



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE TURISMO

**PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO**

**OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES DE
EL JUNCAL, CARPUELA, EL RAMAL Y CHOTA, PARROQUIA
DE AMBUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR.**

**AUTOR:
TULCÁN CHACHALO NATALI MARIELA**

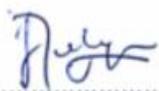
DIRECTOR: VASALLO VILLALONGA YOARNELYS. Msc

IBARRA

2019

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la estudiante Tulcán Chachalo Natali Mariela, para optar por el Título de Ingeniería en Turismo, cuyo tema es **“OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES DE EL JUNCAL, CARPUELA, EL RAMAL Y CHOTA, PARROQUIA DE AMBUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



.....
Msc. Yoarnelys Vasallo
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Natali Mariela Tulcán Chachalo portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100403710-5, declaro que este trabajo de grado titulado **“OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES DE EL JUNCAL, CARPUELA, EL RAMAL Y CHOTA, PARROQUIA DE AMBUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR”**, es de mi autoría que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....
Natali Mariela Tulcán Chachalo

C.I:100403710-5

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

Yo, Natali Mariela Tulcán Chachalo con cedula de ciudadanía N° 100403710-5 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES DE EL JUNCAL, CARPUELA, EL RAMAL Y CHOTA, PARROQUIA DE AMBUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR”** que ha sido desarrollado para obtener el título de Ingeniera en Turismo, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento y en el momento que hago entrega del trabajo final impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
Natali Mariela Tulcán Chachalo

C.I:100403710-5



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 extensión de la universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100403710-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tulcán Chachalo Natali Mariela		
DIRECCIÓN:	Ambuqui		
EMAIL:	Ntulcan30@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062698179	TELÉFONO MÓVIL:	0993831762
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES DE EL JUNCAL, CARPUELA, EL RAMAL Y CHOTA, PARROQUIA DE AMBUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR		
AUTORA:	Tulcán Chachalo Natali Mariela		
FECHA: AAMMDD	2019,Marzo 16		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO

TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Turismo
ASESOR/ DIRECTOR:	Msc. Yoarnelys Vasallo

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Tulcán Chachalo Natali Mariela, con cédula de identidad nro. 100403710-5, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital en la biblioteca 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 la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos del autor de terceros, por lo tanto, la obra es original, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

LA AUTORA:



Natali Mariela Tulcán Chachalo

C.I:100403710-5

Facultado por la resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedicación y deseos de superación están reflejados en este trabajo el cual me permite culminar con una etapa de mi vida y poder avanzar a logros mayores y aportar a la sociedad con mis conocimientos.

Dedico este trabajo, a quienes se vincularon a mi proyecto, que de una u otra manera aportaron al desarrollo de la investigación.

A los encargados de los emprendimientos comunitarios y propietarios de los establecimientos de alojamiento y restauración, por la predisposición y paciencia para colaborar con la información para el desarrollo de este trabajo.

Natali Tulcán

AGRADECIMIENTO

Al terminar esta etapa de mi vida quiero agradecer a la Universidad Técnica del Norte, a los docentes de la de la Carrera de Ingeniería en Turismo, quienes aportaron a mi formación de manera humana y profesional.

De manera especial a mi directora de tesis Msc. Yoarnelys Vasallo, y mi tutor Msc. Armando Flores quienes me brindaron los conocimientos necesarios para mi formación como profesional y culminar con el desarrollo de mi proyecto de investigación.

A mis padres Carmen y Segundo, por haberme apoyado incondicionalmente durante toda mi vida y ser un ejemplo de buenos valores, trabajo constante, esfuerzo y motivación.

A mis hermanos Cumandá, Clever y Valeria, mis compañeros de vida, por su confianza, amor y paciencia.

Natali Tulcán

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	iv
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESÚMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes de investigación	1
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Formulación del problema	4
1.4. Objeto de estudio.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo general	4
1.5.2 Objetivos específicos	5
1.6. Preguntas de investigación.....	5
1.7. Justificación	5

1.8. Descripción del área de estudio.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Definiciones de Turismo	8
2.2. Clasificación del turismo	9
2.2.1 Turismo interno:	9
2.2.2 Turismo receptor:	9
2.2.3 Turismo emisor:.....	9
2.3. Turismo rural.....	10
2.3.1. Turismo sustentable en áreas rurales	11
2.4. Mercado turístico	12
2.4.1. Oferta turística.....	13
2.4.1.1 Componentes de la oferta turística	14
2.4.2. Producto turístico	16
2.4.2.1 Componentes del producto turístico	17
2.4.3. Demanda turística	18
2.4.3.1 Implicaciones de la demanda turística	19
2.4.3.2 Tipos de demanda turística.....	20
2.4.3.3 Características de la demanda turística	21
2.4.3.4 Factores de la demanda turística.....	21
2.4.3.5 Variables que influyen en la demanda turística.....	23
2.5. Marketing turístico	23
2.5.1. Marketing mix.....	25
2.6. Segmentación de mercados turísticos.....	27
2.6.1. Estrategias de segmentación	28
2.6.2. Variables de segmentación	29

Según Kotler (como se citó en Pérez, 2017); manifiesta las siguientes variables:	29
2.7. Marco legal	30
Constitución de la República del Ecuador	30
Reglamento de turismo	32
CAPÍTULO III	35
4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	35
4.1. Tipos de investigación	35
Por la naturaleza de sus objetivos.....	36
Por la naturaleza de información.....	37
4.2. Métodos teóricos	38
Técnicas e instrumentos.....	38
4.3. Población y muestra	40
CAPÍTULO IV.....	42
5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	42
CAPÍTULO V.....	54
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
6.1. CONCLUSIONES.....	54
5.2 RECOMENDACIONES.....	56
GLOSARIO DE TÉRMINOS	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
ANEXOS	61
Anexo 1: Árbol de problemas	61
Anexo 2: Matriz de coherencia	62
Anexo 3. Ficha de recolección de datos de servicios de alimentación.	64

Anexo 4: Ficha de recolección de datos de servicios de alojamiento.....	65
Anexo 5: Formato de entrevista a los propietarios/encargados de los emprendimientos comunitarios.....	66
Anexo 6: Formato de entrevista al presidente del GAD parroquial de Ambuquí.	67
Anexo 7: Formato de encuesta a pobladores	68
Anexo 8: Formato de encuesta para turistas	70
Anexo 9. Validación de instrumentos de recolección de datos.....	72
Anexo 10. Certificado del Urkund	74
Anexo 11: Catálogo de servicios turísticos	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ubicación del área de estudio	7
Gráfico 2. Actividad a la que se dedica	46
Gráfico 3. Participación en emprendimientos turístico	49
Gráfico 4. Profesión u ocupación	50
Gráfico 5. Con quien viaja.....	50
Gráfico 6 Promedio de visitas	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Constitución del Ecuador	30
Tabla 2.Reglamento de turismo	32
Tabla 3. Establecimientos de servicios turísticos.....	42
Tabla 4. Establecimientos de alimentación	43
Tabla 5. Emprendimientos comunitarios.....	44
Tabla 6. Motivación del turista	48

RESÚMEN

La parroquia de Ambuquí cuenta con 11 comunidades, dividida en zona alta y zona baja, esta última conformada de 4 comunidades, donde se encuentra asentada la cultura afro y deleitan con sus costumbres y tradiciones, además cuentan con infraestructura turística que hace posible el turismo en la zona con establecimientos de alojamiento, alimentación y recreación, posee un clima cálido y recursos naturales de importancia como es el río Chota y los paisajes de su alrededor. La presente investigación plantea como objetivo general: analizar la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, provincia de Imbabura. Se trata de una investigación aplicada, bibliográfica y de campo, en la cual intervine el enfoque cuantitativo y cualitativo. Para su elaboración se utilizan los métodos teóricos: analítico-sintético, inductivo-deductivo; e instrumentos como la encuesta, entrevista y fichas de observación. Al finalizar el proceso investigativo se dispondrá de un catálogo de servicios turísticos, ayudando a los visitantes a conocer la oferta turística que brindan las comunidades, además de contribuir a la promoción de los establecimientos y emprendimientos existentes en la zona, por ende, a la actividad turística de las comunidades y la parroquia de Ambuquí.

Palabras claves: oferta y demanda turística, identidad cultural, emprendimientos, difusión de servicios y atractivos.

ABSTRACT

The parish of Ambuquí has 11 communities, divided into upper and lower areas, the latter consisting of 4 communities, where Afro culture is settled and delight with their customs and traditions, and also have tourism infrastructure that makes tourism possible. the area with accommodation, food and recreation establishments, has a warm climate and important natural resources such as the Chota river and the landscapes around it. The present investigation proposes as a general objective: to analyze the tourist supply and demand of the communities of Juncal, Carpuela, El Ramal and Chota, Ambuquí parish, Imbabura province. It is an applied, bibliographic and field research, in which I took the quantitative and qualitative approach. For its elaboration the theoretical methods are used: analytic-synthetic, inductive-deductive; and instruments such as the survey, interview and observation cards. At the end of the research process will be available a catalog of tourist services, helping visitors to know the tourism offer provided by the communities, in addition to contributing to the promotion of establishments and existing enterprises in the area, therefore, to the activity of the communities and the parish of Ambuquí.

Keywords: tourist offer and demand, cultural identity, ventures, diffusion of services and attractions.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Oferta y demanda turística de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

1.1. Antecedentes de investigación

La parroquia de Ambuquí ubicada en el Valle del Chota, tiene una diversidad natural representada en las fincas agroecológicas y el Río Chota; y la diversidad cultural representada por las manifestaciones propias de los afro descendientes que habitan esta zona. En las comunidades se han realizado las siguientes investigaciones:

Solano, L. (2010); Repositorio UTN; “Importancia de las fincas agroecológicas como producto turístico en la parroquia de Ambuquí cantón Ibarra provincia de Imbabura”, plantea como objetivo determinar la importancia de las fincas agroecológicas como atractivos turísticos, mediante el diagnóstico de la situación real de las fincas y su inclusión en la operación turística. Concluyendo que mediante las fincas agroecológicas permitirá aumentar el potencial turístico y su competitividad con relación a otros productos de la zona norte y desarrollar su economía.

Pazmiño, P. (2014); Universidad de las Américas Quito; “Diseño de herramientas para la mejora de la calidad en el turismo comunitario de la Asociación Aroma Caliente en la parroquia de Ambuquí”, donde recoge un análisis sobre el turismo comunitario en la zona y el porcentaje de visitantes que acude a los diferentes sitios turísticos y hace énfasis en la diversificación de fuentes de ingreso para las zonas rurales, creando fuentes de empleo y

respetando la cultura de sus pueblos y nacionalidades. Esta investigación sirve como antecedente porque contiene información acerca de la demanda que visita a las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota.

En referencia a la oferta y demanda se han realizado varias investigaciones similares en otros lugares.

Paucar, J. (2017); Repositorio UTN; “Estudio de la oferta y demanda turística del cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha”, plantea como objetivo determinar la oferta y demanda turística del Cantón Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha para el diseño de una ruta turística que dinamice la economía del Cantón Pedro Moncayo, mediante un inventario de los atractivos naturales y culturales, la determinación del mercado turístico y potencial del cantón. La investigación concluye que el principal mercado turístico son jóvenes procedentes de la zona norte del país, y un segmento de adultos que realizan viajes de recreación en familia. Además determinó que la ausencia de un producto turístico en el cantón lo convierte en un sitio de paso para los turistas internacionales ya que adquieren sus paquetes en operadoras que ofertan solo sitios específicos y posicionados del cantón. Como solución plantea la creación de una Eco ruta turística Quilago “Lugar de encantos naturales y culturales.

Godoy, H & Tapia. M. (2014); Repositorio UTN; “Análisis de la oferta y demanda turística microempresarial de las parroquias de la zona de Intag, cantón Cotacachi, Imbabura”, plantea como objetivo analizar la oferta y demanda turística microempresarial de las parroquias de la zona de Intag, mediante la determinación de la oferta de productos y servicios, además de establecer la demanda turística y la situación socioeconómica de la zona para el diseño de una propuesta alternativa que contribuya a mejorar la actividad turística en Intag. Los autores de la investigación proponen la elaboración de un catálogo con imágenes e información de los servicios turísticos.

Báez, D. (2016); Repositorio UTN; “La oferta de servicios turísticos y hospedaje y su incidencia en el desarrollo del cantón Antonio ante, provincia de Imbabura”, plantea como objetivo determinar la oferta de servicios turísticos y hospedaje y su incidencia en el desarrollo turístico del Cantón Antonio Ante, mediante el diagnóstico de la situación actual de la oferta de servicios turísticos en el cantón y la influencia de los servicios a fines al turismo para el diseño de un catálogo en línea que provea al turista información precisa acerca de los establecimientos de prestación de servicios turísticos y hospedaje del cantón Antonio.

1.2. Planteamiento del problema

Las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota están ubicadas en la parroquia de Ambuquí, donde se encuentran varios atractivos naturales y culturales propios de la cultura afro descendiente; la parroquia es conocida por las hosterías que brindan servicios de alojamiento, restauración y recreación, la cuales son visitadas por turistas nacionales y extranjeros.

La parroquia de Ambuquí tiene una considerable afluencia de turistas, sin embargo el desconocimiento de las potencialidades turísticas del sector ha provocado el reducido aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de la parroquia.

Existe una escasa inversión para actividades turísticas sumado a la ausencia de coordinación entre entidades públicas y privadas a su vez el bajo el involucramiento de la comunidad, genera la falta de recursos financieros para el desarrollo de los emprendimientos turísticos en las comunidades.

El desconocimiento de la demanda que visita las comunidades conlleva a tener clientes insatisfechos debido a la poca preparación de quienes brindan el servicio a los turistas.

La insuficiente promoción no permite conocer los atractivos y servicios que brinda la parroquia dando como consecuencia el desconocimiento de la oferta por parte de los turistas.

Las causas y efectos han derivado de la necesidad de conocer cuál es la oferta y demanda de las comunidades para el diseño de un catálogo de servicios turísticos para contribuir a la actividad turística de la zona.

1.3. Formulación del problema

¿Cuál es el estado actual de la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?

1.4. Objeto de estudio

Oferta y demanda turística

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Analizar la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

1.5.2 Objetivos específicos

- Inventariar los servicios turísticos de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.
- Diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.
- Determinar el perfil del turista que visita las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.
- Diseñar un catálogo de los sitios turísticos para contribuir al desarrollo de la actividad turística.

1.6. Preguntas de investigación

¿Qué características tienen los servicios turísticos de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?

¿Cuál es la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?

¿Cuál es el perfil del turista que asiste a las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?

¿Cómo contribuir al desarrollo de la actividad turística en las comunidades El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?

1.7. Justificación

La parroquia de Ambuquí, principalmente las comunidades de la zona baja como El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota tienen un gran potencial turístico, cuentan con atractivos naturales, culturales y gastronómicos; además de poseer un clima cálido muy apreciado por turistas nacionales y extranjeros.

Existe una notable demanda turística, sin embargo la escasa inversión no permite aprovechar todos los recursos de las comunidades, en el mes de febrero de cada año acuden miles de visitantes por las festividades del carnaval que se realiza a riberas del Río Chota y durante todo el año los fines de semana los turistas visitan las hosterías ubicadas en el sector de la Playa de Ambuquí.

A pesar de disponer de una gama de recursos turísticos, existen ciertas falencias que deben ser cubiertas mediante la diversificación de la oferta turística local con la articulación de la infraestructura turística existente y los recursos naturales, culturales y gastronómicos para lograr una sostenibilidad social, ambiental y económica, propiciando la dinamización de la actividad turística en las comunidades.

Al realizar este estudio se pretende producir un cambio en las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, implementando alternativas que aporten a la oferta turística, promocionando la infraestructura, ya que el turismo es una fuente de ingreso significativa para el sector, al incrementar el flujo de turistas traería consigo un desarrollo en el ámbito turístico, social y económico de las comunidades y sus habitantes.

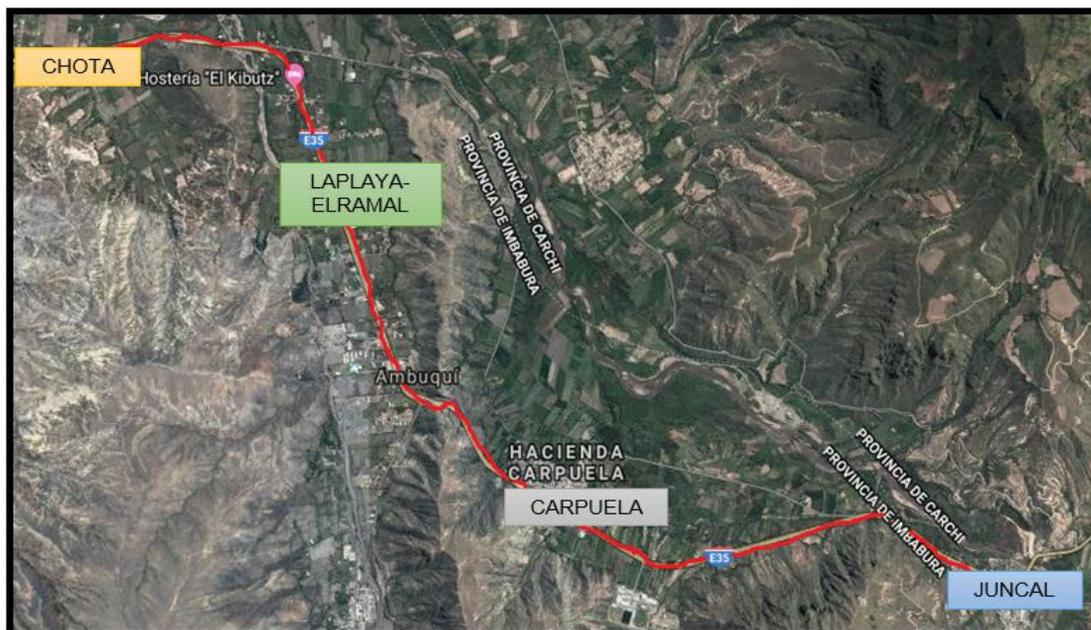
1.8. Descripción del área de estudio

Ambuquí, parroquia rural del cantón Ibarra, se encuentra ubicada en el valle del Chota, en un rango altitudinal de 1600 msnm a 3200 msnm con un clima cálido- seco, comprende un territorio que colinda: al norte, con la provincia del Carchi, donde el río Chota es un límite natural; al sur, con la parroquia de Mariano Acosta, del cantón Pimampiro; al este, con la quebrada Chalguayacu, del cantón Pimampiro; y, al oeste, con la hacienda Pimán, en la jurisdicción de la parroquia urbana El Sagrario, del cantón Ibarra

En la parroquia de Ambuquí se encuentra varios atractivos naturales entre ellos el Río Chota, abriendo paso por encañonadas, pendientes y valles. Sus aguas son muy caudalosas, utilizadas por las comunidades cercanas para sus cultivos. Las pendientes son moderadas, con relieves ondulados y planos, posee escasa vegetación en las riberas.

En cuanto a la flora, las especies son muy variadas como: el ovo, caña de azúcar, tuna, eucalipto, fréjol, tomate, entre otras. En la fauna, destacan: lagartijas, colibríes, mirlos, guiragchuros, entre otros. En la temporada de carnaval este sitio se vuelve de gran atracción para propios y extraños, aquí se lleva a cabo una de las fiestas más importantes del país, como es el carnaval “Coangue”, constituido como una muestra de la cultura afro ecuatoriana; realizada a las orillas del Río Chota.

Gráfico 1. Ubicación del área de estudio



Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Definiciones de Turismo

Turismo son las actividades que realiza una persona cuando viaja y pernocta en un lugar fuera de su residencia habitual en un periodo mayor a un día y menor a un año.

Guerrero & Ramos, (2014); plantean que el turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos, aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje; donde son gestionados sus insumos; en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuáles se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geográfica donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades.(p.34).

El turismo es un fenómeno socioeconómico y cultural que se relaciona con todos los sectores de la economía y afecta, sea de manera directa o indirecta, se ha desarrollado a través de los años hasta convertirse en una fuente económica importante para algunos países, logrando así aprovechar los recursos naturales y culturales como una forma de dinamizar la actividad turística en los países, su definición también cambia dependiendo de la percepción e investigación de cada autor al conceptualizar al turismo.

Fortaleciendo la idea anterior, se habla del turismo como un campo muy amplio por lo cual existen varias clasificaciones.

2.2. Clasificación del turismo

El turismo se clasifica de acuerdo a la intención, práctica o causas que motive al turista para su desplazamiento.

2.2.1 Turismo interno: cuando los habitantes o residentes de un país se movilizan dentro del mismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT):

El turismo interno se produce cuando a una o varias personas que residen en un país y viajan, por una duración no superior a 1 año, a un lugar dentro del país pero distinto de su entorno habitual, y cuya motivación principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

2.2.2 Turismo receptor: se produce cuando un territorio recibe visitantes de otros países.

Según Dra. Mary Vázquez Cevallos, 2008 menciona que:

Desde el punto de vista de la comercialización turística, es el total de desplazamientos de visitantes de un país o países denominados “Emisores” a otros llamados “Receptores” por no menos de 24 horas ni más de 90 días, pero con la condición de que los gastos en los países receptores sean con dinero proveniente de los emisores.

2.2.3 Turismo emisor: se produce cuando residentes de un país se dirigen a otros países.

Los residentes de un país o zona concreta que viajan a otra distinta. Económicamente produce pérdida de riquezas porque los nacionales gastan su dinero en el exterior. (Guerrero & Ramos, 2014).

Estos tres tipos pueden combinarse entre sí y nos dan tres tipos más: la suma de turismo emisor más el turismo receptor constituye el turismo internacional. La suma del turismo emisor y el interno nos da el nacional. Y la suma de turismo receptor e interno nos da el turismo interior. (Murcia, s.f.). A la vez que existen varias modalidades de turismo, una de las más relevantes en la actualidad es el turismo rural.

2.3. Turismo rural

El término turismo rural se denomina a la cultura y actividades de la zona rural, fuera del casco urbano, y es un elemento importante del producto final que ofrece al visitante. El componente principal de los productos del turismo rural es el servicio personalizado y autóctono de los pueblos, brindándole la oportunidad de disfrutar del entorno, la amabilidad de la gente, y las costumbres y tradiciones de las zonas rurales.

Jiménez & Jiménez (2013) definen: el turismo rural es la actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico fuera de los centros urbanos, donde existe una oferta de alojamiento (alquiler de casas, apartamentos o habitaciones de corte tradicional y/o moderno), y el turista realiza una serie de actividades relacionadas con el quehacer cotidiano de sus habitantes, permitiendo establecer un diálogo de saberes entre turista y comunidades receptoras rurales, que conducirán a la adquisición de nuevos conocimientos para las partes en cuestión.

En este sentido el turismo rural se define como una actividad turística desarrollada en áreas rurales, motivadas por el deseo de conocer su forma de vida y el contacto con la naturaleza por lo tanto, para que un destino turístico pueda ser catalogado como rural ha de ofrecer a los turistas un alojamiento en explotaciones agrarias y una alimentación basada en la cocina tradicional del

lugar y elaborada con productos propios de la localidad. (Millet, 201). El desarrollo del turismo rural ha sido muy fuerte en todo el mundo y se ha convertido en un fuerte generador de ingresos turísticos.

Por otro lado Morillo (2016); menciona que el turismo rural nace de la necesidad de los individuos de alejarse de las grandes ciudades, mantener un contacto directo con la naturaleza, donde el fin del viaje es vivir experiencias en espacios rurales, conociendo más a profundidad el día a día de las personas que viven en estas comunidades.(p.15).

2.3.1. Turismo sustentable en áreas rurales

El turismo en áreas rurales involucra todas aquellas actividades relativas a la vida del campo y sus labores. En la actualidad cada vez más personas se inclinan por experimentar este tipo de turismo, permitiendo que la población local desarrolle su economía con los recursos existentes en zonas alejadas de la ciudad.

Fernández (como se citó en Godoy, 2006); sostiene que la modalidad de turismo rural ha logrado nivelar los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, a la vez que orienta sus objetivos a garantizar la sostenibilidad en una perspectiva de largo plazo. (p.13).

Fernández (2016); argumenta que el turismo rural es considerado una actividad que basa su desarrollo en el principio de la sostenibilidad, aunque éste no tiene por qué ser considerado a priori un elemento de su definición, a no ser que esta actividad sea implementada conforme a un conjunto de principios. Su

esencia, por tanto, es considerar que se trata de un equilibrio entre lo rural y lo sostenible.

Por otro lado Lucca (2016); menciona que las actividades recreativas en áreas rurales forman parte de una de las vertientes del turismo. Generalmente el turismo rural tiene que ver con aquellas actividades propias del ser humano que se llevan a cabo en lugares fuera de cascos urbanos con motivos recreativos, de estudio o de relajación. (p.72).

El turismo rural ha ganado espacio brindando una oferta diferente dentro del mercado turístico, tomando como atractivo principal el conectarse con la naturaleza, las costumbres y vivencias de los pueblos.

2.4. Mercado turístico

El mercado turístico es un espacio donde se integra la demanda y la oferta para hacer en intercambio de consumo y precios.

Jiménez y Jiménez (2013); difiere que el mercado turístico posee las características de cualquier mercado económico, pero se diferencia de este por algunos aspectos específicos: el producto se lanza a la acción libre de la demanda y la oferta es un producto compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles. (p. 68).

Los autores Guerrero & Ramos (2014); mencionan que el mercado turístico es el lugar o espacio, donde coincide la interacción entre la oferta o venta de productos, servicios y bienes de las empresas turísticas y la demanda o compra de los mismos, por parte de los visitantes o consumidores. (p.172).

Según los autores Guerrero & Ramos el mercado turístico se integra por:

- La oferta turística
- El producto turístico
- La demanda turística.

2.4.1. Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Continuando con el tema los autores Rivas & Madagan (2013); sostienen que la oferta turística es un conjunto de servicios generales y específicos muy dinámicos que tienden a diversificarse ofreciendo, temporada tras temporada, nuevas fórmulas de ocupación del ocio. (p.205).

Según Guerrero & Ramos (2014); definen a la oferta como la disposición, propuesta o suministro en el mercado del conjunto de todos los productos, servicios y bienes, con condiciones pactadas específicamente sobre un precio, lugar, cantidad, forma y periodo de tiempo (denominados productos turísticos) que son atractivos para ser comprados por el visitante o consumidor.(p.171).

La oferta turística como se menciona en párrafos anteriores es la suma de elementos que se ofrecen al turista con la finalidad de suplir una necesidad, misma que está formada de varios componentes.

2.4.1.1 Componentes de la oferta turística

Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas.

Según Guerrero & Ramos (2014) difieren que:

Es la oferta en su forma total. Es lo que define a un lugar o región, incitando el deseo de conocerse, son todos los elementos de atractivos y recursos naturales y creados, la planta turística, la infraestructura y superestructura; que en conjunto satisfacen las necesidades de viaje.

En esta forma distinguen dentro de los componentes de la oferta turística los siguientes:

- Recursos turísticos
- Planta turística
- Elementos institucionales

- **Recurso turístico**

Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para recibir visitantes, pero pueden generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio.

Por otra parte Bernier, Esteve & Fuentes (2006); plantean que el término recurso turístico es usado en muchas ocasiones de forma indiscriminada para significar cualquier elemento que sirve de base a la actividad turística.

Según Guerrero & Ramos (2014); es un bien material con contenido o atractivo en sí mismo o en combinación con otros, que ayuda a las prácticas del sector turístico. Son recursos de libre disposición para uso y disfrute del visitante. Básicamente son naturales: clima, geografía, flora, fauna, agua, entre otros y los contruidos por el hombre que resumen toda la riqueza social y cultural como: arte, historia, compras, por mencionar algunas. (p.172).

Se puede agregar que son recursos de libre disposición para uso y disfrute del visitante. Los recursos turísticos además de su potencial necesitan de otros elementos para desarrollar la actividad turística y cumplir con las necesidades y expectativas del visitante.

- **Planta turística**

Según Quesada (2007); difiere que este elemento es conocido como la estructura productiva del turismo, por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. La planta es entonces la encargada de satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas

Continuando con el tema Guerrero & Ramos (2014); mencionan que la planta turística es el conjunto de servicios de las entidades o empresas creadas con la inversión de un capital, que elaboran y dotan los servicios que se ofrecen a los visitantes. Se integra por el equipamiento turístico, conformado por la estructura e infraestructura del sistema.

La planta turística a su vez es regulada por organismos ya sean estos nacionales o internacionales dependiendo de la relevancia del atractivo, para verificar su correcto funcionamiento y cumplimiento de la legislación dentro de la actividad turística.

- **Elementos institucionales**

Según Guerrero & Ramos (2014); son aquellos órganos con autoridad nacional e internacional y sus respectivos instrumentos normativos, que dan respuesta a las peticiones y demandas de la actividad turística. Debiéndose generar una retroalimentación continua con el sector. (p.173).

Ayuda a la creación de valor de los productos turísticos, favorece y proporciona los recursos o viabilidad de proyectos turísticos, regula su disposición en tiempo y forma más adecuada, para beneficio de los consumidores y visitantes.

2.4.2. Producto turístico

Un producto turístico es un conjunto de diferentes componentes sean estos tangibles e intangibles los cuales incluyen recursos naturales, culturales, atractivos, infraestructura, servicios y actividades de recreación (Morillo, 2016, p. 26). La suma de estos elementos ofrece una gran variedad de bienes y servicios para atraer a un determinado grupo de consumidores y lograr la aceptación del mercado.

Según Soto (como se citó en Rodríguez, 2016); plantean que el producto turístico es el conjunto de componentes tangibles más intangibles que ofrecen servicios a un determinado segmento de turistas, para satisfacer sus necesidades y expectativas para su tiempo de recreación. (p.23).

Villena (como se citó en Rodríguez, 2016); el producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofertan en el mercado con el objetivo de cubrir necesidades o deseos del consumidor. (p.23).

El producto turístico es la suma e integración del conjunto de atractivos, servicios y equipamiento, para desarrollar un nuevo espacio turístico que cumpla con las necesidades y expectativas de la demanda turística, mismo que están dirigidos para el consumo de un cierto segmento de mercado, de acuerdo a determinados estilos, actividades y motivaciones para satisfacer la experiencia de viaje.

2.4.2.1 Componentes del producto turístico

Los componentes son elementos que se integran y complementan para formar un producto turístico que cuente con los requerimientos para cubrir las necesidades del visitante.

Morillo (2016); menciona los siguientes componentes:

- Recursos y atractivos turísticos
- Equipamiento e infraestructura
- Servicios y actividades recreativas.

- **Atractivo turístico**

Es el conjunto de elementos que se pueden transformar en producto turístico, el cual puede tener la capacidad de influir sobre la decisión del visitante, motivando la visita o flujo turístico, hacia un destino turístico. (Guerrero & Ramos, 2014).

- **Equipamiento e infraestructura**

Consta de todos los servicios que necesita un turista para realizar su viaje, entre algunos están servicios básicos, transportes, rutas establecidas, servicio de salud, así como también la planta turística como hoteles y restaurantes, necesarios para realizar actividades turísticas.(Morillo, 2016).

- **Servicios y actividades recreativas.**

Son aquellas que promueven el disfrute del tiempo libre como: pesca deportiva, senderismo, ciclismo de montaña, paseos a caballo, etc. El éxito del producto turístico depende del correcto funcionamiento de los componentes, mismos que se ajusten a las necesidades de los turistas y logre posicionarse en el mercado.

Retomando a Morillo (2016); para poder determinar un producto turístico es primordial conocer los recursos que el lugar posee, y analizar de esta manera la calidad del producto, darle un valor e inventariar, este producto vendría a ser lo que vamos a ofertar a los turistas. También es necesario tomar en cuenta algunos factores como la accesibilidad, la seguridad, target adecuado, y siempre innovar para mantener a los turistas satisfechos.

2.4.3. Demanda turística

Son aquellas personas que tienen la necesidad de viajar con fines de ocio y recreación, fuera de su lugar de residencia habitual y adquieren productos y/o servicios que se ofertan en el mercado turístico.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) citado en página web de Asesores en turismo para empresas e instituciones públicas; la demanda turística es el conjunto de personas que adquieren productos y/o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades.

Por otra parte Boullon, (2006); menciona que la demanda es contabilizable mediante el total de turistas que visitan una ciudad, país o atractivo, y los ingresos que se generan mediante su estancia en el lugar (p. 32).

En el sector turístico, la demanda abarca a una persona o un conjunto de personas que viajan y se desplazan fuera de su residencia habitual por un tiempo consecutivo menor a un año, con motivo de descanso, recreación, salud, negocios; para consumir productos y servicios turísticos a los que les motiva diferentes intereses, deseos y necesidades.

2.4.3.1 Implicaciones de la demanda turística

Jiménez & Jiménez (2013); afirman que el desplazamiento de los consumidores en busca de los bienes implica 3 aspectos consecuenciales:

1. Transformación de la conducta del consumidor (modificación de la demanda).
2. La distribución de los gastos de transporte, hospedaje, alimentación, compras de otros bienes, servicios y entretenimientos en general, se hace de acuerdo a la economía de a persona.
3. Todo gasto inherente a la utilización de servicios turísticos debe atribuirse de acuerdo a la economía personal.

2.4.3.2 Tipos de demanda turística

Romero (2014); divide a la demanda turística en las siguientes categorías:

- Demanda nacional: aquella que viaja por el interior de su propio país de residencia.
- Demanda internacional: aquella que viaja fuera de su propio país de residencia.
- La demanda turística es el conjunto de consumidores que viajan y se desplazan para consumir productos y servicios turísticos motivados por diferentes intereses, deseos y necesidades.

A su vez Boullon (2006); clasifica a la demanda en:

- Demanda histórica: es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas el año pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para reducir el ritmo de su evolución.
- Demanda futura: es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente.
- Demanda potencial: es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura como consecuencia del mejoramiento de los servicios y

del aumento de la capacidad de alojamiento o por el efecto de los sistemas de publicidad que, para corregir una oferta sub aprovechada, apuntan a nuevos segmentos de mercado en esas mismas plazas.

Existen diversas clasificaciones de demanda turística según los factores que se haya tomado en cuenta en la investigación, esto dependiendo del punto de vista del autor.

2.4.3.3 Características de la demanda turística

Guerrero & Ramos (2014) señalan que:

- Es elástica debido a que es cambiante con los factores económicos del mercado: los precios, si éstos suben, baja el consumo.
- Es sensible a las condiciones de estacionalidad, en tiempo y espacio por lo que acontece en los escenarios de cultura, cambios de temporadas, cambios de moda en el destino de los viajes, por mencionar algunos.
- Depende de la motivación porque se asocia a lugares o puntos de interés individual por parte de los visitantes.
- Es inestable porque es afectada por factores externos que no permiten el desplazamiento de los visitantes hacia ciertas regiones por sus circunstancias socio-política delicado (guerras, pandemias).

2.4.3.4 Factores de la demanda turística

Jiménez & Jiménez (2013); mencionan que los factores de la demanda turística son los aspectos determinantes que tienen las personas para la

realización de los viajes, los cuales pueden ser internos o directos, o externos o indirectos.

- ***Internos o directos:*** aluden a las condiciones propias de cada persona, subjetivas y relativas a ella, y que determinan la posibilidad o imposibilidad del viaje, independientemente de las características de una zona o destino turístico. Estos factores son tres: renta, tiempo y predisposición.
 - ***Renta:*** es la capacidad económica que tienen las personas para destinar al consumo turístico y satisfacer el precio que tienen los productos y servicios mundialmente ofertados.
 - ***Tiempo:*** es un elemento indispensable para la actividad turística, dado que esta exige un desplazamiento a un lugar de destino donde se tiene una estancia temporal variable. Encontramos tres tipos de tiempo: tiempo laboral, tiempo libre y tiempo de ocio:
 - ***Predisposición:*** es la necesidad o deseo de viajar que se proponen las personas cuando tienen cubiertas de manera general las necesidades primarias, como son las orgánicas y las de seguridad. La predisposición turística surge con las necesidades secundarias (psicológicas y sociológicas) y están muy relacionadas con el nivel cultural de las personas.
- ***Externos o indirectos:*** comprenden las condiciones que poseen las zonas turísticas, que inciden subjetivamente sobre el turista actuando como polo de atracción o de rechazo para la realización del viaje. Se pueden dividir en dos grupos: factores de condiciones de zona y económicos.

2.4.3.5 Variables que influyen en la demanda turística

Jiménez & Jiménez (2013); afirman que las variables que influyen en la demanda turística son:

1. El ingreso individual y/o familiar.
2. El precio de los bienes y servicios.
3. Las motivaciones para viajar.
4. La estrategia de mercadeo adecuada aplicada al bien/servicio turístico que se pretende vender tanto a nivel local, regional como internacional.

Además, existen “las variables latentes” o factores irracionales que pueden influir en la demanda como son: la tradición, actitudes psicológicas y la publicidad turística. Es decir que la demanda percibe algunos factores antes de adquirir un producto o servicio con el fin de asegurarse de que cubrirá sus necesidades y expectativas.

En la demanda turística influyen tres tipos de variables: variables económicas del lugar de origen del turista, variables económicas de destino y variables económicas de conexión. (Jiménez & Jiménez, 2013).

2.5. Marketing turístico

El marketing turístico es aquel que se realiza cuando se tiene uno varios productos y se requiere de un proceso para su comercialización; para lograr que el cliente conozca y adquiera el producto o servicio.

Kotler & Armstrong (2008); define al Marketing como un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos. (p, 7).

El marketing turístico es una modalidad dentro del marketing de servicios. El turismo constituye uno de los servicios por excelencia que además, engloba a un conjunto más amplio de servicios. (Turismo, 2008).

Según Gurría (1997); es la adaptación sistemática y coordinada de la política de las empresas turísticas, así como de la política turística privada del Estado en el plano local, regional, nacional o internacional, para satisfacer de manera óptima las necesidades de ciertos grupos de consumidores y obtener una ganancia justa.

Por otra parte según Jerome Mc (como se citó en Mármol, 2016); dice que el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor. (p.4).

Continuando con el tema los autores Ojeda y Mármol (2012); dicen que 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. (p.8).

El marketing turístico se enfoca en áreas de la actividad turística aplicando métodos y estrategias para promover la industria del turismo y elementos afines, para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores.

2.5.1. Marketing mix

Es la mezcla de los cuatro componentes básicos: producto, precio, plaza y promoción; denominada las cuatro P's.

Producto: Según Philip Kotler (2014); un producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa, como resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características.

Fortaleciendo las definiciones anteriores, el producto constituye un bien tangible o intangible creado para ofertar al consumidor y satisfacer sus necesidades.

Precio: Según Philip Kotler (2014); es el monto de dinero que se paga por un producto y/o servicio.

Según Romero (2013); el precio es el importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto.

De acuerdo a lo expuesto, el precio determina la cantidad de dinero que el consumidor paga a cambio de un producto, este elemento varía de acuerdo a las características del producto y su calidad.

Plaza: Según Philip Kotler (2014); plaza son las actividades de la empresa para realizar el producto que pondrá a disposición de los consumidores. Generalmente los fabricantes laboran como intermediarios para que sus productos lleguen al mercado y pueden ser consumidos. Estos intermediarios a su vez utilizan canales de distribución que hacen posible la comercialización de los bienes del fabricante, a través de los intermediarios y hasta llegar al consumidor final.

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A.; plaza o distribución es una de las sub funciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final.

Según Rivera y Garcillán (2012); mencionan que plaza es como el punto de partida para que la oferta llegue a la demanda, donde el producto está a disposición del consumidor. (p. 327).

Se concluye que, la plaza es un canal de distribución que permite la comercialización de un producto con determinadas características para satisfacer a las necesidades del consumidor.

Promoción: Según Kotler y Keller

La promoción es el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores.

Por otra parte Jerome McCarthy menciona que la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos. La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto”.

De acuerdo con lo expuesto, la promoción es el medio de dar a conocer un producto y llamar la atención, haciéndolo ver atractivo ante los ojos del consumidor, es una estrategia para lograr mayores ventas y por lo tanto mayor utilidad para la empresa.

2.6. Segmentación de mercados turísticos

Según Cebrián (2008); mencionan que el concepto de segmentación se basa en la suposición de que los consumidores son diferentes y que estas diferencias pueden dar lugar a demandas distintas. La segmentación de mercados permite una mejor comprensión de las necesidades y deseos de los consumidores y de sus respuestas ante determinadas ofertas existentes o potenciales.

La segmentación del mercado proporciona las siguientes ventajas:

- Ayuda a identificar oportunidades de negocio.

- Contribuye o ayuda a establecer prioridades.
- Facilita el análisis de la competencia.

Parra y Beltrán (2013); manifiestan que la segmentación de mercados es una estrategia de marketing que consiste en dividir el mercado en una serie de subgrupos o segmentos homogéneos respecto a una o varias variables, mediante diferentes procedimientos estadísticos, con el fin de poder aplicar a cada uno de ellos programas específicos de marketing que permitan satisfacer de forma más efectiva las necesidades de sus miembros y los objetivos de la empresa. (p. 45).

La segmentación de mercados divide en grupos a los compradores según sus necesidades, características y comportamientos, para utilizar las estrategias de marketing más adecuadas para la comercialización del producto o servicio.

2.6.1. Estrategias de segmentación

Según Guerrero & Ramos (2014); plantean las siguientes estrategias:

- Segmentación indiferenciada: la misma estrategia de producto, precio, distribución y promoción, para todos los segmentos de manera que considera satisfacer necesidades distintas de cada uno de los segmentos con una única oferta comercial. Para ello se basa en las características comunes de los segmentos.
- Segmentación diferenciada: desarrollar un marketing-mix distinto para cada uno de los segmentos objetivos detectados, y ofrecer un producto adaptado a las necesidades de cada uno de estos segmentos.

- Segmentación concentrada: es la estrategia del especialista, que busca una cuota de mercado elevada en un nicho bien diferenciado. Los esfuerzos se dirigen a uno o pocos segmentos en los que se posea una ventaja comparativa.

2.6.2. Variables de segmentación

Según Kotler (como se citó en Pérez, 2017); manifiesta las siguientes variables:

- **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 género** 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.

La segmentación de mercado es la división de los consumidores de acuerdo a diversos factores, para la elaboración de productos específicos para cada segmento, tomando en cuenta sus características y exigencias.

2.7. Marco legal

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador de 2008 es la carta magna vigente en el Ecuador. Fue redactada entre el 30 de noviembre del 2007 y el 24 de julio del 2008 y entró en vigor el 20 de octubre del 2008, para reemplazar a la Constitución de 1998. Fue realizada por la Asamblea Nacional Constituyente en Montecristi, Manabí durante el gobierno del Economista Rafael Correa Delgado. La supremacía de esta constitución la convierte en el texto principal dentro de la política ecuatoriana, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía; es una de las más extensas del mundo y la más larga de las cartas magnas que se han adoptado en el territorio ecuatoriano. Posee 444 artículos, divididos en 9 títulos, 40 capítulos, 93 secciones, 30 disposiciones transitorias, una disposición derogatoria, un régimen de transición y una disposición final.

En referencia al tema oferta y demanda turística de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador se han tomado en consideración los siguientes artículos:

Tabla 1. Constitución del Ecuador

ARTÍCULO	TEXTO	ANÁLISIS
Art. 21.-	Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder	Se hace referencia a la cultura Afro que se encuentra en las comunidades de la zona baja de la parroquia de Ambuquí; y al derecho de mantener su

	a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.	identidad y expresión cultural.
Art. 24	Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.	Habla sobre el derecho a la recreación y el tiempo libre como una forma de contribuir al desarrollo de la actividad turística en cualquiera de sus espacios.
Art. 66	Se reconoce y garantizará a las personas: 2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.	Hace referencia que todos los ecuatorianos tienen derecho al descanso y ocio, como una actividad fuera del aspecto laboral y esta podría ser realizar turismo en diferentes lugares.
Art. 278	Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: 1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y	Considerando la producción de bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental, se habla del aprovechamiento del recurso potencialmente

	<p>local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.</p> <p>2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.</p>	<p>turístico del Valle del Chota para la elaboración de productos turísticos como una nueva fuente de economía para la población local.</p>
--	---	---

Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

Reglamento de turismo

En reglamento de Turismo mediante el Decreto Ejecutivo 1186, y el Registro Oficial 224 de 05 enero del 2004, con su última modificación realizada el 22 de enero del 2015 que se encuentra vigente hasta la fecha, es aquel que regula la actividad turística en el Ecuador, dictada por el ex presidente constitucional de la República Lucio Gutiérrez Borbúa.

En referente al tema de investigación se han tomado en consideración los siguientes artículos:

Tabla 2. Reglamento de turismo

ARTÍCULO	TEXTO	ANÁLISIS
Art. 4	<p>La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:</p>	<p>Considerando el artículo 4 de la Ley de Turismo y sus objetivos, el trabajo de investigación se</p>

	<p>a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;</p> <p>c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;</p> <p>d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;</p> <p>e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;</p> <p>f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,</p> <p>g) Fomentar e incentivar el turismo interno.</p>	<p>asienta en hacer uso de los recursos naturales y culturales del Valle del Chota, y en promover a su desarrollo en la actividad turística, a la vez que se incentiva a la conservación y protección de los mismos.</p>
Art. 15	<p>El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la</p>	<p>En la presente investigación se realizará un inventario</p>

	<p>ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:</p> <p>3. Planificar la actividad turística del país;</p> <p>4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;</p> <p>7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;</p> <p>8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;</p>	<p>de los servicios turísticos que brindan las parroquias El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota de la parroquia de Ambuquí, para promover y fomentar el turismo rural en la zona.</p>
--	---	---

Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

CAPÍTULO III

4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1. Tipos de investigación

Investigación aplicada

Este tipo de investigación se caracteriza por aplicar los conocimientos que surgen de la investigación pura para resolver problemas de carácter práctico, empírico y tecnológico para el avance y beneficio de los sectores productivos de bienes y servicios de la sociedad. (Muñoz, 2011).

La investigación aplicada permite dar solución a un problema determinado mediante la aportación de ideas y la presentación de una propuesta.

El presente proyecto se basa en este tipo de investigación porque pretende dar una solución al problema, mediante la elaboración de un catálogo turístico para dar a conocer los atractivos de las comunidades El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota de la parroquia de Ambuquí.

Investigación bibliográfica

Rodríguez, (2017); difiere que la investigación bibliográfica es un proceso sistémico y secuencial de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de contenido del material empírico impreso y gráfico, físico y/o virtual que servirá de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada.

La investigación bibliográfica es aquella que consta de conceptos y definiciones según diferentes autores que hablan sobre un mismo tema en diferentes puntos de vista.

Para la elaboración del marco teórico del presente proyecto se utiliza la investigación bibliográfica, mediante la recopilación de información en libros, artículos, páginas web, folletos, etc.; de temas relacionados con el turismo rural, mercado turístico, oferta y demanda turística y marketing turístico, como temas relevantes de la investigación.

Investigación de campo

Constituye el levantamiento de información como análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realiza en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho en estudio. (Cervantes, 2008).

La investigación de campo es aquella que se realiza en el campo de acción mediante la observación directa y contacto con la comunidad a investigarse. Este tipo de investigación se utiliza en el proyecto para la realización del inventario de atractivos naturales y culturales; y conocer la situación actual del lugar, y permite recopilar información mediante la aplicación de encuestas y entrevistas.

Por la naturaleza de sus objetivos

Descriptiva

Su objetivo es describir, el estado, las características, los factores y los procedimientos presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural, sin aplicar las relaciones que se identifiquen. (González, 2016).

Se utiliza esta investigación para la elaboración del inventario de atractivos turísticos que se encuentran dentro del campo de acción a estudiarse, tomando en cuenta las características, infraestructuras, servicios y actividades que se pueden realizar dentro de los mismos.

Por la naturaleza de información

Investigación Cuantitativa:

La investigación cuantitativa es seria y elegante; los datos cuantitativos permiten hacer tablas y gráficas que ilustran adecuadamente un fenómeno. (Cid, Méndez, Sandoval, 2007).

La investigación cuantitativa permite medir datos recopilados de una investigación. En la presente investigación se aplica para cuantificar y conocer la cantidad de servicios turísticos existentes.

Investigación Cualitativa:

Con esta investigación se busca comprender un determinado fenómeno; es decir, establecer como se relaciona un aspecto con otro. (Cid, Méndez, Sandoval, 2007).

Esta investigación aplica al proyecto para conocer las características, estado, nivel de conservación, accesibilidad y otros factores, para establecer como atractivos e incluirlos en el catálogo turístico de la parroquia.

4.2. Métodos teóricos

Analítico-sintético

Bernal, (2010); manifiesta que, este método estudia los hechos partiendo de la composición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). (Bernal, 2010).

El método analítico se aplica para analizar los factores a investigarse como la oferta de atractivos que se encuentran en las comunidades y los turistas que acuden y hacen uso de sus instalaciones; a través del método sintético se puede formar información con juicios de valor para la comprensión de datos recopilados.

Inductivo-deductivo

Es un método e inferencia basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, por un lado se analiza y por el otro se deduce, al girar analíticamente se ven sus partes y girar deductivamente se mira el conjunto, ambos imprescindibles y complementarios en la búsqueda de la verdad sobre un fenómeno. (Bernal, 2010)

Éste método se emplea para el análisis de las características de cada uno de los establecimientos turísticos, información que se recoge en cada una de las fichas de observación aplicadas.

Técnicas e instrumentos

Encuesta

Se define como la recopilación de datos dentro de un tema de opinión específico, mediante el uso de formularios aplicados sobre una muestra de unidades de población, diseñados con preguntas precisas para solicitar las

opiniones de los encuestados y así obtener respuestas confiables. La información de las encuestas se tabula, se analiza e interpreta. La encuesta constituye así la base del sistema de información estadística, permitiendo obtener datos completos y confiables. (Muñoz, 2011).

La encuesta es un cuestionario previamente elaborado con preguntas de interés del encuestador para conocer sobre un tema en particular.

En el proyecto se aplica encuestas a los pobladores con un cuestionario de 10 preguntas, 6 cerradas y 4 abiertas; además de un cuestionario elaborado exclusivamente para el visitante con la finalidad de identificar el perfil del turista que visita la parroquia de Ambuquí y consta de 12 preguntas cerradas.

Entrevista

Es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger información y la otra es la fuente de esa información. (Bernal, 2010).

La entrevista es un diálogo que se establece con una persona que conoce sobre un tema en particular y es de interés para el entrevistador, se elabora previamente una guía de preguntas para facilitar la conversación y obtener la información que se requiere.

En la presente investigación se aplica entrevistas a los propietarios de los establecimientos turísticos de las comunidades; y al GAD de la parroquia de Ambuquí; con un cuestionario que consta de 10 preguntas para obtener información acerca de la situación actual del desarrollo turístico en la parroquia.

Fichas de observación

La ficha de observación sirve para la recopilación de datos por medio de la observación directa, la cual recoge datos que el investigador percibe sin necesidad de entrevistar o encuestar.

Para la investigación se realizó 2 formatos de fichas diferentes, para los establecimientos de alojamiento y alimentación.

4.3. Población y muestra

Según el último censo realizado por el INEC 2010, en la parroquia de Ambuquí existen 5 477 habitantes de los cuales 2226 pertenecen a la población económicamente activa (PEA), misma que se toma como población universo para el cálculo de la muestra al cual se aplica las encuestas. Para la investigación se calcula dos muestras de población y turistas.

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

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

(N-1)= Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E= Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.30 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado en educación)

K= Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

Población

$$n = \frac{0.25 * 2226}{(2226 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = 339$$

Para el cálculo de esta muestra se tomó en cuenta la población económicamente activa de 2 226 habitantes, con un margen de error del 0.05% dando como resultado de muestra 339 para realizar las encuestas en las cuatro comunidades de estudio.

Turistas:

$$n = \frac{0.25*400}{(399-1)\frac{0.05^2}{2^2}+0.25}$$

$$n = 200$$

La muestra de los turistas se tomó en cuenta el número de turistas que acuden a las hosterías y restaurantes de acuerdo a los datos brindados por los propietarios y administradores, con promedio de 400 turistas semanales y un 0.05% de margen de error, como resultado se realizó 200 encuestas a las personas que visitan las comunidades.

CAPÍTULO IV

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo describe los resultados de los instrumentos de investigación aplicados para el cumplimiento de objetivos; tales como fichas de observación, encuestas a turistas y pobladores, entrevistas al presidente del GAD parroquial de Ambuquí y propietarios y/o encargados de los emprendimientos turísticos.

5.1. Inventario de los servicios turísticos en las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

Para el cumplimiento del primer objetivo se aplicaron fichas para la recolección de información en cuanto a servicios de alojamiento y alimentación. Además, en las comunidades también se encuentran varios emprendimientos que forman parte de la oferta turística, se aplicó entrevistas a los encargados.

A continuación, se observa los establecimientos que brindan servicios turísticos como: alimentación, alojamiento y recreación; ubicados en la comunidad de La Playa –El Ramal de la parroquia de Ambuquí (ver tabla 3):

Tabla 3. Establecimientos de servicios turísticos

HOSTERIAS, HOTEL Y PENSIÓN		
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE	PROPIETARIO Y/O ADMINISTRADOR
Hostería	Oasis	Rubén Velalcazar
Hostería	Aruba	Gustavo Terán

Hostería	Fabricio´s	Fabricio Cajamarca
Hostería	Palmira	Club de Voluntarios Fuerza Terrestre
Hotel	La Playa	Jacqueline Navarrete
Pensión	Tierra del Sol	Mirian Ortiz
Hostería	El Kibutz	Nora Núñez
Hostería	Fogón el Paisa	Vinicio Meneses

Elaborado por: Tulcán Natali. (2018)

En comunidad de El Ramal, se evidencia la presencia de varias hosterías que brindan servicios de alojamiento, alimentación y recreación, razón por la cual es conocida la parroquia. En este sector se evidencia mínima cantidad de restaurantes o emprendimientos comunitarios, se podría interpretar que los visitantes prefieren hacer uso de las instalaciones de las hosterías y todos los servicios que estas ofrecen.

Tabla 4. Establecimientos de alimentación

RESTAURANTES		
NOMBRE	COMUNIDAD	PROPIETARIO/A
Sabor del Valle	El Juncal	Blanca Gavilima
Fritadas El Juncal	El Juncal	Manuel Cachiguango
El Sabrosón de Carmita	El Juncal	Carmen Espinoza
Qué lindo puente	El Juncal	Yenny Carrera
Las peñas del Juncal	El Juncal	María Chandi
Del Rio	El Juncal	Santiago Salazar
Status Tropical	La Playa-El Ramal	Eliana Jácome

Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

La tabla 4 muestra que existe mayor número de restaurantes en El Juncal, podría ser por que la comunidad es un punto de parada y de unión entre la provincia del Carchi e Imbabura; esta zona es muy conocida por la fritada que es tradicional en la comunidad y la degustan visitantes locales, nacionales y extranjeros. Se puede diferir que la existencia de varios establecimientos de debe a la demanda que tiene la comunidad tanto por su ubicación geográfica como por su gastronomía.

Dentro de la oferta de servicios turísticos que brindan las comunidades también se encuentran algunos emprendimientos que generalmente se dieron inicio por grupos organizados de mujeres, que brindan alojamiento y alimentación dentro del hogar de cada una de las familias involucradas; los turistas pueden convivir y aprender de las costumbres de la cultura Afro. Además, brindan recorridos por fincas agroecológicas, que son parcelas de productos propios de la zona; en los centros culturales se expone la historia, tradición y costumbres de la cultura Afro como es la música, la danza, la vestimenta, peinados y artesanías.

Tabla 5. Emprendimientos comunitarios

EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS				
Nombre	Actividad turística	Encargado	Comunidad	Contacto
Asociación Aroma Caliente	Alojamiento Alimentación Recreación	Lady	El Juncal	0989030386
Asertusej	Alimentación Recreación Deportes de aventura	Leticia Maldonado	El Juncal	
Centro cultural	Recreación	Segundo Mosquera	El Juncal	0968601443

	Música, danza Afro			
Centro cultural Artesanías Coangue	Artesanías	Alicia Villalba	Carpuela	0985546311
Hospedería Comunitaria Doña Evita	Alojamiento Alimentación Recreación	Iliana Carabalí	Chota	0969433359

Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

El Juncal es la comunidad que cuenta con mayor cantidad emprendimientos (ver tabla 5), se puede diferir que la comunidad está más organizada, que existen más recursos que apoyen la actividad turística incluso puede ser que existe más gestión para la obtención de apoyo de parte de autoridades e instituciones públicas.

Las comunidades de Carpuela y Chota actúan de manera similar en cuanto a emprendimientos comunitarios; a diferencia de la comunidad de La Playa-El Ramal donde se encuentra las hosterías que brindan un servicio más completo y es por inversión privada.

5.2. Diagnóstico de la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

Para la investigación se encuestó a 339 pobladores de las comunidades. Se tomó como referencia el tamaño del área geográfica de cada comunidad para aplicar la cantidad de encuestas debido a la inexistencia del dato poblacional por comunidades siendo así: en Carpuela y El Juncal se aplicaron 100 encuestas en cada una, en Chota 80 encuestas y en La Playa-El Ramal por ser significativamente pequeña con relación a las otras comunidades las 59 encuestas restantes dando un total de 339 encuestas.

El resultado de las personas encuestadas (*ver gráfico 1*), muestra que la mayor parte de la población se dedica a los quehaceres domésticos y al comercio. Actualmente es la principal actividad económica de las comunidades afros del Valle del Chota, seguido de la agricultura que cultivan productos como: el tomate riñón, frejol, pimiento, ají entre otros. Los pobladores manifestaron que dejaron la agricultura por los mínimos ingresos económicos que perciben de esta actividad, tomando en cuenta que hace pocos años atrás fue su principal fuente económica.

Gráfico 2. Actividad a la que se dedica



Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

El desarrollo en el ámbito turístico de las comunidades se ha fortalecido a través de los años, con el desarrollo de varios emprendimientos como hospedajes comunitarios, centros culturales y una asociación de deportes de aventura; 3 se encuentran en la comunidad de El Juncal, dos de ellos se encuentran funcionando normalmente; mientras que uno de ellos está en proceso de legalización; Chota cuenta con un emprendimiento de hospedaje y Carpuela con un centro cultural.

La comunidad de El Juncal resalta la evidente cantidad de restaurantes y canchas deportivas, que constituyen atractivo sobre todo para los que gustan del fútbol, un deporte muy sobresaliente en el Valle del Chota. Entre los principales

motivos por lo que los turistas visitan El Juncal es la gastronomía y la cultura Afro (ver *tabla 5*). Además existen actividades que dado a los recursos que existen en la comunidad se puede realizar: deportes de aventura en especial el tubing, deporte tradicional que los habitantes practican desde muchos años atrás, consiste en bajar en una boya por el río; también se realiza caminatas guiadas por las plantaciones de tuna para conocer esta fruta y los paisajes de la zona; camping y expresiones artísticas como la demostración del baile tradicional, la música, los peinados y la elaboración de máscaras en barro y pequeños objetos con material reciclable.

En cuanto a la comunidad de Carpuela es visitada principalmente por su cultura, aquí se encuentra el Centro Cultural Artesanías Coangue, donde se puede conocer la historia y costumbres de los afro ecuatorianos, también hacen demostraciones del baile tradicional “la bomba”; y admirar las artesanías hechas por Alicia Villalba y su familia.

El Ramal, es la comunidad más conocida por los visitantes, aquí se encuentran las Hosterías que brinda servicios de alojamiento, alimentación y recreación, debido al clima cálido es la comunidad que mayor afluencia de turistas recibe.

La comunidad del Chota es conocida por la cultura, sobre todo por el festival “Coangue”, que se realiza a orillas del río Chota en la época de carnaval donde acuden turistas nacionales y extranjeros; aquí también se puede encontrar el emprendimiento de Hospedería comunitario Doña Evita el cual recibe especialmente a estudiantes provenientes de Quito que vienen hacer actividades de investigación y pasantías; y a turistas extranjeros de países como Estados Unidos, Canadá e Italia. Además de brindar alojamiento y alimentación se realizan recorridos por las fincas agroecológicas y lugares aledaños a la comunidad.

Tabla 6. Motivación del turista

Motivación del turista	
Juncal	
Variable	Frecuencia
Hospedaje	2
Gastronomía	62
Cultura	31
Recreación	1
Paisaje	1
Festividades	2
Clima	1
Carpuela	
Hospedaje	0
Gastronomía	4
Cultura	96
El Ramal	
Alojamiento y recreación	50
Gastronomía	0
Cultura	0
Río	7
Clima	2
Ninguno	0
Chota	
Hospedaje	4
Gastronomía	2
Cultura	72
Recreación	2

Elaborado por: Tulcán Natali (2018)

La población encuestada manifestó que el turismo puede ser una alternativa para el desarrollo económico de cada una de las comunidades especialmente porque genera oportunidades de trabajo, más consumo de sus productos y también porque es una alternativa para evitar el contrabando, un problema muy común en estas comunidades; aunque no cuentan con apoyos significativos de parte de las instituciones públicas, consideran importante la elaboración de un catálogo turístico en el cual se muestre todos los establecimientos tanto de

alimentación como de alojamiento y los emprendimientos con una descripción clara para que el visitante pueda informarse de la oferta turística que ofrecen las comunidades.

Adicionalmente, de acuerdo con los resultados a la población encuestada le gustaría participar en emprendimientos turísticos (ver gráfico 2) porque ven en esta actividad una alternativa para generar ingresos, mejorar la calidad de vida de sus familias y permite que los turistas que llegan a las comunidades conozcan su cultura y sus tradiciones.

Gráfico 3. Participación en emprendimientos turístico



Elaborado por: Natali Tulcán (2018)

5.3. Determinación del perfil del turista que visita las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

Para el cumplimiento del tercer objetivo se aplicaron encuestas a los turistas, mismas que están compuestas de 12 preguntas cerradas.

Según los resultados obtenidos la mayor parte de personas que visitan las comunidades están en un rango de 31 a 45 años edad; en su mayoría son empleados públicos y privados (*gráfico 4*), provenientes de Imbabura, podría ser por la cercanía que resulta visitar las comunidades desde cualquier parte de la provincia.

Gráfico 4. Profesión u ocupación



Elaborado por: Natali Tulcán (2018)

Un 56% de los encuestados prefiere viajar acompañado de su familia (*gráfico 5*); ya que en las comunidades existen lugares de recreación adecuadas para todas las edades.

Gráfico 5. Con quien viaja

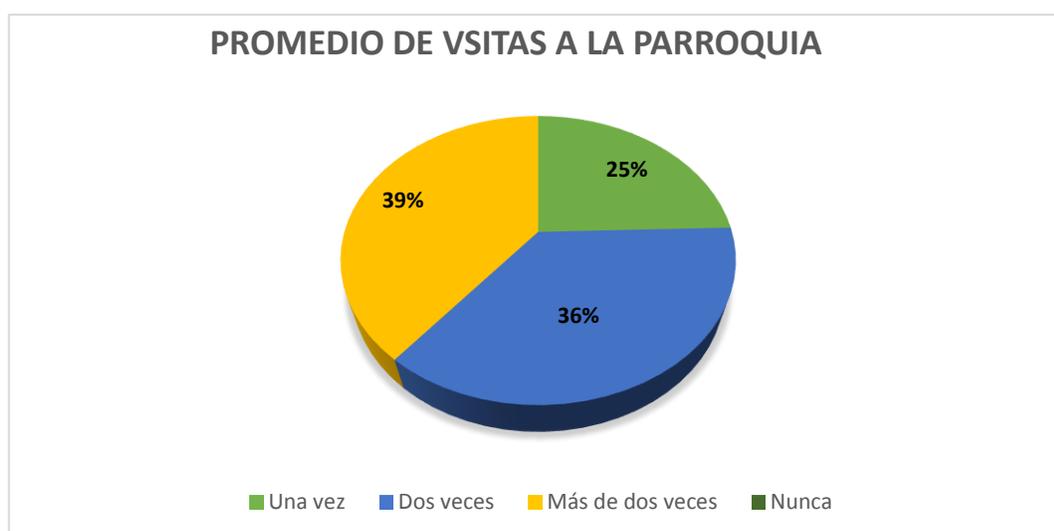


Elaborado por: Natali Tulcán (2018)

En cuanto a la cantidad de dinero que gastan los visitantes en salidas de turismo depende mucho del tiempo de permanencia en el lugar; el promedio de gasto va desde 50 dólares que generalmente es para las personas que hacen la visita de menos de un día, y de hasta 200 dólares para aquellas que permanecen de 3 a 4 días o más; esto también puede variar según la cantidad de personas con las que viaje.

Las personas encuestadas en su mayoría expresaron que han visitado más de dos veces la zona del Valle del Chota (*ver gráfico 6*), especialmente por la recreación y el esparcimiento en las hosterías, sobre todo en el área de piscina, sauna, turco e hidromasaje; debido al clima cálido de la parroquia, también un representativo porcentaje indicaron que visitan la parroquia por sus aspectos culturales y festividades, especialmente en la época de Carnaval, ya que se realizan los eventos a orillas del río Chota, tanto en la comunidad de El Juncal con el festival “Olas de río”, como en el Chota con el “Coange” al cual acuden personas de todos los rincones del país, incluso extranjeros.

Gráfico 6 Promedio de visitas



Elaborado por: Natali Tulcán (2018)

En cuanto al medio de transporte un 60% viaja en vehículo propio, pero también se utiliza el transporte público, especialmente la ruta que cubre Ibarra-Pimampiro. El medio de información más relevante es mediante amigos, es decir la publicidad boca a boca; pero también muchos de ellos ya lo conocían, probablemente porque tienen familiares residentes en la zona, y otro medio que está dando resultado son las redes sociales, la cual facilita promocionar un lugar o un evento en particular; la mayor parte de las personas encuestadas manifestaron que la visita fue entre excelente y muy buena.

En conclusión, el perfil del turista que visita la parroquia de Ambuquí, son personas que buscan salir de la rutina en lugares fuera de la urbe, que no sean de mucho costo porque viajan con toda la familia por periodos cortos de tiempo.

5.4. Diseño de un catálogo turístico para contribuir al desarrollo del turismo en las comunidades.

Los instrumentos aplicados para el alcance de este objetivo fueron encuestas a los pobladores, entrevistas al presidente del GAD parroquial y a los propietarios y/o encargados de los emprendimientos comunitarios. Según los resultados obtenidos se muestra la necesidad de la elaboración de un catálogo turístico, con los sitios de alojamiento, alimentación y recreación además de los emprendimientos comunitarios existentes, con la finalidad de dar a conocer la oferta turística y atraer más visitantes.

El 97% de la población encuestada manifestó la importancia del catálogo para dinamizar el turismo, aumentar sus ingresos, dar a conocer los lugares de interés, además de dar valor a la cultura afrodescendiente.

El presidente del GAD parroquial de Ambuquí, el señor Adriano Cárdenas expresó que en su gestión ya se plantea la creación de una oficina de turismo, en la cual se va mostrar y entregar material de información tales como: mapas, folletos, trípticos; además del catálogo turístico, un documento compuesto de la

descripción de los establecimientos turísticos, ubicación, contactos, servicios, horario de atención y demás.

Partes del catálogo turístico:

- Portada
- Presentación
- Mapa
- Información de la oferta turística
- Contraportada

El catálogo es una herramienta informativa para el turista que visita la parroquia, cuenta con un mapa de ubicación de cada una de las comunidades y los lugares que brindan servicios de alojamiento, alimentación y recreación; tales como hosterías, restaurantes y emprendimientos comunitarios; dispondrá de información de las instalaciones, horarios de atención y contactos. (*Ver anexo 11*)

CAPÍTULO V

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- El inventario de los servicios turísticos de las comunidades de la parroquia de Ambuquí. En la comunidad El Juncal registra 6 restaurantes: Sabor del Valle, Fritadas el Juncal, El Sabrosón de Carmita, Qué lindo mi Puente, Las Peñas del Juncal, Del Río; y 3 emprendimientos comunitarios: Centro Cultural El Juncal, Asociación Aroma Caliente y la Asociación de Servicio Turístico Senderos El Juncal, el último se encuentra en proceso de legalización; en Carpuela está ubicado el Centro Cultural Coangue; en El Ramal se encuentra el restaurante Status Tropical, 6 establecimientos de alojamiento y recreación: hostería Oasis, Aruba, Fabricio's, Palmira, Kibutz, Fogón del Pisa, Hotel La Playa y Pensión Tierra del Sol; y el hospedaje comunitario Doña Evita ubicado en Chota, forman parte de los servicios turísticos que ofrece la parroquia.
- El diagnóstico de la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades en estudio se desarrolla por iniciativa y organización de los pobladores, quienes han visto la necesidad de ofrecer servicios turísticos mediante la creación de emprendimientos comunitarios. Sin embargo, la frecuencia de turistas en las hosterías ha bajado en los últimos 3 años debido a los efectos producidos por la reconstrucción de la panamericana y la ausencia de acciones para reactivar el turismo en la zona.
- El perfil del turista que visita a las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota. Son turistas procedentes de Imbabura, en un rango de edad de 31 a 45 años, el 56% prefiere viajar en familia; el promedio de

gasto va desde 50 dólares para las personas que permanecen menor a un día, y hasta 200 dólares para aquellas que permanecen más de 3 días; los establecimientos más visitados son las hosterías generalmente con un tiempo de permanencia menor a un día. El 60% utiliza vehículo propio.

- La consolidación del catálogo de los sitios turísticos contribuye al desarrollo de la actividad turística, donde se ofertan los servicios de alojamiento, alimentación y recreación que brindan las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota de la parroquia de Ambuquí; brinda información de cada establecimiento, mapa de ubicación y contactos.

5.2 RECOMENDACIONES

- Desarrollar programas de capacitación para los miembros de los emprendimientos turísticos.
- Implementar proyectos turísticos en conjunto con el GAD parroquial de Ambuquí, para aprovechar los recursos que brinda las comunidades en la actividad turística.
- Realizar campañas publicitarias para la reactivación del turismo en la zona, mediante vallas publicitarias y material impreso. Esta actividad debe estar articulada con los propietarios de los establecimientos, GAD parroquial, la municipalidad de Ibarra y demás entidades gubernamentales que apoyen al turismo en las parroquias rurales del cantón.
- Publicar y socializar el catálogo de servicios turísticos con entidades públicas relacionadas al contexto territorial.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Afrodescendientes: Personas y rasgos culturales que hacen parte de la diáspora africana, y especialmente a su presencia actual en el continente americano como consecuencia del tráfico de esclavos.

Catálogo: Registro que presenta, de manera ordenada, descripciones y datos generales de productos o servicios, que se ofrecen para ser consumidos.

Comunidad: Conjunto de personas que forman parte de un pueblo, región o nación, o que están vinculadas por ciertos intereses comunes.

Cultura: Conjunto que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es.

Demanda turística: Son aquellas personas que tienen la necesidad de viajar con fines de ocio y recreación, fuera de su lugar de residencia habitual y adquieren productos y/o servicios que se ofertan en el mercado turístico.

Diagnóstico: Son el o los resultados que arrojan luego de un estudio, evaluación o análisis sobre determinado ámbito u objeto.

Emprendimiento: Inicio de un proyecto o negocio a través de ideas y oportunidades.

Gastronomía: El arte de preparar una buena comida.

Gestión: Conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización.

Hostería: Establecimiento turístico donde se brinda alojamiento y alimentación a quienes pagan por estos servicios.

Infraestructura: Conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

Inventario: Registro ordenado de bienes de una empresa.

Investigación: Proceso de naturaleza intelectual y experimental que, a través de un conjunto de métodos aplicados de modo sistemático, persigue la finalidad de indagar sobre un asunto o tema.

Mercado: Lugar donde interactúa la oferta y la demanda.

Oferta turística: Es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Producto turístico: Es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos.

Promoción: Dar a conocer un producto o servicio al público.

Restaurante: Establecimiento en donde se preparan y sirven alimentos.

Recreación: Son aquellas actividades que incluyen diversión, relajación y entretenimiento.

Servicio: Conjunto de acciones realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa.

Recursos: Se denomina recursos a todos aquellos elementos que pueden utilizarse como medios a efectos de alcanzar un fin determinado.

Tradicición: Conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad.

Turismo: Son las actividades que realiza una persona cuando viaja y pernocta en un lugar fuera de su residencia habitual en un periodo mayor a un día y menor a un año.

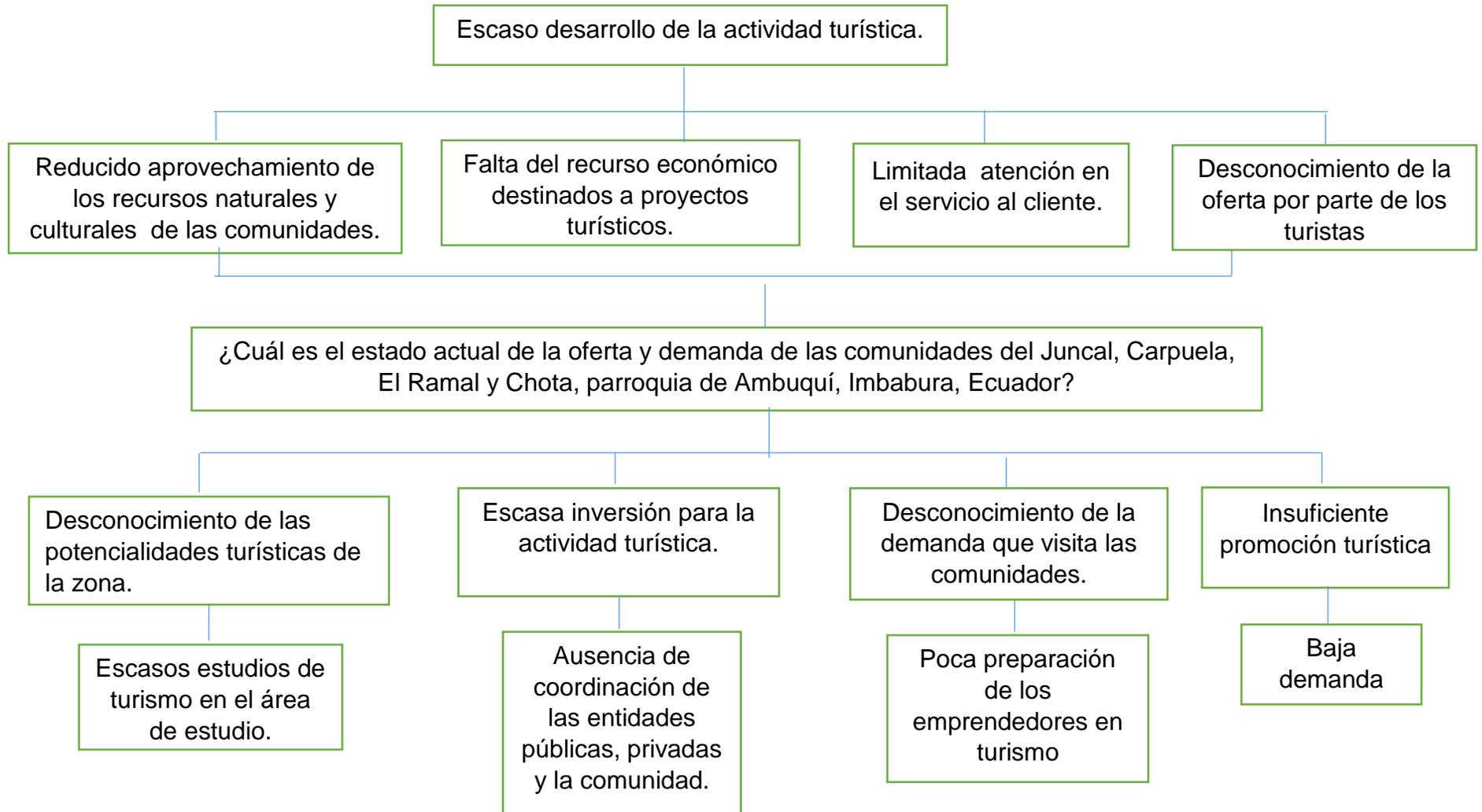
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Administración de empresas turísticas* . (s.f.). Recuperado de <http://administracion.realmexico.info/2014/01/concepto-y-definicion-patrimonio.html>
- American Marketing Association Marketing Power*. (Septiembre de 2006). Recuperado de http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=P»
- Bernier, E. Esteve, Fuentes, R. (2006). *estructurade mercados turísticos*. Barcelona: UOC
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas .
- Cebrián, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: La Mancha.
- Cevallos., M. (2015). *Plan de desarrollo territorial de Ambuqui PDOT*. Ambuqui
- De la Colina, J. (2009). *Marketing turístico*. Santa Fe: El Cid Editor.
- Faraldo, J. R. (2014). *introduccion a la historia del Turismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Guerrero, P., Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Godoy, H., Tapia, M. (2014). 2014. *Análisis de la oferta y demanda turística microempresarial de las parroquias de Intag, cantón Cotacachi, Imabura*. Tesis de pregrado. Ibarra, Universidad Técnica del Norte , Ecuador:
- Jiménez, L., Jiménez, W. (2013). *Turismo: Tendencias globales y planificación estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Kolter, P., Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G. (s.f.). *Fundamentos del marketing*.
- Lucca, E. (2016). *La gestión de los territorios*. Buenos Aires: Nobuko.
- Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Publicas*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Mármol, P. (2016). *Marketing turístico 2da edición* . Madrid: Paraninfo.
- Millet, O. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. B - Olga Femenía Millet.

- Murcia, U. d. (Ed.). (s.f.). *El turismo: conceptos y definiciones*. Obtenido de Aula senior :
<https://pdfs.semanticscholar.org/f6aa/680fb4fc328f090d28109098402494e3ccab.pdf>
- Parra, M., Beltrán.,M. (2013). Estrategias de marketing para destinos turísticos.
- Paucar, J. (2017). *Estudio de la oferta y demanda del cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha*. (tesis de pregrado), Universidad Técnica del Norte, Ibarra,Ecuador.
- Piñero, P. (13 de marzo de 2017). Lo mas nuevo para el turismo y tendencias del 2017. *hosteltur*, 5-6. Recuperado de
https://www.hosteltur.com/120836_lo-nuevo-turismo-tendencias-2017.html
- Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo*. San José: EUNED.
- Rey, M. (2015). *Dirección de marketing turístico*. Sevilla: Pirámide.
- Rivas, J., Madagan.,M. (2012). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Asturias : Septem Ediciones.
- Rodriguez, A. (2016). *¿Cómo diseñar una experiencia turística?* Barcelona: UOC.
- Romero, M. (2014). *Productos, servicios y destinos turísticos: UF0073*. Málaga: IC Editorial.
- Turismo, H. y. (2008). *marketing turístico*. Málaga: Vértice.

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2: Matriz de coherencia

<p>TEMA DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Oferta y demanda turística de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.</p>	
<p>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</p> <p>¿Cuál es el estado actual de la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Analizar la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.</p>
<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventariar los sitios turísticos de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador. • Diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador. 	<p>INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué características tienen los sitios turísticos de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador? • ¿Cuál es la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal,

<ul style="list-style-type: none">• Determinar el perfil del turista que visita a las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.• Diseñar un catálogo turístico de los atractivos naturales y culturales para contribuir al desarrollo de la actividad turística.	<p>Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es el perfil del turista que asiste a las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?• ¿Cómo contribuir al desarrollo de la actividad turística en las comunidades El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?
--	--

Anexo 3. Ficha de recolección de datos de servicios de alimentación.**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Este instrumento servirá para recolectar información sobre establecimientos de alimentación.

FICHA DE RECOLECCIÓN DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN		
Nombre del establecimiento:	Teléfono:	
Nombre del propietario:	Dirección:	
	Tiempo de funcionamiento:	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS		
Tipo de establecimiento	<input type="checkbox"/> Restaurante <input type="checkbox"/> Fonda <input type="checkbox"/> Comedor de comida rápida <input type="checkbox"/> Cafetería	
N° de mesas		
Capacidad		
Platillos		
Tipo de cocina	<input type="checkbox"/> Rústica <input type="checkbox"/> Moderna <input type="checkbox"/> Tradicional	Observaciones:

Anexo 4: Ficha de recolección de datos de servicios de alojamiento.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Este instrumento servirá para recolectar información sobre establecimientos de hospedaje.

FICHA DE OBSERVACIÓN	
FICHA # 1	
ELABORADO	
FECHA	HORARIO DE ATENCIÓN:
Propietario	TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO:
OBSERVACIÓN	TIPO DE ALOJAMIENTO
	CAPACIDAD
	PRECIO ADULTOS: NIÑOS:
	ÁREA DE TERRENO CONSTRUCCIÓN AREA DE
	No. Empleados FIJOS: OCASIONALES:
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
COMENTARIO	

Anexo 5: Formato de entrevista a los propietarios/encargados de los emprendimientos comunitarios.



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Entrevista dirigida a los propietarios/encargados de los emprendimientos comunitarios:

Nombre: _____

Nombre del emprendimiento: _____

¿Qué factores tomó en cuenta para la creación del emprendimiento?

¿Cuál fue su forma de financiamiento?

¿Desde cuándo se encuentra en funcionamiento el emprendimiento?

¿Cuál es su apreciación sobre el turismo en la parroquia de Ambuquí?

¿Conoce los atractivos y servicios que se ofertan en la parroquia? ¿Cuáles?

¿Cómo considera usted que su emprendimiento aporta al turismo de la parroquia?

¿De qué parte provienen los visitantes que llegan a su establecimiento?

¿Cuántos turistas le visitan mensualmente?

¿En qué fechas recibe más visitantes?

¿Cómo considera Ud. la gestión de las autoridades en el ámbito turístico de la parroquia de Ambuquí?

Anexo 6: Formato de entrevista al presidente del GAD parroquial de Ambuquí.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Entrevista dirigida al GAD parroquial de Ambuquí:

Nombre _____

Cargo _____

¿Cuál es la estructura organizacional del GAD parroquial y sus funciones?

¿Qué actividades o proyectos se han realizado para fomentar el turismo en la parroquia de Ambuquí?

¿Cuánto ha sido el presupuesto destinado para turismo en los últimos tres años y cuánto se prevé para este año 2018?

¿Cuáles son las fuentes de financiamiento que ha tenido el GAD para fomentar el turismo?

¿Cuál es su apreciación sobre el actual estado infraestructural y de servicios turísticos en la parroquia Ambuquí?

¿Cuáles son los aspectos que usted considera que a futuro se deban impulsar para mejorar el turismo dentro de la parroquia?

¿Qué material de información turística hay disponible para la promoción del turismo en la parroquia?

¿Qué material de información turística considera que debería gestionarse para mejorar la promoción turística en la parroquia?

¿Existe algún centro de información turística en la parroquia?

Anexo 7: Formato de encuesta a pobladores



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACION DE LAS COMUNIDADES EL JUNCAL, CARPUELA,
 EL RAMAL Y CHOTA DE LA PARROQUIA DE AMBUQUÍ**

OBJETIVO: Diagnosticar la situación actual de la condición socioeconómica de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

INSTRUCCIONES: Se solicita que responda con veracidad a las siguientes preguntas, por favor marque con X la opción que Ud. considere.

1. ¿A qué actividad se dedica?

<input type="checkbox"/> Empleado publico	<input type="checkbox"/> Agricultor
<input type="checkbox"/> Empleado privado	<input type="checkbox"/> Ama de casa
<input type="checkbox"/> Comerciante	<input type="checkbox"/> Otros.....
<input type="checkbox"/> Artesano	

2. ¿Existen emprendimientos turísticos en su comunidad?
 SI () NO ()
 ¿Cuál?.....

3. ¿Considera Ud. que el turismo puede ser una alternativa para el desarrollo económico de su comunidad?
 SI () NO ()
 ¿Porqué?.....

4. ¿Considera Ud. que su comunidad cuenta con infraestructura turística?
 Si () NO ()
 ¿Porqué?.....

5. De acuerdo a su consideración. ¿Por qué motivación el turista visita su comunidad?
 Hospedaje ()
 Gastronomía ()
 Cultura ()
 Otros.....

6. ¿Qué tipo de servicios turísticos brinda su comunidad?
 Hospedaje ()
 Alimentación ()

Recreación ()
Otros.....

7. ¿Qué tipo de actividades complementarias al turismo se puede realizar en su comunidad?

Deportes de aventura ()

Camping ()

Caminatas guiadas ()

Expresiones artísticas ()

Otros.....

8. ¿Cómo considera Ud. la gestión de las autoridades en el ámbito turístico de su comunidad?

1) Muy adecuado

2) Adecuado

3) Inadecuado

4) Muy inadecuado

5) Indiferente

ÍTEMS	1	2	3	4	5
Infraestructura					
Señalética					
Publicidad					
Emprendimientos					

9. ¿Considera importante la creación de un catálogo para dar a conocer los servicios turísticos con los que cuenta la parroquia de Ambuquí?

SI ()

NO ()

10. ¿Le gustaría participar en emprendimientos turísticos dentro de su comunidad?

SI ()

NO ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 8: Formato de encuesta para turistas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

OBJETIVO: Determinar el perfil del turista que visita a las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.

INSTRUCCIONES: Se solicita que responda con veracidad a las siguientes preguntas, por favor marque con X la opción que Ud. considere.

Edad

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> De 18 a 30 | <input type="checkbox"/> De 46 a 64 |
| <input type="checkbox"/> De 31 a 45 | <input type="checkbox"/> Más de 64 |

Profesión u ocupación

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Empleado público | <input type="checkbox"/> Ama de casa |
| <input type="checkbox"/> Empleado privado | <input type="checkbox"/> Estudiante |
| <input type="checkbox"/> Comerciante | <input type="checkbox"/> Otros_____ |
| <input type="checkbox"/> Artesano | |

Lugar de residencia

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Quito - Pichincha | <input type="checkbox"/> Carchi |
| <input type="checkbox"/> Imbabura | <input type="checkbox"/> Otros_____ |

¿Cuándo realiza salidas de turismo, como suele viajar?

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Solo | <input type="checkbox"/> En familia |
| <input type="checkbox"/> En pareja | <input type="checkbox"/> Amigos |

¿Cuánto gasto en su último viaje de turismo?

- Menos de \$50
- De \$51 a \$100
- De \$101 a \$200
- Más de \$200

¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Ambuquí por turismo?

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Una vez | <input type="checkbox"/> Más de dos veces |
| <input type="checkbox"/> Dos veces | <input type="checkbox"/> Nunca |

¿Cuál es su motivo de visita a la parroquia Ambuquí?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Aspectos culturales/Festividades | <input type="checkbox"/> Gastronomía |
| <input type="checkbox"/> Recreación y esparcimiento | <input type="checkbox"/> Visita a familiares o amigos |

() Otro_____

¿Qué sitios turísticos ha visitado en la parroquia?

- () Hosterías () Río Chota
 () Fincas agroecológicas () Otro_____

() Talleres de artesanías afro

¿Cuánto tiempo ha permanecido en su visita a la parroquia de Ambuquí?

- () Menos de 1 día () De 3 a 4 días
 () De 1 a 2 días () Más de 4 días
 () De 2 a 3 días

¿Qué tipo de transporte ha utilizado usted para su visita a la parroquia de Ambuquí?

- () Transporte público provincial o interprovincial
 () Vehículo propio
 () Vehículo rentado
 () Otros_____

¿A través de qué medios se informó usted antes de visitar la parroquia de Ambuquí?

- () Tv, reportajes () Redes sociales
 () Guías turísticas () Ya lo conocía
 () Amigos

Su visita a la parroquia de Ambuquí ha sido:

- () Excelente
 () Muy buena
 () Buena
 () Mala

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 9. Validación de instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN TURISMO

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Tulcán Chachalo Natali Mariela		
Ciclo:	Octubre 2017 – Febrero 2018	Fecha de revisión:	Febrero 06 - 2018
Tema:	Oferta y demanda turística de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.		
Problema:	¿Cuál es el estado actual de la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?		
Objetivo General:	Analizar la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.		
Objetivo Específico 1:	Inventariar los atractivos naturales y culturales de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.	Instrumento	-Ficha de observación -Entrevistas
Objetivo Específico 2:	Diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.	Instrumento	-Encuesta
Objetivo Específico 3:	Determinar el perfil del turista que visita a las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.	Instrumento	-Encuesta -Entrevista
Objetivo Específico 4:	Diseñar un catálogo de los sitios turísticos para contribuir al desarrollo de la actividad turística.	Instrumento	

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	✓		✓	
Instrumento Objetivo Específico 2:	✓		✓	
Instrumento Objetivo Específico 3:	✓		✓	
Instrumento Objetivo Específico 4:	✓		✓	


 Msc. Armando Flores Ruiz
 DOCENTE INGENIERÍA EN TURISMO, FCAE-UTN
 CI: 100223641-0



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN TURISMO**

Validación de instrumentos de recopilación de información

Estudiante:	Tulcán Chachalo Natali Mariela		
Ciclo:	Octubre 2017 – Febrero 2018	Fecha de revisión:	Febrero 06 - 2018
Tema:	Oferta y demanda turística de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.		
Problema:	¿Cuál es el estado actual de la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador?		
Objetivo General:	Analizar la oferta y demanda turística de las comunidades del Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.		
Objetivo Específico 1:	Diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.	Instrumento	-Entrevista -Ficha de observación
Objetivo Específico 2:	Determinar los recursos turísticos de las comunidades de El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.	Instrumento	-Entrevista -Ficha de inventario
Objetivo Específico 3:	Identificar los segmentos de mercado consumidor turístico para las comunidades El Juncal, Carpuela, El Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, Ecuador.	Instrumento	-Encuesta
Objetivo Específico 4:	Elaborar materiales de información turística que facilite las visitas a los atractivos del lugar.	Instrumento	

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	Sí	No	Sí	No
Instrumento Objetivo Específico 1:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 2:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 3:	/		/	
Instrumento Objetivo Específico 4:	/		/	

Msc. Oswaldo Echeverría

DOCENTE INGENIERÍA EN TURISMO, FACA-UTN

CI: 1713642666

Anexo 10. Certificado del Urkund

31/7/2018

Gmail - RV: [Urkund] 6% de similitud - ntulcan30@gmail.com



Nathaly Tulcan <ntulcan30@gmail.com>

RV: [Urkund] 6% de similitud - ntulcan30@gmail.com

1 mensaje

Yoarnelys Vasallo Villalonga <yvasallo@utn.edu.ec>
 Para: "ntulcan30@gmail.com" <ntulcan30@gmail.com>

31 de julio de 2018, 9:09

De: report@analysis.orkund.com <report@analysis.orkund.com>

Enviado: martes, 31 de julio de 2018 1:56

Para: Yoarnelys Vasallo Villalonga *Yoarnelys Vasallo Villalonga*

Asunto: [Urkund] 6% de similitud - ntulcan30@gmail.com

Documento(s) entregado(s) por: ntulcan30@gmail.com

Documento(s) recibido(s) el: 31/07/2018 3:55:00

Informe generado el 31/07/2018 3:56:51 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante:

Documento : TRABAJO DE GRADO-COMPLETO.pdf [D40680428]

Alrededor de 6% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 161 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 65 palabras y tiene un índice de similitud de 100% con su principal fuente.

TENER EN CUENTA que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento. Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.

Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

Haga clic para acceder al análisis:

<https://secure.orkund.com/view/39840227-247342-188399>

Haga clic para descargar el documento entregado:

<https://secure.orkund.com/archive/download/40680428-342526-186563>

UN PROBLEMA CON UN DOCUMENTO?

Un documento duplicado?

Un análisis llevando metadatos?

Un análisis inaccesible?

-> Escribir a nuestro equipo soporte para que la incidencia este resuelta lo antes posible.

-> Informar el equipo de la referencia de cada documento implicado [DXXXXXXX].

Contactos de nuestro equipo soporte:

https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=23ac9b5170&jsver=gVVRUqF_WA0.es.&cbl=gmail_fe_180726.14_p4&view=pt&search=inbox&th=164... 1/2

Anexo 11: Catálogo de servicios turísticos



PRESENTACIÓN

Ecuador país multiétnico y pluricultural, es un territorio muy diverso que alberga numerosas especies de flora y fauna dentro de sus cuatro regiones Costa, Sierra, Amazonia y Galápagos, brindando paisajes únicos y un sinfín de encantadores lugares para los turistas nacionales y extranjeros.

Ambuquí es una parroquia rural del cantón Ibarra en la provincia de Imbabura, ubicada en el Valle del Chota; está conformada por 11 comunidades, el grupo étnico más representativo corresponde a la población afro descendiente donde las manifestaciones culturales resultado de la herencia ancestral africana se mantienen vigentes. Cuenta con música, danza, gastronomía, tradición oral y medicina tradicional, seguida de la población mestiza e indígenas pertenecientes al pueblo Kichwa Karanqui.

A 30 minutos de Ibarra o a 1 hora de Tulcán, entre los pliegues de los Andes, con ambiente tropical, está el Valle del Chota con un excelente clima cálido seco, atravesado por el Río Chota y rodeado de áridas montañas que resaltan una belleza escénica única para el visitante.

MAPA DE UBICACIÓN DE LAS COMUNIDADES



OASIS HOSTERÍA

Un verdadero oasis de diversión...



Servicios

- Suits matrimoniales
- Cabañas familiares
- Mini cabañas

- Agua caliente
- Tv cable
- Zona Wifi

- Restaurante
- Discoteca
- Salones de eventos
- Piscina, piscina de olas
- Toboganes
- Canchas deportivas
- Áreas verdes
- Parqueadero

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



HOSTERÍA ARUBA



Ofrece:

- Habitaciones
- Matrimoniales
- Dobles
- Triples
- Cuádruples
- Restaurante
- Salón de conferencias
- Piscina: sauna, turco, hidromasaje
- Canchas deportivas
- Juegos infantiles

Contactos:
 (06) 2637 444
 (06) 2637 114
 0981474602
 Email: hosteriaaruba@gmail.com

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



HOSTERÍA FABRICIO'S



Hospedaje en habitaciones
 Hospedaje en camping
 Salón de eventos
 Restaurante
 Parqueadero privado
 Toboganes acuáticos
 Piscinas
 Turco
 Hidromasaje

Contactos
 (06) 2637 199
 0983204989
 Email:
fabricioshosteria1@gmail.com
fabricioshosteria@hotmail.com

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



HOSTERÍA LA PALMIRA

"AMBIENTE TROPICAL EN EL VALLE DEL CHOTA"



- Cabañas acogedoras
- Restaurante
- Salón de eventos
- Karaoke
- Piscina con tobogán
- Sauna
- Turco

Contactos:
 (06) 2637 184
 (06) 2637 187
 0987458063
 Email: lalpalmira@cvft.com.ec

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



HOTEL LA PLAYA




- Ofrece:
- Habitaciones
- Matrimoniales
- Dobles
- Triples
- Cuádruples
- Restaurante
- Piscina
- Parqueadero
- Agua Caliente
- Tv. Cable
- Wifi

Contactos:
 0983204989
Fabricioshosteria1@gmail.com

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



PENSIÓN TIERRA DEL SOL



- Alojamiento
- Alimentación bajo reserva
- Piscina
- Sauna
- Turco

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



HOSTERÍA EL KIBUTZ



- Habitaciones matrimoniales
- Habitaciones familiares
- Todas equipadas con:
 - Una cómoda mini sala de estar
 - Un mini bar
 - TV satelital con televisores LCD de 32 pulgadas
 - Baño privado, y
 - Agua caliente
- Restaurante
- Sala de convenciones
- Áreas recreativas y spa
- 2 piscinas
- Cancha de futbol
- Cancha de básquet
- Cancha vóley

Contactos
 (06) 2637 140
 (06) 2637 141
hosteriaelkibutz@hotmail.com

COMUNIDAD LA PLAYA - EL RAMAL



**EL FOGÓN
DEL PAISA**



- Habitaciones matrimoniales
- Habitaciones familiares
- Bar Karaoke
- TV satelital
- Baño privado, y
- Agua caliente
- Restaurante
- Sala de convenciones
- Áreas recreativas y spa
- 2 piscinas
- Cancha vóley

Contacto:
098 949 7222
Panamericana Norte
Ambuquí, Imbabura, Ecuador

COMUNIDAD EL JUNCAL



**FRITADAS EL JUNCAL
RESTAURANT**

El verdadero sabor...



OFRECE:

- Fritada con tortillas o papas
- Caldo de gallina
- Mote con chicharron
- Maduro
- Helados de varios sabores
- bebidas



SABOR DE VALLE RESTAURANT

Atención de 06:00 a 23:00 hrs



OFRECE:

- Desayunos
- Almuerzos
- Fritadas
- Pescado Frito
- Seco de carne
- Churrasco
- Apanados

Pedidos y Reservas
098 087 9309 / 098 989 1297



EL SABROSON DE CARMITA RESTAURANT

OFRECE:

- Secos de pollo
- Guatita
- Carne
- Caldo de gallina
- Almuerzos
- Fritadas
- Sancocho de bagre

DESAYUNOS - ALMUERZOS - MI





Restaurant La Cocina de Cristy COMUNIDAD EL JUNCAL

Normal 5.00, Bandeja 5.00, Desayunos 4.50, Almuerzos 4.00, Churrasco 4.00, Ajacabo 4.00, Pescado frito 4.00, Chuleta 4.00, Desayunos Pasa 4.50

LA COCINA DE CRISTY RESTAURANT



OFRECE:

- Desayunos
- Almuerzos
- Meriendas
- Fritadas
- Bebidas



Fritadas y Restaurant COMUNIDAD EL JUNCAL

Que lindo puente...!

DESAYUNOS - ALMUERZOS - Y MERIENDAS

QUE LINDO PUENTE...! RESTAURANT



OFRECE:

- Desayunos
- Almuerzos
- Meriendas
- Fritadas
- Bebidas



RAÍZ DEL VALLE RESTAURANT



OFRECE:

- Desayuno continental
- Desayuno continental
- Almuerzos
- Meriendas
- Fritadas
- Caldo de gallina
- Churrasco



DEL RÍO RESTAURANT



OFRECE:

- Apanados
- Churrasco
- Ceviche de camarón
- Arroz con camarón
- Seco de carne
- Seco de pollo
- Hamburguesas

COMUNIDAD EL JUNCAL

PEÑAS DEL JUNCAL



LAS PEÑAS DEL JUNCAL RESTAURANT



Contacto: 062 673044
E-mail: restaurantpj@gmail.com

OFRECE:

Ofrece la gastronomía tradicional que tiene el Ecuador para el mundo, abrimos nuestras puertas desde muy tempranas horas de la mañana con:

- Desayunos
- Almuerzos
- Meriendas
- Platos a la carta
- Platos Típicos de la región

COMUNIDAD EL JUNCAL



ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE EMPRENDIMIENTOS



OFRECE:

Ofrece la gastronomía tradicional que tiene el Ecuador para el mundo, abrimos nuestras puertas desde muy tempranas horas de la mañana con Desayunos, Almuerzos, Meriendas, Platos a la Carta y platos Típicos de la Región con un variado menú para todos los gustos.

Contactos: 062 673 044



COMUNIDAD EL JUNCAL

CENTRO CULTURAL EMPRESARIOS

 OFRECE:



Incluye espacios para expresiones culturales, artes escénicas y plásticas, libro, literatura, patrimonio comunitario, fotografía y audiovisuales sala multimedia y un archivo de la memoria local.



COMUNIDAD CARPUELA

ARTESANÍAS COANGUE EMPRESARIOS

 OFRECE:



Artesanías elaboradas en barro por manos afrocarpueleñas.
Emprendimiento de la familia Villalba

Esculturas	Aretes
Muñecas	Pulseras
Mascaras	Cuadros y vajilla
Collares	



HOSPEDAJE COMUNITARIO
DOÑA EVITA
EMPRESARIOS

OFRECE:



Alojamiento
Gastronomía Típica
Caminatas
Fincas Agroecológicas

Emprendimiento liderado por mujeres

RÍO CHOTA EL CHOTA

El río Chota atraviesa a las comunidades afros dando vida y dinamismo a las comunidades; los habitantes nadan y lavan la ropa en sus aguas.

El caudaloso río permite realizar deportes como el rafting y el tubing que son un atractivo para las comunidades.

Además de luar a las festividades en el Carnaval, se realizan eventos a orillas del río en las comunidades del Juncal y Chota y atraen a turistas nacionales y extranjeros.

EL OVO

La fruta tradicional que se produce en la cabecera parroquial, es muy conocida por su exquisito sabor y sus productos derivados como:

- Helados
- Vinos
- Mermeladas
- Cocteles



Contactos:
099 383 1762
ntulcan30@gmail.com

Global
Publicado en línea
096 982 0985