáles son las principales dificultades que tiene el Cantón Espejo para convertirse en un lugar turístico, según su punto de vista?**

Potencializar más aun como producto turístico nuestro cantón, ahora está considerado como un lugar de paso en que simplemente tenemos como fuerte lo que es la Reserva ecológica “El Ángel”, sin embargo, concretar como producto es algo que nos hace falta y en lo que estamos trabajando para potencializarlo como un lugar turístico.

**5. ¿Qué ventajas tiene el Cantón Espejo para considerarse un lugar turístico?**

Tiene un montón de ventajas, hablemos mismo de nuestra geografía en el que se puede encontrar varios pisos ecológicos con una diversidad increíble de flora y fauna, además nuestro territorio cuenta con una gente pacífica, amable, las cuales se convierten en nuestras fortalezas para que el cantón se convierta en un potencial turístico.

**6. ¿Considera que esas ventajas del Cantón Espejo en materia turística están siendo aprovechadas al 100% actualmente? ¿Por qué?**

Lamentablemente no, considerándose en un rango estarán explotadas un 30% hablando de la materia turística, sin embargo, se puede recalcar que las iniciativas que se están dando nos dice que para en unos 2 a 3 años considerarnos como un potencial totalmente grande.

**7. ¿Cuentan con una marca o imagen que identifique al Cantón Espejo como destino turístico (logotipo, slogan, misión visión, políticas, valores)?**

Nuestro Cantón Espejo está identificado como “El paraíso más cercano al cielo”, inclusive hablamos de dos o tres componentes más que los compañeros han trabajado en un ámbito poético en él se recalca por qué se lo denomina al cantona si, además la reserva ecológica “El Ángel” como la esponja de agua nos ha permitido identificarnos bastante.

**8. ¿Qué está haciendo la dirección de turismo actualmente para fomentar el turismo?**

Bueno cuando inicie entre con la visión de potencializar más lo que son los recursos naturales, además se está contemplando un fuerte estudio que ya está en su etapa final en el que se espera que en el año que viene sacar a la par dos puntos turísticos nuevos, se podría decir vírgenes los cuales mediante un estudio se revelo que serán totalmente aceptables.

**9. ¿Qué medios de comunicación oral, escrita, televisiva o de redes sociales utilizan?**

La institución está enfocada en manejar redes sociales, en lo que corresponde a prensa se está trabajando con el diario El Norte, La Hora, en lo que corresponde a televisivas últimamente se ha realizado un video del Cantón el que se está transmitiendo por los siete canales principales a nivel nacional.

**10. ¿El Cantón cuenta con infraestructura necesaria para brindar un buen servicio con lo que respecta a hotelería, centros de diversión, restaurantes, etc.?**

Se está trabajado esperando en este mes sacar una ordenanza más que nos permita regularizar y estandarizar normas de calidad de acuerdo a las normativas ISO 9001, pero si nos hace falta mucho todavía.

**11. ¿Considera que la gente del cantón está capacitada para recibir a los visitantes?**

Más que capacitada las personas es por iniciativa propia, se invirtió anteriormente una gran cantidad económica para capacitaciones, sin embargo, no se ha tenido resultados porque nos hace falta infraestructura, lo primero que mejorar es el tema de la infraestructura y la gente por si sola busca el desarrollo.

**12. ¿Qué ofertas turísticas tiene el cantón?**

Lo fuerte del Cantón Espejo es la reserva, más allá de las ofertas culturales.

**13. Qué municipios o lugares diferentes, piensa que pueden ser la principal competencia para el Cantón Espejo. ¿Por qué?**

Yo creo que ninguno, yo lo considero al Cantón Espejo como eje de desarrollo turístico por nuestra reserva, nuestra diversidad de flora, fauna, nuestra diversidad cultural e identidad propia.

**CONCLUSIÓN:**

Gracias a la información brindada por parte del Director de Turismo del Cantón Espejo Ing. Edison Taimal se ha llegado a la conclusión que el Cantón Espejo no cuenta con vías adecuadas para ingresar a los rincones turísticos, provocando inconvenientes a los turistas, además, a pesar de contar con grandes riquezas naturales no se lo considera como un cantón turístico ya que no se realiza promoción y publicidad para dar a conocer la gran variedad de rincones turísticos que tiene el Cantón Espejo.



### 1.2.2. Tabulación, presentación e interpretación de los resultados de la encuesta dirigida al presidente de cada parroquia.

#### 1. ¿Considera Ud. a Espejo como un Cantón turístico?

**Tabla 7**

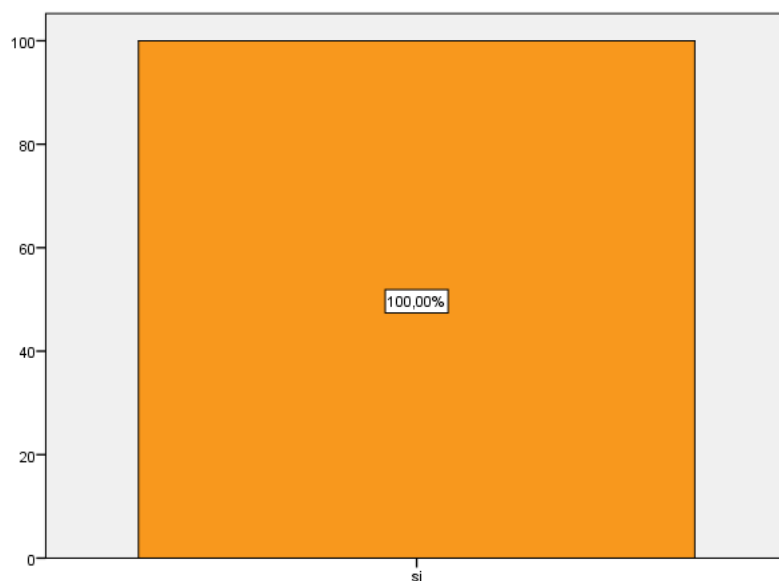
**Cantón turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 20**

**Cantón turístico**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

#### **Análisis:**

El Cantón Espejo cuenta con lugares únicos en el mundo, con una gran biodiversidad, que es lo que lo caracteriza y es por lo cual los encuestados consideran a Espejo como un Cantón turístico.

## 2. ¿Qué beneficios aporta el turismo en su parroquia?

**Tabla 8**

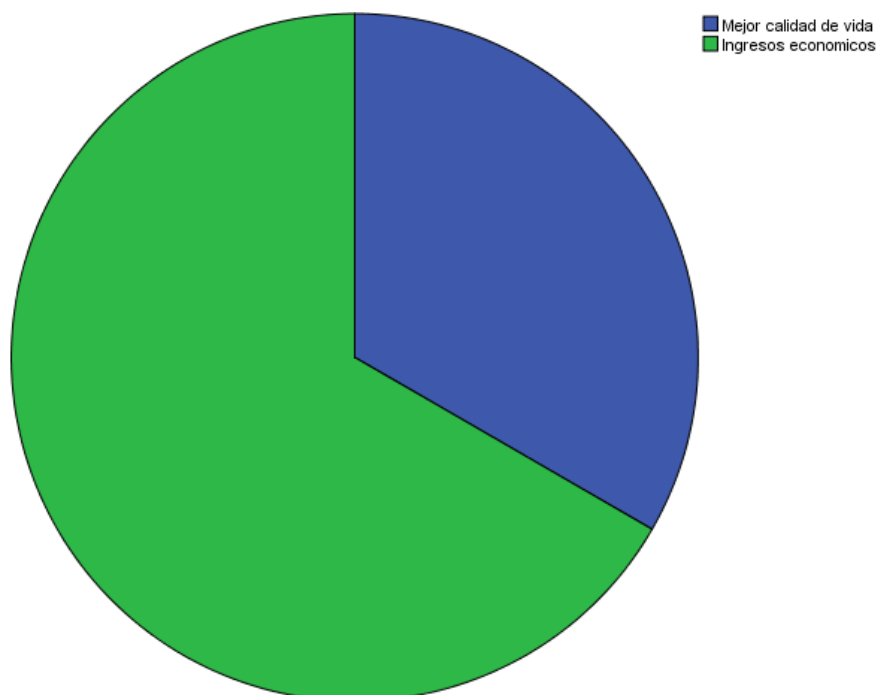
**Beneficios del turismo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mejor calidad de vida	1	33,3	33,3	33,3
Ingresos económicos	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 21**

**Beneficios del turismo**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Según la tabla se puede observar que los beneficios principales que aporta el turismo en cada una de sus parroquias son los ingresos económicos, y mejor calidad de vida.

### 3. La calidad y cantidad de restaurantes y hoteles del Cantón son:

**Tabla 9**

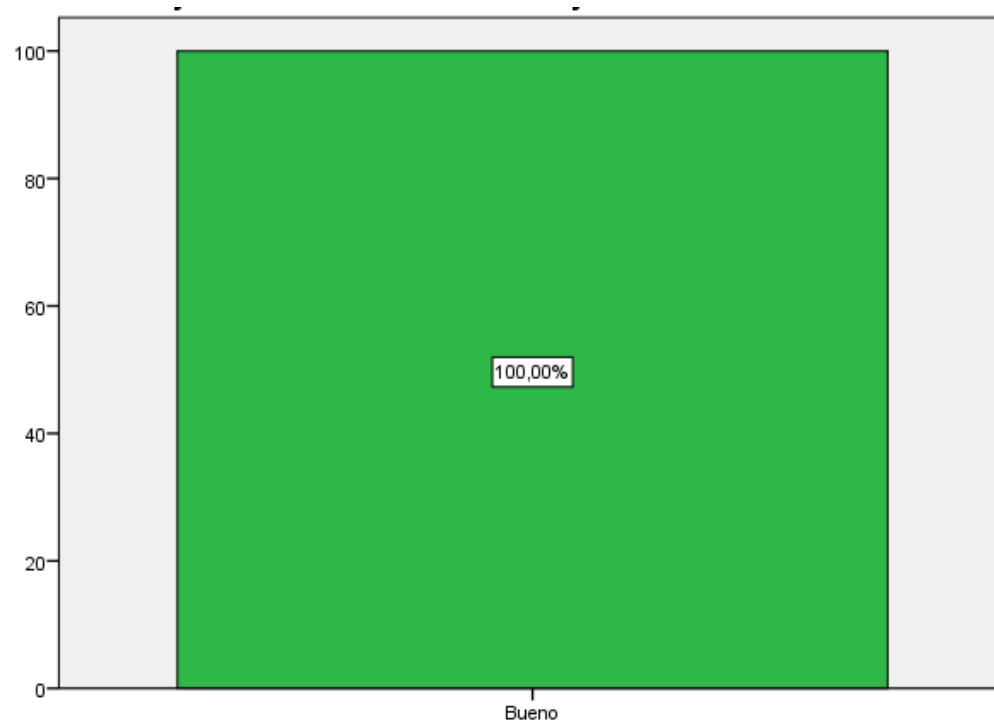
**Cantidad y calidad de restaurantes y hoteles**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buenos	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 22**

**Cantidad y calidad de restaurantes y hoteles**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

#### **Análisis:**

Un 100% que representa a la totalidad de los encuestados afirman que la calidad y cantidad de restaurantes y hoteles es buena, es decir que el Cantón no cuenta con suficientes restaurantes y hoteles para brindar un excelente servicio a los turistas.

#### 4. El estado de las vías de acceso al Cantón es:

**Tabla 10**

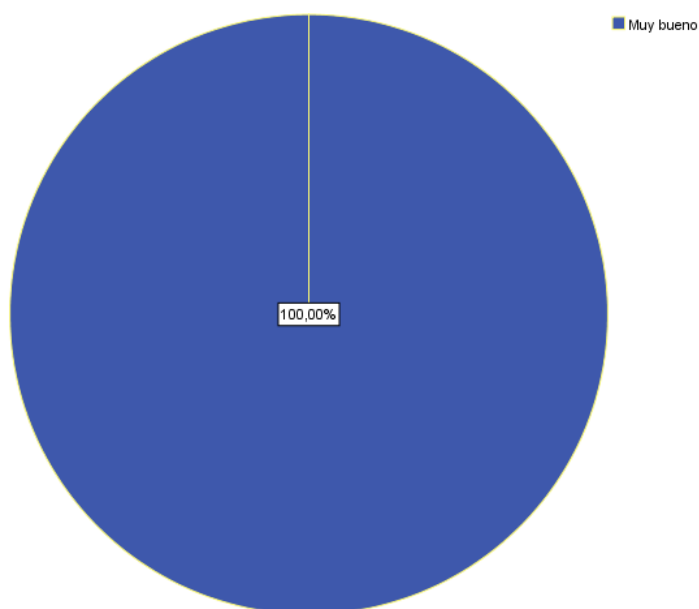
**Estado de vías**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 23**

**Estado de vías**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

#### **Análisis:**

Todas las personas encuestadas mencionaron que las vías para ingresar al Cantón se encuentran en muy buen estado, por lo que los turistas no tendrán ningún inconveniente al visitar el Cantón.

5. ¿En qué medios de transporte se puede llegar a los lugares turísticos del Cantón espejo?

**Tabla 11**

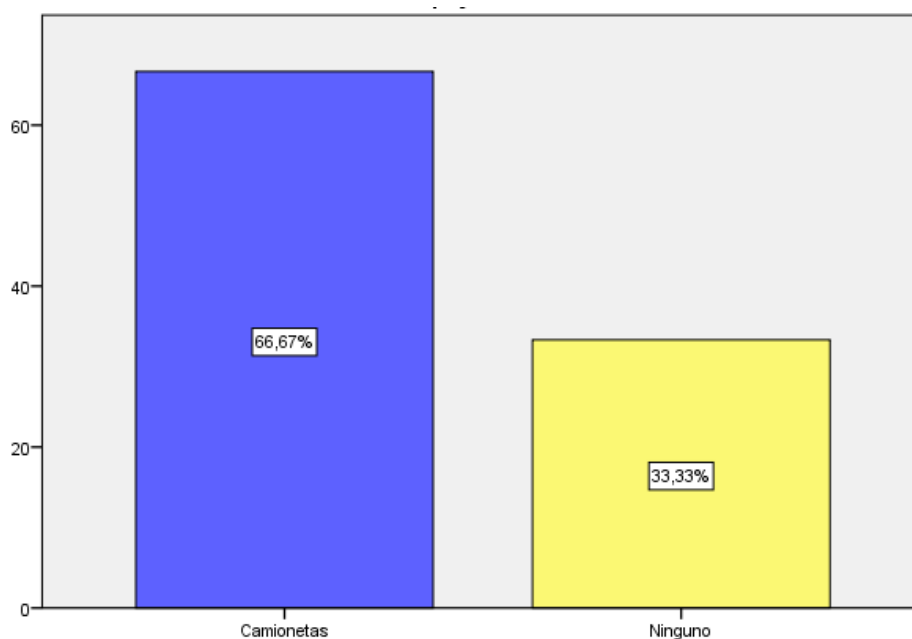
**Medios de transporte**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Camionetas	2	66,7	66,7	66,7
Ninguno	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 24**

**Medios de transporte**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que el ingreso a los lugares turísticos se los puede hacer en camionetas y otro cierto porcentaje meen ningún medio de transporte, es decir que existen algunos lugares a los cuales necesariamente se debe ir a pie ya que no entra ningún vehículo.

6. ¿Cómo considera Ud. la gestión que realiza la dirección de turismo del cantón?

**Tabla 12**

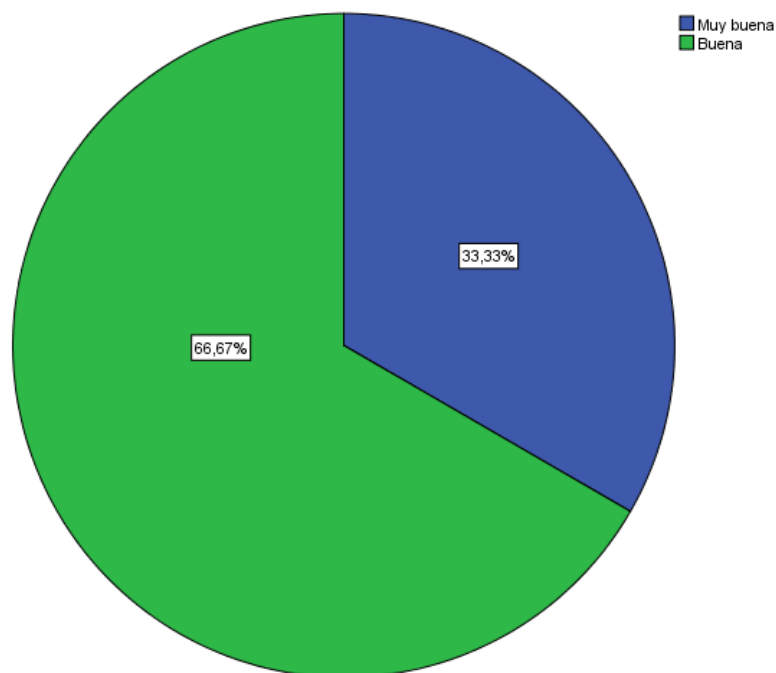
**Gestión de la dirección de turismo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy buena	1	33,3	33,3	33,3
Buena	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 25**

**Gestión de la dirección de turismo**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Los encuestados califican la gestión que realiza la dirección de turismo como buena y como muy buena, es decir que la dirección de turismo está realizando actividades que benefician al turismo del Cantón.

## 7. ¿Con que frecuencia se capacita al personal que labora en los atractivos turísticos?

**Tabla 13**

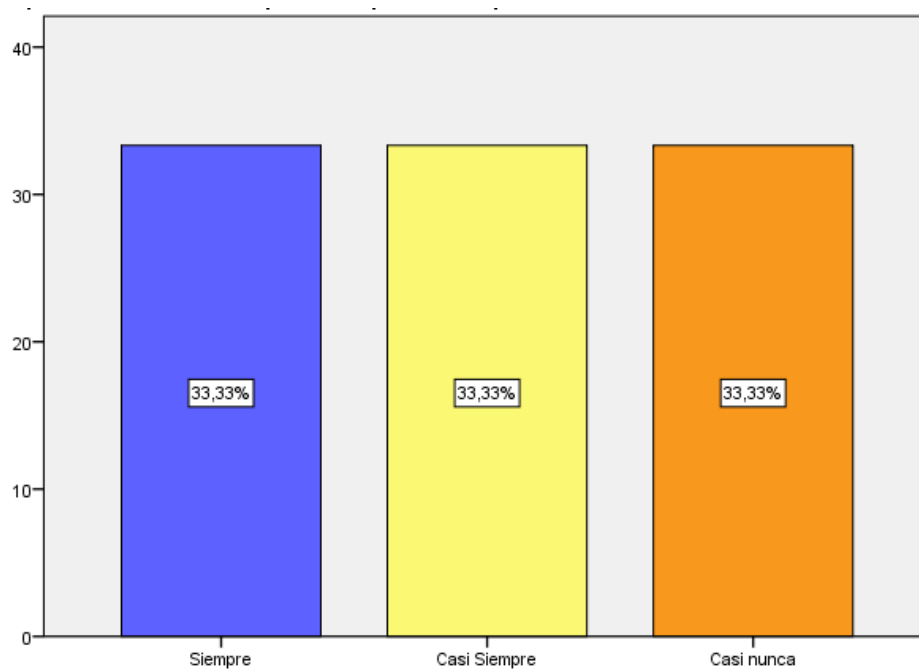
**Frecuencia de capacitación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	33,3	33,3	33,3
Casi Siempre	1	33,3	33,3	66,7
Casi nunca	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 26**

**Frecuencia de capacitación**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Existe un empate técnico por lo que se puede concluir que el personal recibe capacitaciones, pero, probablemente no con frecuencia.

**8. ¿Con que frecuencia el cantón Espejo realiza eventos publicitarios para darse a conocer?**

**Tabla 14**

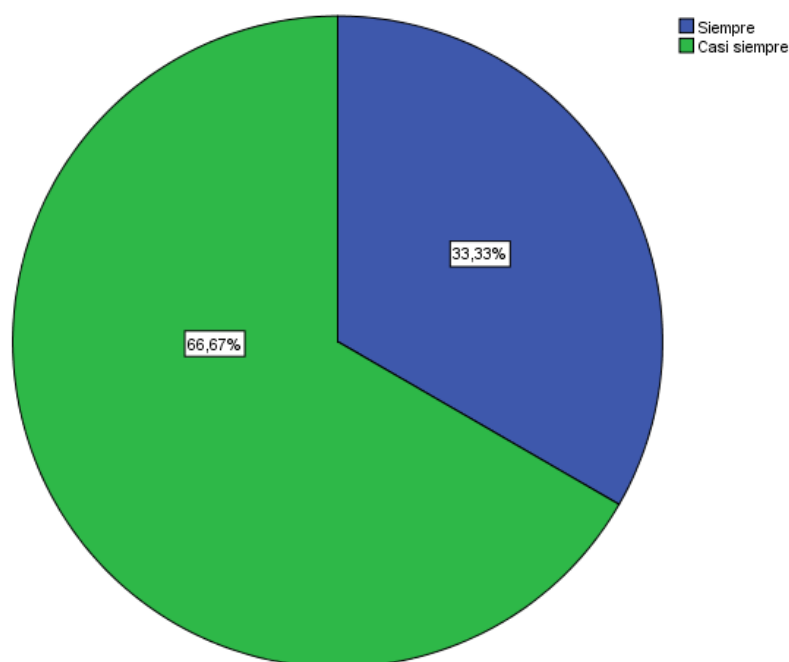
**Eventos publicitarios**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	33,3	33,3	33,3
Casi siempre	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 27**

**Eventos publicitarios**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

La mayoría de las personas encuestadas menciona que el Cantón casi siempre realiza eventos publicitarios, se puede concluir que el Cantón si está participando o realizando eventos para darse a conocer como un lugar turístico.



**9. ¿Por qué medio cree más conveniente se deba publicitar los servicios y productos turísticos del Cantón Espejo?**

**Tabla 15**

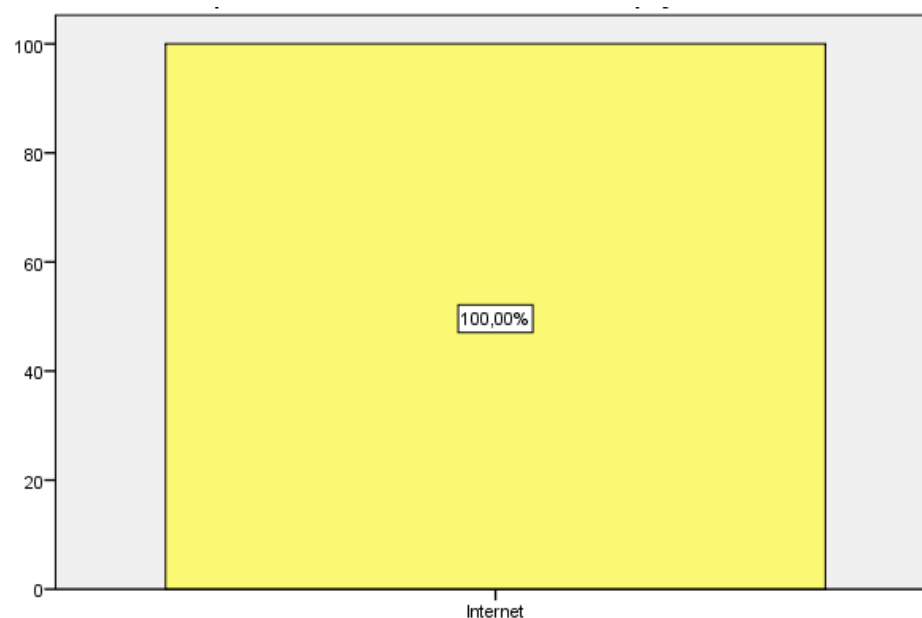
**Medios de comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Internet	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 28**

**Medios de comunicación**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Las personas encuestadas mencionaron que la mejor forma para dar a conocer los lugares turísticos del Cantón Espejo es por medio del internet ya que en la actualidad es el mejor medio de comunicación.

**10. ¿En caso de que se utilicen medios de comunicación qué alcance tiene la publicidad?**

**Tabla 16**

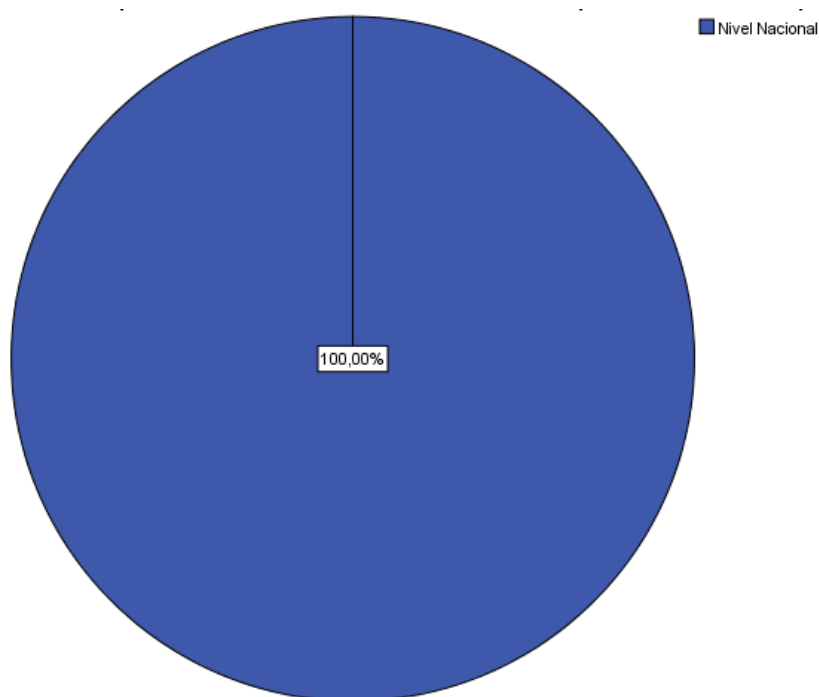
**Alcance de la publicidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Nacional	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 28**

**Alcance de la publicidad**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Todos los encuestados mencionan que la publicidad que se realiza es solamente a nivel nacional e incluso solamente regional.

## 11. ¿Su parroquia tiene un lugar para información a turistas nacionales y extranjeros?

**Tabla 17**

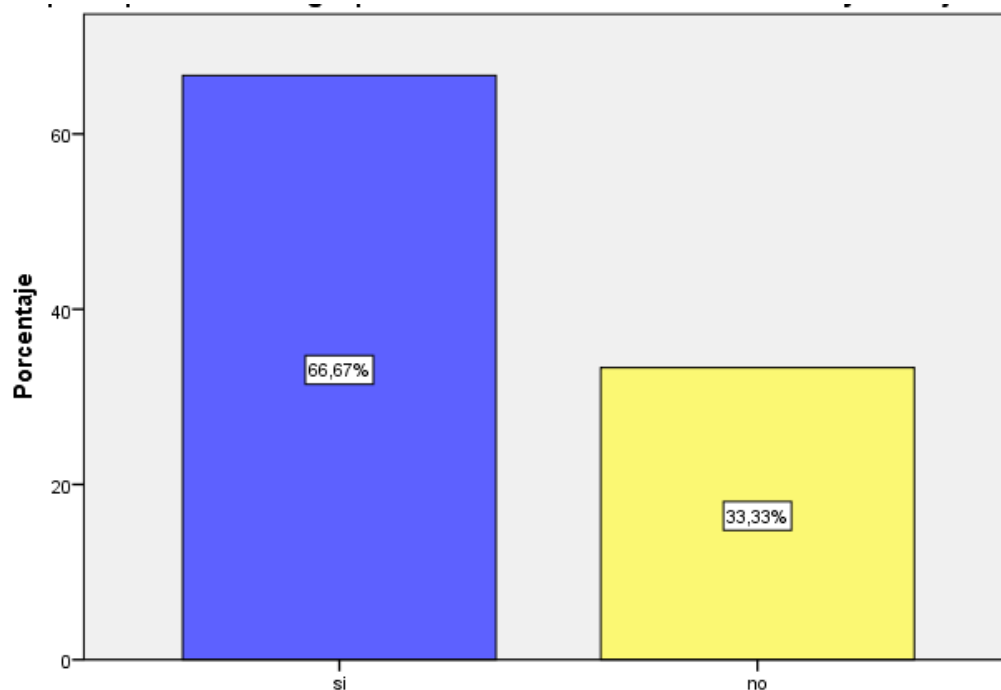
**Información turística**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	66,7	66,7	66,7
No	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 29**

**Información turística**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

### Análisis:

Dos de los presidentes de cada parroquia menciona que su parroquia si cuenta con un lugar de información para los turistas y una persona menciona que no tiene un lugar específico para brindar información.

## 12. Si la pregunta anterior es afirmativa dónde está ubicado

**Tabla 18**

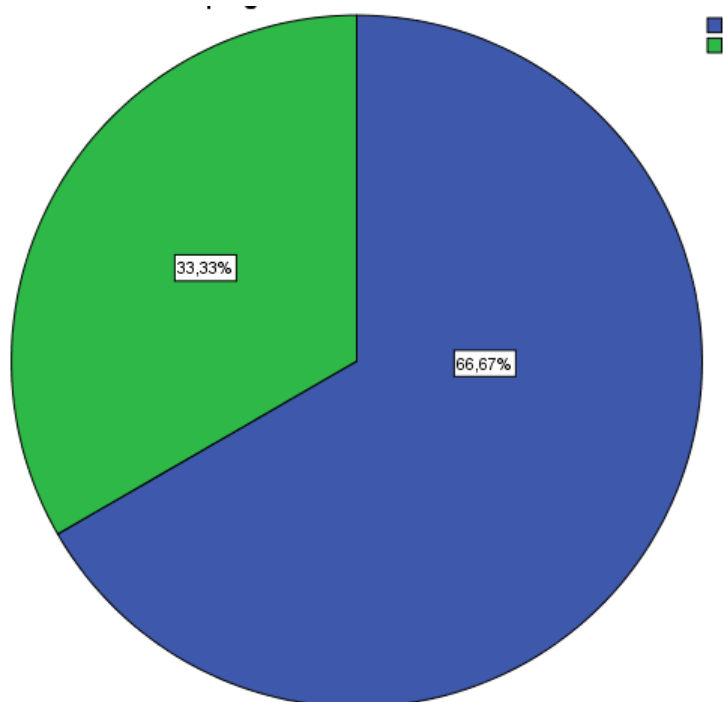
**Ubicación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Oficinas del GAD Parroquial	2	66,7	66,7	66,7
Ninguno	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 30**

**Ubicación**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Según los encuestados el lugar de información se encuentra en las oficinas del GAD Parroquial pero otras parroquias no cuentan con un lugar de información turística.

### 13. ¿Cuenta su parroquia con personas que puedan dar información en inglés a turistas extranjeros?

**Tabla 19**

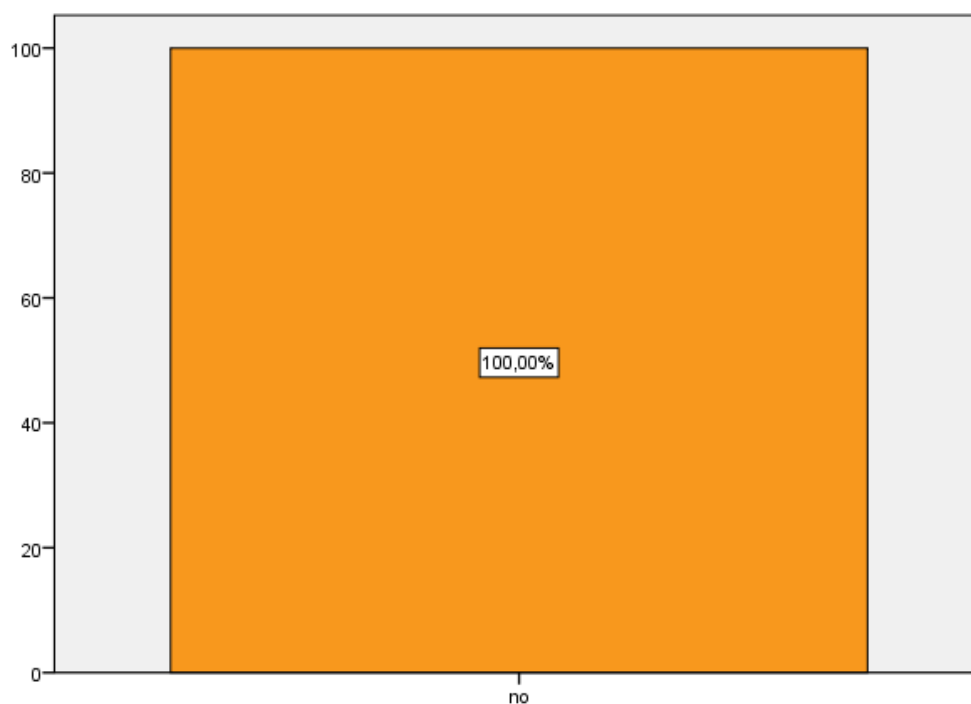
**Información**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 31**

**Información**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Todos los encuestados, mencionan que no cuentan con personal capacitado para dar información en inglés a los turistas extranjeros, esto se ve como una falencia que afecta al turismo.

**14. Si las respuestas anteriores fueron negativas. ¿Se está haciendo algo para contar con el lugar y personas indicadas para dar información a turistas?**

**Tabla 20**

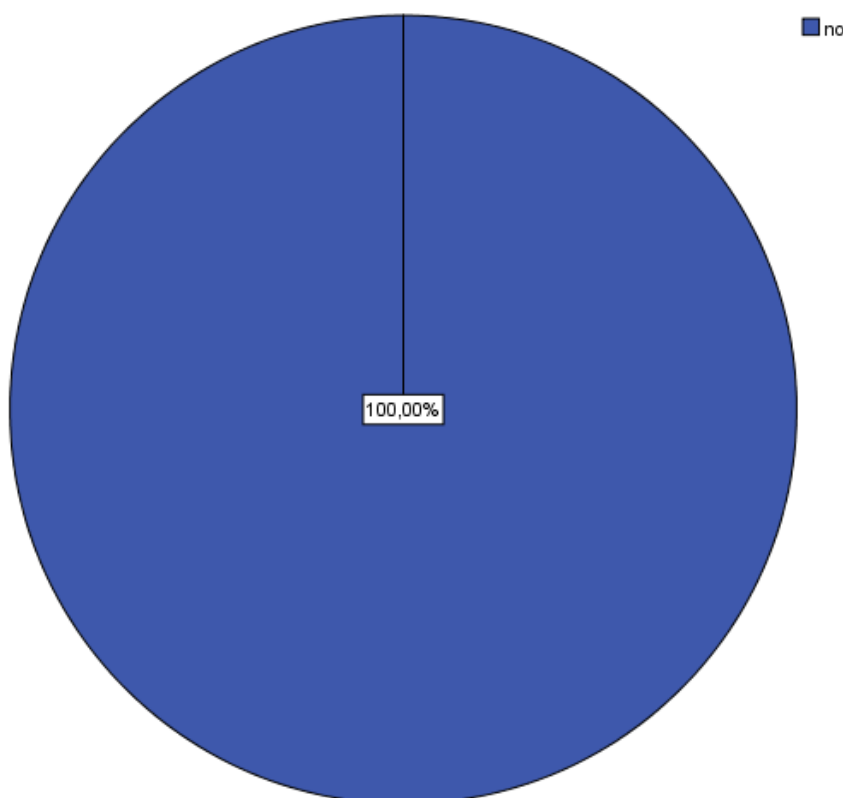
**Información a turistas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 32**

**Información a turistas**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Según todos los encuestados no se está haciendo nada con lo que respecta a contratar personas que hablen fluido el inglés para brindar información a los turistas.

## 15. ¿Qué hace su parroquia para garantizar la seguridad de los turistas?

**Tabla 21**

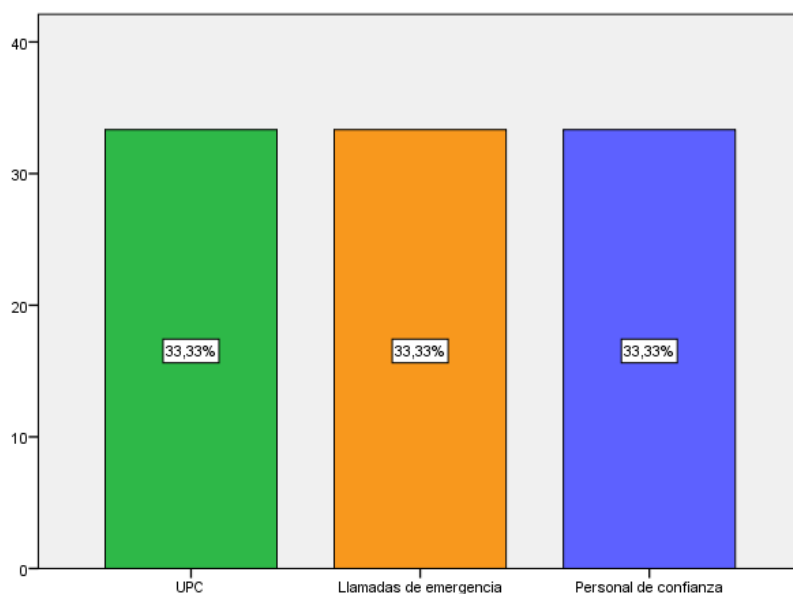
**Seguridad de los turistas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
UPC	1	33,3	33,3	33,3
Llamadas de emergencia	1	33,3	33,3	66,7
Personal de confianza	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 33**

**Seguridad de los turistas**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Existe un empate técnico con un 33%, es decir cada parroquia cuenta con diferentes formas de garantizar la seguridad del turista entre las que están UPC, llamadas de emergencia y contar con personal de confianza.

**16. ¿Los lugares que mencionó anteriormente, se encuentran en óptimas condiciones para atraer visitantes?**

**Tabla 22**

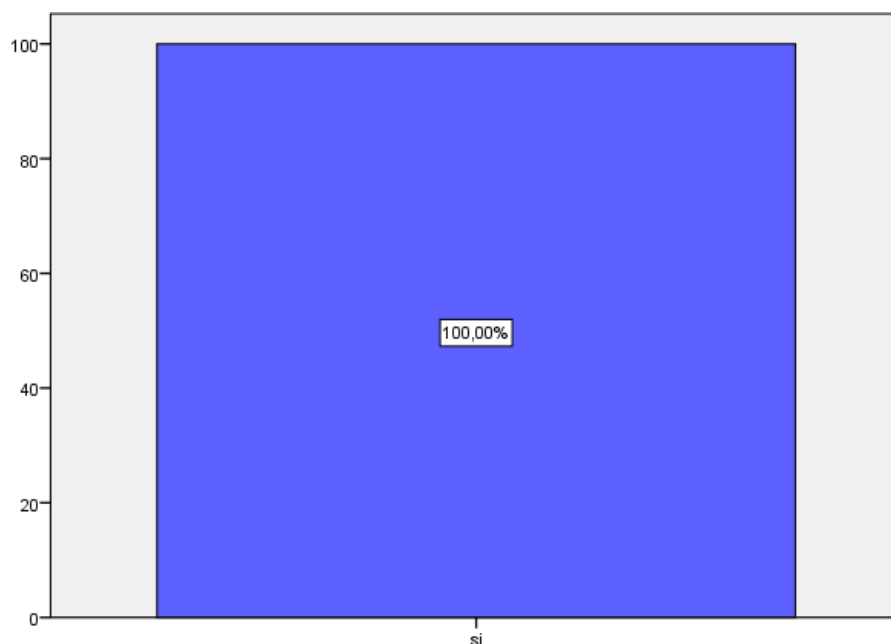
**Condiciones de los lugares turísticos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 34**

**Condiciones de los lugares turísticos**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Todos los encuestados afirman que los principales lugares turísticos de cada parroquia se encuentran en óptimas condiciones para recibir a los turistas.



**17. Señale por cuál de los siguientes aspectos se ha realizado un plan de mejora.**

**Tabla 23**

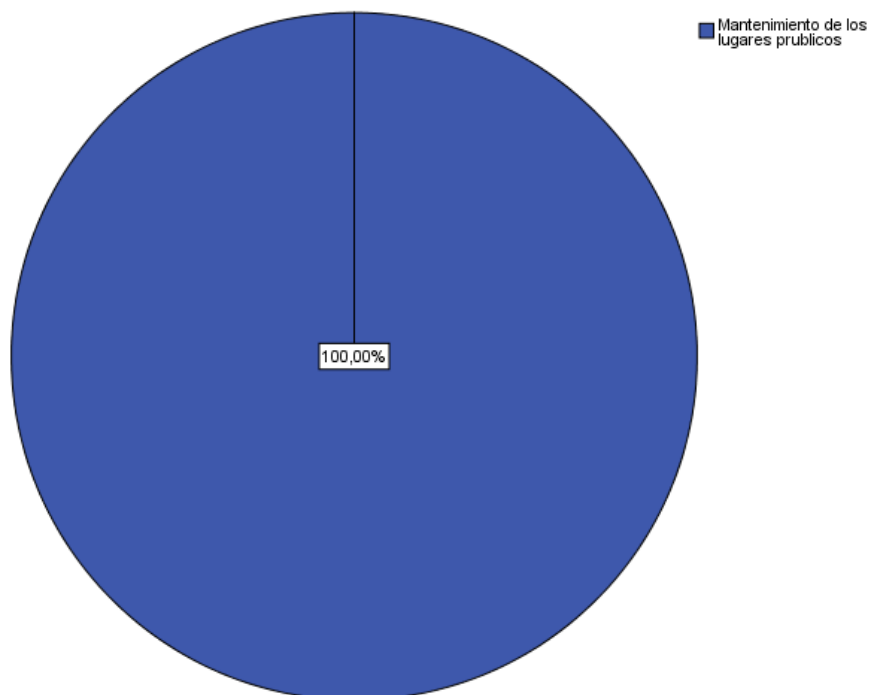
**Plan de mejora**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mantenimiento de los lugares públicos	3	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 35**

**Plan de mejora**



Fuente: Encuestas al personal  
Elaborado por: Diana Pérez

**Análisis:**

Todas las parroquias se han enfocado principalmente en el aseo y mantenimiento de los lugares públicos dejando a un lado los demás aspectos que serían también de gran importancia para brindar un buen servicio a los turistas.

**CONCLUSION:**

Gracias a la información recopilada se puede concluir que los puntos turísticos del Cantón Espejo no cuentan con personal ampliamente capacitado, además, que la infraestructura del Cantón y vías de acceso a los lugares turísticos no son los adecuados Para brindar un buen servicio a los turistas que visitan el Cantón.

**1.2.3. Observación directa**

Para la técnica de observación directa se realizó una ficha de observación en el Cantón Espejo y en cada uno de los rincones turísticos, tomando en cuenta los principales aspectos que ayudarán a identificar los problemas que tiene el cantón con respecto al sector turístico.

**Tabla 24****Ficha de observación**

<b>FICHA DE OBSERVACION</b>				
	<b>MUY BUENO</b>	<b>BUENO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>MALO</b>
Infraestructura			X	
Vías de acceso		X		
Promoción y publicidad			X	
Información		X		
Servicio		X		

Fuente: Observación directa  
Elaborado por: Diana Pérez

- **Infraestructura**

Como se mencionó anteriormente el cantón Espejo no tiene una infraestructura adecuada, ya que, no cuenta con variedad de hoteles y restaurantes para mejorar la estadía de los turistas.

- **Vías de acceso**

Es estado de las vías de acceso al cantón Espejo son asfaltadas y se encuentran en buen estado.

***Figura 36***

***Vías de acceso***



Fuente: Cantón Espejo

Elaborado por: Diana Pérez

Las vías de acceso a los lugares turísticos del cantón son de piedra.

**Figura 37**

**Vías de acceso**



Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

- **Promoción y publicidad**

El cantón no realiza estrategias de promoción ni publicidad específicas, simplemente han creado o diseñado trípticos con poca información que se les entrega a los turistas cuando visitan o llegan por información al Departamento de Turismo.

- **Información**

El director de turismo del Cantón Espejo es el encargado de brindar información acerca de los lugares turísticos que existen en el cantón, además en la mayoría de los puntos turísticos se encuentra un guía que da información a los turistas

- **Servicio**

El servicio que ofrece el cantón por parte de los habitantes y los encargados de cada punto turístico es bueno, ya que su cultura y sus creencias hacen que las personas den un buen trato a los turistas.

### **1.3. Construcción de la Matriz FODA**

#### **1.3.1. Fortalezas**

- Posee atractivos turísticos únicos en su especie a nivel mundial.
- Cuenta con un departamento de turismo que promueve el turismo del sector.
- Posee diferentes pisos climáticos.
- Los lugares turísticos poseen gran historia y leyendas.
- Fácil acceso al cantón y sus alrededores.

#### **1.3.2. Oportunidades.**

- Gran interés por impulsar el sector turístico por parte del Estado.
- Mayor inversión del municipio en infraestructura y servicios básicos.
- Mercado en crecimiento.

#### **1.3.3. Debilidades**

- Estado de las vías a los lugares turísticos son medianamente óptimas.
- Las ventajas turísticas que tiene el cantón no están aprovechadas al 100%
- Infraestructura poco adecuada para brindar un buen servicio con lo que se respecta a hotelería, centros de diversión, restaurantes, etc.
- Pocas capacitaciones al personal.

- Poca promoción y publicidad del Cantón como lugar turístico.
- Crecimiento urbanístico.

#### 1.3.4. Amenazas

- Competencia
- Crisis económica nacional
- Mayor promoción y publicidad por parte de la competencia
- Deterioro de los recursos naturales a causa de los efectos climáticos.

**Tabla 25**

**Matriz FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posee atractivos turísticos únicos en su especie a nivel mundial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado de las vías a los lugares turísticos son medianamente óptimas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuanta con un departamento de turismo que promueve el turismo del sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las ventajas turísticas que tiene el cantón no están aprovechadas al 100%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posee diferentes pisos climáticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura poco adecuada para brindar un buen servicio con lo que se respecta a hotelería, centros de diversión, restaurantes, etc.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los lugares turísticos poseen gran historia y leyendas.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fácil acceso al cantón y sus alrededores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pocas capacitaciones al personal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca promoción y publicidad del Cantón como lugar turístico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento urbanístico no controlado</li> </ul>

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran interés por impulsar el sector turístico por parte del Estado.</li> <li>• Mayor inversión del municipio en infraestructura y servicios básicos.</li> <li>• Mercado en crecimiento.</li> <li>• Avances tecnológicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerte competencia</li> <li>• Crisis económica nacional</li> <li>• Mayor promoción y publicidad por parte de la competencia.</li> <li>• Deterioro de los recursos naturales a causa de los efectos climáticos.</li> </ul>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Diana Pérez

#### 1.4. Cruces Estratégicos

*Tabla 26*

*Cruces Estratégicos*

	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posee atractivos turísticos únicos en su especie a nivel mundial.</li> <li>2. Cuanta con un departamento de turismo que promueve el turismo del sector.</li> <li>3. Posee diferentes pisos climáticos.</li> <li>4. Los lugares turísticos poseen gran historia y leyendas.</li> <li>5. Fácil acceso al cantón y sus alrededores.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estado de las vías a los lugares turísticos son medianamente óptimas.</li> <li>2. Las ventajas turísticas que tiene el cantón no están aprovechadas al 100%</li> <li>3. Infraestructura poco adecuada para brindar un buen servicio con lo que se respecta a hotelería, centros de diversión, restaurantes, etc.</li> <li>4. Pocas capacitaciones al personal.</li> <li>5. Poca promoción y publicidad del Cantón como lugar turístico.</li> </ol>
Oportunidades	FO	DO
1. Gran interés por impulsar el sector turístico por parte del Estado.	1. Realizar proyectos para mejorar los lugares turísticos (F2; O1)	1. Buscar financiamiento para mejorar las vías de acceso a

<p>2. Mayor inversión del municipio en infraestructura y servicios básicos.</p> <p>3. Mercado en crecimiento.</p> <p>4. Avances tecnológicos</p>	<p>2. Impulsar nuevos lugares turísticos e incursionar en nuevos mercados y así captar mayor número de turistas. (F3; O3)</p> <p>3. Buscar diferentes maneras para dar a conocer los rincones turísticos utilizando diferentes medios de comunicación. (F1, F4; O4)</p>	<p>los lugares turísticos. (D1; O1, O2)</p> <p>2. buscar financiamiento para realizar capacitaciones frecuentemente al personal y poder brindar un buen servicio. (D4; O1)</p> <p>3. Realizar mayor cantidad de promociones y publicidad para dar a conocer el cantón como un lugar turístico. (D5; O4)</p>
Amenazas	FA	DA
<p>1. Fuerte competencia</p> <p>2. Crisis económica nacional</p> <p>3. Mayor promoción y publicidad por parte de la competencia.</p> <p>4. Deterioro de los recursos naturales a causa de los efectos climáticos.</p> <p>5. Crecimiento urbanístico no controlado</p>	<p>1. Realizar fuertes campañas publicitarias resaltando los lugares turísticos únicos en el mundo. (F1; A1, A3)</p> <p>2. Realizar un plan en el cual se especifique o determine el alcance que tendrá el crecimiento urbanístico. (F2; A5)</p>	<p>1. Invertir adecuadamente en las vías de acceso a los lugares turísticos o procurar no dañarlas. (D1; A2)</p> <p>2. Al no promocionar el Cantón se está perdiendo la oportunidad de incrementar el número de turistas frente a la competencia. (D5; A3)</p>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Diana Pérez

### 1.5. Identificación del problema diagnóstico

Luego de realizar el diagnóstico situacional respectivo con la matriz FODA, se pudo determinar que el Cantón Espejo tiene algunas falencias con lo que respecta a infraestructura, promoción, publicidad y con el personal que labora en los lugares turísticos.

Esto perjudica al Cantón, primero porque no se está utilizando herramientas para darse a conocer como un Cantón turístico, perdiendo así la posibilidad de captar mayor número de turistas, segundo, el personal que atiende en los lugares turísticos no es capacitado frecuentemente en lo que respecta a atención al cliente para brindar un buen servicio al cliente.



Por lo cual se considera realizar el “PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR Y DESARROLLAR LOS RINCONER TURISTICOS DEL CANTON ESPEJO PROVINCIA DEL CARCHI”.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEORICO

#### 2.1. Plan de Marketing

##### 2.1.1. Plan

(Hernández, Sergio, 2011) Dicen: *Plan es la proyección de la acción que define objetivos cuantitativos para periodos específicos; el termino más común es el anual.*

De acuerdo con el enunciado se puede definir qué plan es un proyecto o una serie de pasos que se siguen antes de realizar una acción, para lograr o alcanzar objetivos previamente determinados en un lapso de tiempo ya específico, brindando así grandes beneficios a cualquier entidad que lo realice.

##### 2.1.2. Tipos de planes

Según: (sor2014utnfrvm, 2014) los planes son:

*Según su alcance los planes son:*

*Estratégicos: son amplios, se aplica a toda la organización y establecen los objetivos generales.*

*Operacionales: son limitados, simplemente abarcan un área de la organización.*

*Según el marco de tiempo:*

*A largo plazo: se define en un periodo mayor a tres años.*

**A corto plazo:** en un periodo menor o igual a un año.

**Según su especificidad:**

**Direccionales:** son flexibles, se establecen pautas generales y un enfoque, que no limita a los objetivos específicos de la empresa.

**Concretos:** un enfoque que limita trabajar en un asunto específico.

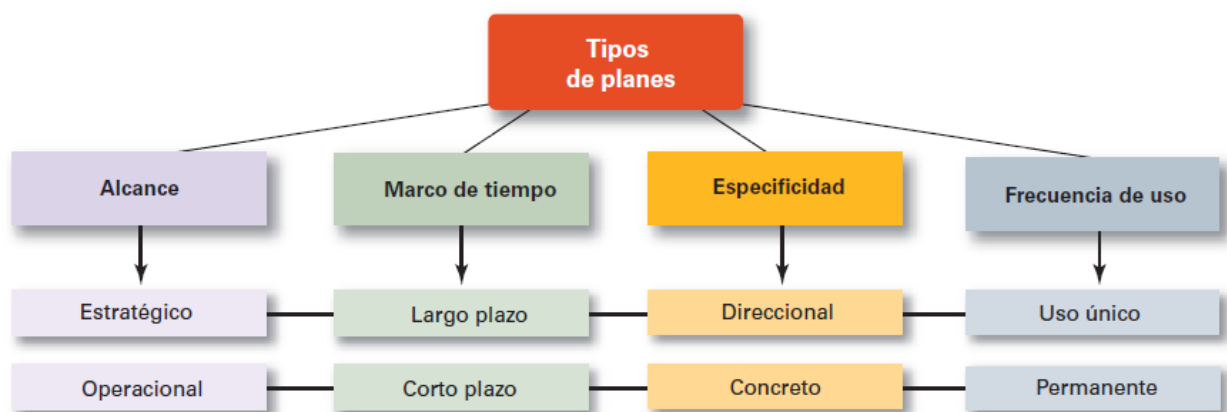
**Según su frecuencia de uso:**

**Permanentes:** se utiliza el plan varias veces. Proporciona todo lo necesario para efectuarlos.

**Único uso:** satisface las necesidades una única vez.

**Figura 38**

**Tipos de planes**



Fuente: (Hernández, Sergio, 2011, págs. 147-148)

### 2.1.3. Plan de marketing

(SINCLAIR, 2012) “Es una herramienta de gestión por los que se determinan los pasos a seguir, las metodologías y tiempos a alcanzar unos objetivos determinados. El plan de marketing es la guía que orienta para la toma de decisiones comerciales, es decir una guía para la acción”.

Es decir, un plan de marketing es un conjunto de procedimientos que debe realizar el área de marketing para lograr alcanzar los objetivos estipulados, además este plan de marketing ayuda a tener una visión clara de lo que se quiere alcanzar ya que se tiene información sobre la situación y el posicionamiento en el que se encuentra la institución.

## **2.2. Marketing Turístico**

### **2.2.1. Marketing**

*(Kotler, 2012, pág. 5) Menciona que: “Marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing incluye el establecimiento de relaciones redituables, de intercambio de valor agregado, con los clientes”.*

El marketing se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas ya que la aplicación de este ayuda a captar mayor número de clientes, porque al identificar sus necesidades o deseos se crean productos o servicios con características específicas que satisfacen a los consumidores.

Además, el marketing en una organización busca posicionarse en la mente de los consumidores, ofreciendo productos o servicios los cuales cubran o superen sus expectativas, y al momento de la compra llegar a ser su elección principal, logrando lealtad con la empresa por parte del cliente.

### **1. Objetivos de Marketing**

Según (Alcaide, y otros, 2013, pág. 73) :

*Para formular correctamente los objetivos de marketing es recomendable cumplir con las siguientes pautas:*

**Adecuados y coherentes:** los objetivos de marketing estarán adecuados a los recursos de los que dispongan cada pyme, y serán coherentes, tanto con los objetivos generales de la empresa, como entre sí.

**Definidos claramente:** los objetivos tienen que estar formulados en un lenguaje claro y sencillo, no pueden dar pie a ningún tipo de confusión. Unos objetivos definidos claramente, evitar problemas e interpretaciones erróneas.

**Concretos:** los objetivos tienen que cuantificarse siempre que sea posible, pero de forma concreta, formular los objetivos con un: “aumentar la facturación un 10%” es una definición de objetivos incompleta, ya que tendremos que concretar con precisión por cada unidad estratégica de negocio, zona geográfica, producto o servicio, etc.

**Mesurables en el tiempo:** es necesario que los objetivos se marquen en plazos de consecución, esto ayudara a motivar a que se logren en la fecha fijada. Además, si disponemos de objetivos claramente definidos en el tiempo, los utilizaremos como indicadores de referencia, ante posibles desviaciones.

Como ya se menciona, los objetivos de marketing deben ser claros, medibles, coherentes, ambiciosos, realistas y aceptados todos, para definir bien lo que se quiere alcanzar, una vez realizados estos objetivos se puede elaborar estrategias que logren captar más clientes y se genere mayores ventas.

### **2.2.2. Turismo**

(Olmos & Lourdes, 2011) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.

El turismo es una actividad recreativa que realizamos las personas ya sea de forma individual o grupal, con el fin de salir de la rutina y conocer nuevos lugares, costumbres o culturas ya sea en el mismo país o en diferentes países.

## 1. Importancia

La realización de la actividad turística es muy importante para la economía de los países, ya que es un gran generador de ingresos, e incluso impulsa la creación de microempresas como restaurantes, hoteles, transporte etc., las cuales complementan al sector turístico, mejorando la calidad de vida de las personas.

El turismo además de ser un generador de ingresos es una actividad por la cual se procura cuidar o proteger la naturaleza, las tradiciones y la cultura de una comunidad beneficiando así tanto a los pobladores como al resto del mundo.

### 2.2.3. Marketing turístico

*Según (Ojeda & Mármol, 2012, pág. 8) “El marketing turístico es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello, debería estudiar al consumidor turístico y sus necesidades y deseos. Además, deberá conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector turístico y las estrategias y acciones de marketing a aplicar para el aprovechamiento, diseño, creación, distribución y comunicación de productos y servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de rentabilidad.*

El objetivo principal de marketing turístico es hacer o lograr que los sitios destinados al turismo se vean más atractivos para los clientes, para lograr esto, se debe identificar las necesidades o deseos de los consumidores.

El marketing turístico utiliza diferentes estrategias para realizar una promoción o publicitar los rincones turísticos, estas deben ser llamativas, para poder captar la atención de los clientes y ser una opción principal a la hora de tomar una decisión, logrando de esta manera posicionarnos en la mente de los consumidores.

## 1. Importancia

El marketing turístico es una clave muy importante o fundamental para una comunidad o un país que quieren reactivar el sector turístico, ya que al utilizar esta herramienta se puede dar a conocer los sitios turísticos de una manera única, dependiendo de la creatividad que se tenga a la hora de promocionar y publicitar.

### 2.2.4. Tipos de Turismo

Según (Todacultura.com, 2014)

***Turismo de descanso y esparcimiento:*** *el turismo más primario, es el que más se aproxima a su definición tradicional, es el más genuino de todos. Por lo tanto, entendemos como turismo de descanso y esparcimiento el que practica la persona que desea solazarse, evadirse, evadirse, escapar sin otra pretensión que no sean la holganza y el “relax”.*

***Turismo de negocios:*** *es el turismo que practica el hombre de negocios cuando, al mismo tiempo que a desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que lo rodean, el paisaje, la cultura, las diversiones, el sol, la playa, etc.*

***Turismo industrial:*** *es un turismo que estando de vacaciones, aprovecha para visitar industrias, fabrica, talleres artesanos.*

***Turismo cultural y científico o turismo de congreso:*** *es el turismo que se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, exposiciones, conciertos, congresos etc.*

***Turismo de deportes:*** *tiene un gran poder de convocatoria y está ligado con la celebración de torneos, pruebas, campeonatos, etc., atrae a una población joven y activa.*

Existen diferentes tipos de turismos que las personas prefieren realizar para salir de la rutina en la que se encuentran y las empresas turísticas deben clasificarlos para poder crear paquetes turísticos según el segmento al que se van a dirigir.

## **2.3. Segmentación de Mercados Turísticos**

### **2.3.1. Definición de Segmentación**

*Según (Ojeda & Mármol, 2012, pág. 26) “La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un producto o servicio en varios grupos más pequeños de compradores homogéneos con la finalidad de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada por cada uno de ellos que permita, por un lado, satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y, por otro lado, alcanzar los objetivos comerciales de la empresa”.*

La segmentación es el proceso de separar o dividir el mercado en grupos más pequeños que tengan características semejantes las cuales puedan influir en la toma de decisiones a la hora de la compra, mediante esta herramienta las empresas pueden realizar estrategias específicas de acuerdo al mercado que se dirigen, logrando así mayor satisfacción en los consumidores.

### **2.3.2. Utilidades de Segmentación.**

*(Ojeda & Mármol, 2012, pág. 26) Menciona que: “Su aplicación permite la reducción del riesgo que conlleva la tarea de tomar decisiones, proporcionando a la empresa los elementos suficientes para desarrollar una actuación eficaz y eficiente en el proceso de dirección de marketing”.*

Si las empresas realizan una segmentación eficaz antes de crear un producto y antes de su lanzamiento se obtendrán sin duda resultados favorables para la empresa, ya que se cubrirán



e incluso se superarán todas las expectativas de los clientes, logrando así un posicionamiento inmediato en los consumidores.

### **2.3.3. Variables de segmentación.**

Según (Kotler, Bowen, Makens, Garcia de Madariaga, Flores, 2011, págs. 252-259)

- *Segmentación geográfica* consiste en dividir el mercado en distintas unidades geográficas, como países, regiones, estados, provincias, municipios o vecindarios.
- *Segmentación demográfica* consiste en dividir el mercado en grupos en función de variables como la edad, el género el tamaño familiar, el ciclo de vida familiar, la renta, la profesión, la educación, la religión, la raza la generación y la nacionalidad.
- *La segmentación por genero* lleva mucho tiempo siendo utilizada en la ropa, la cosmética, los productos de higiene personal y las revistas.
- *Segmentación psicográfica* divide a los compradores en distintos grupos en función de la clase social, el estilo de vida o las características de la personalidad.
- *Segmentación en función del comportamiento* se divide a los compradores en grupos en función de sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas a un producto.

Para realizar una buena segmentación se puede tomar en cuenta diferentes variables que ayudaran a minimizar los riesgos a la hora de crear o lanzar un producto al mercado. Las empresas pueden decidir el tipo de segmentación que más les convenga de acuerdo al producto o servicio que vayan a ofrecer.

### **2.3.4. Segmentación de mercados turísticos.**

(Ojeda & Mármol, 2012, pág. 28) Menciona que: “Ningún mercado es homogéneo, por eso es importante descubrir los distintos grupos que lo forman y entre ellos a los consumidores

*potenciales más sensibles a la utilidad del producto turístico o mix de ofertas que se quieren vender”.*

Al momento de segmentar un mercado turístico se puede encontrar con que los mercados no son homogéneos es decir que no tienen características similares, en este caso la empresa debe conocer y analizar bien el mercado al que se va a dirigir y trabajar con los consumidores que más se acerquen o muestres más interés por los productos o servicios turísticos que se ofrece.

## **2.4. Comunicación turística**

### **2.4.1. Definición**

*Según (Ojeda & Mármol, 2012, pág. 97) “Es una de las herramientas más importantes con que cuentan las empresas turísticas y debe ser planificada y gestionada atendiendo a criterios racionales y buscando una coherencia absoluta con los planeamientos estratégicos genéricos de la empresa”.*

Las empresas turísticas necesitan que los clientes se informen sobre los productos o servicios que ofrecen, es por esto que la comunicación turística viene a ser una clave fundamental a la hora de dar a conocer los sitios turísticos ya que mediante la aplicación de esta herramienta se recuerda y refuerza la información a los clientes llegando incluso a posicionarse en sus mentes.

### **2.4.2. Funciones de la comunicación turística**

(Ojeda & Mármol, 2012, pág. 97)

- *Dar información sobre la empresa y sobre sus productos y servicios, difundiendo datos e ideas que llegan a ser conocidos por los compradores.*
- *Además de informar, la comunicación tiene como función, persuadir, recordar y reforzar.*

- *Comunicar los canales de distribución a los consumidores*
- *Contribuir al conocimiento y posicionamiento de la empresa logrando una marca consolidada para destacar en un mercado altamente competitivo.*
- *Ayudar a los vendedores a través de los procesos de comunicación más adecuados.*

#### **2.4.3. Instrumentos o herramientas de comunicación del sector turístico.**

Según (Ojeda & Mármol, 2012, pág. 98) las principales herramientas que se utilizan en el sector turístico son:

- *Publicidad*
- *Folletos*
- *Las relaciones publicas*
- *La promoción de ventas*
- *Merchandising*
- *Ferias turísticas*
- *Workshops*
- *Los viajes de familiarización*
- *Patrocinio*

Existen varios instrumentos de comunicación que se pueden utilizar para dar a conocer los sitios turísticos que se ofrecen, los cuales hacen más fácil captar la atención de los clientes y ayudan a influir mucho en la toma de decisión.

## 2.5. Promoción

(Armstrong, 2011) *“Es la cuarta herramienta del marketing mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compre”*

(Armstrong, 2011) dice: *“Consiste en ofrecer incentivos a corto plazo con el fin de fomentar la venta de un producto o servicio, se utiliza una gran variedad de herramientas para estimular una rápida respuesta del mercado”*.

La fuerte competencia que existe entre empresas hoy en día hace que estas realicen varios programas de promoción, con la finalidad de difundir información sobre sus productos, como el precio y su disponibilidad en el mercado, logrando con esto captar la atención de los clientes y que estos tengan una rápida respuesta de compra.

### 2.5.1. Objetivos.

(Ojeda & Mármol, 2012, pág. 107)

- *Una respuesta más sólida y rápida del consumidor*
- *Aumenta el volumen de ventas de un determinado producto durante la duración de la campaña.*
- *Captar nuevos clientes*
- *Atraer y recompensar a clientes fieles y frecuentes*
- *Contrarrestar promociones de los competidores*
- *Colaborar con el resto de los instrumentos del mix de comunicación de la empresa.*

### 2.5.2. Tipos de promoción

La promoción varía dependiendo a quien va dirigida.

a) Clientes:

En este caso la empresa u organización realiza descuentos por temporadas o entregan regalos para poder captar la atención de los clientes y mejorar sus ventas.

b) Distribuidores

En este caso se da incentivos a los distribuidores para mantener o incrementar el stock, esto se realiza cuando las empresas lanzan nuevos productos al mercado o relanzan productos que ya están en el mercado para incrementar las ventas.

c) Fuerza de ventas

En este caso se dan incentivos o recompensas según las ventas que se ha realizado en un determinado tiempo de ciertos productos. Esto ayuda a incrementar las ventas de la empresa.

### **2.5.3. Ventajas de la promoción**

- Incremento de las ventas
- Fidelización de los clientes
- Aumento en el número de clientes
- Incremento de ingresos económicos
- Roba mercado a la competencia
- Posicionamiento
- Cero inventarios

## 2.6. Publicidad

(Rodríguez, R. A., 2011) *“Es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con los consecuentes incrementos en las ventas”*.

La publicidad es una estrategia que utilizan las empresas para dar a conocer sus productos o servicios mediante un mensaje original que despierte el interés del cliente, con el objetivo de incrementar el consumo de los productos o introducir un nuevo producto al mercado.

### 2.6.1. Características fundamentales de la publicidad

(Ojeda & Mármol, 2012, pág. 99)

- *Instrumentos de carácter masivos. Pueden hacer llegar el mensaje que queremos transmitir a la mayoría del público objetivo al que va dirigido, utilizando medios de comunicación de masas.*
- *Instrumento unilateral (no hay interacción entre emisor y receptor). El emisor controla totalmente el mensaje.*
- *Instrumento impersonal. Se dirige a una audiencia anónima, por lo que puede no ser tan persuasivo como la venta personal.*
- *Rapidez y eficacia. Su acción obtiene una respuesta inmediata sea cual sea el objetivo propuesto: incremento de las ventas, reconocimiento de marca o notoriedad de la empresa.*
- *Es pagada. El emisor paga la inserción de un anuncio o la utilización de un espacio en los medios de comunicación.*
- *Se desarrolla en un espacio y tiempos limitados, determinados por los propios medios de comunicación y por el precio que se está dispuesto a pagar.*

Una publicidad es una herramienta muy importante para las empresas, ya que mediante esta se logran llegar con el mensaje del producto o servicio a la mayoría de su público meta con rapidez y eficacia, obteniendo una respuesta inmediata por parte del cliente.

### **2.6.2. Creación de la publicidad**

*(Fischer, 2011, pág. 26) Manifiesta que: “Es una decisión a largo plazo para seleccionar los soportes y medios a utilizar en una campaña para cumplir los objetivos ya sean generales de marketing o concretos de medios. Ahora debemos partir por establecer un presupuesto, debemos con este, para que el planificador bajo un análisis y buen criterio sepa invertir y distribuir el dinero en los medios, luego contar con un plazo y finalmente tener claro los requerimientos creativos; que hacen alusión a la concordancia recíproca entre el manejo de las piezas creativas y las decisiones del planificador de medios”.*

La creación de una publicidad debe ser realizada por una persona que tenga pleno conocimiento del tema y tenga claro lo que se quiere llegar a transmitir con el mensaje, tomando en cuenta el mercado al que se va a dirigir, para que esta tenga el impacto esperado en los clientes.

## **2.7. Posicionamiento en el mercado**

### **2.7.1. Definición**

*(Ojeda & Mármol, 2012, pág. 36) Manifiesta que: “Posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los consumidores frente a los productos de la competencia”.*

Todas las empresas u organizaciones desean llegar a posicionarse en la mente de sus consumidores, ya que esto significa que las características o atributos del producto o servicio a llegado a cubrir e incluso superar las expectativas del cliente, y es su primera opción a la hora de tomar una decisión de compra frente a la competencia.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

El presente estudio de mercado tiene la finalidad de recopilar información la cual a determinar si el Cantón espejo es considerado como un cantón turístico. Además, nos ayudara a identificar los aspectos principales para realizar la promoción y comunicación de los rincones turísticos que existen en el cantón.

Este estudio se lo realizó en la provincia del Carchi a turistas nacionales y extranjeros, los datos que se obtendrá serán utilizados apropiadamente para la realización de la propuesta la cual ayudara a incrementar el turismo en el cantón.

#### **3.2. Identificación del Servicio**

Espejo es un cantón que cuenta con dos pisos climáticos y oferta una gran variedad de rincones turísticos a turistas nacionales y extranjeros, está comprometido a brindar una experiencia satisfaciendo e incluso superando las expectativas del turista.

#### **3.3. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.3.1. Objetivo general**

Determinar los medios de comunicación adecuados mediante una investigación de mercado, para promocionar y posicionar los lugares turísticos del Cantón Espejo provincia del Carchi, mediante una investigación de mercado.



### **3.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar mediante una encuesta el nivel de satisfacción de los turistas respecto a los lugares visitados, con la finalidad de conocer si los servicios complementarios del turismo son adecuados para recibir a turistas.
- Investigar la situación actual del mercado para determinar el nivel de conocimiento sobre los lugares turísticos del Cantón Espejo a través de una encuesta.
- Establecer los medios publicitarios más adecuados para dar a conocer los lugares turísticos del Cantón, mediante diferentes tipos de estrategias.
- Determinar los motivos que impulsaron a los turistas a visitar el Cantón Espejo, para tener una idea clara de los principales factores que influyeron en esta decisión.
- Determinar la frecuencia de visita al Cantón, mediante las herramientas de investigación de mercados para conocer la demanda que tiene el Cantón Espejo.

### **3.4. Variables e indicadores de estudio de mercado**

#### **3.4.1. Nivel de satisfacción**

- Calidad del producto
- Servicio turístico

#### **3.4.2. Nivel de conocimiento**

- Ubicación
- Transporte
- Lugares turísticos

### **3.4.3. Medios publicitarios**

- Producción turística
- Radio
- Internet

### **3.4.4. Motivos de visita**

- Preferencia

### **3.4.5. Oferta y Demanda**

- Frecuencia de visita
- Tipo de lugares
- Tiempo de visita

### 3.5. Matriz de relación de estudio de mercado

**Tabla 27**

**Matriz de relación de estudio de mercado**

Objetivo	Variable	Indicador	Técnica	Fuente de información
Determinar mediante una encuesta el nivel de satisfacción de los turistas respecto a los lugares visitados, con la finalidad de conocer si los servicios complementarios del turismo son adecuados para recibir a turistas.	Nivel satisfacción	de Calidad del producto Servicio turístico	Encuestas	Turistas
Investigar la situación actual del mercado para determinar el nivel de conocimiento sobre los lugares turísticos del Cantón Espejo a través de una encuesta.	Nivel conocimiento	de Ubicación Transporte Lugares turísticos	Encuestas	Turistas
Establecer los medios publicitarios más adecuados para dar a conocer los lugares turísticos del Cantón, mediante diferentes tipos de estrategias.	Medios publicitarios	Promoción turística Radio Internet	Encuestas	Turistas
Determinar los motivos que impulsaron a los turistas a visitar el Cantón Espejo, para tener una idea clara de los principales factores que influyeron en esta decisión.	Motivos de visita	Preferencia	Encuestas	Turistas
Determinar la frecuencia de visita al Cantón, mediante las herramientas de investigación de mercados para conocer la demanda que tiene el Cantón Espejo.	Oferta y Demanda	Frecuencia de visita Tipo de lugares Tiempo de visita	Encuestas	Turistas

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Diana Pérez

### 3.6. Mecánica operativa

#### 3.6.1. Población

La investigación de mercado será realizada a turistas nacionales y extranjeros que visiten la provincia del Carchi. Se tomará en cuenta cada uno de los cantones de la provincia como son Bolívar, Mira, Tulcán, Montufar y Espejo.

Según un boletín de estadísticas turísticas el número de turistas que ingresaron en el año 2014 a la provincia del Carchi es de 108.679 personas.

**Tabla 28**

***Proyección de turistas que ingresan a la provincia del Carchi***

<b>Provincia</b>	<b>Población 2013</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Carchi	108.679	11,6%	121.286	135.355	151.056

Fuente: estudio Integral de turismo internacional en el Ecuador- MINTUR 2013  
Elaborado por: Diana Pérez

#### 3.6.2. Tipo de investigación de mercado.

Para realizar la investigación se utilizará el método exploratorio, el cual nos permite obtener mayor precisión en el desarrollo de las preguntas de investigación.

Además, se utilizará el método descriptivo ya que se pretende llegar a determinar costumbres y actitudes de los turistas potenciales del Cantón Espejo.

#### 3.6.3. Determinación de la muestra

La muestra que se utilizara para realizar la investigación debe ser lo suficientemente representativa, para esto se ha tomado en cuenta a turistas que ingresan a la provincia del Carchi entre edades de 18 a 65 años ya que a partir de esa edad tienen poder de decisión.

Los valores que se han tomado en cuenta para determinar la muestra son el 96% de nivel de confianza que equivale a 1,96, el margen de error utilizado es de 5% y para la población total el porcentaje de crecimiento turístico de 11,6% quedando un total de 151.056 personas.

$$n = \frac{z^2 * \partial^2 * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * \partial^2}$$

**Datos:**

n =?

N = Universo y población (151.056)

Z = Nivel de confianza 95% = 1,96

d<sup>2</sup> = Varianza 0,25

e = Margen de error 5%

$$n = \frac{z^2 * \partial^2 * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * \partial^2}$$

$$n = \frac{(151.056)(0.25)(1.96)^2}{0.05^2 * (151.056 - 1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{145.074}{378,59}$$

$$n = 384$$

### **3.7. Mercado Meta**

El mercado actual del cantón Espejo no se encuentra bien definido, por este motivo se pretende incursionar o establecer como mercado meta a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la provincia del Carchi, comprendidos desde los 18 años de edad hasta 65 años.

### **3.8. Segmento de Mercado**

El segmento de mercado fue escogido de la siguiente manera:

#### **3.8.1. Área geográfica**

- Turistas nacionales.
- Turistas extranjeros.

#### **3.8.2. Demográfica**

**Edad:** 18 años hasta 65 años

**Género:** Femenino y masculino

#### **3.8.3. Psicográfico**

**Clase social:** Media alta – Media baja

**Personalidad:** Aventurera – Curiosa

### 3.8.4. Resultado y Análisis de la Información

#### 1. ¿Qué lugares turísticos de Ecuador acostumbra visitar?

**Tabla 29**

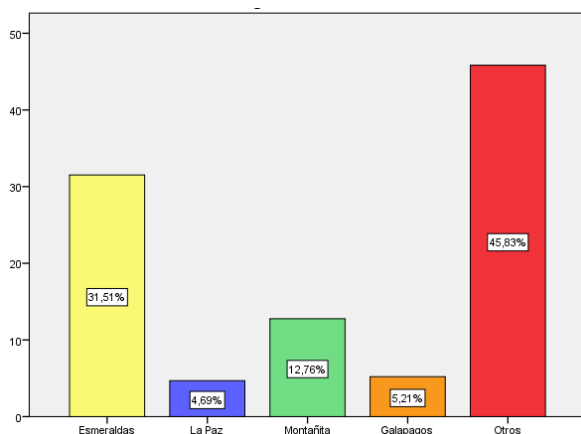
*Estudio de mercado / Lugares turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Esmeraldas	121	31,5	31,5	31,5
	La Paz	18	4,7	4,7	36,2
	Montañita	49	12,8	12,8	49,0
	Galapagos	20	5,2	5,2	54,2
	Otros	176	45,8	45,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 39**

*Estudio de mercado / Lugares turísticos*



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

#### **ANALISIS:**

El lugar más visitado por parte de los turistas tanto nacionales como extranjeros es Esmeraldas ya que los turistas prefieren lugares con clima cálido, por esta razón el segundo lugar más visitado es montañita y con poco porcentaje tenemos como tercer lugar la Paz, este lugar es visitado por personas en su mayoría católicos.

**2. Seleccione una opción, del aspecto principal que toma en cuenta al momento de elegir un lugar turístico:**

**Tabla 30**

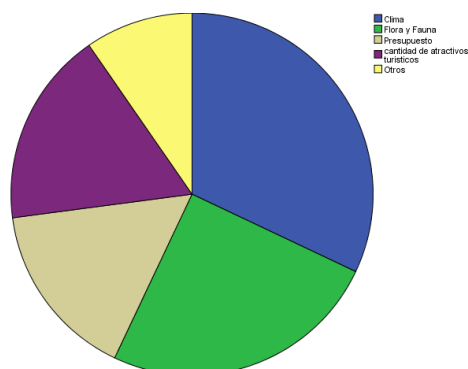
**Aspectos principales para elegir un lugar turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Clima	123	32,0	32,0	32,0
Flora y Fauna	96	25,0	25,0	57,0
Presupuesto	61	15,9	15,9	72,9
cantidad de atractivos turísticos	67	17,4	17,4	90,4
Otros	37	9,6	9,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 40**

**Aspectos principales para elegir un lugar turístico**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**ANÁLISIS:**

Las personas piensan que el clima es uno de los aspectos principales que se toma en cuenta al momento de elegir un lugar turístico, sin embargo, la flora y fauna es de gran importancia para la cuarta parte de la población investigada y para una pequeña parte de la población la cantidad de atractivos turísticos es un aspecto principal al momento de tomar una decisión.



### 3. ¿Con que frecuencia visita lugares turísticos de Ecuador?

**Tabla 31**

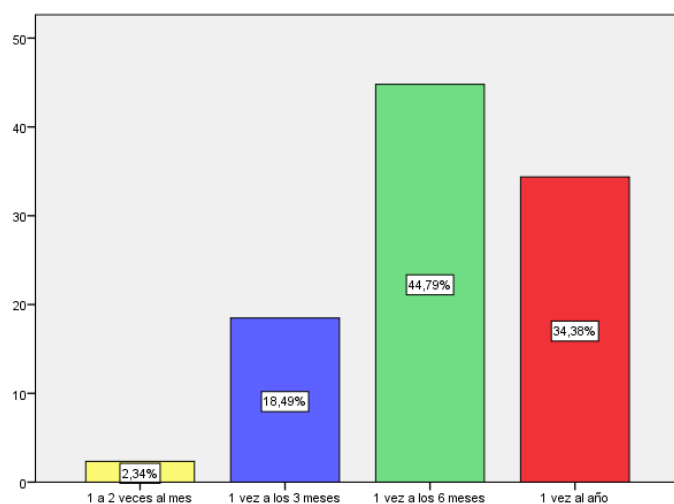
**Frecuencia de visita**

	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 veces al mes	9	2,3
1 vez a los 3 meses	71	18,5
1 vez a los 6 meses	172	44,8
1 vez al año	132	34,4
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 41**

**Frecuencia de visita**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

#### ANALISIS:

Un porcentaje significativo de la población investigada realizan viajes a lugares turísticos una vez cada 6 meses es decir 2 veces al año por motivos de trabajo o por simple diversión y un porcentaje no muy alejado del anterior lo hacen cada año con fines turísticos.

4. ¿Ha visitado algún lugar del Cantón Espejo con fines turísticos? Si la respuesta es negativa saltarse a la pregunta 15.

**Tabla 32**

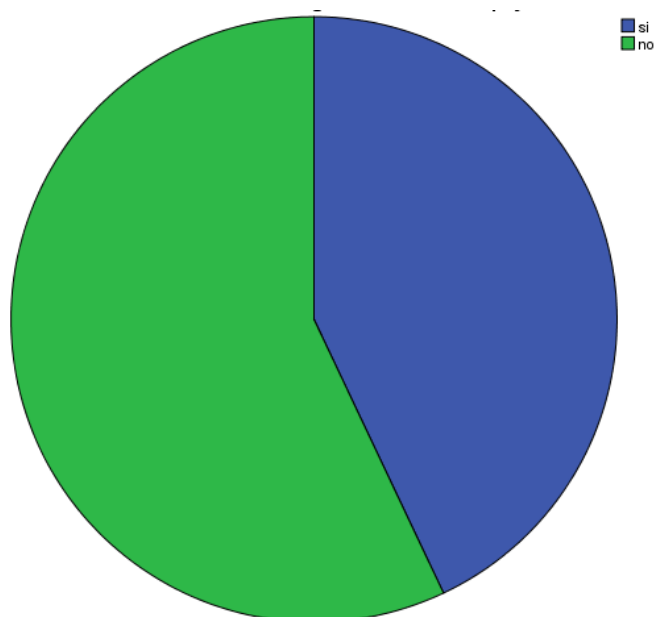
**Lugares de visita**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	165	43,0
No	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 42**

**Lugares de visita**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**ANALISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas no han visitado el Cantón Espejo e incluso varias personas no conocen la existencia de este Cantón y Un porcentaje inferior al anterior equivalente a 64.908 personas si conocen el cantón Espejo o han visitado algún lugar turístico, es decir, el cantón no es muy conocido.

## 5. ¿Cómo se enteró Ud. de la existencia del Cantón Espejo?

**Tabla 33**

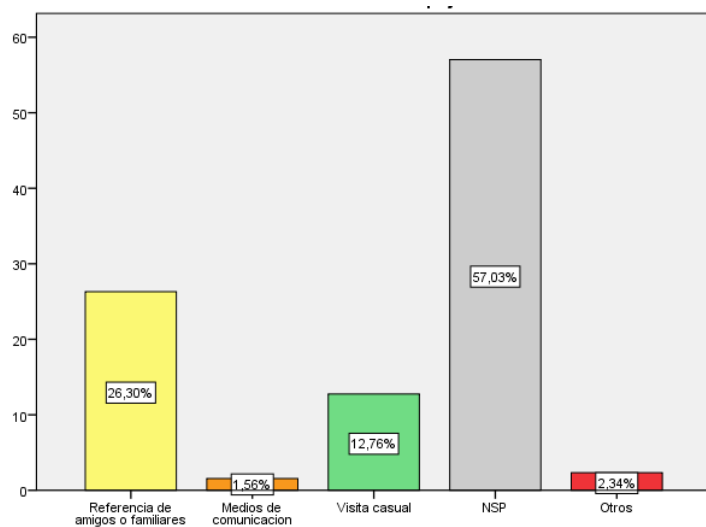
**Medios de información**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Referencia de amigos o familiares	101	26,3	26,3	26,3
Medios de comunicación	6	1,6	1,6	27,9
Visita casual	49	12,8	12,8	40,6
NSP	219	57,0	57,0	97,7
Otros	9	2,3	2,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 43**

**Medios de información**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas que han visitado el Cantón Espejo manifestaron que la razón principal por el que se enteraron de la existencia del cantón Espejo es mediante referencias de amigos o familiares y un pequeño porcentaje mencionan que su visita a este cantón fue casual, ya sea por cuestiones de trabajo o por estar de paso.

## 6. ¿Qué lugares visita Ud. cuando está en el Cantón Espejo?

**Tabla 34**

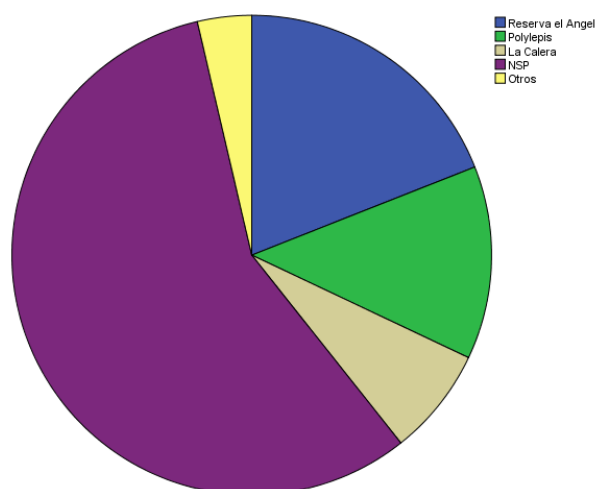
**Lugares turísticos del cantón Espejo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Reserva el Angel	73	19,0	19,0	19,0
	Polylepis	50	13,0	13,0	32,0
	La Calera	28	7,3	7,3	39,3
	NSP	219	57,0	57,0	96,4
	Otros	14	3,6	3,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 44**

**Lugares turísticos del cantón Espejo**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

Los lugares más visitados del Cantón Espejo por los turistas son: la Reserva Ecológica “El Ángel” ya que es la más conocida e incluso está considerada como única en su tipo a nivel mundial, seguido del Polylepis un lugar lleno de magia y en tercer lugar la calera con un porcentaje pequeño el cual está representado en su mayoría por turistas nacionales y cercanos al Cantón.

## 7. ¿Coma califica Ud. los atractivos turísticos del Cantón Espejo?

**Tabla 35**

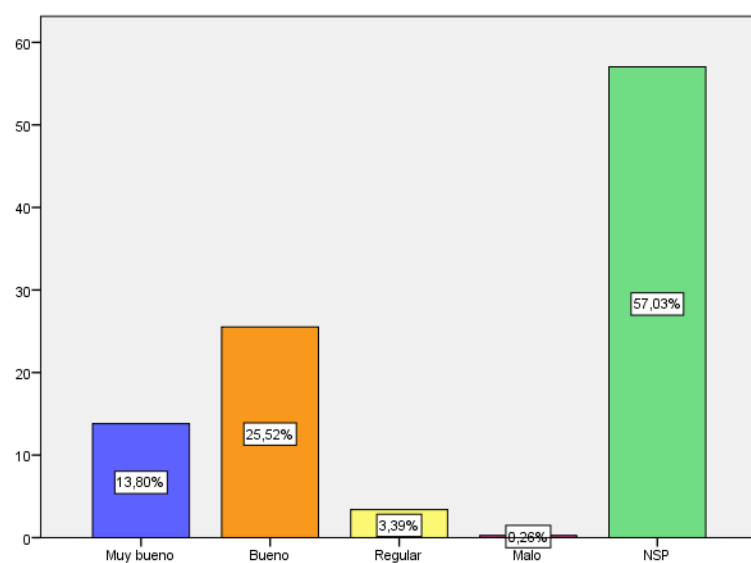
**Lugares turísticos**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	53	13,8
Bueno	98	25,5
Regular	13	3,4
Malo	1	,3
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 45**

**Lugares turísticos**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANALISIS:

Se obtuvo como resultado que la mayoría de las personas califican a los atractivos turísticos como buenos ya que mencionan que las vías de acceso a estos lugares no son muy adecuadas, por otro lado, un porcentaje pequeño de personas les parece que los atractivos turísticos del Cantón Espejo son muy buenos.

## 8. El estado de las vías de acceso a los lugares turísticos es:

**Tabla 36**

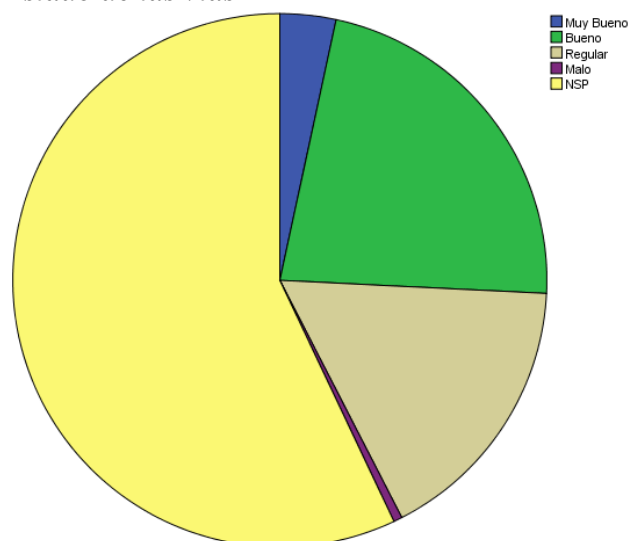
**Estado de las vías**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	13	3,4
Bueno	86	22,4
Regular	64	16,7
Malo	2	,5
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 46**

**Estado de las vías**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

Según un cierto porcentaje de la población investigada los estados de las vías a los lugares turísticos son buenas y otro porcentaje pequeño opina que son regulares ya que, mencionan que, si es posible llegar a estos lugares, pero con un cierto tipo de vehículos, es decir, carros altos o camionetas mas no con automóviles, dificultado así el ingreso a algunos turistas.

**9. La seguridad que brinda el Cantón Espejo para los turistas según su punto de vista es:**

**Tabla 37**

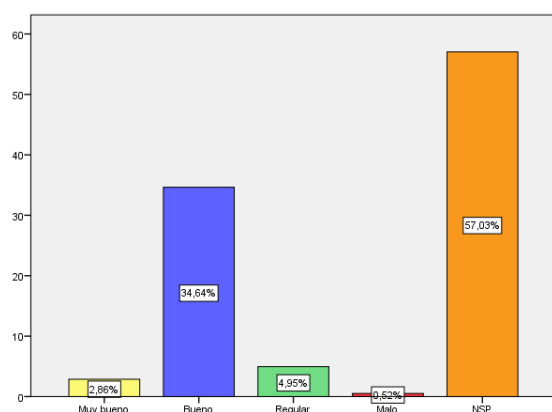
**Seguridad que brinda el Cantón Espejo**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	11	2,9
Bueno	133	34,6
Regular	19	4,9
Malo	2	,5
NSP	219	57,0
	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 47**

**Seguridad que brinda el Cantón Espejo**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**ANÁLISIS:**

Según el punto de vista de la mayoría de las personas que han visitado el cantón creen que la seguridad que brinda el Cantón Espejo es buena, ya que no ha existido ningún inconveniente e incluso se cuenta guías y policías que velan por la seguridad de las personas, y, un porcentaje pequeño piensan que la seguridad brindada es regular porque quizás al momento de visitar el Cantón no tuvieron la mejor experiencia o incluso desconocen la seguridad que se les está brindando.

## 10. ¿Conoce si el Cantón Espejo cuenta con una oficina de información turística?

**Tabla 38**

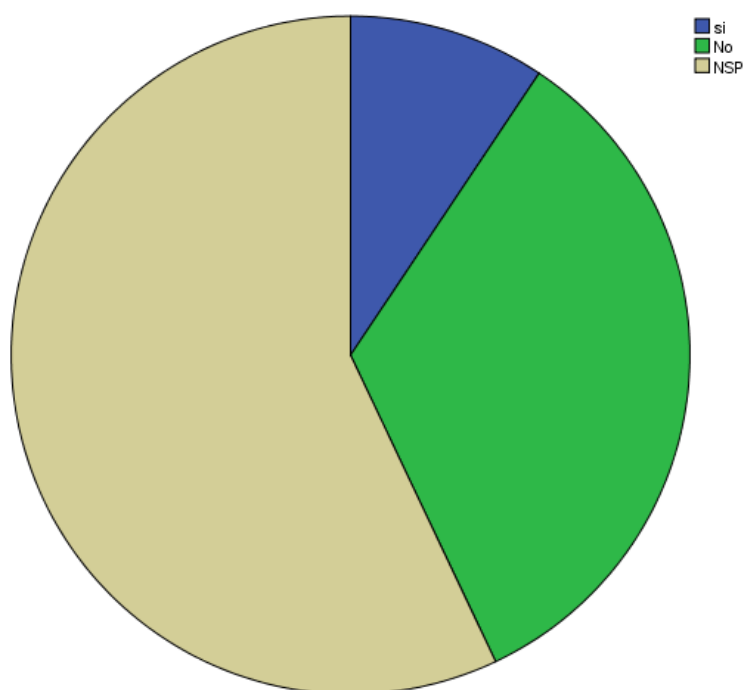
**Oficina de información**

	Frecuencia	Porcentaje
si	36	9,4
No	129	33,6
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 48**

**Oficina de información**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANALISIS:

La mayoría de las personas encuestadas ignoran de la existencia de un lugar que brinde información turística en el cantón, ya que la mayoría de los turistas vienen por referencia de amigos o incluso con agencias turísticas las cuales los dirigen directamente a los lugares turísticos



## 11. ¿Cómo califica la información turística que proporciona el Cantón Espejo?

**Tabla 39**

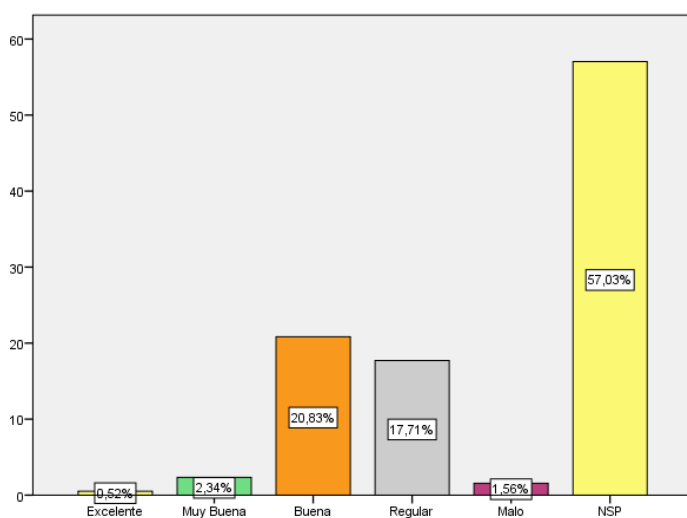
**Calificación de la información turística**

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	,5
Muy Buena	9	2,3
Buena	80	20,8
Regular	68	17,7
Malo	6	1,6
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 49**

**Calificación de la información turística**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

Según la encuesta realizada se puede concluir que la información turística proporcionada por los encargados del turismo del cantón Espejo es mínima ya que ni la cuarta parte de la población investigada opina que es buena y un porcentaje inferior opinan que es regular.

## 12. ¿Qué servicios cree Ud. que le hace falta mejorar al Cantón Espejo?

**Tabla 40**

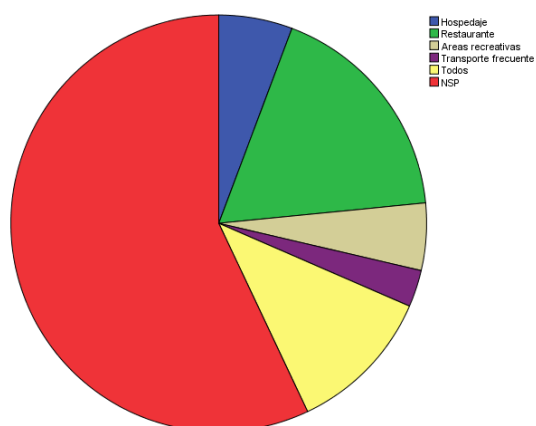
**Mejora de servicio**

	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	22	5,7
Restaurante	68	17,7
Áreas recreativas	20	5,2
Transporte frecuente	11	2,9
Todos	44	11,5
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 50**

**Mejora de servicios**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

Luego de realizar el estudio, se puede dar cuenta que el cantón no cuenta con los servicios necesarios, según personas los restaurantes son el principal servicio que se debería mejorar, ya que no existen restaurantes con comidas típicas o los pocos que existen no logran abastecer a toda la población y otro grupo de personas piensan que todos los servicios referentes a turismo se deberían mejorar.

### 13. ¿Cuál es el nivel de satisfacción que ha tenido en la visita a este Cantón?

**Tabla 41**

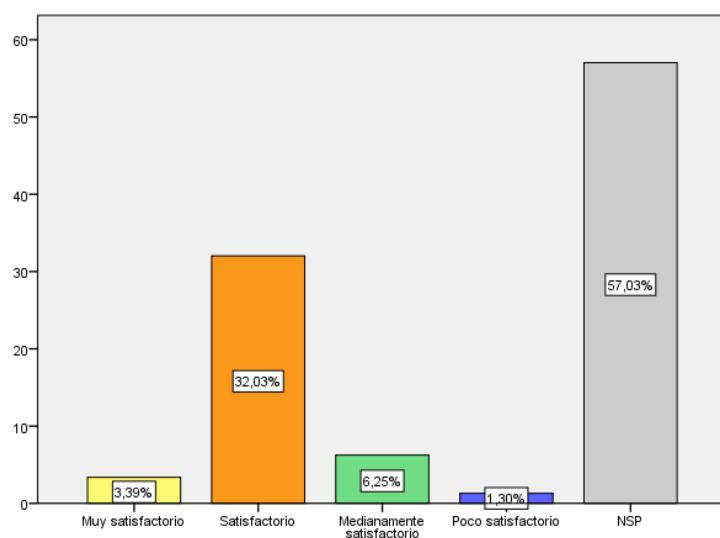
**Nivel de satisfacción**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	13	3,4
Satisfactorio	123	32,0
Medianamente satisfactorio	24	6,3
Poco satisfactorio	5	1,3
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 51**

**Nivel de satisfacción**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

#### ANALISIS:

Según la mayoría de la población que conocen el Cantón Espejo mencionan que su visita fue satisfactoria ya que disfrutaron su estadía y un pequeño porcentaje opinan que su visita fue medianamente satisfactoria, estos resultados se dan porque los lugares turísticos fueron hermosos pero los servicios complementarios no son completamente adecuados.

#### 14. ¿Estaría dispuesto a regresar a los lugares turísticos del cantón Espejo?

**Tabla 42**

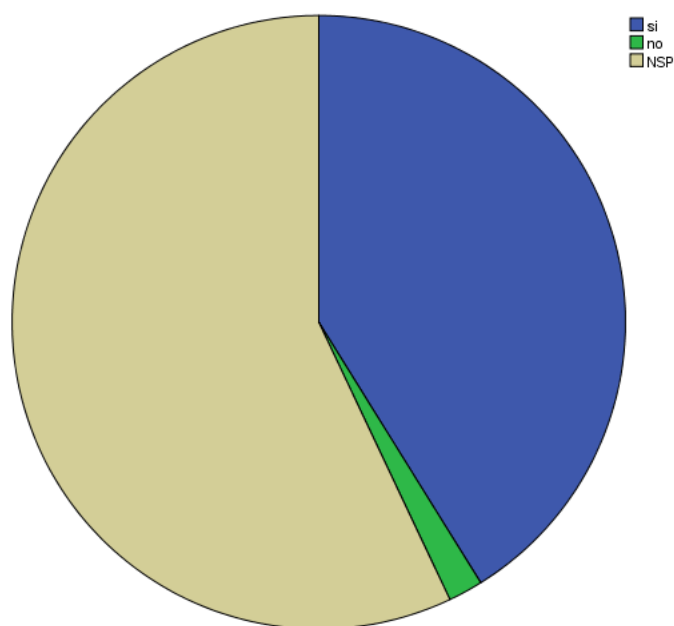
**Regresar a los lugares turísticos**

	Frecuencia	Porcentaje
si	158	41,1
no	7	1,8
NSP	219	57,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 52**

**Regresar a los lugares turísticos**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

#### **ANALISIS:**

La mayoría de la población que visitaron el cantón mencionan que estarían dispuestas a regresar a visitar los lugares turísticos, porque el Cantón cuenta con una gran riqueza natural, y un porcentaje mínimo de personas no regresaría por diferentes factores que tal vez no fueron de su agrado durante la visita.

**15. ¿Le gustaría visitar un cantón que cuente con diferentes pisos climáticos como cálido y frío, con una gran biodiversidad única en su tipo?**

**Tabla 43**

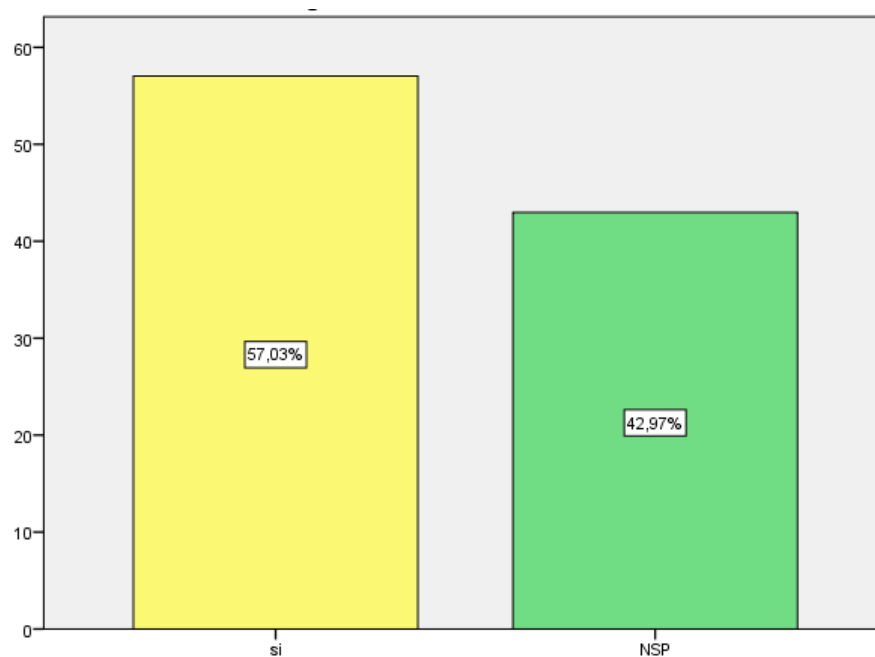
**Visitaría el cantón Espejo**

	Frecuencia	Porcentaje
si	219	57,0
NSP	165	43,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 53**

**Visitaría el cantón Espejo**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**ANALISIS:**

De la población que no conoce el Cantón Espejo mencionan que les gustaría visitarlo este cantón ya que les parece muy interesante encontrar una gran variedad de flora y fauna y diferentes pisos climáticos en un solo cantón.

## 16. ¿Por qué medio informativo prefiere recibir información sobre lugares turísticos?

**Tabla 44**

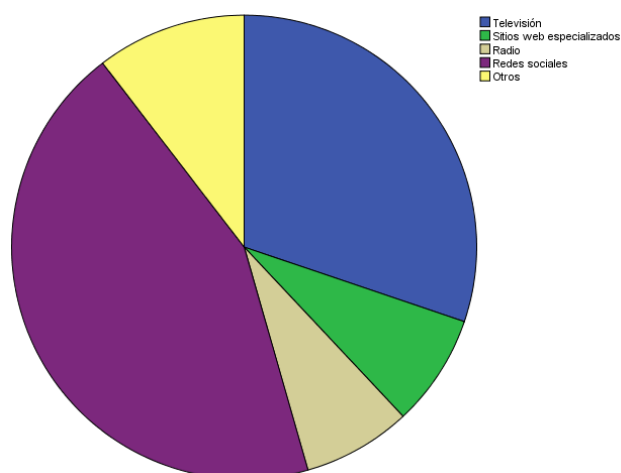
### *Medios informativos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	116	30,2	30,2	30,2
	Sitios web especializados	30	7,8	7,8	38,0
	Radio	29	7,6	7,6	45,6
	Redes sociales	169	44,0	44,0	89,6
	Otros	40	10,4	10,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 54**

### *Medios informativos*



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### **ANÁLISIS:**

Un gran porcentaje de la población prefiere recibir información por medio de las redes sociales ya que estas se han vuelto un medio principal de comunicación a nivel mundial y para un porcentaje inferior al anterior, sería mejor que la información sea por medio tradicionales como la televisión.

## 17. Para planear un viaje turístico, qué páginas web acostumbra visitar

**Tabla 45**

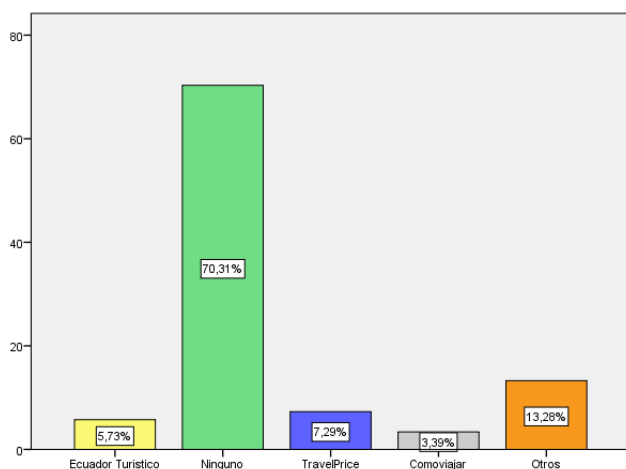
**Páginas web**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ecuador Turístico	22	5,7	5,7	5,7
	Ninguno	270	70,3	70,3	76,0
	TravelPrice	28	7,3	7,3	83,3
	Comoviajar	13	3,4	3,4	86,7
	Otros	51	13,3	13,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 55**

**Páginas web**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

La mayoría de las personas que realizan turismo interno no visitan ninguna página web especializada porque ya conocen el país o viajan a lugares recomendados por familiares o amigos, un porcentaje pequeño de turistas visitan la página Ecuador Turístico para buscar lugares turísticos dentro del Ecuador y un porcentaje mínimo acostumbra visitar la página TravelPrice.

## 18. ¿Qué tipo de promociones turísticas le gustaría que le ofrecieran?

**Tabla 46**

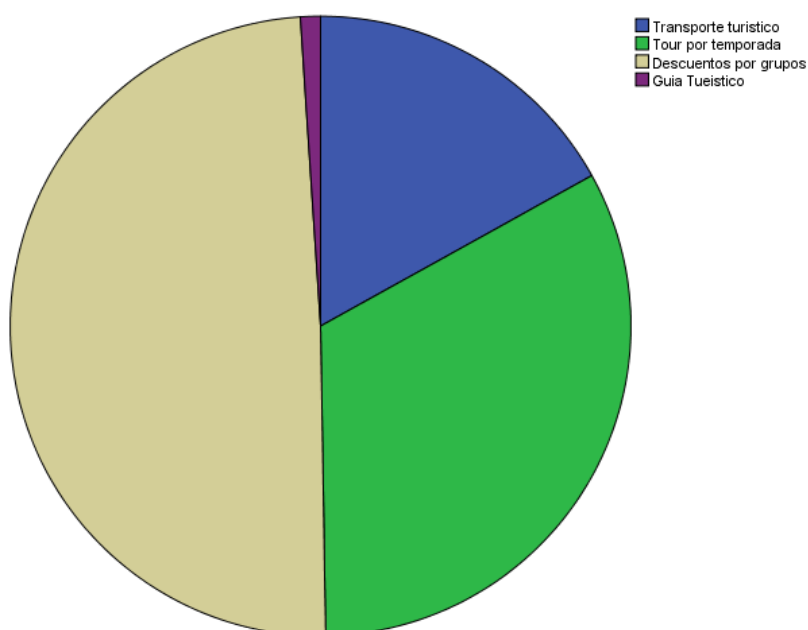
**Promociones**

	Frecuencia	Porcentaje
Transporte turístico	65	16,9
Tour por temporada	126	32,8
Descuentos por grupos	189	49,2
Guía Turística	4	1,0
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 56**

**Promociones**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

Un gran porcentaje de la población a investigar les gustaría o preferirían que se dieran descuentos por grupos ya que los viajes turísticos se los realiza con amigos o familiares, otro grupo de personas prefieren que se realicen tour por temporadas porque los viajes los realizan dependiendo de la temporada.



## 19. El presupuesto que destina para hacer turismo es:

**Tabla 47**

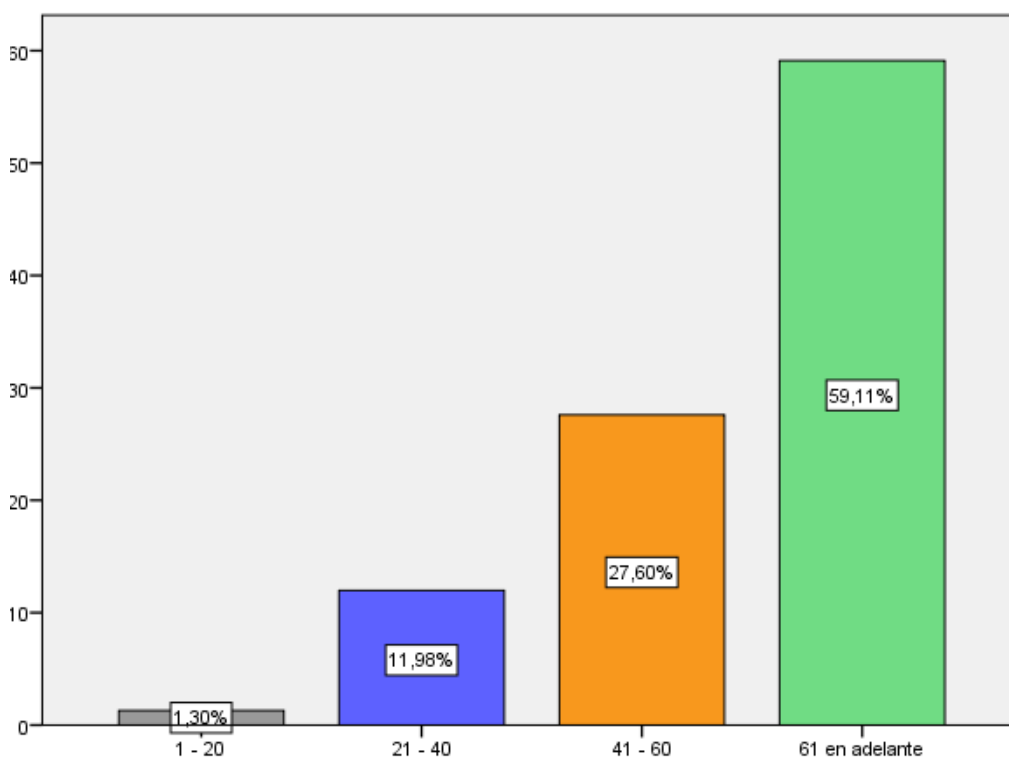
**Presupuesto**

	Frecuencia	Porcentaje
1 – 20	5	1,3
21 – 40	46	12,0
41 – 60	106	27,6
61 en adelante	227	59,1
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 57**

**Presupuesto**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

La mayoría de la población investigada menciona que gastan más de \$61 dólares cuando realizan viajes o visitan lugares turísticos, y un porcentaje inferior de personas gastan entre \$41 y \$60 dólares esto baría dependiendo del lugar y del número de personas que viajan.

## 20. Edad

**Tabla 48**

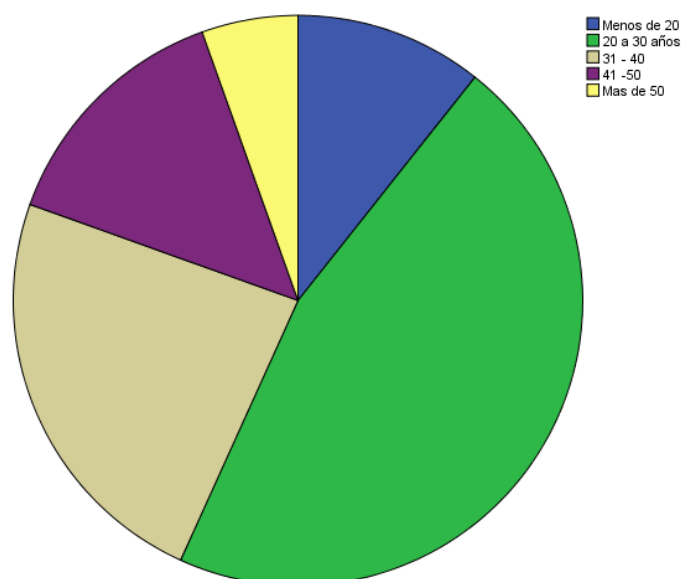
**Edad**

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20	41	10,7
20 a 30	177	46,1
31 – 40	91	23,7
41 -50	54	14,1
Más de 50	21	5,5
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 58**

**Edad**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANALISIS:

Un gran porcentaje de las personas encuestadas van desde los 20 a 30 años y un porcentaje inferior van desde los 31 a 40 años es decir que las personas que más visitan el cantón son mayores de edad las cuales ya tienen poder de decisión.

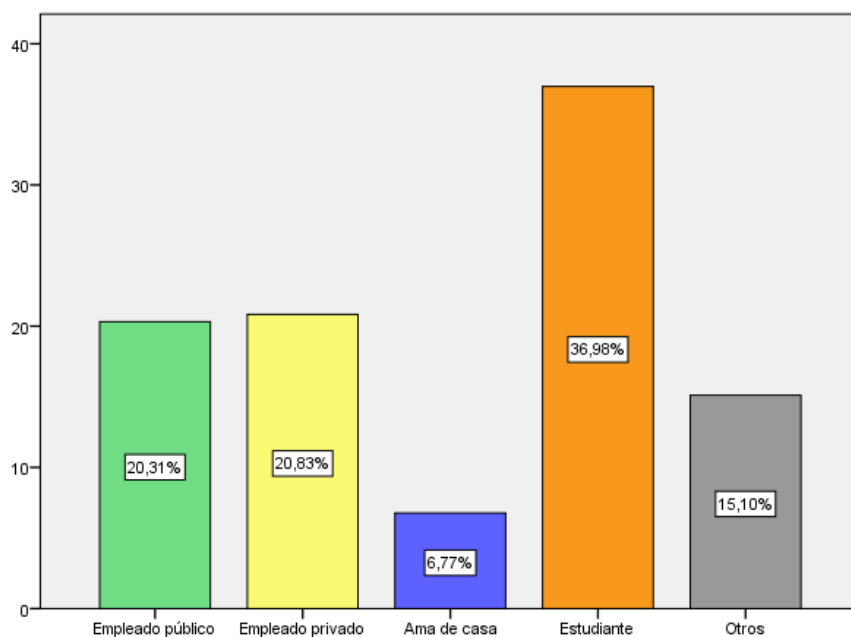
## 21. Ocupación

**Tabla 49**  
**Ocupación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empleado público	78	20,3	20,3	20,3
	Empleado privado	80	20,8	20,8	41,1
	Ama de casa	26	6,8	6,8	47,9
	Estudiante	142	37,0	37,0	84,9
	Otros	58	15,1	15,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 59**  
**Ocupación**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

El estudio realizado reveló que la mayoría de las personas que visitan la provincia del Carchi con fines turísticos son estudiantes ya que los jóvenes tienen mayor interés de viajar y

conocer diferentes lugares, seguido de un empate técnico entre empleados privados y empleados públicos.

## 22. Lugar de residencia

**Tabla 50**

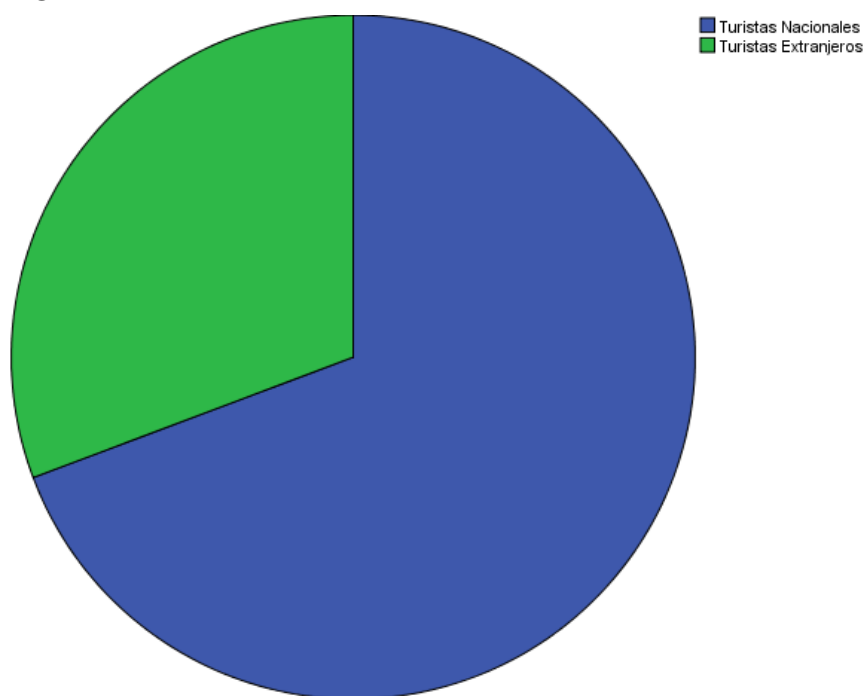
**Lugar de residencia**

	Frecuencia	Porcentaje
Turistas Nacionales	266	69,3
Turistas Extranjeros	118	30,7
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 60**

**Lugar de residencia**



Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas son turistas nacionales es decir que la provincia del Carchi no es reconocida mucho por los turistas extranjeros ya que el porcentaje es inferior.

## 23. Miembros en su hogar

**Tabla 51**

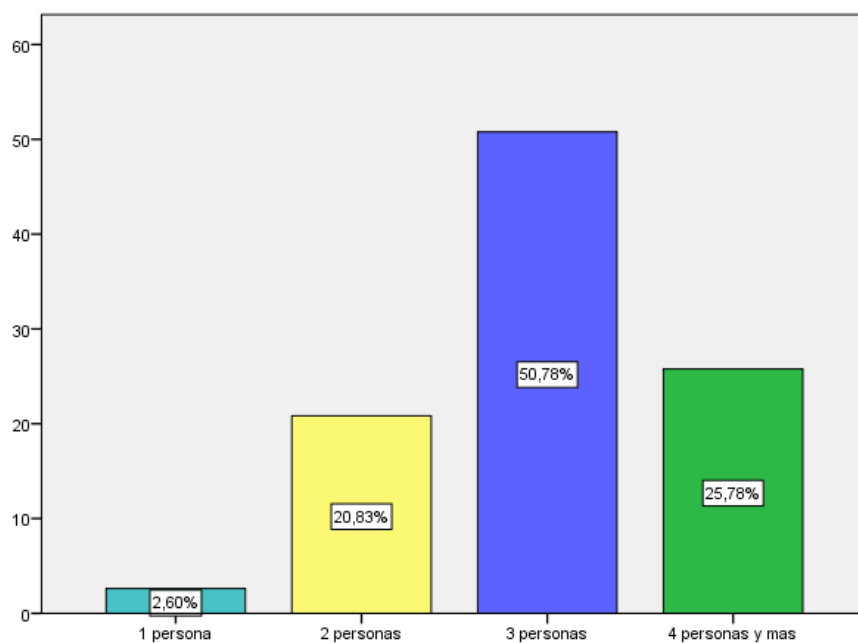
**Miembros en su hogar**

	Frecuencia	Porcentaje
1 persona	10	2,6
2 personas	80	20,8
3 personas	195	50,8
4 personas y mas	99	25,8
Total	384	100,0

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 61**

**Miembros en su hogar**



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Diana Pérez

### ANALISIS:

El número de miembros en el hogar de la mayoría de las personas encuestadas son de 3 personas y el hogar de la cuarta parte de la población es de 4 y más personas, es decir que si los viajes son familiares el ingreso por familia probablemente es de 4 personas.

### 3.9. Identificación de la Demanda

Para identificar la demanda turística potencial del Cantón Espejo es necesario analizar la demanda actual y luego proceder a realizar las proyecciones futuras, esto se lo hará analizando los resultados del estudio de mercado.

En la siguiente tabla se determina el número de personas que visitan el cantón Espejo, este dato se lo obtuvo del estudio de mercado previamente realizado. En la segunda columna se tiene el número de personas a las cuales se les realizó la encuesta, luego se obtiene el porcentaje; en este caso de las personas que han visitado el cantón Espejo es de 43% que equivale a 64954 personas, esto representa la demanda actual del Cantón Espejo.

**Tabla 52**

**Lugares de visita**

	Frecuencia	Porcentaje	N
Si	165	43,0	64954
No	219	57,0	86102
Total	384	100,0	151056

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

En la siguiente tabla se determina el número de personas que ingresarán al cantón Espejo que es la demanda real del año 2017. Entonces para realizar la proyección de la demanda se trabaja con cantidades mínimas, medias y máximas; para lo cual se toma en cuenta solamente la cantidad media de la demanda para el cálculo.

**Tabla 53*****Demanda real***

Variable	Frecuencia	%	N	Personas	Cantidad mínima	Cantidad media	Cantidad máxima
1 vez al año	132	34,4	64954	22344	22344	22344	22344
1 a 2 veces al año	172	44,8	64954	29099	29099	43649	58199
3 a 4 veces al año	71	18,5	64954	12016	194862	42058	48066
5 a 6 veces al año	9	2,3	64954	1494	7469,71	8217	8964
Total					253775	116267	137572

Fuente: Datos con cálculos propios en base a los resultados de la investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**3.9.1. Proyección de la demanda**

La proyección de la demanda ayudara a establecer el número de personas que estarían dispuestas a visitar los lugares turísticos del cantón Espejo en un determinado tiempo. La tasa de crecimiento que se utilizará será de 11.6% que representa el crecimiento de turistas en el Ecuador. Una vez establecida la tasa de crecimiento se procede a proyectar a 5 años.

**Fórmula para la proyección de la demanda**

$$M = C(1+r)^n$$

Donde M = Monto que se va a determinar

C = 116267 personar que visitan el Cantón Espejo

1 = Valor constante de la formula

R (Tasa de crecimiento) = 11,6%

N = Proyección a 5 años

**Tabla 54****Proyección de la demanda**

Años	Método Exponencial	Demanda futura al año	Demanda mensual	futura
2018	$M=116267(1+0,11)$	129754	10813	
2019	$M=129754(1+0,11)$	144805	12067	
2020	$M=144805(1+0,11)$	161603	13467	
2021	$M=161603(1+0,11)$	180349	15029	
2022	$M=180349(1+0,11)$	201269	16772	

Fuente: Datos con cálculos propios en base a los resultados de la investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

De acuerdo con los datos obtenidos de la pregunta 15 de la encuesta realizada a los turistas tenemos que el 57% de la población no conoce el cantón y estarían dispuestos a visitar el cantón Espejo.

### 3.10. Identificación de la oferta

El número de productos ofertados en el mercado bajo diferentes condiciones, en este caso el número de rincones turísticos.

Por el momento no existe datos exactos del número de turistas que ingresan a cada uno de los cantones de la provincia del Carchi ya que se podría decir que lo han hecho de manera empírica y las comunidades o cantones no llevan registros de estos, sin embargo, el Director de Turismo de cada cantón pudo manifestar o mencionar un porcentaje promedio del número de turistas que ingresan al mismo.



**Tabla 55****Identificación de la oferta**

<b>Cantón</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>Turistas por cantón</b>
Tulcán	40%	151.056	60.422
Espejo	18%	151.056	27.190
Mira	10%	151.056	15.106
Bolívar	7%	151.056	10.574
Montufar	25%	151.056	37.764
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>123866</b>

El análisis de la oferta se lo realizó con los datos que se obtuvo en el estudio de mercado.

**3.10.1. Proyección de la oferta**

Para realizar la proyección de la oferta se utiliza los datos obtenidos del estudio de mercado y con una tasa de crecimiento del sector turístico que es de 2,9% (Ekos, 2015, pág. 84)

En la siguiente tabla se muestran las proyecciones para 5 años. Para el año 2022 será de 142899.

**Fórmula para la proyección de la Oferta**

$$M = C(1 + r)^n$$

M = Monto

C = 123866 personas que visitan 18 lugares turísticos de la Provincia del Carchi

1 = Valor constante de la fórmula

R = 2,9 tasa de crecimiento de ofertas turísticas

N = 5 años proyectados

**Tabla 56****Proyección de la oferta**

Años	Método Exponencial	Oferta
2018	$M=123866(1+0,029)$	127458
2019	$M=127458(1+0,029)$	131154
2020	$M=131154(1+0,029)$	134958
2021	$M=134958(1+0,029)$	138872
2022	$M=138872(1+0,029)$	142899

Fuente: Datos con cálculos propios en base a los resultados de la investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

**3.11. Balance demanda - oferta**

El análisis de oferta demanda ayuda a determinar la demanda insatisfecha que existe sobre los productos o servicios que se ofrecen en el mercado, en este caso el número de lugares turísticos con los que cuenta el cantón Espejo.

**Tabla 57****Demanda – Oferta**

Años	Oferta	Demanda	Análisis demanda oferta	Análisis de la demanda Oferta
2018	127458	129754	129754-127458	2296
2019	131154	144805	144805-131154	13651
2020	134958	161603	161603-134958	26645
2021	138872	180349	180349-138872	41477
2022	142899	201269	201269-142899	58370

Fuente: Datos con cálculos propios en base a los resultados de la investigación de mercados  
Elaborado por: Diana Pérez

Luego de realizar la oferta y demanda se obtiene una demanda insatisfecha de 58370 para el año 2022 por parte de los lugares turísticos de la Provincia del Carchi;

### 3.12. Análisis de los competidores

El cantón Espejo cuenta con diferentes lugares turísticos por lo que tiene varios competidores directos e indirectos en de la provincia del Carchi.

Dentro de bosques, cascadas y lagunas se encuentran: el bosque los arrayanes, Cascada de Paluz, Laguna el Salado, Lagunas verdes, Laguna la encañada, Cascada de Guadir, dentro de lo que se refiere a aguas termales está el Complejo ecoturístico Tufiño.

#### Competidores directos e indirectos

##### Bosque los Arrayanes: Cantón Montufar

#### *Figura 62*

#### *Bosque Los Arrayanes*



Fuente: Prefectura del Carchi

**Cascada Paluz:** Cantón Montufar**Figura 63****Cascada Paluz**

Fuente: Prefectura del Carchi

**Lagunas verdes:** Cantón Tulcán**Figura 64****Lagunas Verdes**

Fuente: Prefectura del Carchi

**Cascada de Guadir: Cantón Montufar*****Figura 65******Cascada de Guadir***

Fuente: Prefectura del Carchi

**Laguna la Encañada: Cantón Bolívar*****Figura 66******Laguna la encañada***

Fuente: Prefectura del Carchi



## Complejo ecoturístico Tufiño: Cantón Tulcán

*Figura 67*

*Complejo ecoturístico Tufiño*



Fuente: Prefectura del Carchi

### 3.13. Proyección de precios

El cantón espejo cuenta con varios atractivos turísticos que se caracterizan por ser áreas naturales protegidas en los cuales no se maneja una tarifa de precios, ya que el Ministerio del Ambiente estableció que el ingreso a los parques y áreas protegidas del país debe ser gratuito, tanto para turistas nacionales como para extranjeros.

Por este motivo no existe una tarifa de precios establecida para el ingreso a algún lugar turístico del cantón Espejo.

### 3.14. Comercialización

Los rincones turísticos ofrecen una gran variedad de actividades, las cuales, no son aprovechadas al máximo por parte de las personas designadas a realizar este trabajo.

La poca comercialización que tienen estos atractivos turísticos se la realiza mediante las redes ya que por este medio se puede tener una comunicación directa con el cliente; brindando información necesaria de estos lugares turísticos. Mas no se tiene una iteración directa al momento de que el turista llega al cantón.

### **3.15. Estrategias de producto, precio, plaza y promoción**

#### **Estrategias de Producto**

Se identifica o se busca lugares vírgenes a los cuales la mano del hombre no ha llegado, para poder crear y lanzar nuevos rincones turísticos y así ampliar el mercado.

#### **Estrategias de Precio**

En el Ecuador el ingreso a parques y áreas protegidas es gratuito por este motivo el cantón Espejo no realiza estrategias de precio para captar la atención e interés de los turistas.

#### **Estrategias de Plaza**

No realiza estrategias de plaza, pero según el estudio de mercado realizado; revelo que a los turistas les gustaría tener mayor facilidad en el ingreso a los lugares turísticos.

#### **Estrategia de Promoción**

El cantón Espejo promociona o da a conocer sus rincones turísticos por medio de redes sociales y sitios web, pero sería muy favorable para el cantón realizar más estrategia para poder captar mayor número de clientes ya que según el estudio de mercado realizado se pudo observar que a las personas les gustaría recibir promociones por temporadas o por grupos entre otros.

### 3.16. Conclusiones del estudio de mercado

- La demanda futura que tendrán los rincones turísticos del Cantón Espejo es favorable, ya que, el estudio de mercado que se realizó nos permitió medir la frecuencia de visita de los turistas y nos revelo que para el año 2022 será de 201.269 visitantes.
- El cantón Espejo tiene una gran oferta turística ya que cuenta con una amplia gama de rincones turísticos, siendo la Reserva Ecológica la más visitada con un 19,01%, seguido por el Bosque Polylepis con un 13,02% y La Calera con un 7,29%; estos son los lugares más frecuentados por los turistas cuando visitan al Cantón Espejo.
- Los lugares turísticos que oferta el Cantón Espejo no tienen precio alguno, ya que, según el dictamen del Ministerio del Ambiente, el ingreso a todos los parque y áreas protegidas será gratuito tanto para turistas nacionales como para extranjeros.
- Los principales motivos que influyen a los turistas a elegir un lugar para visitar son el clima con un 32.03% ya que las personas prefieren el clima cálido, seguido de la flora y fauna con un 25% y un 17,45% se inclina más por la cantidad de rincones turísticos que pueden encontrar en un lugar.



## **CAPÍTULO IV**

### **4. PROPUESTA**

“Plan de marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo, provincia del Carchi”

#### **4.1. Objetivos**

##### **4.1.1. Objetivo General**

Desarrollar estrategias de promoción de marketing en base a la información obtenida, para captar mayor número de turistas en el Cantón Espejo Provincia del Carchi.

##### **4.1.2. Objetivos específicos**

- Definir las estrategias de promoción basándose en la información obtenida anteriormente para promocionar el Cantón Espejo.
- Definir los medios publicitarios más adecuados para publicitar a Espejo como Cantón turístico.
- Diseñar estrategias en base a la información recaudada en los capítulos anteriores para incrementar el conocimiento del patrimonio cultural del Cantón Espejo,
- Determinar el presupuesto que se ocupará para realizar la propuesta, basándose en las estrategias que se llevará a cabo.

## 4.2. Estructura de la propuesta

**Tabla 58**

**Matriz del plan de marketing para promocionar el Cantón Espejo.**

Política/ Lineamiento	Objetivos	Estrategias	Tácticas
Diseñar estrategias para mejorar la imagen corporativa.	Crear una marca que represente a Espejo como Cantón turístico, para lograr al menos que el 70% de la población reconozca al Cantón Espejo.	Desarrollar los elementos físicos de la imagen corporativa la cual ayude a que el Cantón Espejo sea recordado por parte de los turistas.	Logotipo Slogan Isotipo Material de papelería Diseño de uniformes. Vincularse a la marca Ecuador Turístico.
		Vinculación social con la comunidad.	Difusión de protección del medio ambiente.
	Proponer elementos de la identidad corporativa del Cantón Espejo.	Diseñar una propuesta de dirección estratégica.	Vinculación laboral de comunidades locales. Proponer conjuntamente con la Dirección de Turismo: Misión, visión, objetivos, Principios
		Definir funciones y responsabilidades	Organigrama Manual de funciones básicas.
	Crear contenidos publicitarios y difundir en los diferentes medios de comunicación.	Brindar y difundir información sobre los lugares turísticos del Cantón Espejo mediante diferentes medios de comunicación.	a) Crear un spot publicitario b) Medios electrónicos c) Publicidad rodante d) Valla publicitaria e) Creación de material POP

Crear una campaña publicitaria y Promocional			f) Realizar o participar en ferias turísticas o gastronómicas g) Auspicio de eventos culturales
		Alianzas con sitios web más reconocidos según el estudio de mercado.	Alianzas con sitios web.
Identificar y proponer mejoras para la infraestructura turística del Cantón.	Elaborar un plan de mejora de infraestructura hotelera y gastronómica del Cantón Espejo, logrando con esto satisfacer a los turistas que visitan los rincones turísticos del Cantón	Elaborar un plan de charlas y capacitaciones para los habitantes del Cantón Espejo.	Estimar los hoteles y restaurantes necesarios para cubrir la demanda.  Charlas de motivación y capacitación a la respecto a temas como: hotelería, turismo y gastronomía
		Realizar estrategias que permitan facilitar el acceso a los lugares turísticos del Cantón.	Colocar señaléticas
Reconocimiento del patrimonio natural y cultural	Lograr que los rincones turísticos del cantón sean reconocidos en un 75%	Familiarizar y dar a conocer a las personas los lugares turísticos, cultura e historia del Cantón Espejo.	a) Realizar campamentos b) Brindar charlas sobre el cuidado de los recursos naturales a estudiantes.
Mejorar la seguridad del Cantón Espejo.	Lograr que tanto turistas nacionales como extranjeros se sientan seguros a la hora de visitar los lugares turísticos.	Alianzas con la Cruz Roja, bomberos, UPC	Plan de acción de emergencias en lugares turísticos.  Señalética en inglés y español con contactos.  Capacitación a guías turísticos en primeros auxilios.

### **4.3. Desarrollo de las etapas del plan de marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo provincia del Carchi.**

#### **4.3.1. Base legal**

El Ministerio de Turismo ha implementado nuevos reglamentos los cuales promueven la conservación del patrimonio natural, en el artículo 6 y 7 de la Ley de turismo aclara que para realizar actividades turísticas se debe obtener un Registro de Turismo, y la Licencia Anual de Funcionamiento.

Según en el artículo de (Hora, 2016) Las condiciones que se debe cumplir para el funcionamiento de las actividades turísticas son:

- *Ejercer la actividad de acuerdo con las directrices establecidas en los Planes de Manejo.*
- *Respetar la actividad admisible de visitantes al área protegida en la que se realiza las actividades.*
- *Contar con un enfoque de educación ambiental, conservación y sostenibilidad exigibles a todas las actividades turísticas que se desarrollen en el patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE.*
- *Las actividades turísticas que generan impactos y riesgos ambientales deberán regularizarse mediante el Sistema Único de Información Ambiental SUIA.*

#### **4.3.2. Diagnóstico**

El Cantón Espejo cuenta con un sinnúmero de rincones turísticos y tiene una gran riqueza natural única en su especie; estos atributos hacen del Cantón Espejo un lugar ampliamente explotable turísticamente.

A pesar de contar con varios atributos, Espejo no está considerado como un cantón netamente turístico, ya que, no se realiza la promoción adecuada para dar a conocer los rincones turísticos con los que cuenta, su gastronomía, su cultura y sus historias que es la esencia o lo que hacen del Cantón Espejo un lugar apropiado para recibir turistas.

Además, la poca publicidad que se realiza no está bien direccionada, lo que causa que el mensaje que se quiere transmitir no llegue a los clientes potenciales, disminuyendo así el número de turistas que ingresan al Cantón Espejo y por ende perjudicando la economía del Cantón.

#### **4.3.3. Elaboración del plan de mejoramiento para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo Provincia del Carchi.**

##### **1 Misión**

Administrar de manera correcta los recursos naturales y económicos del Cantón Espejo, y dar una excelente imagen de hospitalidad y de respeto hacia la naturaleza a los turistas, contribuyendo de esta manera al desarrollo del turismo del Cantón.

##### **2 Visión**

Para el año 2023 Espejo será uno de los principales destinos turísticos del país, siendo reconocido por su gran riqueza natural y cultural; logrando el desarrollo social y económico del cantón.

##### **3 Políticas**

###### **Política 1**

Diseñar estrategias para mejorar la imagen corporativa.

## **Objetivo 1**

Crear una marca que represente a Espejo como Cantón turístico, para lograr al menos que el 70% de la población reconozca al Cantón Espejo.

## **Estrategia 1**

Desarrollar una imagen corporativa la cual ayude a que el Cantón Espejo sea recordado por parte de los turistas.

## **Táctica**

### **Creación Logotipo**

Se definirá los colores, tipografía, isotopo y eslogan junto con la empresa, en este caso con el municipio, para crear un logotipo en el cual este representado las riquezas turísticas más representativas del Cantón Espejo, incitando así a los turistas a visitar el cantón y logrando que el logotipo se posicione en la mente de las personas.

### **Descripción del Logotipo**

- **Isotipo**

El isotopo fue diseñado en base a los elementos más representativos del Cantón, por esta razón se tomó encuentra el Frailejón que es una de planta que cubre la mayor parte de los páramos del Cantón, la laguna y la montaña que forman una parte importante de la riqueza natural del Cantón Espejo.

**Figura 68**

**Isotipo**



Elaborado por: Diana Pérez

**Logotipo**

El diseño del logotipo representará los rincones turísticos que posee el Cantón Espejo.

**Figura 69**

**Logotipo**



Elaborado por: Diana Pérez

- **Denotaciones y connotaciones**

**Tabla 59**

**Denotaciones y connotaciones**

<b>Denotación</b>	<b>Connotación</b>
Frailejón	Es una de las plantas que cubre la mayor parte de los páramos.
Montaña	Espejo se caracteriza por tener muchas zonas verdes y las montañas en este caso demuestra la existencia de estas zonas propias del Cantón Espejo
Laguna	La laguna demuestra la abundancia de agua que brota de los páramos y que alimenta a los ríos que recorren el Cantón.

Fuente: Cantón Espejo  
Elaborado por: Diana Pérez

En el logotipo se menciona el nombre del cantón ya que se quiere llegar a posicionarnos en la mente de los turistas como un cantón netamente turístico, ya que en conjunto con los colores proyecta una gran riqueza natural lo incentivara a los turistas a visitar el Cantón Espejo.

### **Normas de la construcción de la identidad**

- **Retícula**

El logotipo se diseñó en el programa Adobe Illustrator, el cual permite que la imagen se pueda utilizar o aplicar en cualquier publicación. Sus proporciones son 4cm x 3,5 cm



**Figura 70****Retícula**

Elaborado por: Diana Pérez

- Área de aislamiento

El área de aislamiento que se colocó fue un círculo de 1,3 cm para distanciar a cualquier imagen que se coloque junto con el logotipo.

**Figura 71****Área de aislamiento**

Elaborado por: Diana Pérez

- **Colorimetría**

**Tabla 60****Colorimetría**

<b>Color</b>	<b>Significado</b>
Amarillo y Verde	Representan los colores de la bandera del Cantón. Además, el verde es el color de la naturaleza y representa armonía, crecimiento y fertilidad.
Azul	Representa el agua, frío y pureza que caracteriza al Cantón

Elaborado por: Diana Pérez

**Tipografía Institucional**

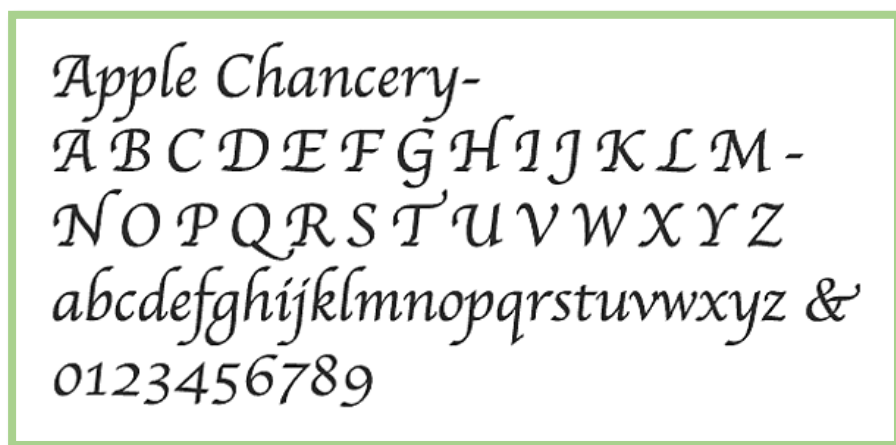
Los tipos de tipografía utilizados para el logotipo propuesto son las siguientes:

**Figura 72****Tipografía****Turismo Espejo**

Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 73**  
**Tipografía**

## *El paraíso más cercano al cielo*



Elaborado por: Diana Pérez

- Usos permitidos

El logotipo debe ser manipulado de manera que no se alteren sus colores o su tipografía.

**Figura 74**  
**Usos permitidos**



Elaborado por: Diana Pérez

- Usos no permitidos

El logotipo no se debe cambiar de tamaño ni de colores ya que son colores representativos y esto puede afectar a la imagen turística del Cantón Espejo.

**Figura 75****Usos no permitidos**

Elaborado por: Diana Pérez

**Estrategia 2**

Creación de la papelería institucional

**Táctica:**

Se crearán productos con el logotipo que representa el turismo del Cantón, con el fin de lograr mayor fidelización por parte de los clientes.

- Tarjetas de presentación:

**Figura 76****Tarjeta de presentación**

Elaborado por: Diana Pérez

- Sobres

**Figura 77**

**Sobres**



Elaborado por: Diana Pérez

- Hojas Membretadas

**Figura 78**

***Hojas Membretadas***



Elaborado por: Diana Pérez

- Agenda

**Figura 79**

**Agenda**



Elaborado por: Diana Pérez

- Esfero

**Figura 80**

**Esferos**



Elaborado por: Diana Pérez

### Táctica 3

Diseño de uniformes

**Figura 81**  
**Uniforme**



Elaborado por: Diana Pérez

### Táctica 4

Vincularse a la marca Ecuador Turístico

Se pretenderá colocar mensajes e imágenes turísticas del Cantón Espejo en la página “Ecuador Turístico”, para promover e incentivar a turistas nacionales e internacionales a visitar el Cantón.



**Figura 82****Vincularse a la marca Ecuador Turístico**

Elaborado por: Diana Pérez

**Estrategia 2**

Vinculación social con la comunidad.

**Táctica 1**

Difusión de protección del medio ambiente

**Figura 83****Tachos para separación de desechos**

Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 84**  
**Afiches de reciclaje**



Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 85**  
**Especies endémicas**



Elaborado por: Diana Pérez

Los afiches y tachos de basura serán colocados en los lugares turísticos los cuales serán renovados cada 3 años según el estado en el que se encuentren.

## Táctica 2

Vinculación laboral de comunidades locales.

### *Figura 86*

*Vinculación laboral de comunidades locales.*



Elaborado por: Diana Pérez

Para ocupar los puestos de guías turísticos o cualquier campo laboral referente a turismo se brindarán capacitaciones y se tomará en cuenta o se dará prioridad a personas locales de comunidades pobres apoyando así a mejorar la economía de los pueblos y por ende del Cantón Espejo.

## Objetivo 2

Proponer elementos de la identidad corporativa del Cantón Espejo.

### **Estrategia 1:**

Diseñar una propuesta de dirección estratégica.

## Táctica

Reunirse con el Director de Turismo del Cantón Espejo para definir la misión, visión, políticas, valores y principios, dependiendo de varios aspectos como; la razón de ser, ventaja competitiva, ámbito de acción y el horizonte de tiempo.

- **Misión**

Administrar de manera correcta los recursos naturales y económicos del Cantón Espejo y dar una excelente imagen de hospitalidad y de respeto hacia la naturaleza a los turistas, contribuyendo de esta manera al desarrollo del turismo del Cantón.

- **Visión**

Para el año 2023 Espejo será uno de los principales destinos del país, siendo reconocido por su gran riqueza natural y cultural; logrando el desarrollo social y económico del Cantón.

- **Valores**

Los valores propuestos, representaran el modo de convivencia dentro del Cantón Espejo, además, ayudaran a fortalecer el turismo.

**Tabla 61****Valores**

Grupos de interés Valores	Empresas	Empleados	Clientes	Sociedad	Proveedores	Estado
Respeto	X	X	X	X	X	X
Hospitalidad	X	X	X	X	X	X
Honradez	X	X	X	X		X
Responsabilidad	X	X	X	X	X	X

Fuente: Propuesta  
Elaborado por: Diana Pérez

**Respeto;** Crea un buen ambiente laboral.

**Hospitalidad:** trato amable tanto para las personas de la comunidad como para turistas sean estos nacionales o extranjeros, logrando con esto mayor fidelidad de los turistas hacia el Cantón Espejo.

Honradez:

Responsabilidad: el cumplimiento responsable de los objetivos propuesto para llegar a alcanzar la visión que se estableció.

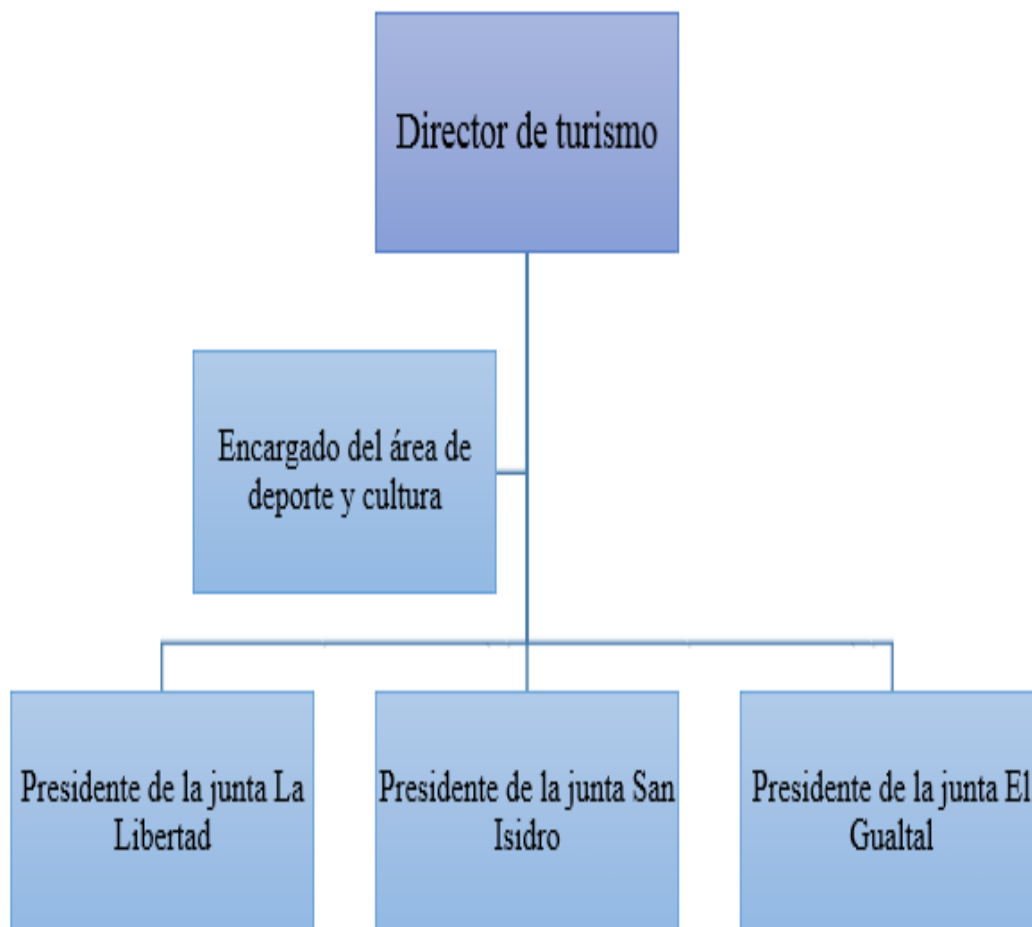
**Estrategia 2:**

Definir funciones y responsabilidades

**Táctica 1**

Organigrama

**Figura 87**  
**Organigrama**



Fuente: Entrevista Director de Turismo  
Elaborado por: Diana Pérez

### **Táctica 2:**

Manual de funciones básicas.

Figura 88

## Manual de funciones director de turismo



IDENTIFICACION DEL CARGO	
<b>Nombre del cargo</b>	Director de turismo
<b>Misión</b>	Promover y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo logrando captar mayor número de turistas.
<b>Descripción de las funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gestionar patrocinios para el desarrollo turístico.</li> <li>➤ Realizar proyectos turísticos.</li> <li>➤ Realizar proyectos para promover los valores en la sociedad</li> </ul>
<b>Descripción de las competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Creatividad</li> <li>➤ Comunicación</li> <li>➤ Trabajar en equipo</li> <li>➤ Sociabilidad</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Habilidad y dominio para manejo de grupos</li> </ul>
<b>Descripción de la experiencia</b>	Conocimiento en turismo

Elaborado por: Diana Pérez

Figura 89

Manual de funciones encargado del área de deporte y cultura



IDENTIFICACION DEL CARGO	
<b>Nombre del cargo</b>	Encargado del área de deporte y cultura
<b>Misión</b>	Promover y fomentar el deporte y cultura en los habitantes del Cantón Espejo.
<b>Descripción de las funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar actividades deportivas</li> <li>➤ Desarrollar programas de beneficencia a salud de la sociedad</li> <li>➤ Estar a cargo del mantenimiento a las áreas deportivas del Cantón.</li> <li>➤ Coordinar el desarrollo de las actividades culturales</li> <li>➤ Realizar actividades artísticas en la sociedad</li> </ul>
<b>Descripción de las competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Comunicación</li> <li>➤ Trabajar en equipo</li> <li>➤ Sociabilidad</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Habilidad y dominio para manejo de grupos</li> <li>➤ Buen estilo de vida</li> </ul>
<b>Descripción de la experiencia</b>	Conocimiento en deporte

Elaborado por: Diana Pérez



Figura 90

## Manual de funciones presidente de la junta parroquial



Identificación del cargo	
Nombre del cargo	Presidente de la Junta parroquial
Misión	Realizar proyectos que beneficien al desarrollo parroquial.
Descripción de las funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gestionar patrocinios para el desarrollo turístico.</li> <li>➤ Realizar proyectos que integren a la comunidad.</li> <li>➤</li> </ul>
Descripción de las competencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Creatividad</li> <li>➤ Comunicación</li> <li>➤ Trabajar en equipo</li> <li>➤ Amabilidad</li> <li>➤ Transparencia</li> </ul>
Descripción de la experiencia	Conocimiento en turismo

Elaborado por: Diana Pérez

### **Política 3**

Crear una campaña publicitaria y Promocional

#### **Objetivo**

Crear contenidos publicitarios y difundir en los diferentes medios de comunicación.

#### **Estrategia 1**

Brindar y difundir información sobre los lugares turísticos del Cantón Espejo mediante diferentes medios de comunicación.

#### **Táctica**

Se creará un spot el cual se transmitirá por vía televisión, para dar a conocer los rincones turísticos con la cuenta el Cantón.

##### **a) Diseño del mensaje**

El mensaje será diseñado de tal manera que al escucharlo se despierte el interés del público meta, este mensaje deberá contener elementos claves los cuales ayuden a que el mensaje sea claro y brinde información necesaria en la cual se dé a conocer sus rincones turísticos, su gastronomía, y su cultura.

Para crear el mensaje se deberá tomar en cuenta varios aspectos como la voz y su vocalización; para que el mensaje que se difunde llegue de manera clara al oyente.

Además, en el mensaje estará incluido el eslogan **“El paraíso más cercano al cielo”** ya que este eslogan refleja las riquezas que contiene el Cantón Espejo.

Para determinar la frecuencia en la cual se va a transmitir el spot publicitario se ha tomado en cuenta horarios familiares en los cuales el mensaje sea recibido de la mejor manera.

**Tabla 62**

***Frecuencia de transmisión***

Frecuencia	Estación
13H00 – 14H00	TVN
19H00 – 20H00	TVN

Elaborado por: Diana Pérez

**El Paraíso más cercano al cielo**

Un lugar lleno de magia, con gran riqueza natural; El Cantón Espejo te ofrece un sinnúmero de rincones turísticos q visitar junto con tus familiares o amigos. Contando con dos tipos de climas Espejo te ofrece muchas actividades a realizar como: Pesca deportiva, cabalgatas, piscinas de aguas termales, entre otras, visítanos y disfruta de la mejor experiencia de tu vida. Contáctanos en Facebook como “Cantón Espejo” y en nuestra página web [www.Espejoturistico.com.ec](http://www.Espejoturistico.com.ec) ; TE ESPERAMOS.

**Táctica**

Medios electrónicos

Brindar información actualizada de los lugares turísticos del Cantón Espejo y así lograr mayor fidelidad por parte de los turistas.

## **Página web**

La creación de la página web es impórtate para el Cantón espejo ya que mediante este medio se puede brindar información actualizada e incluso tener una relación directa con el turista.

La información que contendrá la página web será; misión, visión, valores, historia del Cantón, información de los lugares turísticos, contactos y fotografías, para que tengan una idea más clara del Cantón Espejo.

El formato que tendrá la página web estará diseñado de tal manera que el turista y el público en general podrá ingresar sin ningún problema a cada uno de sus servicios.

La página será actualizada diariamente por parte del director de turismo Ing. Edison Taimal, el cual subirá información relevante sobre el turismo del Cantón, logrando así interactuar con las personas, en diferentes horarios dependiendo de la temporada.

**Figura 91**  
**Página web**



**Espejo**  
El paraíso más cercano al cielo

**Inicio**  
Historia  
Lugares Turísticos  
Actividades

## El Paraíso más Cercano al Cielo

La región en la que se encuentra el actual cantón Espejo fue ocupada por las llamadas fases culturales de El Ángel o Piartal, Cuasmal o Pasto, a juzgar por las evidencias localizadas por varios estudiosos del pasado carchense. Sin embargo, debemos afirmar que la fase El Ángel, así llamada por González Suárez corresponde al horizonte Tuncahuán de Jacinto Jijón y Caamaño y la cerámica encontrada en la zona de Tres Tolas cercano al El Ángel es una de las más hermosas de todo este horizonte, por lo que según los estudiosos, en este lugar debió haberse ubicado uno de los centros ceremoniales más importantes del sector Junto.

Elaborado por: Diana Pérez

- **Redes Sociales**

Se crea una página en Facebook, con el fin de interactuar con el público meta, ya que, con un simple clic en la opción “me gusta” las personas de cualquier parte del mundo pueden recibir de forma automática toda la información que se comparta en esta red social; se puede mostrar imágenes de los rincones turísticos, de la publicidad que realiza el Cantón Espejo y de las promociones u ofertas turísticas que se realizan por temporadas.

Es una manera de dar a conocer a las personas de la existencia de este cantón y de todas las riquezas naturales con las que cuenta, de tal forma que el turista se sienta satisfecho con la información e incluso motivado en visitar y regresar al Cantón Espejo, con amigos o familiares.

Al igual que en la página web se estará actualizando el contenido diariamente e interactuando directamente con el público meta.

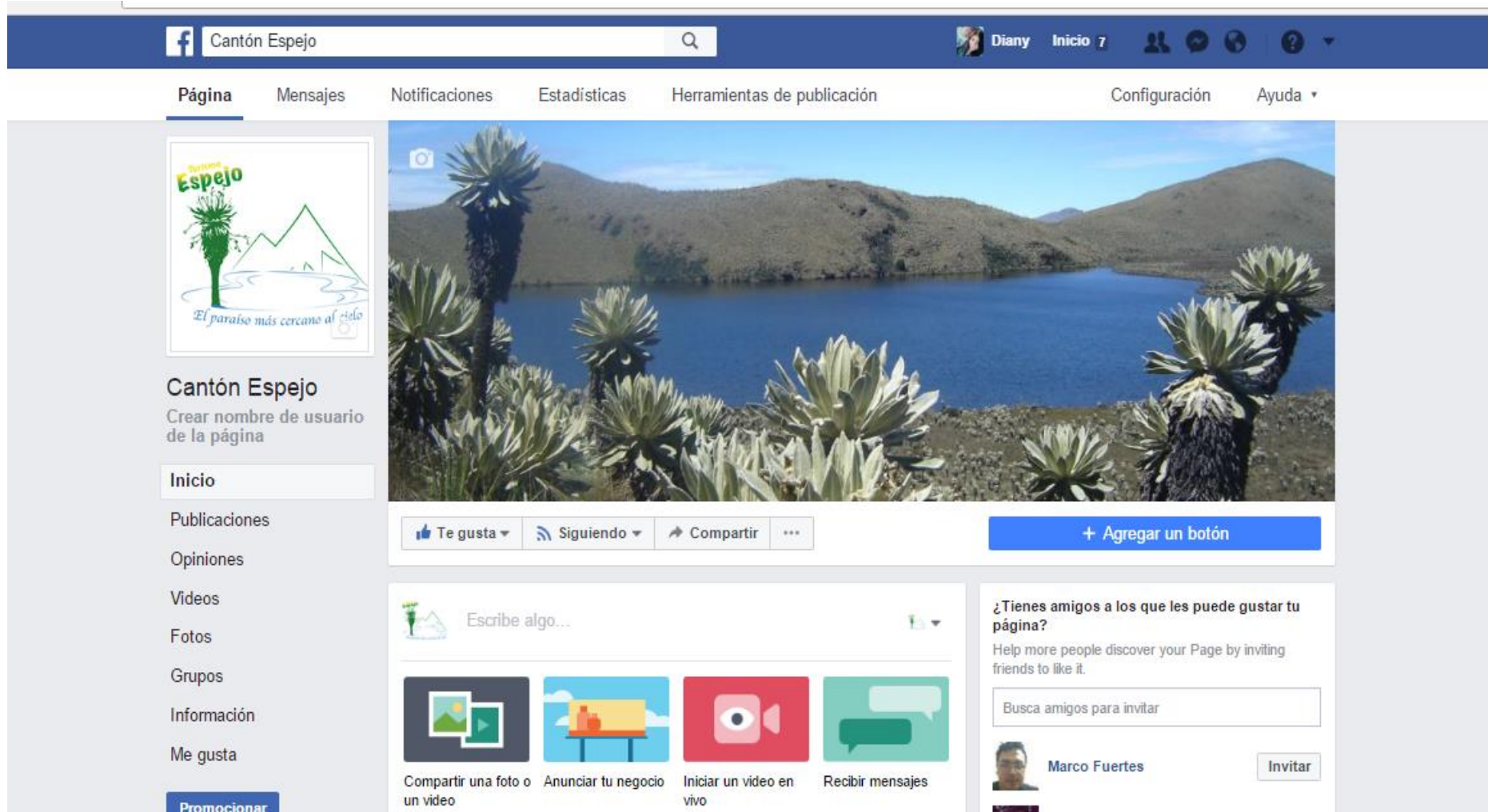
**Tabla 63**

**FAN PAG**

FAN PAG	
Objetivo	Dar a conocer al público los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón.
Contenido	Perfil: Logotipo turístico del Cantón Imágenes de los rincones turísticos Imágenes de flora y fauna Videos relacionados al turismo Ubicación del Cantón.
Horario	24 horas del día



Figura 92  
Facebook



Elaborado por: Diana Pérez

**Táctica:**

## Publicidad rodante

Colocar mensajes publicitarios en buses, para dar a conocer a las personas las riquezas turísticas que posee el Cantón Espejo.

El mensaje publicitario será colocado en los buses de la cooperativa “Espejo”, ya que estos buses se movilizan a diferentes partes del país dando así a conocer los atractivos turísticos del Cantón.

**Tabla 64****Publicidad rodante**

Publicidad Rodante	
Objetivo	Dar a conocer al público los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón.
Contenido	Logotipo turístico del Cantón Imágenes de los rincones turísticos Ubicación del Cantón.
Tiempo	6 meses

Elaborado por: Diana Pérez



**Figura 93****Publicidad rodante**

Elaborado por: Diana Pérez

**Valla Publicitaria****Tabla 65****Valla Publicitaria**

Publicidad Rodante	
Objetivo	Dar a conocer al público los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón.
Contenido	Logotipo turístico del Cantón Imágenes de los rincones turísticos Ubicación del Cantón.
Tiempo	1 meses

Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 94****Valla Publicitaria**

Elaborado por: Diana Pérez

**Tabla 66****Valla Publicitaria**

Valla Publicitaria	
Objetivo	Dar a conocer al público los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón.
Contenido	Logotipo turístico del Cantón Imágenes de los rincones turísticos Ubicación del Cantón.
Tiempo	1 mese
Lugar	Se colocará en la Y del Cantón Bolívar Provincia del Carchi

Elaborado por: Diana Pérez

## Táctica

### Creación de material POP

Entregar el material a turistas y personas en general para dar a conocer las riquezas turísticas con las que cuenta el Cantón Espejo y despertar en ellos el interés de visitar los lugares turísticos.

### **Tabla 67**

#### **Material POP**

Material POP	
Objetivo	Despertar en las personas el interés de visitar los lugares turísticos del Cantón Espejo
Contenido	Logotipo turístico del Cantón Imágenes de los rincones turísticos Actividades a realizar. Ubicación
Lugar	Ferias turísticas en las que se llegue a participar. Departamento de turismo del Cantón Espejo. Ministerio de Turismo de la Provincia del Carchi. Lugares turísticos del Cantón.

## Volantes

*Figura 95*  
*Hoja volante*



**Espejo**  
*El paraíso más cercano al cielo*

**VEN Y DISFRUTA DE LA AVENTURA**

**¿Que puedes hacer en**

- \*Excurcion
- \*Cabalgata
- \*Ciclismo de montaña
- \*Piscinas termales
- \*Visita a lagunas
- \*obsevacion de flora y fauna

**¿Que llevar?**

- \*Ropa abrigada
- Traje de baño
- \*Botas de caucho
- \*Guantes de lana
- \*Bufanda de lana
- \*Gorra

y lo mas importante !!!  
deseos de disfrutar al máximo

Elaborado por: Diana Pérez

## Afiches

Figura 96

## Afiches

**Diviértete y disfruta de una aventura en**



**Donde podra realizar las siguientes actividades**



**cabalgata**

**Pesca Deportiva**

**Ciclismo de montaña**

**Unete y se parte de la diversión que la aventura espera por ti**

**Camping**

**Natación**

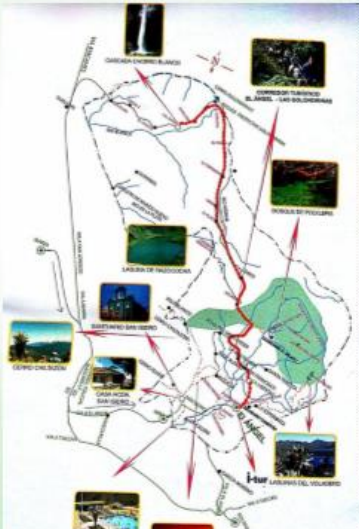






Elaborado por: Diana Pérez



Trípticos

Figura 97  
Tríptico

<p><b>Mirador Cruz de Mayo</b></p>  <p>El paisaje desde este lugar es amplio, se divisa toda la ciudad de El Ángel, parroquias como la Libertad, los cerros Iguañ y Chusón, áreas de cultivos y pastizales, y los páramos de la Reserva Ecológica El Ángel.</p> <p><b>Rio Plata</b></p> <p>El río Plata se origina en la zona alta y arrastra el agua de la cascada del mismo nombre. Los suelos son derivados de cenizas volcánicas. Se evidencia la presencia de rocas en los márgenes del río.</p>  <p><b>Hacienda el Ishpingo</b></p>  <p>El diseño ecléctico domina a cada una de sus alas con influencia del neoclasicismo francés y sus materiales y técnicas constructivas conservan la forma tradicional del edificio.</p>	 <p><b>RED DE TURISMO COMUNITARIO DEL CANTON ESPEJO</b></p> <p>Contactos: Gobierno Municipal de Espejo - Unidad de turismo (08) 2977148 ext. 218 Comunidad de Morán: 0998715704 / 0991374851 Reserva Ecológica El Ángel. Telf.: Guías 0994876140 / 0989987388 / 0990734755 Bosque Golondrinas—G.A.D Parroquia El Golondrinas (08) 3011212</p> <p><b>ESPEJO—CARCHI—ECUADOR</b></p>	 <p><b>TURISMO ESPEJO</b> El paraíso más cercano al cielo</p> 
---	--	---

<p><b>MAPA CANTONAL</b></p> <p>La mayoría de la población está asentada en el sector rural, su cultura es el resultado de la mezcla de pastos y españoles, conocida por su riqueza agrícola de la región y una reserva ecológica única en su género en el mundo.</p> 	<p><b>ATRACTIVOS TURISTICOS</b></p> <p><b>Reserva Ecológica el Ángel</b></p> <p>La vegetación natural es de gramíneas mayoritariamente, adaptada al frío, con suelos que retienen una gran cantidad de agua, por lo que se considera a la Reserva como una verdadera "esponja" que abastece de este líquido vital a toda la provincia del Carchi.</p>  <p><b>Bosques de Polylepis</b></p> <p>Este bosque es esclítico como jerárquico primario, milenario y único en el mundo. Su denominación se debe al color del tronco, comúnmente denominada "colorado".</p>  <p><b>Balneario La Calera</b></p> <p>Cuenta con aguas termales ricas en sales minerales con una temperatura de 22 grados, se encuentra rodeado de bosques naturales</p> 	<p><b>Bosque Protector Golondrinas</b></p> <p>Existen más de 20 000 especies de plantas y 700 especies de aves, es un bosque tropical que va desde las orillas de quebradas y ríos hasta las partes altas del Cerro Golondrinas.</p>  <p><b>Cascada Chorro Blanco</b></p> <p>En una caminata de 2 horas desde la Comunidad de Las Juntas, se encuentra una impresionante caída de agua de 40m, rodeada de un bosque subtropical.</p>  <p><b>Laguna de Ramocho</b></p> <p>Rodeada de miradores naturales, caminos de importancia histórica como es el antiguo camino de los Jesuitas, es el hábitat de varias</p> 
--	--	--

Elaborado por: Diana Pérez

## Llaveros

Estos llaveros serán entregados a grupos de turistas que superen un número de 7 personas

### *Figura 98*

#### *Llavero*



Elaborado por: Diana Pérez

## Esferos

Estos esferos serán entregados a los turistas más fieles los que con mayor frecuencia visitan los rincones turísticos del Cantón Espejo.

### *Figura 99*

#### *Esferos*



Elaborado por: Diana Pérez

## Manillas

Estas manillas serán entregadas a los turistas sin importar el número de veces que a visitado los rincones turísticos del Cantón Espejo.

**Figura 100**

### Manilla



Elaborado por: Diana Pérez

## Calendario

Se entregará cada inicio de año a todos los turistas nacionales que visiten los rincones turísticos del Cantón Espejo.

**Figura 101**

### Calendario



Elaborado por: Diana Pérez



**Táctica:**

Realizar o participar en ferias turísticas o gastronómica

Se participará en ferias turísticas y gastronómicas en las cuales se dará a conocer la comida típica del sector, además, se informará sobre los lugares turísticas y riquezas naturales que posee el cantón Espejo.

Se participará 2 veces al año, la primera será en el mes de agosto en el cantón Mira Provincia del Carchi y la otra se realizar en el mes de febrero en el Cantón Espejo, motivando a las personas a visitar los lugares turísticos del Catón Espejo.

**Tabla 68****Detalles de ubicación de ferias**

<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Evento</b>	<b>Descripción</b>
26/08/2017	Mira	Feria Gastronómica	Presentación de platos típicos de los diferentes pueblos.
1/02/2018	Tulcán	Feria Turística	Lugares turísticos que posee cada uno de los cantones.

Elaborado por: Diana Pérez

**Figura 102**  
**Feria Gastronómica**



Elaborado por: Diana Pérez

## **Táctica**

Auspiciar a eventos culturales

Se auspiciará a cualquier tipo de evento cultural, gastronómico o deportivo que organicen las instituciones educativas, ya que se estará apoyando a eventos que de alguna u otra manera benefician al turismo, además, como cantón se tomata esta oportunidad para dar información sobre los rincones turísticos que se posee.

**Figura 103**  
**Carpa de exhibición**



Elaborado por: Diana Pérez

### **Estrategia 2:**

Alianzas estratégicas con sitios web más reconocidos según el estudio de mercado.

### **Táctica:**

Se buscará formar parte o permanecer en páginas web turísticas más visitadas por turistas nacionales e internacionales, para lo cual se tomará en cuenta la investigación de mercados que se utilizó en el capítulo tres.

**Tabla 69****Página web**

<b>Página web</b>
TravelPrice
Comoviajar
My guía de viajes
Turismo Internacional

Elaborado por: Diana Pérez

**Política 4**

Mejoramiento de la imagen turística del Cantón Espejo

**Objetivo**

Elaborar un plan de mejora de infraestructura hotelera y gastronómica del Cantón Espejo, logrando con esto satisfacer a los turistas que visitan los rincones turísticos del Cantón.

**Estrategias 1:**

Elaborar un plan de charlas y capacitaciones para los habitantes del Cantón Espejo.

**Táctica1:**

Estimar los hoteles y restaurantes necesarios para cubrir la demanda.

Para estimar el número de hoteles que se necesitan en el Cantón Espejo, se tomara en cuenta el valor de la demanda proyectada en el capítulo tres para tener un estimado del número de turistas que ingresaran al año al Cantón Espejo.

**Tabla 70****Estimación de hoteles**

<b>Número de hoteles</b>	<b>Capacidad estimada hotel</b>	<b>por Proyección</b>	<b>Capacidad anual</b>	<b>Demanda</b>
7	50	$((50*7)4)12$	16.800	16.772

Elaborado por: Diana Pérez

**Táctica 2:**

Charlas de motivación y capacitación a la respecto a temas como: hotelería, turismo y gastronomía.

Brindar charlas de emprendimiento a los habitantes de Espejo para motivarlos e incentivarlos a realizar proyectos en beneficio del sector turístico del Cantón.

**Desarrollo**

Buscar convenios con instituciones o realizar trabajo junto con el CECAP para brindar charlas mediante capacitadores expertos en temas como: atención al cliente, hotelería, turismo; el costo estimado que tendrán las capacitaciones está entre 35 a 40 dólares por participante.

**Tabla 71****Plan de capacitación**

TEMA	OBJETIVO	CONTENIDO	METODO DE TRABAJO	DURACION	RESPONSABLE
Atención al cliente	Lograr que habitantes comprendan la importancia de brindar un buen servicio a los turistas.	Importancia sobre atención al cliente. Normas de comportamiento.	Las capacitaciones serán interactivas, contendrá exposiciones, videos	60 horas en 3 semanas, en horarios de 4pm a 7pm	Participación Ciudadana Director de turismo SECAP
Hotelería	Despertar el interés de los habitantes de construir hoteles o restaurantes	Ofertas de servicio Emprendimientos de Importancia del turismo.	Las capacitaciones se las realizara mediante exposiciones prácticas, experiencia, videos	60 horas en 3 semanas, en horarios de 4pm a 7pm	Alcalde del cantón Director de turismo SECAP
Turismo	Lograr que el cantón se convierta en un Cantón netamente turístico	Importancia del turismo del Beneficios del turismo Turismo responsable	Las capacitaciones se las realizara mediante exposiciones prácticas, videos	60 horas en 3 semanas, en horarios de 4pm a 7pm	Alcalde del cantón Director de turismo SECAP

Elaborado por: Diana Pérez

**Estrategia 2:**

Realizar estrategias que permitan facilitar el acceso a los lugares turísticos del Cantón.

**Táctica 1:**

Colocar señalética.

La señalética se colocará dentro del Cantón Espejo en puntos estratégicos para facilitar la llegada a los rincones turísticos e indicar normas a cumplirse dentro de estos lugares; fomentando así un turismo responsable.

**Figura 104****Señalética**

Elaborado por: Diana Pérez

## Política 5

Reconocimiento del patrimonio del cantón

### Objetivo

Lograr que los rincones turísticos del cantón sean reconocidos en un 75%

### Estrategia 1

Realizar campamentos

- **Táctica**

Se realizará campamentos vacacionales con niños y jóvenes de 12 a 18 años de la provincia del Carchi con la intención de dar a conocer las riquezas naturales con las que cuenta el cantón, ya que, se realizará caminatas por los rincones turísticos y fogatas en las cuales se narrará historias y leyendas del cantón Espejo.

### *Tabla 72*

#### *Campamentos Vacacionales*

Campamentos Vacacionales	
Objetivo	Despertar en los jóvenes el interés de visitar los lugares turísticos del Cantón Espejo
Contenido	Charlas del cuidado al medio ambiente. Historias de los lugares turísticos. Historias de la cultura del cantón.
Lugar	Lugares turísticos del Cantón Espejo
Fecha de ejecución	Agosto



**Figura 105**  
**Campamento**



Elaborado por: Diana Pérez

## **Estrategia 2**

Brindar charlas a los estudiantes sobre el cuidado del patrimonio cultural y natural

### **Táctica:**

Se invitará a instituciones educativas a ser partícipes de las charlas las cuales serán brindadas por parte de personas expertas en el tema y que tengan pleno conocimiento sobre las riquezas naturales que posee el cantón Espejo.

**Tabla 73****Charlas**

Tema	Objetivo	Contenido	Método de trabajo	Duración	Responsable
Importancia del patrimonio natural y cultural	Lograr que habitantes comprendan la importancia de cuidar los recursos naturales	Importancia sobre atención al cliente. Normas de comportamiento.	Las charlas serán interactivas, contendrá exposiciones, videos	4 horas en 2 días, en horarios de 10am a 12pm	Alcalde del cantón Director de turismo

Elaborado por: Diana Pérez

**Política 6**

Mejorar la seguridad del Cantón Espejo.

**Objetivo:**

Lograr que tanto turistas nacionales como extranjeros se sientan seguros a la hora de visitar los lugares turísticos.

**Estrategia 1:**

Alianzas con la Cruz Roja, bomberos, UPC

**Táctica 1**

Plan de acción de emergencias en lugares turísticos.

Tabla 74

## Plan de emergencias

Lugares Turísticos	Posibles Emergencias	Causa de los problemas	Responsable
La Calera	Ahogamiento Fracturas Cortaduras	Condiciones terreno	de Cruz Roja
Reserva Ecológica el Ángel.	Incendios Fracturas Lesiones	Lluvias – Fríos Condiciones terreno	Cruz Roja de Bomberos
Polylepis	Incendios Lesiones Fracturas Cortaduras	Lluvias – Fríos Condiciones terreno	Cruz Roja de Bomberos
Chorro Blanco	Lesiones Fracturas Cortaduras Ahogamiento	Lluvias – Fríos Condiciones terreno	Cruz Roja de Bomberos

Elaborado por: Diana Pérez

## Táctica 2

Señalética en inglés y español con contactos de emergencias.

Figura 106

## Señalética



Elaborado por: Diana Pérez

La señalética será colocada en todos los lugares turísticos del Cantón Espejo, procurando que los turistas se sientan seguros.

### Táctica 3

Capacitación a guías turísticos en primeros auxilios

**Tabla 75**

**Plan de capacitación**

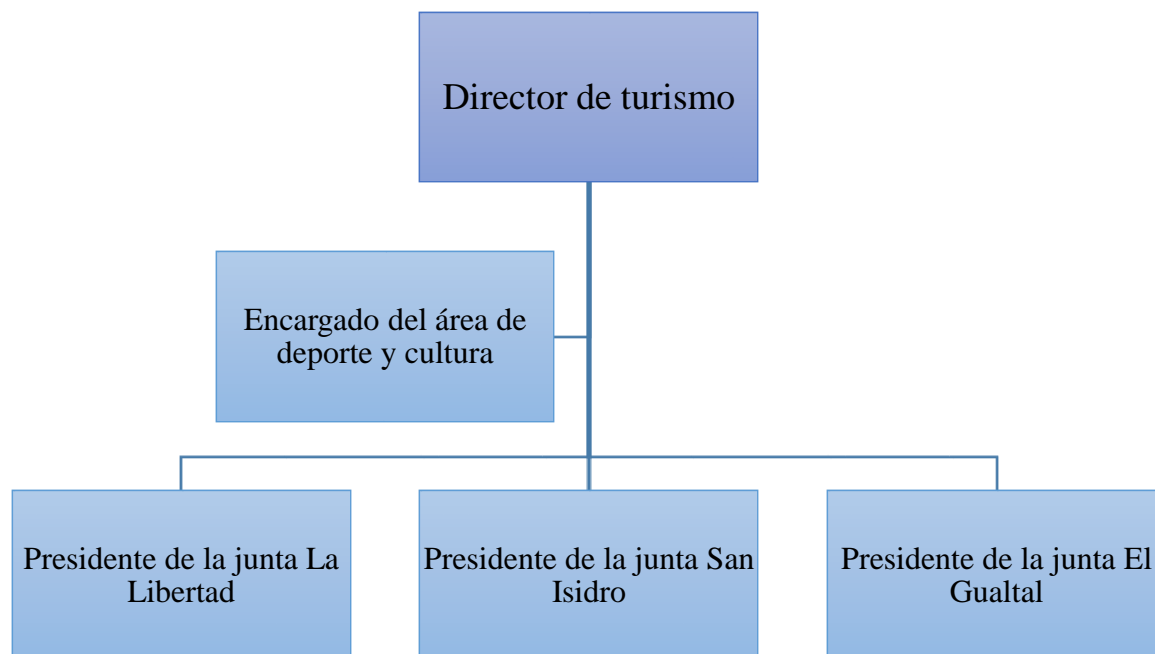
TEMA	OBJETIVO	CONTENIDO	METODO DE TRABAJO	DURACION	RESPONSABLE
Principios básicos en primeros auxilios	Lograr que guías turísticos brinden seguridad a los turistas.	Reconocimiento de signos vitales. Obstrucción de la vía aérea. Hemorragias. Lesiones en partes blandas.	Las capacitaciones serán interactivas, contendrá exposiciones, videos	30 horas en 2 semanas, en horarios de 4pm a 7pm	Ministerio de salud Director de turismo

Elaborado por: Diana Pérez

#### 4. Estructura organizacional

*Figura 107*

*Estructura organizacional*



Fuente: Entrevista Director de Turismo  
Elaborado por: Diana Pérez

**Tabla 76****Estructura organizacional Director de turismo**

<b>Identificación del cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Director de turismo
<b>Misión</b>	Promover y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo logrando captar mayor número de turistas.
<b>Descripción de las funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gestionar patrocinios para el desarrollo turístico.</li> <li>➤ Realizar proyectos turísticos.</li> <li>➤ Realizar proyectos para promover los valores en la sociedad</li> </ul>
<b>Descripción de las competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Creatividad</li> <li>➤ Comunicación</li> <li>➤ Trabajar en equipo</li> <li>➤ Sociabilidad</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Habilidad y dominio para manejo de grupos</li> </ul>
<b>Descripción de la experiencia</b>	Conocimiento en turismo

Tabla 77

**Estructura organizacional Encargado del área de deporte y cultura**

<b>Identificación del cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Encargado del área de deporte y cultura
<b>Misión</b>	Promover y fomentar el deporte y cultura en los habitantes del Cantón Espejo.
<b>Descripción de las funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar actividades deportivas</li> <li>➤ Desarrollar programas de beneficencia a salud de la sociedad</li> <li>➤ Estar a cargo del mantenimiento a las áreas deportivas del Cantón.</li> <li>➤ Coordinar el desarrollo de las actividades culturales</li> <li>➤ Realizar actividades artísticas en la sociedad</li> </ul>
<b>Descripción de las competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Comunicación</li> <li>➤ Trabajar en equipo</li> <li>➤ Sociabilidad</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Habilidad y dominio para manejo de grupos</li> <li>➤ Buen estilo de vida</li> </ul>
<b>Descripción de la experiencia</b>	

Tabla 78

**Estructura organizacional Presidente de la Junta parroquial**

<b>Identificación del cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Presidente de la Junta parroquial
<b>Misión</b>	Realizar proyectos que beneficien al desarrollo parroquial.
<b>Descripción de las funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gestionar patrocinios para el desarrollo turístico.</li> <li>➤ Realizar proyectos que integren a la comunidad.</li> <li>➤</li> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Creatividad</li> <li>➤ Comunicación</li> </ul>
<b>Descripción de las competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajar en equipo</li> <li>➤ Amabilidad</li> <li>➤ Transparencia</li> </ul>
<b>Descripción de la experiencia</b>	Conocimiento en turismo

Elaborado por: Diana Pérez

**5. Objetivos estratégicos del plan**

- Crear una estrategia de promoción y publicidad, para dar a conocer a los turistas las riquezas naturales que posee el Cantón Espejo.
- Asignar un presupuesto anual para realizar las actividades planificadas las cuales ayudaran a que Espejo sea reconocido como un Cantón lleno de rincones turísticos.
- Estar siempre atentos a las necesidades de los turistas.



## 6. Propósitos estratégicos del plan

- Incrementar el número de ingresos de turistas tanto nacionales como extranjeros al Cantón Espejo.
- Dar a conocer a Espejo como un cantón netamente turístico.
- Lograr que el Cantón Espejo se coloque entre uno de los principales lugares turísticos a nivel nacional.

## 7. Presupuesto para la implementación del plan estratégico

**Tabla 79**

**Presupuesto para la propuesta**

Estrategia 1				
Estrategia	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Total
Logotipo	1	1 mes	50	50
Eslogan	1	1 mes	10	10
Tarjetas de presentación	1000	1mes	0,05	\$50
Hojas membretadas	4000	1 mes	0.035	\$140
Sobres	500	1 mes	0,24	\$120
Camisetas	20	-	5,00	\$100
Gorras	20	-	3,00	\$60
Chompas	20	-	15	\$300
<b>TOTAL</b>				<b>\$830</b>
Estrategia 2				
Estrategia	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Total
Spot publicitario	22	3 meses	13	\$286
Página web	1	-	500	\$500
Publicidad rodante	2		150	\$300
Fan page en Facebook	1	12 meses	10	\$120

Valla publicitaria ( 4800 x 2400)	1	1 mes	500	\$500
Hojas volantes	1000	2 meses	0,10	\$100
Afiches A3	500	2 meses	0,20	\$100
Trípticos	500	2 meses	0,28	\$140
Llaveros	1000	12 meses	1,10	\$1100
Esferos	1000	12 meses	0,35	\$350
Manillas	500	12 meses	0,23	\$115
<b>TOTAL</b>				<b>\$3611</b>
<b>Estrategia 3</b>				
<b>Estrategia</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Charlas de motivación	2	1 semana	400	\$800
Señalética	10	-	47,80	478
<b>TOTAL</b>				<b>\$1278</b>
<b>Estrategia 4</b>				
<b>Estrategia</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Campamento	1	2 semanas	600	600
<b>TOTAL</b>				<b>\$600</b>
<b>Estrategia 5</b>				
<b>Estrategia</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Capacitaciones	2	1 semana	100	200
<b>TOTAL</b>				<b>\$200</b>

Elaborado por: Diana Pérez

**Tabla 80*****Inversión total***

ESTRATEGIA	VALOR TOTAL
Estrategia 1	\$830
Estrategia 2	\$3611
Estrategia 3	\$1278
Estrategia 4	\$600
Estrategia 5	\$200
TOTAL	\$6.519

Elaborado por: Diana Pérez

## 8. Matriz de relación beneficio-costo

**Tabla 81**

**Matriz de relación diagnóstica**

ESTRATEGIAS	SITUACION ACTUAL	ESTRATEGIAS PROPUESTAS	RESULTADOS
Diseñar estrategias para mejorar la imagen corporativa.	El departamento de turismo del Cantón espejo no cuenta con una misión, visión, valores y principios, además no es conocido como un Cantón turístico.	Crear una misión, visión, valores y Diseñar un logotipo que represente el turismo del Cantón.	Lograr que el Cantón sea reconocido en un 75% por los turistas nacionales y extranjeros.
Campaña publicitaria y promocional	No realiza mucha publicidad y no cuenta con material POP para facilitar el posicionamiento de los turistas	Realizar publicidad en TV, creación de una página web, de una página el Facebook y realizar material que permita llegar a despertar el interés en los turistas.	Captar mayor número de turistas y lograr fidelizarlos.
Mejoramiento de la imagen turística del Cantón Espejo	No cuenta con infraestructura necesaria para mejorar el servicio turístico del Cantón.	Brindar charlas de motivación a los pobladores sobre hotelería y turismo, colocar señalética.	Brindar un mejor servicio y lograr en un 75% que los turistas estén satisfechos.
Reconocimiento del patrimonio natural y cultural	Las personas no tienen conocimiento de las riquezas naturales que posee el Cantón.	Realizar campamentos y brindar charlas a los jóvenes.	Lograr que los rincones turísticos del cantón sean reconocidos en un 75%
Mejorar la seguridad del Cantón Espejo.	El Cantón no cuenta con un plan de seguridad y con guardias capacitados en primeros auxilios	Realizar capacitaciones en primeros auxilios	Lograr que tanto turistas nacionales como extranjeros se sientan seguros a la hora de visitar los lugares turísticos.

**9. Cronograma anual de ejecución del plan estratégico de marketing a un año**

**Tabla 82**

**Cronograma de ejecución**

Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Creación de logo y slogan	■	■	■									
Misión y visión		■	■	■								
Valores objetivos y principios		■	■	■								
Diseño de la papelería	■	■	■	■								
Spot publicitario			■	■	■							
Página web		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Facebook		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Colocación de valla publicitaria			■									
Distribución del material POP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Charlas a los habitantes				■	■	■						
Señalética	■	■	■									
Campamento						■						
Capacitaciones de primeros auxilios			■	■				■	■			

Fuente: Propuesta  
Elaborado por: Diana Pérez

## 10. Cronograma operativo de estrategias

**Tabla 83**

**Cronograma operativo de estrategias**

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE
Crear una estructura organizacional que permita fortalecer el turismo en el cantón Espejo.	Crear la identidad turística del Cantón Espejo	Creación: Misión Visión Valores Principios	1mes	Autora
Crear una marca que represente a Espejo como Cantón turístico, para lograr al menos que el 70% de la población reconozca al Cantón Espejo.	Diseñar la imagen corporativa	Diseño del logotipo y aplicación de la marca	1 meses	Autora
Crear contenidos publicitarios y difundir en los diferentes medios de comunicación.	Diseño de promoción y publicidad	Crear un spot publicitario Publicidad rodante Página web Facebook	11 meses	Director de turismo.
Elaborar un plan de mejora de infraestructura hotelera y gastronómica del Cantón Espejo, logrando con esto satisfacer a los turistas que visitan los rincones turísticos del Cantón	Identificar y proponer mejoras para la infraestructura turística del Cantón.	Charlas de emprendimiento. Señalética	1 semana	Alcalde del Cantón Director de turismo CECAP
Lograr que los rincones turísticos del cantón sean reconocidos en un 75%	Reconocimiento del patrimonio natural y cultural	Campamentos Charlas	2 semanas	Director de turismo
Lograr que tanto turistas nacionales como extranjeros se sientan seguros a la hora de visitar los lugares turísticos.	Mejorar la seguridad del Cantón Espejo.	Plan de acción de emergencias en lugares turísticos. Capacitación a guías turísticos en primeros auxilios.	4 semanas	Cruz Roja Bomberos Dirección de Turismo.

Elaborado por: Diana Pérez

## 11. Reparto de responsabilidades

**Tabla 84**

**Reparto de responsabilidades**

Actividad	Objetivo	Responsable
Aplicar o poner en marcha cada una de las estrategias propuestas.	Lograr que Espejo sea reconocido como un Cantón turístico, lleno de riquezas naturales	Director de Turismo
Designar las funciones para el cumplimiento de los objetivos	Cumplir a cabalidad con las actividades establecidas	Director de Turismo
Verificar la ejecución de cada una de las actividades propuestas.	Lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos.	Director de turismo
Evaluar los resultados luego de la aplicación del plan de marketing.	Evaluar los resultados sean estos positivos o negativos	Director de turismo Alcalde del cantón.

Elaborado por: Diana Pérez

## **CAPÍTULO V**

### **5. IMPACTOS DEL PROYECTO**

#### **5.1. Antecedentes**

Este capítulo tiene como fin determinar los principales impactos que tendrá la implementación del “Plan de Marketing para la promoción y desarrollo de los rincones turísticos del Cantón Espejo”, los cuales pueden afectar directa o indirectamente al Cantón.

El análisis de los impactos que tendrá la aplicación del proyecto, se lo realizará mediante la Matriz de valoración, la cual nos proporcionara los resultados que determinaran si la realización del proyecto propuesto será viable.

#### **5.2. Análisis de los impactos**

Los principales impactos que se pueden llegar a desarrollar en la aplicación del proyecto son:

- Impacto económico
- Impacto social
- Impacto ambiental
- Impacto cultural
- Impacto turístico



**Tabla 85****Matriz de valoración de impactos**

Nivel de impacto	Valoración
Alto negativo	-3
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

Elaborado por: Diana Pérez

**Formula**

$$NI = \frac{\Sigma}{n}$$

NI= Nivel de impacto

 $\Sigma$ = Sumatoria de los indicadores

n= Numero de indicadores

**5.2.1. Impacto social****Tabla 86****Impacto social**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
Indicados						
Calidad de vida						X
Estabilidad familiar					X	
Imagen del cantón						X
					2	6

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NI = 8/3 = 2,6 = 3$$

Según la matriz el proyecto tendrá un valor de 2,6 positivo es decir que tendrá un impacto alto positivo.

- **Calidad de vida**

El ingreso de turistas al cantón ayudará de diferentes maneras a la comunidad, una de ellas será mejorando el estilo de vida de los habitantes, esto se dará gracias al desarrollo de actividades y proyectos educativos por parte del GAD Espejo con respecto al sector turístico.

- **Estabilidad familiar**

Uno de los beneficios que resultara del ingreso de turistas al cantón es la creación de negocios mejorando la estabilidad familiar ya que las personas no tendrán la necesidad de emigrar y abandonar a sus familias.

- **Imagen del cantón**

La imagen del cantón mejorará positivamente ya que, los habitantes verán que es necesario mejorar la imagen del cantón para que este sea más atractivo a la vista de los turistas, generando de esta manera mayor afluencia de visitantes.

### 5.2.2. Impacto económico

**Tabla 87**

**Impacto económico**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
Indicados						
Estabilidad económica					X	
Apertura de nuevos negocios					X	
Creación de empleos					X	
Comercio						X
TOTAL					6	3

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NI = 9/4 = 2,25 = 2$$

Según la matriz el proyecto tendrá un valor de 2,25 positivo es decir que tendrá un impacto medio positivo.

#### **Análisis:**

- **Estabilidad económica**

La implementación del Plan de Marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del Cantón Espejo incrementará el ingreso de turistas, y por ende los ingresos económicos de las familias que se dediquen a cualquier negocio del sector turístico.

- **Apertura de nuevos negocios**

La afluencia de turistas en el Cantón Espejo hará que los habitantes se sientan en la necesidad de crear nuevos negocios para ofrecer un buen servicio turístico.

- **Creación de empleos**

Con la creación de nuevos negocios en el Cantón, se logrará generar más fuentes de trabajo para los habitantes mejorando así la economía de sus hogares.

### 5.2.3. Impacto ambiental

**Tabla 88**

**Impacto ambiental**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
Indicados						
Manejo adecuado de las áreas protegidas						X
Mantenimiento de los recursos naturales						X
Manejo de desechos				X		
TOTAL				1		6

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\sum}{n}$$

$$NI = 7/3 = 2,33 = 2$$

Según la matriz el proyecto tendrá un valor de 2,33 positivo es decir que tendrá un impacto medio positivo

#### **Análisis:**

- **Manejo adecuado de las áreas protegidas**

Las áreas protegidas son una de las principales atracciones turísticas del Cantón, porque cuentan con una gran riqueza natural, por esta razón debe existir un mayor control para evitar daños ambientales.

- **Mantenimiento de los recursos naturales**

Los recursos naturales que posee el cantón no serán afectados ya que se contará con el apoyo de la comunidad para su cuidado, además, se establecerá algunas reglas de cuidado para los visitantes.

- **Manejo de desechos**

Para disminuir el impacto ambiental los desechos serán tratados de forma ecológica y se fomentara el reciclaje.

#### 5.2.4. Impacto Cultural

**Tabla 89**

**Impacto cultural**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
Indicados						
Valoración de la riqueza natural y cultural						X
Mantenimiento de las costumbres					X	
Difusión y conocimiento del patrimonio tangible e intangible						X
<b>TOTAL</b>					2	6

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\sum}{n}$$

$$NI = 8/3 = 2,66 = 3$$

- **Valoración de la riqueza natural y cultural**

Al existir mayor ingreso de turistas en el cantón se prevé que los habitantes valoraran más su identidad cultural logrando que el cantón sea diferente a los demás e identificado por su gran riqueza cultural.

- **Mantenimiento de las costumbres**

Las costumbres de los habitantes del cantón Espejo se mantendrán ya que serán una ventaja frente a la competencia.

- **Difusión y conocimiento del patrimonio tangible e intangible**

Al valorar la identidad cultural se logrará que los lugares y costumbres propias del cantón se difundan a todos los turistas sean estos nacionales e internacionales.

### 5.2.5. Impacto turístico

**Tabla 90**

**Impacto turístico**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
<b>Indicados</b>						
Afluencia de turistas						X
Nivel de satisfacción					X	
Diversificación de turistas						X
<b>TOTAL</b>					2	6

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NI = 8/3 = 2,66 = 3$$

Según la matriz el proyecto tendrá en valor de 2,66 positivo es decir que tendrá un impacto alto positivo.

- **Afluencia de turista**

El cantón tendrá una gran afluencia de turistas gracia a las estrategias de promoción y publicidad que se realizaran, ya que se lograra captar mayor número de personas interesadas en conocer y disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece el cantón Espejo.

- **Nivel de satisfacción**

Con la afluencia de turistas en el cantón, los habitantes tendrán la necesidad de crear negocios referentes al sector turístico, mejorar las instalaciones y brindar un mejor servicio, para satisfacer e incluso superar las expectativas de los turistas.

- **Diversificación de turistas**

Existirá una diversificación de turistas entre jóvenes y adultos los cuales podrán observar la gran riqueza natural que posee el cantón Espejo, su cultura e historia.

### 5.2.6. Impacto mercadológico

**Tabla 91**

**Impacto mercadológico**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
<b>Indicados</b>						
Atracción de nuevos turistas					X	
Promoción						X
Demanda					X	
Servicio					X	
TOTAL					6	3

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NI = 9/4 = 2,25$$

- **Atracción a nuevos Turistas**

La creación o diseño de la imagen corporativa turística del cantón Espejo ayudara a la fidelización y a la captación de nuevos turistas, logrando con esto mejorar el sector turístico del Cantón.

- **Promoción**

La implementación de una estrategia de promoción y publicidad beneficia de manera positiva ya que se dará a conocer los rincones turísticos con los que cuenta el cantón, logrando de esta manera incrementar la demanda por parte de los turistas.

- **Servicio**

Las personas que trabajan en el departamento de turismo junto con los empleados que se encuentran en cada punto turístico del cantón deberán brindar un servicio de calidad a los turistas a fin de mejorar el turismo del cantón Espejo.



### 5.2.7. Resumen general de impactos

**Tabla 92**

**Impacto General**

Nivel de impacto	-3	-2	-1	1	2	3
Indicados						
Social						X
Económico					X	
Ambiental					X	
Cultural						X
Turístico						X
Mercadológico					X	
TOTAL					6	9

Elaborado por: Diana Pérez

$$NI = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NI = 15/6 = 2,5$$

**Análisis:**

El impacto general que tendrá la implementación del “Plan de marketing para promocionar y desarrollar los rincones turísticos del cantón Espejo” será medio alto, por lo tanto, la aplicación del proyecto será viable.

## CONCLUSIONES

- Espejo es un cantón que cuenta con un gran potencial para realizar actividades turísticas, ya que posee grandes riquezas naturales únicas en su especie a nivel mundial.
- El cantón Espejo no cuenta con una infraestructura adecuada es decir restaurantes, hoteles, centros de diversión entre otros. para brindar un servicio de calidad a los turistas que llegan al cantón.
- El cantón Espejo no dispone de una misión, visión, objetivos y políticas del sector turístico del cantón.
- Se pudo observar que ni los mismos habitantes del cantón conocen las riquezas naturales que tienen a su alrededor, brindando así una información errónea a los turistas que visitan el cantón Espejo.
- Se identificó que un 57% es decir la mayoría de los turistas que ingresan a la provincia del Carchi no tienen conocimiento alguno sobre el cantón Espejo.
- El poco manejo de estrategias de promoción y publicidad impiden que el cantón crezca turísticamente al igual que no logran posicionarse como un cantón netamente turístico.
- El estudio de mercado reveló que existe una demanda insatisfecha de 16.772 turistas comprendidos entre edades de 18 a 65 años, los cuales estarían dispuestos a visitar los rincones turísticos que posee el cantón Espejo.
- La investigación realizada reveló que el proyecto es viable, ya que la propuesta planteada ayudará a que Espejo sea reconocido como un cantón netamente turístico por parte de los turistas nacionales y extranjeros.

## RECOMENDACIONES

- A provechar de las riquezas naturales con las que cuenta del cantón Espejo para captar mayor número de turistas.
- Realizar capacitaciones o charlas que motiven a los habitantes a crear nuevos negocios que mejoren el turismo del cantón.
- Diseñar la imagen turística del Cantón para llegar a posicionarse en la mente de los turistas.
- Motivar a los habitantes a realizar turismo interno dentro del cantón para tener mayor conocimiento sobre los rincones turísticos del cantón Espejo.
- Realizar estrategias de promoción y publicidad para dar a conocer las riquezas naturales a los turistas nacionales y extranjeros, logrando así mejorar el turismo del cantón.
- Desarrollar nuevos rincones turísticos los cuales permitan ingresar a nuevos mercados y de esta manera poder captar mayor número de turistas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, G. (2011). *Introducción al Marketing*.
- Barnat. (2014). *El Planear Y Planeamiento Estratégico*. Obtenido de El Planear Y Planeamiento Estratégico: <http://www.introduction-to-management.24xls.com/es307>
- Carmen Ojeda, Patricia Mármol. (2012). *Marketing Turístico*.
- Desarrollo, S. N. (2013 - 2017). Plan Nacional del Buen Vivir . En S. N. Desarrollo, *Plan Nacional del Buen Vivir* .
- Fischer, L. (2011). *Mercadotecnia*. México.
- Hernández, Sergio. (2011). Introducción a la Administración . En S. Hernández, *Introducción a la Administración* (pág. 52). México.
- Juan Carlos Alcaide, Sergio Bernués, Esmeralda Díaz-Aroca, Roberto Espinosa, Rafael Muñiz, Christopher SMITH. (2013). *MARKETING Y PYMES Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa*.
- Kotler, Armstrong. (2013). *Fundamentos de marketing*.
- Kotler, Bowen, Makens, Garcia de Madariaga, Flores. (2011). *Marketing Turístico*.
- Olmos Juares, Lourdes. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo, S.A.
- Rodríguez, R. A. (2011). El emprendedor éxito. En R. A. Rodríguez, *El emprendedor éxito*. México.

- SINCLAIR, C. D.-P. (2012). *Marketing Turistico*.

## LINKOGRAFÍA

- Barnat. (2014). *El Planear Y Planeamiento Estratégico*. Obtenido de El Planear Y Planeamiento Estratégico: <http://www.introduction-to-management.24xls.com/es307>
- COMERCIO, E. (8 de Junio de 2016). *EL COMERCIO*. Obtenido de EL COMERCIO: <http://www.elcomercio.com/actualidad/bancomundial-economia-ecuador-petroleo-terremoto.html>
- Hora, L. (Lunes de Enero de 2016). *Derecho Ecuador* . Obtenido de Derecho Ecuador: <http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2016/enero/code/RegistroOficialNo672->
- INEC. (marzo de 2016). *ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO*. Obtenido de ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo\\_0316.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf)
- sor2014utnfrvm. (12 de Octubre de 2014). *Pricesos Administrativos*. Obtenido de Pricesos Administrativos: <https://sor2014utnfrvm.wordpress.com/2014/10/12/planeacion-tipos-de-planes/>
- Todacultura. (2014). *Todacultura*. Obtenido de Todacultura: <http://www.todacultura.com/turismo/>

# ANEXOS

## Anexo 1



### Entrevista dirigida al director de turismo:

La entrevista tiene el fin de recopilar información necesaria para tener pleno conocimiento sobre la situación actual del sector turístico en el Cantón Espejo.

### Banco de preguntas:

1. ¿Qué funciones principales desempeña la dirección de turismo?
2. ¿Tienen alianzas estratégicas con Agencias de Viajes?
3. ¿Considera que las vías de acceso a los lugares turísticos son las adecuadas?
4. ¿Cuáles son las principales dificultades que tiene el Cantón Espejo para convertirse en un lugar turístico, según su punto de vista?
5. ¿Qué ventajas tiene el Cantón Espejo para considerarse un lugar turístico?
6. ¿Considera que esas ventajas del Cantón Espejo en materia turística están siendo aprovechadas al 100% actualmente? ¿Por qué?
7. ¿Cuentan con una marca o imagen que identifique al Cantón Espejo como destino turístico (logotipo, slogan, misión visión, políticas, valores)?
8. ¿Qué está haciendo la dirección de turismo actualmente para fomentar el turismo?
9. ¿Qué medios de comunicación oral, escrita, televisiva o de redes sociales utilizan?



10. ¿El Cantón cuenta con infraestructura necesaria para brindar un buen servicio con lo que respecta a hotelería, centros de diversión, restaurantes, etc.?
11. ¿Considera que la gente del cantón está capacitada para recibir a los visitantes?
12. ¿Qué ofertas turísticas tiene el cantón?
13. Qué municipios o lugares diferentes, piensa que pueden ser la principal competencia para el Cantón Espejo. ¿Por qué?

.....

Ing. Edison Taimal

DIRECTOR DE TURISMO, CULTURA Y DEPRTE

## Anexo 2



### **Encuesta dirigida al presidente de cada parroquia:**

La presente encuesta tiene el fin de recopilar información, para conocer la situación actual del sector turístico en el cantón Espejo.

#### **Banco de preguntas:**

#### **1. ¿Considera Ud. a Espejo como un Cantón turístico?**

- a) Si
- b) No

#### **2. ¿Qué beneficios aporta el turismo en su parroquia?**

- a) Mejor calidad de vida
- b) Beneficios culturales
- c) Ingresos económicos
- d) Prestigio
- e) Ninguno
- f) Otros, ¿cuáles?: \_\_\_\_\_

#### **3. La calidad y cantidad de los restaurantes y hoteles del Cantón son:**

- a) Muy buenos
- b) Buenos
- c) Regulares
- d) Malos

**4. El estado de las vías de acceso al Cantón es:**

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

**5. ¿En qué medios de transporte se puede llegar a los lugares turísticos del Cantón Espejo?**

.....

**6. ¿Cómo considera Ud. la gestión que realiza la dirección de turismo del cantón?**

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala

**7. ¿Con que frecuencia se capacita al personal que labora en los atractivos turísticos?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Casi nunca
- d) nunca

**8. ¿Con que frecuencia el cantón Espejo realiza eventos publicitarios para darse a conocer?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Casi nunca
- d) Nunca

**9. ¿Por qué medio cree más conveniente se deba publicitar los servicios y productos turísticos del Cantón Espejo?**

- a) Televisión
- b) Radio
- c) Internet
- d) Prensa

**10. ¿En caso que se utilicen medios de comunicación qué alcance tiene la publicidad?**

- a) Es a nivel provincial,
- b) a nivel nacional
- c) nivel internacional

**11. ¿Su parroquia tiene un lugar para información a turistas nacionales y extranjeros?**

- a) Si ( )
- b) No ( )

**12. Si la pregunta anterior es afirmativa dónde está ubicado \_\_\_\_\_**

**13. ¿Cuenta su parroquia con personas que puedan dar información en inglés a turistas extranjeros?**

- a) Si
- b) No

**14. Si las respuestas anteriores fueron negativas. ¿Se está haciendo algo para contar con el lugar y personas indicadas para dar información a turistas?**

.....

**15. ¿Qué hace su parroquia para garantizar la seguridad de los turistas?**

.....

**16. Mencione dos o tres principales lugares y/o atractivos que considera turísticos de su parroquia.**

.....

**17. ¿Los lugares que mencionó anteriormente, se encuentran en óptimas condiciones para atraer visitantes?**

a) Si

b) No ( ) Por qué?\_\_\_\_\_

**18. Su parroquia ha diseñado planes para mejorar alguno de los siguientes aspectos:**

a) Mejora de atención a los turistas. ( )

b) Aseo y mantenimiento de lugares públicos ( ).

c) Higiene y manejo adecuado de alimentos ( )

d) Capacitaciones en hotelería y turismo ( )

**14. Datos técnicos:**

**Género:** Femenino ( ) Masculino ( )

**Edad:** .....

**Parroquia:** .....

## Anexo 3



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

## CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA, DICIEMBRE DE 2016

La presente investigación tiene como objetivo conocer el posicionamiento de los lugares turísticos del Cantón Espejo en la provincia del Carchi y determinar los medios adecuados para promocionar el Cantón Espejo como cantón turístico.

1. **Qué lugares turísticos de Ecuador acostumbra visitar**  
\_\_\_\_\_
2. **Seleccione una opción, del aspecto principal que toma en cuenta al momento de elegir un lugar turístico:**
  - a) Clima ( )
  - b) Tradición ( )
  - c) Flora y fauna ( )
  - d) Presupuesto ( )
  - e) Calidad de hoteles y restaurantes ( )
  - f) Cantidad de atractivos turísticos ( )
3. **¿Conque frecuencia visita lugares turísticos de Ecuador?**
  - a) 1 a 2 veces al mes ( )
  - b) 1 vez a los 3 meses ( )
  - c) 1 vez a los 6 meses ( )
  - d) 1 vez al año ( )
4. **¿Ha visitado algún lugar del Cantón Espejo con fines turísticos? Si la respuesta es negativa saltarse a la pregunta 15.**  
Si ( ) No( )
5. **¿Cómo se enteró Ud. de la existencia del Cantón Espejo?**
  - a) Referencia de amigos o familiares ( )
  - b) Hojas volantes ( )
  - c) Medios de comunicación ( )
  - d) Agencias turísticas ( )
  - e) Visita casual ( )
  - f) Página web del Cantón Espejo ( )
6. **¿Qué lugares visita Ud. cuando está en el Cantón Espejo?**  
.....
7. **¿Coma califica Ud. los atractivos turísticos del Cantón Espejo?**
  - a) Muy bueno ( )
  - b) Bueno ( )
  - c) Regular ( )
  - d) Malo ( )
8. **El estado de las vías de acceso a los lugares turísticos es:**
  - a) Muy bueno ( )
  - b) Bueno ( )
  - c) Regular ( )
  - d) Malo ( )


9. **La seguridad que brinda el Cantón Espejo para los turistas según su punto de vista es:**
- Muy bueno ( )
  - Bueno ( )
  - Regular ( )
  - Malo ( )
10. **¿Conoce si el Cantón Espejo cuenta con una oficina de información turística?**
- Si ( )
  - No ( )
11. **¿Cómo califica la información turística que proporciona el Cantón Espejo?**
- Excelente ( )
  - Muy buena ( )
  - Buena ( )
  - Regular ( )
  - Mala ( )
12. **¿Qué servicios cree Ud. que le hace falta mejorar al Cantón Espejo?**
- Hospedaje ( )
  - Restaurantes ( )
  - Áreas recreativas ( )
  - Transporte frecuente ( )
  - Todos ( )
  - Otros ¿cuál?.....
13. **¿Cuál es el nivel de satisfacción que ha tenido en la visita a este Cantón?**
- Muy satisfactorio ( )
  - Satisfactorio ( )
  - Medianamente satisfactorio ( )
  - Poco satisfactorio ( )
14. **¿Estaría dispuesto a regresar a los lugares turísticos del cantón Espejo?**
- Si ( )
  - No ( )
15. **¿Le gustaría visitar un cantón que cuente con diferentes pisos climáticos como cálido y frío, con una gran biodiversidad única en su tipo?**
- Si ( )
  - No ( )
16. **¿Por qué medio informativo prefiere recibir información sobre lugares turísticos?**
- Revistas ( )
  - Televisión ( )
  - Sitios web especializados. ( )
  - Radio ( )
  - Prensa escrita ( )
  - Página web ( )
  - Redes sociales ( )
17. **Para planear un viaje turístico, qué páginas web acostumbra visitar**  
\_\_\_\_\_
18. **¿Qué tipo de promociones turísticas le gustaría que le ofrecieran?**
- Transporte turístico ( )
  - Tour por temporadas ( )
  - Descuentos por grupos ( )
  - Otro, ¿cuál? .....
19. **El presupuesto que destina para hacer turismo es:**
- 1 – 20 dólares ( )
  - 21 – 40 dólares ( )
  - 41 – 60 dólares ( )
  - 61 dólares en adelante ( )

**DATOS TECNICOS**

<p style="text-align: center;"><b>Edad:</b></p> <p>Menos de 20 ( )      40 a 50 años ( )</p> <p>20 a 30 años ( )      más de 50 años ( )</p> <p>30 a 40 años ( )</p>	<p style="text-align: center;"><b>Ocupación:</b></p> <p>Empleado público ( )      Comerciante ( )</p> <p>Empleado privado ( )      Estudiante ( )</p> <p>Ama de casa ( )      Otros ( )</p>
<p style="text-align: center;"><b>Lugar de Residencia:</b></p> <p>Tulcán ( )      Huaca ( )</p> <p>Montufar ( )      Mira ( )</p> <p>Bolívar ( )      Turista Nacional ( )</p> <p>Turista Extranjero ( )</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cantidad de miembros en su hogar:</b></p> <p>1 persona ( )      3 personas ( )</p> <p>2 personas ( )      4 personas ( )</p> <p style="text-align: center;"><b>Genero</b></p> <p>Masculino ( )      Femenino ( )</p>



## Anexo 4


  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA, DICIEMBRE DE 2016**

La presente investigación tiene como objetivo conocer el posicionamiento de los lugares turísticos del Cantón Espejo en la provincia del Carchi y determinar los medios adecuados para promocionar el Cantón Espejo como cantón turístico.

1. Qué lugares turísticos de Ecuador acostumbra visitar

La Paz

d) Agencias turísticas ( )  
e) Visita casual ( )  
f) Página web del Cantón Espejo ( )
2. Seleccione una opción, del aspecto principal que toma en cuenta al momento de elegir un lugar turístico:

a) Clima ( )  
b) Tradición ( )  
c) Flora y fauna (  )  
d) Presupuesto ( )  
e) Calidad de hoteles y restaurantes ( )  
f) Cantidad de atractivos turísticos ( )
3. ¿Con qué frecuencia visita lugares turísticos de Ecuador?

a) 1 a 2 veces al mes ( )  
b) 1 vez a los 3 meses ( )  
c) 1 vez a los 6 meses (  )  
d) 1 vez al año ( )
4. ¿Ha visitado algún lugar del Cantón Espejo con fines turísticos?  
Si la respuesta es negativa saltarse a la pregunta 15.

Sí ( ) No (  )
6. ¿Qué lugares visita Ud. cuando está en el Cantón Espejo?

.....
7. ¿Cómo califica Ud. los atractivos turísticos del Cantón Espejo?

a) Muy bueno ( )  
b) Bueno ( )  
c) Regular ( )  
d) Malo ( )
8. El estado de las vías de acceso a los lugares turísticos es:

a) Muy bueno ( )  
b) Bueno ( )  
c) Regular ( )  
d) Malo ( )
9. La seguridad que brinda el Cantón Espejo para los turistas según su punto de vista es:

a) Muy bueno ( )  
b) Bueno ( )  
c) Regular ( )  
d) Malo ( )