



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN
MONTÚFAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

**AUTORAS: LUJE PILICITA, MAYRA ELIZABETH
REGALADO MEJÍA, ANA DEL CARMEN**

**DIRECTOR: ING. YACELGA, JULIO
CODIRECTOR: ING. BAYAS, PATRICIO**

QUITO

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
UNIDAD ACADÉMICA EXTERNA “HÉROES DEL CENEPA”

CERTIFICADO DE TUTORÍA
ING. JULIO YACELGA E ING. PATRICIO BAYAS

CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado **“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MONTÚFAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”**, realizado por las Srtas. Mayra Elizabeth Luje Pilicita y Ana del Carmen Regalado Mejía, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compact, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a las Srtas. Mayra Luje y Ana Regalado, que lo entreguen a la Msc. Mariana Pavón, en calidad de Directora de la Carrera.

Quito, Mayo del 2015

f 
Ing. Julio Yacelga

DIRECTOR

f 
Ing. Patricio Bayas

CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

UNIDAD ACADÉMICA EXTERNA “HÉROES DEL CENEPA”

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Mayra Elizabeth Luje Pilicita

Ana del Carmen Regalado Mejía

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado **“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MONTÚFAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan junto al texto correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Mayo del 2015

f.  _____

Mayra Luje

f.  _____

Ana Regalado

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
UNIDAD ACADÉMICA EXTERNA “HÉROES DEL CENEP”

AUTORIZACIÓN

Nosotras

Mayra Luje y Ana Regalado

Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE la publicación en el repositorio digital de la Institución, del trabajo titulado **“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MONTÚFAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Mayo del 2015

f_  _____

Mayra Luje

f_  _____

Ana Regalado

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres quienes con su amor y esfuerzos me han sabido apoyar para la culminación de una importante etapa de mi vida, ellos que me han enseñado que con constancia y mucho trabajo se logran grandes cosas, a mis hermanos que con su alegría y apoyo incondicional me han motivado a seguir en busca de mis sueños.

A mis familiares quienes siempre se han encontrado pendientes de mí y me han sabido ayudar en cualquier situación que se me ha presentado a lo largo de mi carrera estudiantil.

Compañeros y docentes que con el pasar de los años se han convertido en amigos, al crear un vínculo afectivo por todas las experiencias vividas en viajes, clases y diferentes eventos que nos han fortalecido como grupo.

Y a mis amigas de colegio que a pesar de los años, nos hemos permanecido unidas y me han impulsado a cumplir todas mis metas.

Mayra Luje

Dedico este trabajo a mis padres Carmita y Milton que han sido el eje y motor de mi vida, porque sin su ayuda y su apoyo incondicional no lograría esta meta, a mis hermanas Alexandra y Verónica que me han enseñado que los momentos difíciles no son eternos y tampoco inaguantables cuando trabajamos en familia, por sus consejos en cada uno de mis pasos por ser cada vez una mejor persona.

A mis compañeros de carrera por las experiencias, viajes y amistad sincera que me han ofrecido a través de estos años, y a los docentes que han sabido explicar temas que sirven en el desarrollo de proyectos y en la vida diaria.

Y a todas aquellas personas que me han dado fuerza para seguir adelante y estar cada vez más ansiosa por cosechar nuevos éxitos.

Ana Regalado

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme una familia que se encuentra unida y saludable y que sabe enfrentar las dificultades juntos, brindándonos apoyo unos a otros.

Al cantón Montúfar y a su técnico en turismo el Señor Edison Jiménez que nos dio la apertura para realizar este proyecto de grado, apoyándonos con información y traslado por las parroquias y atractivos turísticos, para así lograr mostrar la realidad turística del cantón.

A los tutores que con sus conocimientos, experiencia y guía, han dirigido el proceso de elaboración de este trabajo.

Y a todos aquellos que con su colaboración tanto afectiva como profesional han permitido cumplir con esta meta, una persona que ha sido fundamental en este proceso ha sido mi amiga y compañera de tesis, que con su dedicación y persistencia incentivaron a la culminación de nuestro trabajo.

Mayra Luje

A Dios por guiar mis pasos y a mis padres por haberme dado la vida y ser el ejemplo de perseverancia y lucha, a mis hermanas por ser el apoyo incondicional y enseñarme el hábito de la responsabilidad.

Al GAD Municipal del Cantón Montúfar por habernos permitido realizar este proyecto y darnos todo su apoyo en investigación e información.

A mis tutores y docentes que siempre nos brindaron apoyo en la realización de este proyecto y nos impartían conocimientos a lo largo de la carrera, gracias por habernos guiado en todo momento.

A mis amigos por su ayuda y palabras de aliento, por contar con ellos en las situaciones buenas y malas, gracias por estar en mi vida, y un agradecimiento especial a mi compañera y amiga Mayra, porque juntas logramos la meta que nos hemos propuesto con empeño y dedicación.

Ana Regalado

INDICE

CERTIFICADO DE TUTORÍA.....	ii
-----------------------------	----

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN.....	xxiii
ABSTRACT.....	xxiv
CAPÍTULO I	1
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Introducción y antecedentes	1
1.2 Definición del problema	3
1.3 Justificación	4
1.3.1 Justificación por línea de investigación.	6
1.4 Objetivos.....	6
1.4.1 Objetivo general.....	6
1.4.2 Objetivos específicos	6
1.5 Metodología de la investigación	7
1.5.1 Métodos.....	7
1.5.2 Técnicas e instrumentos	8
1.6 Idea a defender.....	8
1.7 Marco teórico	8
1.7.1 Perspectivas teóricas existentes	8
1.7.2 Estructuración de la teoría que sustenta la investigación	14
1.7.3 Antecedentes investigativos.....	16
1.7.3.1 Investigaciones cualitativas.....	16
1.7.3.2 Investigaciones cuantitativas.	20
1.8 Marco conceptual	23

CAPÍTULO II	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
2.1 Introducción	27
2.2 Análisis Externo	27
2.2.1 Macroambiente.	27
2.2.1.1 Entorno Económico.....	27
2.2.1.1.1. Renta per cápita.....	27
2.2.1.1.4. Análisis del PIB	31
2.2.1.1.5. Balanza comercial.....	32
2.2.1.2 Entorno Sociocultural.	33
2.2.1.2.1 Factores demográficos.....	34
2.2.1.2.1.1 Tamaño de la población y distribución.	34
2.2.1.2.1.2. Niveles de ingresos.	37
2.2.1.2.1.3 Distribución por edades.	38
2.2.1.2.1.4 Niveles de formación.....	38
2.2.1.3 Entorno Geográfico.	39
2.2.1.3.1 Ubicación geográfica.....	39
2.2.1.3.2 Hidrografía	44
2.2.1.3.3 Orografía.....	44
2.2.1.3.4 Clima	45
2.2.1.3.5 Infraestructura vial	45
2.2.1.3.6 Servicios básicos	46
2.2.1.4 Entorno Tecnológico.	48
2.2.1.4.1 Conectividad.	48
2.2.1.4.2 Sistemas informáticos utilizados en el sector	49

2.2.1.4.3 Nuevas tendencias tecnológicas.....	51
2.2.1.5 Entorno Político.....	52
2.2.1.5.1 Forma de Gobierno.....	52
2.2.1.5.2 Estabilidad política.....	53
2.2.1.6 Entorno Legal.....	53
2.2.1.6.1 Constitución de la República del Ecuador.....	53
2.2.1.6.2 Leyes y Reglamentos.....	54
2.2.1.6.3 Planes Gubernamentales.....	58
2.2.1 Microambiente.....	60
2.2.2.1 Atractivos Turísticos (naturales y culturales).....	60
2.2.2.1.1 Atractivos turísticos naturales.....	61
2.2.2.1.2 Atractivos turísticos culturales.....	66
2.2.2.1.3 Patrimonio intangible – folklore.....	69
2.2.2.1.4 Acontecimientos programados.....	72
2.2.2.2 Clientes, Turistas y/o visitantes.....	73
2.2.2.3 Competencia directa e indirecta.....	74
2.2.2.4 Sustitutos.....	75
2.2.2.5 Proveedores.....	75
2.2.2.6 Organismos Reguladores.....	76
2.2 Análisis Interno.....	76
2.3.1 Constitución legal.....	76
2.3.2 Recursos y capacidades.....	79
2.3.2.1 Tangibles.....	79
2.3.2.1.1 Económicos y Financieros.....	79
2.3.2.1.2 Físicos.....	82

2.3.2.1.3 Tecnológicos.....	83
2.3.2.1.4 Estructura Organizacional.....	83
2.3.2.2 Intangibles	84
2.3.2.2.1 Humanos	84
2.3.2.2.2 Innovación y creatividad.....	86
2.3.2.2.3 Prestigio y reconocimiento	86
2.3 Análisis FODA	87
2.4.1 Fortalezas	88
2.4.2 Oportunidades	88
2.4.3 Debilidades	88
2.4.4 Amenazas.....	88
2.4.5 Matriz de ponderación	90
2.4.6 Matriz Ofensivas “FO”.....	94
2.4.7 Matriz Ofensivas “DA”	95
2.4.8 Matriz Defensivas “DO”.....	96
2.4.9 Matriz Defensivas “FA”	97
2.4.1.1Matriz FODA.....	98
2.4.1.2 Estrategias.....	99
CAPÍTULO III	102
ESTUDIO DEL MERCADO	102
3.1 Introducción	102
3.2 Objetivos del estudio de mercado.....	102
3.2.1 Objetivo General.....	102
3.2.2 Objetivos Específicos.....	102
3.3 Identificación del producto	102

3.3.1 Características del producto	103
3.3.2 Usos del producto	103
3.4. Determinación de la población y muestra	104
3.4.1 Universo	104
3.4.2 Tamaño de la muestra	104
3.4.3 Diseño de encuesta a turistas	105
3.4.4 Entrevista a autoridades	107
3.4.5 Análisis de los resultados.....	108
3.4.6 Perfil del visitante obtenido	122
3.5 Estudio de la Oferta	123
3.5.1 Situación de la oferta actual.....	123
3.5.2 Análisis de la competencia a nivel local y/o regional	124
3.5.3 Proyección de la oferta	124
3.6 Estudio de la Demanda.....	126
3.6.1 Situación de la Demanda actual.....	126
3.6.2 Definición del perfil del cliente.....	127
3.6.3 Proyección de la demanda.....	127
3.6.4 Determinación de la demanda insatisfecha.....	129
3.7 Canal de distribución	129
3.7.1 Canales de distribución.....	130
3.7.2 Evaluación del canal de distribución	130
CAPÍTULO IV.....	131
PROPUESTA TÉCNICA.....	131
4.1 Introducción	131
4.2 Misión	131

4.3 Visión.....	131
4.4 OBJETIVOS	131
4.4.1 Objetivo General.....	131
4.4.2 Objetivos Específicos.....	132
4.5 Matriz del Marco Lógico.....	132
4.6. Programas y proyectos	134
4.6.1 Programa: Ruta y circuito turístico	134
4.6.1.1 Proyecto: Circuito turístico “Ciudad de la eterna primavera”	134
4.6.1.2 Proyecto: Ruta turística “Paraíso escondido”	143
4.6.2 Programa de capacitaciones.....	159
4.6.2.1 Proyecto: Capacitación en atención al cliente	159
4.6.2.2 Proyecto: Capacitación “Introducción al turismo rural”	164
4.6.3 Programa de Marketing	168
4.6.3.1 Proyecto: Marca turística	168
4.6.3.2 Proyecto: Promoción en medios	170
4.6.6.3 Proyecto: Producción de material publicitario.....	173
4.6.4. Programa de Impacto ambiental	196
4.6.4.1 Proyecto: Impacto ambiental de recursos naturales.....	196
4.6.4.2 Proyecto: Medidas de mitigación	199
CAPÍTULO V.....	210
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	210
5.1 Conclusiones	210
5.2 Recomendaciones	211
5.3 Bibliografía.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

Anexo 1. Evidencias realización de encuestas y entrevistas; **Error! Marcador no definido.**

Anexo 2. Recorrido de prensa **Error! Marcador no definido.**

Anexo 3. Recorrido por sitios turísticos **Error! Marcador no definido.**

Anexo 4. Reuniones con asociaciones para determinar el FODA **Error! Marcador no definido.**

Anexo 5. Reuniones con Juntas Parroquiales - FODA; **Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Posición del turismo en la economía.....	4
Figura 2. Concentración de la demanda extranjera.....	20
Figura 3. Tipos de Turismo que prefieren los extranjeros	21
Figura 4. Tipos de turismo que prefieren los nacionales	21
Figura 5. Principales mercados turísticos al Ecuador	23
Figura 6. Producto Interno Bruto – PIB	27
Figura 7. Distribución de la Población Económicamente Activa-PEA urbana. ...	28
Figura 8. Estructura de la ocupación de la PEA Urbana	29
Figura 9. Inflación anual a diciembre de cada año (Porcentajes, 2006-2013) ..	29
Figura 10. Inflación internacional (Porcentajes, noviembre 2014)	30
Figura 11. Inflación IPC y por división de consumo 2013-2014.....	30
Figura 12. Contribución al crecimiento inter anual.....	31
Figura 13. Posición del turismo en la economía año 2013	32
Figura 14. Población Total y Tasa de crecimiento del Ecuador	34
Figura 15. Población Total y Tasa de crecimiento del Carchi.....	35
Figura 16. Población por parroquia	36
Figura 17. Estructura de la población económicamente activa.....	37
Figura 18. Bandera y escudo - provincia del Carchi	40
Figura 19. Bandera y escudo del cantón Montúfar.....	41
Figura 20. Ubicación geográfica.....	43
Figura 21. Servicios básicos en el Carchi	46
Figura 22. Tecnologías Informáticas y de Comunicación	49
Figura 23. Cobertura del servicio de internet en el cantón Montúfar	50
Figura 24. Banano embajador.....	51
Figura 25. Catedral Bosque de los Arrayanes	61
Figura 26. La Cascada de Paluz I	63
Figura 27. Templo de la Gruta de la Paz.....	64
Figura 28. Patos Salvajes dentro de la Laguna de El Salado.....	65
Figura 29. Monumento al procerato	66

Figura 30. Fachada de la Iglesia Matriz de San Gabriel	67
Figura 31. Fachada Principal de la Iglesia de San Pedro	68
Figura 32. Quesos Amasados	71
Figura 33. Desfile de la Fiesta de los Inocentes.	72
Figura 34. Estructura funcional por procesos del GAD Montúfar	78
Figura 35. Organización de las asociaciones	83
Figura 36. Organigrama Funcional.....	85
Figura 37. Análisis de edad.....	108
Figura 38. Análisis de género	109
Figura 39. Análisis de procedencia	109
Figura 40. Análisis de ocupación	110
Figura 41. Análisis pregunta 1.....	110
Figura 42. Análisis de la pregunta 2.....	111
Figura 43. Análisis de la pregunta 3.....	111
Figura 44. Análisis de la pregunta 4.....	112
Figura 45. Análisis de la pregunta 5.....	112
Figura 46. Análisis de la pregunta 6.....	113
Figura 47. Análisis de la pregunta 7	114
Figura 48. Análisis de la pregunta 8 (alimentación).....	114
Figura 49. Análisis de la pregunta 8 (alojamiento)	115
Figura 50. Análisis de la pregunta 8 (transporte).....	115
Figura 51. Análisis de la pregunta 8 (servicios extras)	116
Figura 52. Análisis de la pregunta 9.....	116
Figura 53. Análisis de la pregunta 10.....	117
Figura 54. Análisis de la pregunta 11	117
Figura 55. Análisis de la pregunta 12.....	118
Figura 56. Oferta actual	125
Figura 57. Demanda actual.....	128
Figura 58. Demanda Insatisfecha	129
Figura 59. Mapa Circuito Turístico	139
Figura 60. Mapa turístico del circuito.....	140

Figura 61. Mapa de la ruta turística (Primer día)	151
Figura 62. Mapa turístico (primer día)	152
Figura 63. Mapa de la ruta turística (segundo día)	154
Figura 64. Mapa turístico (segundo día).....	155
Figura 65. Logo.....	169
Figura 66. Volante anverso y reverso.....	175
Figura 67. Afiche anverso y reverso.....	176
Figura 68. Tríptico anverso y reverso.....	177
Figura 69. Plotter modelo 1 y 2	178
Figura 70. Portada y contraportada de la guía turística	179
Figura 71. Páginas 1 y 2 de la guía turística	180
Figura 72. Páginas 3 y 4 de la guía turística	180
Figura 73. Páginas 5 y 6 de la guía turística	181
Figura 74. Páginas 7 y 8 de la guía turística	181
Figura 75. Páginas 9 y 10 de la guía turística	182
Figura 76. Páginas 11 y 12 de la guía turística	182
Figura 77. Páginas 13 y 14 de la guía turística	183
Figura 78. Páginas 15 y 16 de la guía turística	183
Figura 79. Páginas 17 y 18 de la guía turística	184
Figura 80. Páginas 19 y 20 de la guía turística	184
Figura 81. Páginas 21 y 22 de la guía turística	185
Figura 82. Páginas 23 y 24 de la guía turística	185
Figura 83. Páginas 25 y 26 de la guía turística	186
Figura 84. Páginas 27 y 28 de la guía turística	186
Figura 85. Páginas 29 y 30 de la guía turística	187
Figura 86. Páginas 31 y 32 de la guía turística	187
Figura 87. Páginas 33 y 34 de la guía turística	188
Figura 88. Páginas 35 y 36 de la guía turística	188
Figura 89. Páginas 37 y 38 de la guía turística	189
Figura 90. Páginas 39 y 40 de la guía turística	189
Figura 91. Páginas 41 y 42 de la guía turística	190

Figura 92. Páginas 43 y 44 de la guía turística	190
Figura 93. Páginas 45 y 46 de la guía turística	191
Figura 94. Página web	191
Figura 95. Twitter	192
Figura 96. Facebook	192
Figura 97. Pinterest.....	193
Figura 98. Instagram.....	193
Figura 99. YouTube	194
Figura 100. Código QR	194
Figura 101. Punto verde.....	200
Figura 102. Uso eficiente de energía	203
Figura 103. Uso eficiente de agua	204
Figura 104. Uso eficiente de papel.....	204
Figura 105. Uso eficiente de transporte	205

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Recursos turísticos naturales y culturales	19
Cuadro 2. Llegada por jefaturas de migración.....	22
Cuadro 3. Lista de categorías de productos característicos del turismo.....	24
Cuadro 4. División política del Carchi.....	41
Cuadro 5. División política del cantón Montúfar	43
Cuadro 6. Elevaciones	44
Cuadro 7. Estado de la red vial estatal – provincia del Carchi.....	45
Cuadro 8. Servicios Básicos - Montúfar	47
Cuadro 9. Atractivos turísticos	60
Cuadro 10. Datos de las asociaciones que integran el corredor eco turístico...79	79
Cuadro 11. Bienes entregados a la Aso. “Guardianes Ambientales”	80
Cuadro 12. Bienes entregados a la Aso. “Laguna El Salado”	80
Cuadro 13. Bienes entregados a las asociaciones.....	81
Cuadro 14. Bienes entregados a la Asociación “San Gregorio”	82
Cuadro 15. Empresas Turísticas del cantón Montúfar.....	82
Cuadro 16. Actividades innovadoras en los recursos turísticos	86
Cuadro 17. Análisis FODA.....	88
Cuadro 18. Matriz de Impacto (Fortalezas)	90
Cuadro 19. Matriz de Impacto (Debilidades)	91
Cuadro 20. Matriz de Impacto (Oportunidades)	92
Cuadro 21. Matriz de Impacto (Amenazas).....	93
Cuadro 22. Matriz de Áreas Ofensivas “FO”	94
Cuadro 23. Matriz de Áreas Defensivas “DA”	95
Cuadro 24. Matriz de Áreas Ofensivas “DO”	96
Cuadro 25. Matriz de Áreas Defensivas de Iniciativa Estratégica “FA”	97
Cuadro 26. Matriz FODA.....	98
Cuadro 27. Establecimientos turísticos del cantón Montúfar	124
Cuadro 28. Marco Lógico.....	132
Cuadro 29. Itinerario Circuito	135
Cuadro 30. Listado de Proveedores	142

Cuadro 31. Descripción presupuestaria	143
Cuadro 32. Itinerario ruta turística (primer día).....	145
Cuadro 33. Itinerario ruta turística (segundo día)	146
Cuadro 34. Lista de Proveedores.....	157
Cuadro 35. Descripción presupuestaria	158
Cuadro 36. Itinerario de capacitación en servicio al cliente	160
Cuadro 37. Equipo y material a utilizar.....	162
Cuadro 38. Presupuesto de capacitación en servicio al cliente	162
Cuadro 39. Descripción presupuestaria	163
Cuadro 40. Itinerario de capacitación en turismo rural	165
Cuadro 41. Equipo y material a utilizar.....	167
Cuadro 42. Presupuesto de capacitación en turismo rural	167
Cuadro 43. Descripción presupuestaria	168
Cuadro 44. Plan de medios de publicidad tradicional.....	171
Cuadro 45. Plan de medios de publicidad no tradicional.....	172
Cuadro 46. Presupuesto medios tradicionales	195
Cuadro 47. Presupuesto medios no tradicionales	195
Cuadro 48. Matriz de impactos ambientales	199
Cuadro 49. Resumen de propuesta técnica	207
Cuadro 50. Presupuesto Global.....	209

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balanza turística (por trimestre).....	32
Tabla 2. Situación a nivel de los cantones.....	35
Tabla 3. Distribución de la población por género.....	36
Tabla 4. Población cantonal por grupos de edad.....	38
Tabla 5. Niveles de Instrucción de la población.....	38
Tabla 6. Proyección de la oferta.....	125
Tabla 7. Oferta proyectada.....	126
Tabla 8. Demanda actual.....	127
Tabla 9. Proyección de la demanda.....	128
Tabla 10. Demanda Proyectada.....	128
Tabla 11. Demanda Insatisfecha.....	129

RESUMEN

El presente proyecto de titulación llamado “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MONTÚFAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI” surge de la necesidad de potencializar el turismo en la zona, con un aprovechamiento de los recursos turísticos naturales y culturales, para convertirlos posteriormente en atractivos con un trabajo conjunto entre el Gobierno Autónomo Descentralizado con su Unidad de Turismo y la población por medio de las asociaciones encargadas de cada sitio, debido a que Montúfar es un lugar con maravillosos paisajes y una cultura inigualable, al igual que gente amable y cálida con el visitante, por esto es un cantón que debe conocer en su totalidad tanto la gente local, como nacional e internacional, enfocándose a un determinado segmento de mercado obtenido por la aplicación de encuestas y entrevistas. Esta información sirve para realizar la propuesta técnica del proyecto de titulación que se basa principalmente en el desarrollo de una marca publicitaria que es difundida por medios tradicionales y no tradicionales de la publicidad con la utilización de material impreso y de internet, y da a conocer la creación de un circuito y ruta turística, captar el interés de los visitantes, para ofrecer un servicio de calidad a los turistas, los ofertantes deben ser personas capacitadas en atención al cliente y temas relacionadas a turismo, con la finalidad de que ellos puedan realizar proyectos para ser ejecutados en un determinado tiempo, y mantener estrategias de cuidado ambiental que puedan beneficiar a la población, Municipio, y turistas.

PALABRAS CLAVES:

TURISMO

CULTURA

RECURSO TURÍSTICO

CIRCUITO TURÍSTICO

RUTA TURÍSTICA

ABSTRACT

This project called "TOURISM DEVELOPMENT PLAN OF THE MONTÚFAR CANTON IN THE CARCHI PROVINCE" arises from the need to potentiate tourism in the area, with use of natural and cultural tourism resources, to turn them into attractive then a joint work between the Autonomous Government Decentralized with its Tourism Unit and the population through associations responsible for each site, because Montúfar is a place with beautiful scenery and unique culture, as friendly and warm people with the visitor, this is a canton in its entirety must know both locals, national and international, focusing on a particular segment Marketplace obtained by conducting surveys and interviews. This information is for the technical proposal titling project that is mainly based on the development of an advertising brand that is broadcast by traditional and non-traditional advertising with the use of materials printed and internet, and announces the creation of a tourist route and track, capture the interest of visitors, offer a quality service to tourists, bidders must be trained in customer service and people related to tourism issues , in order that they can carry out projects to be executed in a given time, and maintain environmental protection strategies that can benefit in the future to the population, municipality, and tourists.

KEYWORDS:

TOURISM

CULTURE

TOURIST RESOURCE

TOURIST CIRCUIT

TOURIST ROUTE

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción y antecedentes

En la actualidad el turismo se ha convertido en la actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo, como parte de la evolución social de una nueva época en la que distintas tendencias aparecen y se da un importante cambio social. Trae muchas oportunidades para fomentar el desarrollo, dinamizar la economía local y regional, promover el intercambio cultural, mejorar la calidad de vida de los pobladores locales, revitalizar valores culturales y valorar los recursos naturales existentes.

El Ministerio de Turismo desde principios del 2014 busca posicionar al Ecuador como destino de clase mundial a través de la campaña publicitaria “All you need is Ecuador”, que expresa la diversidad de paisajes, la pluriculturalidad, la calidad de gente que tiene y las emociones que ésta genera en los visitantes nacionales y extranjeros, y obtener así grandes reconocimientos al país como primer destino verde del planeta, de vida silvestre y naturaleza, la ruta del Tren Crucero mejor destino turístico fuera de Europa, Cuenca primera ciudad del mundo para retirarse y para realizar deportes de aventura, Ecuador país de moda, Galápagos lugar imprescindible de visitar antes de morir, entre otros.

El cantón Montúfar, localizado en la provincia del Carchi constituye un eje turístico por su inigualable belleza escénica natural de verdes valles, bosques naturales, cascadas, montañas, páramos, laguna, la cultura e identidad de su pueblo, y como no puede ser de otra manera las construcciones arquitectónicas de estilo colonial y republicano, sus templos religiosos; que para bien de sus habitantes y visitantes la ciudad de San Gabriel fue declarada como Patrimonio Cultural de la Nación por la UNESCO el 11 de Noviembre de 1992.

El presente documento muestra el diseño del Plan de desarrollo turístico del cantón Montúfar para resaltar a dicho cantón como un destino en el norte del País, donde se puede realizar turismo cultural y principalmente natural, encontrándose en contacto con la naturaleza y su paisaje de manera que le permita a la población desarrollarse social y económicamente, al ser atractivo para turistas nacionales y extranjeros.

A continuación se demuestra que tan factible o viable resulta implementar un plan de desarrollo que promueva las visitas de propios y extraños a los diferentes atractivos del cantón, y permita la difusión crítica y objetiva de los maravillosos paisajes como un lugar privilegiado para relajarse y disfrutar en medio de una exuberante naturaleza.

El capítulo I, la metodología de la investigación busca establecer los objetivos del proyecto, la problemática y su respectiva justificación, junto a las teorías que encamina la realización del plan de desarrollo cantonal.

En el capítulo II, hace referencia al Diagnóstico situacional donde establece la situación actual de los recursos naturales y culturales que posee el cantón Montúfar, por medio de un análisis externo e interno que permite reconocer los aspectos como Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

El capítulo III, trata del Estudio de mercado que permite establecer el análisis de la oferta turística, demanda real y potencial, que identifica el perfil de los visitantes al destino, motivaciones de viaje, canales de distribución, niveles de gasto, entre otros.

El capítulo IV, indica la Propuesta técnica dividida en programas, proyectos y actividades, los programas base son la capacitación de servicio al cliente e introducción al turismo rural como una oportunidad de negocios a los ofertantes de servicios turísticos, la creación de un circuito y una ruta turística, marketing del cantón Montúfar y el impacto ambiental generado por la propuesta.

Al finalizar el proyecto se determina las Conclusiones y Recomendaciones como resultados del Plan de Desarrollo, realizado a través de un análisis crítico de contenidos y datos obtenidos en el transcurso de la investigación, con el uso del método inductivo por medio de encuestas a turistas y entrevistas a las principales autoridades.

1.2 Definición del problema

El cantón Montúfar, se encuentra ubicado en la provincia del Carchi, al norte del Ecuador, según datos del INEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la gente de Montúfar trabaja por cuenta propia un 27,6% y un 27,2% lo hace en trabajo agrícola y ganadero, no se introducen en el tema del turismo pese a que existe una variedad de atractivos turísticos de manifestaciones culturales y sitios naturales en estado inalterado, que desconocen los turistas nacionales y extranjeros.

Uno de los principales problemas para los recursos turísticos de Montúfar es el desconocimiento o desactualización en temas como la tecnología, que en la actualidad es de vital importancia para dar a conocer un atractivo turístico a nivel nacional e internacional por el internet, por ejemplo en páginas web como la de la Prefectura del Carchi, <http://www.carchi.gob.ec/index.php/turismo-canton-montufar>, proporciona poca información de los atractivos turísticos, muchos no cuentan con fotografías del lugar, ni la manera de acceder a ellos.

El desconocimiento del perfil del turista al cual los atractivos turísticos se debe enfocar de acuerdo a sus características y particularidades, para que estos sean adecuados a las necesidades y expectativas de los turistas e incluso por quienes habitan en el cantón Montúfar.

Existen varios problemas en el desarrollo del turismo dentro del cantón Montúfar según el Sr. Edison Jiménez, técnico de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Montúfar, tienen escasa capacitación los prestadores de servicios, poca difusión de los recursos turísticos, falta de

cultura en el turismo en cuanto se refiere a buenas prácticas ambientales, todas estas crea la necesidad de realizar un plan de desarrollo turístico que destaque las características fundamentales por las que se debe visitar el cantón.

1.3 Justificación

El desarrollo turístico del cantón y de la provincia comenzó a tener impulso desde la declaración realizada por la UNESCO a la ciudad de San Gabriel como “Patrimonio Cultural de la Nación” el 11 de Noviembre de 1992 caracterizado por las fachadas coloniales de sus construcciones. El propósito de elaborar un Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar, en la Provincia del Carchi, surge por la importancia económica que ha desarrollado el sector turístico en las exportaciones no petroleras, y, por el interés que esto ha despertado durante los últimos años en las diferentes regiones y provincias del país.

El turismo se ha convertido en una de las mayores fuentes generadoras de empleo, de divisas y crecimiento económico, ubicándose en la balanza comercial en el tercer lugar según datos proporcionados por el boletín del mes de Agosto del 2014 emitido por el Ministerio de Turismo (MINTUR).



Figura 1. Posición del turismo en la economía

Fuente: (MINTUR, 2014)

Es de gran importancia que el presente proyecto de grado contenga una determinada formulación del plan de desarrollo, que al culminarse le permita a

la unidad encargada basarse para posteriores proyectos. Para la investigación y desarrollo del trabajo se cita que “la planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental” (Getz, H., 1997, pág. 309).

El interés de trabajar en un Plan de Desarrollo Turístico para el cantón Montúfar, se debe a la riqueza natural existente, un clima variado y agradable, con la combinación de tierras fértiles y un pueblo que se caracteriza por ser trabajador al crear micro empresas que día a día muestran progreso, además cuenta con lugares que le permiten al turista tener contacto directo con la naturaleza, lejos del ruido y la contaminación, en un ambiente rodeado de una extensa y variada vegetación, y fauna propia de la serranía.

En la ciudad de San Gabriel se desarrollan ferias importantes como de la papa, ganado vacuno y la actividad comercial que toma un impulso importante en conjunto al gran potencial turístico, para destacar todos estos aspectos de importancia se usa los avances tecnológicos con la utilización del internet como herramienta principal, mediante redes sociales , páginas webs, elaboración de videos y diseños publicitarios, de tal manera que resalte los atractivos culturales y naturales y la calidad de gente que habita en Montúfar.

Es trascendental mostrar los atractivos naturales y culturales que posee el cantón a los turistas nacionales y extranjeros, cuidar los mismos y asegurar ingresos de divisas, a través de un manejo adecuado de la actividad turística y la manera de promover la participación y obtención de beneficios para la población del cantón Montúfar, con la formulación de estrategias de desarrollo para que el turismo crezca de manera sostenible y proporcionar un servicio de calidad a las más altas exigencias.

La propuesta se enfoca en la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar, que permita destacar los atractivos turísticos naturales y culturales, con programas, proyectos y actividades que enfatizan el contacto

con la naturaleza y un ambiente de tranquilidad y descontaminación, haciéndose apto para el agroturismo.

Toda empresa que está relacionada con el turismo debe contar con estrategias de atención al cliente, por medio de capacitaciones a los empleados, para fidelizar a los turistas, con un servicio de calidad.

Promocionar es un factor clave al momento de dar a conocer un atractivo, por tal motivo el marketing nos permite difundir los diferentes lugares turísticos que posee el cantón, con acciones publicitarias para distinguirse en la provincia del Carchi.

1.3.1 Justificación por línea de investigación.

La Línea de investigación es la de Economías aplicadas y administración que es parte de la ciencia económica, ésta usa los conocimientos teóricos para examinar problemas prácticos y buscar solución a los mismos, como sublínea de investigación, la economía espacial, nos ayuda a establecer estudios con énfasis en la localización geográfica y sus actividades económicas, para lo cual dentro del plan de desarrollo uno de los principales estudios es la economía generada por viajes y turismo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar, que resalte los recursos naturales y culturales que pueden ser ofertados nacional o internacionalmente por medio de marketing y promoción.

1.4.2 Objetivos específicos

- ✚ Argumentar con fundamentos teóricos el alcance del proyecto, a través del planteamiento de un problema para sustentar la elaboración de un plan de desarrollo turístico.

- ✚ Establecer la situación actual de los recursos naturales y culturales que posee Montúfar para el diseño del mejoramiento turístico del cantón con el apoyo de la unidad de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Montúfar en la provincia del Carchi.
- ✚ Establecer una línea base de la oferta turística, demanda real y potencial, que sustente la investigación de mercado con la ayuda de una encuesta que defina el perfil de los visitantes al destino, motivaciones de viaje, canales de distribución y niveles de gasto.
- ✚ Proponer temas de capacitación a los prestadores de servicios, asociaciones y profesionales en atención al cliente e introducción al turismo rural como una oportunidad de negocio, para promocionar a Montúfar como destino turístico potencial de la región con cuidado ambiental, a través del diseño de un circuito y una ruta turística.

1.5 Metodología de la investigación

1.5.1 Métodos

Para conocer la realidad del cantón Montúfar desde una perspectiva científica se utiliza el método Inductivo, porque es necesario comunicarnos con las autoridades que se involucren en el desarrollo turístico de Montúfar, al igual que personas que trabajan en la prestación de servicios turísticos, para comprender los problemas internos que se presente en cada una de estas áreas, y a través del análisis determinar un problema común que limite la potencialidad de los atractivos turísticos.

Es necesario visitar los diferentes atractivos que ofrece el cantón Montúfar, esto permite conocer cuál es el estado actual de ellos, verificar si han tenido, o no, una adecuada promoción turística y si cuentan con los servicios básicos para que puedan brindar un servicio turístico de calidad, a través del análisis de estos aspectos podremos conocer cuáles son las falencias y determinar posibles soluciones.

1.5.2 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos que se emplea en la recopilación de la información son la observación, la encuesta y la entrevista.

La observación en todos los atractivos culturales y naturales, nos permite conocer el estado actual de estos lugares y las empresas que se dedican a la prestación de servicios turísticos, con la colaboración de la Unidad de Turismo de Montúfar, para acceder a ellos y obtener información.

En la investigación se aplica encuestas que contengan preguntas claves para conocer las diferentes opiniones de los turistas, a fin de conocer el perfil del turista que visita Montúfar y al nicho de mercado que se debe enfocar la comercialización de la actividad turística.

Las entrevistas se aplican a las principales autoridades relacionadas con el turismo y el desarrollo del cantón, para conocer cuál es su punto de vista acerca del turismo, su desarrollo y que se debe hacer para aumentar los ingresos en esta actividad.

1.6 Idea a defender

El Propósito de formular un Plan de Desarrollo Turístico en el Cantón Montúfar, de la Provincia del Carchi, es orientar y contribuir con ideas al Municipio que al ser aplicadas actúen en beneficio del desarrollo turístico para el cantón, con el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales; por medio de la participación de la comunidad en nuevas fuentes de trabajo y por tanto incrementa los ingresos económicos internos a través del PIB, con el mejoramiento del sistema turístico en la provincia del Carchi.

1.7 Marco teórico

1.7.1 Perspectivas teóricas existentes

Teoría de las relaciones humanas. Se origina a partir de la necesidad de humanizar y democratizar la administración, adecuándose a los nuevos estilos

de vida, el desarrollo de las ciencias humanas, principalmente de la psicológica y el crecimiento de la influencia intelectual. (Coulter, R., 2010).

Esta teoría es básica en el proyecto, debido a que las personas que ofertan servicios turísticos principalmente en las asociaciones, deben tener una excelente integración social para una mayor disposición a producir, mientras mejor sea el compañerismo, mejor es el ambiente laboral y su atención al turista.

El comportamiento de los trabajadores está condicionado por normas y patrones sociales y valores humanistas, con énfasis en los aspectos emocionales, no planeados e irracionales del comportamiento humano dándole una atención especial.

Teoría de motivación. Maslow autor de la teoría de la motivación, muestra las necesidades humanas organizadas y dispuestas en niveles de importancia e influencia, la cual se la visualiza por medio de una pirámide en donde las necesidades primarias (fisiológicas) son la base y las necesidades más elevadas (autorrealización) están en la cima de la pirámide. (Coulter, R., 2010).

Según Maslow existen cinco necesidades fisiológicas la primera es de vital importancia, en este nivel están la necesidad de alimentación, sueño, reposo, abrigo, etc., las mismas que son las que tiene todo ser humano y por ende un turista que está en un nuevo destino, la segunda necesidad es de seguridad, estabilidad, protección y huida del peligro, estas tiene gran importancia en la conducta humana, actualmente el MINTUR en conjunto con la Policía Nacional trabajan por darle al turista protección mientras disfruta de su estancia en un determinado territorio, entre las necesidades secundarias: se encuentran las necesidades sociales, de estima y de autorrealización que son aquellas que afecta directamente a una persona, todos quieren y necesitan relacionarse con otras personas y sentirse aceptados en donde sea que se encuentren, la gente espera un servicio de calidad y buen trato, y los encargados de dar ese servicio buscan crecer profesionalmente y una superación continua.

Teoría situacional. Se enfoca a que nada es absoluto en las organizaciones, todo es relativo, todo depende que exista una relación funcional entre las condiciones del ambiente y las técnicas administrativas que permiten el alcance eficaz de los objetivos. Se debe tomar en cuenta que las variables ambientales son independientes y las administrativas son dependientes de las ambientales dentro de una relación funcional. (Coulter, R., 2010).

Para el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar se analiza el funcionamiento de los gestores turísticos, asociaciones y toda persona que tenga a cargo una actividad turística, para conocer el efecto que tiene el ambiente externo para ellos es decir, como incide las oportunidades o amenazas en la estructura y procesos de la organización.

Teoría clínica. Relaciona el inconsciente que ocurre cuando la gente no se da cuenta regularmente de sus motivaciones al adquirir un producto y por ende se recurre a métodos de investigación motivacional. (Jany Castro, J., 2005).

Este es un factor psicológico que afecta la demanda en la investigación de mercados, debido al proceso mental de búsqueda de razones que justifiquen actos u opiniones acerca de la preferencia de un sitio o un servicio, para esto en el estudio de mercados se utiliza la entrevista y la encuesta para determinar la proyección que aplica sus motivaciones a las de otra persona.

Teoría de la dependencia. También es conocida como teoría “núcleo-periferia” se basa en la interrelación de desarrollo y subdesarrollo y a la dependencia económica, social o política. El desarrollo turístico puede mostrar los síntomas de la teoría de la dependencia cuando provoca el enriquecimiento de las zonas o metrópolis desarrolladas a costa de las regiones más pobres y subdesarrolladas. (Jany Castro, J., 2005).

La teoría de la dependencia puede guardar relación con el turismo interno, cuando regiones rurales escasamente pobladas constatan que su economía se ha visto afectada por las exigencias que se derivan del desarrollo de las

actividades turísticas, por lo cual buscan trabajos en el área de turismo para generar economía de manera local, ese es el caso de las asociaciones pertenecientes al cantón Montúfar que han visto un ingreso económico por la prestación de un servicio al turista, y cada vez se suma gente que desea laborar e incursionar en este ámbito.

Teoría de la Publicidad. La teoría de la publicidad utiliza varios marcos teóricos que son útiles para crear un anuncio de campaña publicitaria como son:

- ✚ Jerarquía de efectos: El anunciante trata de influir en el consumidor para que prefiera una marca o empresa en particular, fijándose en la conciencia, conocimiento, gusto, preferencia, convicción y la compra propiamente dicha, que en sí, no son secuenciales.
- ✚ Teoría de medios y fines: El anuncio debe contener un mensaje que induzca al consumidor a creer que el uso del producto ayuda a alcanzar uno de los valores personales como: vida confortable, libertad, emoción, diversión, felicidad, autorrealización, etc.
- ✚ Imágenes verbales y visuales: Es el grado de énfasis que se pone en la parte visual del anuncio en comparación a la parte verbal. Los elementos visuales oscilan entre lo concreto y realista y lo sumamente abstracto que tienden a ser recordados con mayor facilidad que el texto verbal, y el anuncio verbal o escrito hace más énfasis en el texto o en lo que se quiere decir en la publicidad. (Baack, C., 2010).

En el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Montúfar uno de los aspectos importantes es la publicidad para llegar a la mente de los turistas con imágenes de un producto novedoso en donde tenga contacto con la naturaleza, por lo que hay que considerar todos los medios de comunicación, a fin que los visitantes acceda por medio de elementos audiovisuales que llamen la atención de manera positiva para el desarrollo del turismo en el sector.

Teoría situacional de liderazgo. Se enfoca en agrupaciones con valores tradicionales, que exista eficiencia en los subordinados y cuando se presente un problema tengan el tiempo para resolver esta dificultad, el gerente debe tener valores personales, convicciones y confianza en el trabajo de sus subordinados, por su parte los subordinados que presentan eficiencia, buscan autonomía, asumir responsabilidades, poseen tolerancia a la incertidumbre, comprenden el problema gracias al conocimiento y experiencia que poseen y desean participar de las decisiones que se tomen. (Griffin, R., 2011).

El liderazgo es un factor importante en el momento de tomar decisiones en beneficio de un determinado grupo o en un tema en específico, en este caso en el circuito y ruta turística participan las asociaciones encargadas de cada recurso turístico, son aquellos que están en contacto de manera directa con los turistas y deben ofrecer un excelente trato, por lo que es necesario recibir capacitaciones, y poner empeño en cada una de sus funciones, la persona que controle el buen funcionamiento es el líder de cada grupo y es el encargado de determinar nuevas estrategias que mejoren su atención para brindar calidad al visitante.

Las teorías del desarrollo. El término de desarrollo se entiende como la condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos está basada en la tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. El desarrollo busca que los grupos sociales tengan acceso a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y, sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas en el marco social de un estado en particular. (Reyes, G.E., 2009).

Esta teoría de desarrollo es importante para el proyecto, debido al interés por la situación actual y lo que se pretende conseguir si se ejecuta dicho plan, el turismo brinda oportunidades de empleo, servicios de calidad en cuanto a la satisfacción de necesidades básicas, lo cual proporciona beneficios y

oportunidades sociales para la mayoría de la población por dedicarse a esta actividad, pero se debe considerar no afectar al entorno ambiental, y respetar la cultura y tradiciones que tiene la población.

Teoría de sistemas aplicados al turismo.- El turismo, según la Teoría General de sistemas, se puede considerar un sistema abierto, que permite identificar las características básicas de sus elementos. En donde se visualizan tres grandes conjuntos: a) relaciones ambientales, b) organización estructural, c) o de las acciones operacionales. Cada uno de los conjuntos se considera como un subsistema, porque representa funciones específicas. El Subsistema de Relaciones Ambientales se compone de un conjunto de condiciones del medio donde se desenvuelve la actividad turística y tiene un determinado ambiente económico, social, ecológico y cultural. (Jafari. J., 2005).

El Subsistema de Organización Estructural participa el Estado, Política Nacional o local de turismo, así como, el resto de instituciones públicas y privadas que participan en la actividad turística o facilitan la misma, y el Subsistema Operativo de Turismo es el conjunto de acciones operacionales en el mercado turístico, donde existe la producción y el consumo, según oferta y demanda, se garantiza por el sistema de distribución. Las características del subsistema están influidas por peculiaridades del producto turístico como tal. (Krippendorf, 1971).

La teoría de sistemas aplicados al turismo hace referencia a todas aquellas situaciones que sirven para el desarrollo de los recursos turísticos y por ende para el ingreso de economía para la población, por medio del respeto al ambiente, de la organización que dirige dichos proyectos y las acciones que toman los diferentes departamentos o asociaciones en beneficio al turismo y a la sociedad.

1.7.2 Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

Para entender que es un Plan de Desarrollo Turístico es necesario revisar algunas palabras que intervienen y sustentan el trabajo, es decir, se debe conocer el significado de cada una de las palabras del título del proyecto.

Plan. Para emprender cualquier actividad es necesario realizar un bussines plan el cual minimiza los riesgos para lograr el éxito, un buen plan permite detectar todos los temas y variables relevantes que con estrategias y ventajas competitivas le permita apartarse de la competencia. (Canelos, R., 2010).

Plan Maestro. Modelo turístico nacional o subnacional (internacional) que está integrado por la oferta y demanda, en el plan incluye la definición del propósito, metas, objetivo, investigación y desarrollo de estrategias, la integración de todos estos elementos buscan el desarrollo turístico de manera lógica y secuencial. (Jafari. J., 2005).

Planificación. Se denomina así a la toma de decisiones que determinan actuaciones futuras apropiadas, por medio de estrategias que tracen metas, enfocadas en el futuro y así preparar el camino para un cambio deseable a nivel local y hasta nacional. La planificación a nivel turístico se orienta a lo económico, social, infraestructura, que sean flexibles para estar aptas a las circunstancias cambiables y así aprovechar las oportunidades. (Jafari. J., 2005).

Desarrollo. Es un proceso constante de cambio y de transformación económica y social, en si al hablar de desarrollo solo se piensa en el crecimiento económico en la población que se evidencia en el PIB (Producto Interno Bruto) del país, pero eso sería un desarrollo a corto plazo, el verdadero desarrollo es cuando existe un mejor estilo de vida, en lo que se refiere a educación, salud, tecnología y bienestar y todo esto se debe a que existe un aumento en la economía nacional y una manera de promover el desarrollo sería a través del turismo. (Valcárcel, M., 2006).

Desarrollo Turístico. El precursor en la teoría del desarrollo turístico es (Percea, 1979). Establece con planes aplicados en América, Europa y Asia, que la distribución de la oferta, demanda, localización y flujos turísticos alcanza un desarrollo cuando provisionan de instalaciones y servicios para los turistas, complementándolos con oferta turística atractivos naturales y culturales, transporte, alojamiento, infraestructura en vías y servicios públicos, el sector público tiene un papel importante como planificador y promotor, mientras que el sector privado es el beneficiado.

Barbaza divide en tres tipos de desarrollo:

- ✚ Desarrollo espontaneo: debido a la gran demanda, se crea infraestructura e instalaciones para satisfacer la demanda.
- ✚ Desarrollo planificado: sobre la base del estudio de demanda, localización y capacidad del atractivo, se estima el ingreso de divisas, que se espera beneficien al turismo social que genere un desarrollo local.
- ✚ Desarrollo turístico extensivo: expansión de nuevos desarrollos a los ya existentes o en operación, en base al desarrollo turístico nacional de acuerdo a la oferta turística. (Castellanos Hernández, E., 2011).

Modelo alternativo de desarrollo. Este inicia en Europa y se enfoca en las pequeñas y medianas empresas turísticas, que gracias al financiamiento nacional, regional o local son operadas por los lugareños de la comunidad y sus ingresos son repartidos equitativamente entre los participantes. En este modelo los turistas son participativos y activos en la relación con la comunidad y ambiente, en donde existe un intercambio cultural con el anfitrión. (Castellanos Hernández, E., 2011).

En conclusión es necesario realizar un plan para identificar cada uno de los aspectos que se debe considerar al momento de buscar un desarrollo turístico, enfocándose a la realidad de Montúfar con el modelo alternativo que busca el desarrollo de la comunidad y creación de emprendimientos turísticos, otro a utilizar es el de desarrollo turístico sustentable que busca conocer como la comunidad se adapta a la llegada de turistas y como el turismo afecta a la

comunidad a nivel social y económico, y así conocer cómo se da el nivel de desarrollo de los atractivos y a qué tipo de turistas se debe enfocar para lograr el éxito del Plan de Desarrollo.

1.7.3 Antecedentes investigativos.

1.7.3.1 Investigaciones cualitativas.

Modelo Estudio de factibilidad para la readecuación e implementación de Atractivos Turísticos en la Laguna del Salado; de la parroquia Cristóbal Colón, cantón Montúfar, provincia del Carchi.- esta se realizó en el 2011 se trata de una investigación, de uno de los recursos turísticos más importantes de la parroquia de Cristóbal Colón y del cantón Montúfar, que desde el 2013 está a cargo de las Asociaciones Guardianes Ambientales y El Ejido, con el objetivo de promover el turismo y recuperar la Laguna del Salado, el Municipio de Montúfar aporta con la partida presupuestaria Nro. 41-75-01-99-37, por un valor de 130.000 dólares y 50.000 dólares donados por el Consejo Provincial del Carchi, para la recuperación y mantenimiento de la Laguna.

Laguna del Salado de acuerdo al análisis del nicho de mercado, ésta se enfoca a los amantes de la naturaleza y al turismo interno del cantón y de la provincia del Carchi, entre las oportunidades de crecimiento que aseguran éxito es la creación de servicios que complemente a la laguna como: restaurante, hostería, botes entre otros y a su vez se ve la necesidad de la capacitación para ofrecer un servicio de calidad. (Acosta, M., 2011).

Plan de Desarrollo Turístico Sustentable del cantón Montúfar de la provincia del Carchi.- La autora de esta tesis expresa que los pobladores del cantón Montúfar buscan nuevas alternativas para mejorar su situación económica actual, y ven en la actividad turística una gran posibilidad, por tener recursos turísticos tanto naturales como culturales.

En el presente trabajo de titulación la información es importante como base para las investigaciones y actualización de datos en la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar, al contar con este documento como fuente de información, por las propuestas de programas que integran el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable como, el Programa de Ordenamiento Territorial Turístico, Programa del Producto Turístico “Ecoturismo”, Programa de desarrollo Institucional, Programa de educación e interpretación ambiental, Programa de Educación de Impactos Ambientales, Programa de Desarrollo de la Infraestructura Turística, la realización del paquete de Ecoturismo y de Turismo Comunitario.

Además, como conclusión se determina el realizar promoción y publicidad del cantón Montúfar a través de la determinación de los atractivos naturales y culturales aptos para ser conocidos por el mercado meta que es la población de la ciudad de Quito, es así que ya conocemos cual es uno de los nichos de mercado al que se debe enfocar Montúfar. (Goyes Rodríguez, P., 2009).

Se toma como referencia el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Mejía Al 2020 para el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Montúfar por sus similares recursos turísticos, clima, producción agrícola y ganadera, por tal motivo se identifica los recursos turísticos tanto naturales como culturales de acuerdo al tipo y lugar de ubicación de los mismos por parroquias urbanas o rurales como se lo realiza en Mejía, además de cómo se vincula a los prestadores de servicios turísticos como alojamiento, alimentación, distracción y esparcimiento, como complemento para consolidar el cantón como destino del mercado turístico receptivo e interno, al buscar promover el turismo sobre la base de un acuerdo público, privado y comunitario en el cual los participantes se encuentren representados por asociaciones turísticas locales como organizaciones de Gestión de destino.

Cada lugar que oferte servicios turísticos debe cumplir con unas normas estratégicas que indiquen calidad hacia el turista y cuidado hacia el ambiente

para esto se crea programas de capacitación y de igual forma se promueve en Montúfar para lograr contar con servicios y prestadores turísticos que oferten calidad. (Consultoría, 2008-2009).

“Plan de Desarrollo Ecoturístico para la parroquia de Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi para fomentar el turismo”.- es un modelo de gestión de actividades turísticas con conciencia ambiental que se toma en consideración en la investigación y elaboración del presente Plan de Titulación, porque muestra que la ausencia de un Plan de Desarrollo turístico impulsa a un manejo no técnico de los espacios de interés turístico, que puede provocar el deterioro, por este motivo el proyecto en la parroquia Julio Andrade busca determinar la situación actual de la actividad ecoturística, y la visión de los sitios con potencial para el desarrollo de actividades turísticas, fundamentándose en el triángulo de la sostenibilidad, el social, económicos y ambientales.

Para el desarrollo de la propuesta se realizan planes de acción, operativo, estratégico y director que permiten direccionar las actividades para el desarrollo del Plan ecoturístico y a la vez elaborar la misión, visión, objetivos estratégicos para establecer la proyección del plan de desarrollo.

Como conclusión la parroquia Julio Andrade tiene sitios de interés turístico principalmente naturales esto determina la importancia de elaborar un Plan de desarrollo ecoturístico, pero se recomienda que estos lugares tengan un manejo adecuado para mantener los niveles de conservación y cuidado a la naturaleza. (Andrade Jiménez, M.P., 2014).

Modelo de Centro de Interpretación Turístico Ambiental en el cantón Montúfar como base para el desarrollo sustentable.- Los autores de ésta tesis han visto que el cantón Montúfar cuenta con hermosos y diversos escenarios, que le da una actitud hacia la conservación del Ambiente por lo cual ven la necesidad de crear un centro de interpretación para educar, preparar, formar y promocionar los recursos turísticos del cantón a través de documentos audiovisuales, y generar así un desarrollo sustentable.

La Propuesta consiste en realizar un recorrido por el centro y los diferentes atractivos del cantón con guías preparados, para lograr turismo sustentable que beneficie a las parroquias, planta hotelera y Unidades Educativas que busquen la conservación de la naturaleza y cultura.

En sus encuestas destacamos un dato que es de ayuda, acerca de los recursos turísticos más conocidos en el cantón Montúfar, y son:

Cuadro 1
Recursos Turísticos naturales y culturales

PORCENTAJE	RECURSO
86%	Laguna del Salado
85,8%	Cascada de Paluz
84,4%	Bosque de los Arrayanes
88,8%	Ciudad de San Gabriel
85,5%	Iglesia de San Gabriel
77,8%	Grua de la Paz
42%	Iglesia San Pedro
34%	Fiesta vírgenes de la Nieves
29,6%	Quesos Amasados
22,7%	Pilar de Athal
13,2%	Figuras Precolombinas
13,2%	Bateas
11,6%	Bohio del Tambo
8,4%	Cascada de Guadir

Fuente: (Burbano López, J.C. & Lima Pozo, M.J. 2013).

Este proyecto de grado permite conocer que es necesario crear un punto de información turística, cuáles son los atractivos que se enfoca la creación de una ruta turística al igual la importancia de contar con guías capacitados, involucrar a las comunidades al turismo y la necesidad de conservación ambiental para lograr un desarrollo sustentable. (Burbano López, J.C. & Lima Pozo, M.J., 2013).

1.7.3.2 Investigaciones cuantitativas.

ECUADOR EN CIFRAS – 2011

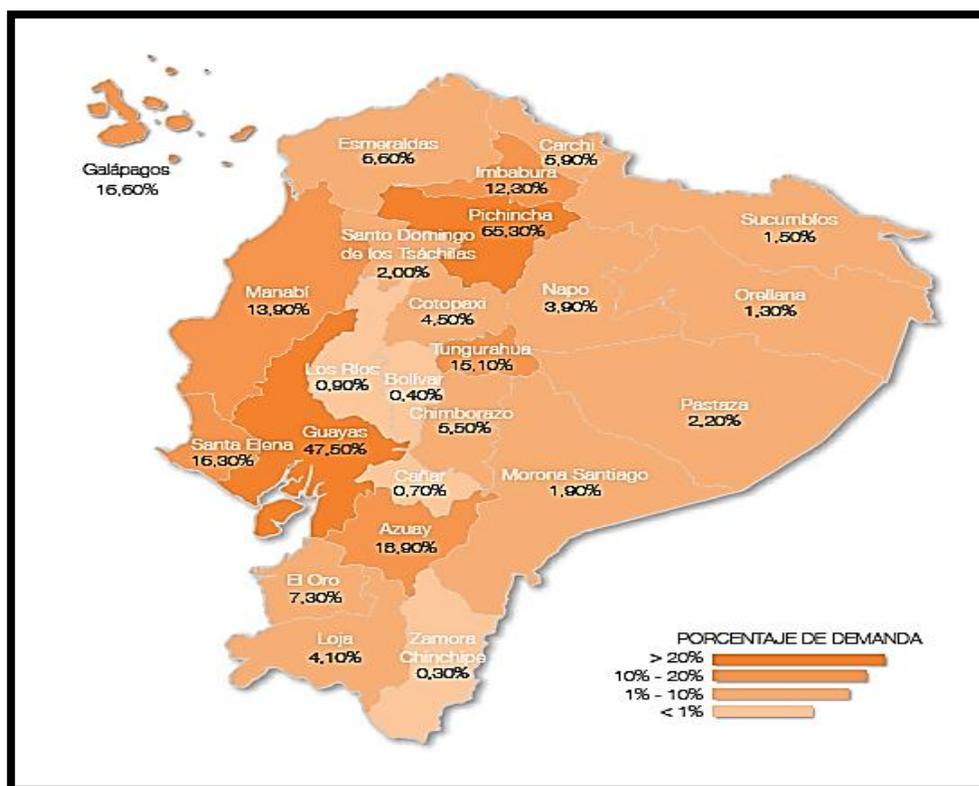


Figura 2. Concentración de la demanda extranjera
Fuente: (MINTUR, 2014)

Los extranjeros visitan Quito con 66%, Guayaquil 47%, que tiene Aeropuertos internacionales y son la puerta de ingreso para estos turistas, Cuenca 19% por su importancia en patrimonio cultural y reserva natural, Galápagos 15% es un destino de importancia internacional por encontrarse entre los 10 lugares que se debe visitar antes de morir y Baños 11% por la práctica de deportes extremos en atractivos naturales, en el Carchi la concentración de turistas es del 5,90%, esto probablemente se debe por estar cerca de la frontera con Colombia y a la diversidad de atractivos naturales y culturales en los que se destaca el Cementerio de Tulcán y la Cultura Pasto, y por encontrarse en la frontera con el vecino país Colombia.

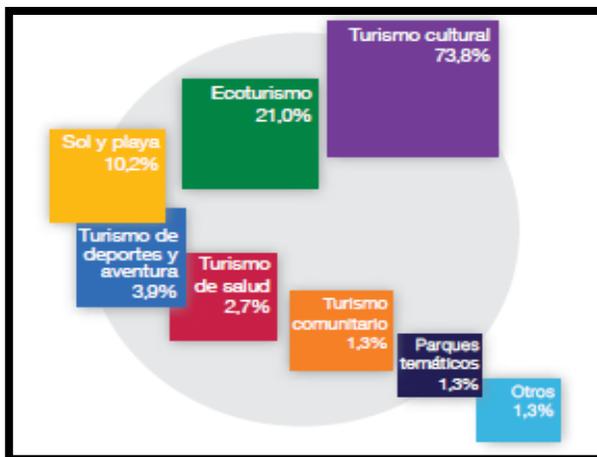


Figura 3. Tipos de Turismo que prefieren los extranjeros
Fuente: (MINTUR, 2014)

Los turistas no residentes prefieren el Turismo Cultural 73,8%, Ecoturismo 21,09%, turismo de deporte y aventura 3,9%, turismo comunitario 1,3%, estas clases de actividades se pueden dar en el Cantón Montúfar por contar con la Cultura Pasto, Cuasmal y el Patrimonio de la Ciudad de San Gabriel, en Ecoturismo cuentan con variedad de recursos naturales en donde se pueden practicar deportes de aventura y visitar a las comunidades que aún conservan sus tradiciones.

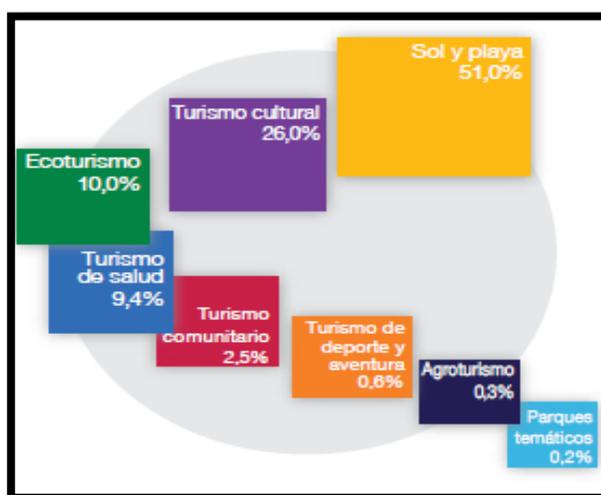


Figura 4. Tipos de turismo que prefieren los nacionales
Fuente: (MINTUR, 2014)

A pesar que los turistas nacionales prefieren Sol y Playa un 51%, el turismo cultural también cuenta con un importante porcentaje de 26% en lo cual Montúfar puede captar la atención para las visitas a sus recursos culturales y naturales para las personas que se enfoquen al ecoturismo, debido a que este ámbito cuenta con un 10% de aceptación.

Principales Indicadores de Turismo – Noviembre 2014

Cuadro 2
Llegada por jefatura de migración

Jefatura	Primer trimestre		Segundo trimestre		Tercer trimestre		oct		nov		ene - nov	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	142.862	158.247	150.504	166.634	168.896	185.618	53.867	59.772	56.212	62.978	572.341	633.249
Guayas	80.950	89.084	73.823	80.478	84.892	92.405	25.249	24.102	24.318	27.063	289.232	313.132
Carchi	64.639	70.553	43.638	55.640	47.105	55.792	14.895	16.479	14.726	14.633	185.003	213.097
El Oro	47.831	52.390	29.794	36.660	37.184	45.442	13.944	16.504	13.305	15.175	142.058	166.171
Loja	3.184	3.678	2.540	3.345	3.066	5.012	919	1.288	848	1.217	10.557	14.540
Otras jefaturas	8.497	17.215	7.343	16.096	6.938	14.421	2.643	6.311	2.647	6.496	29.731	60.539
Total	347.963	391.167	307.642	358.853	348.081	398.690	111.517	124.456	112.056	127.562	1'227.259	1'400.728

Fuente: (MINTUR, 2014)

El Aeropuerto Mariscal Sucre tiene el 45% de registro de llegadas de extranjeros, el cual está a cargo de la Jefatura de Pichincha, 22% registra el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo – jefatura de Guayaquil, que corresponden a transporte aéreo, en llegadas por transporte terrestre con el 27% a través de la Jefatura de Migración de la provincia del Carchi y el Oro.

Conocer el Carchi, como uno de los principales ingresos de turistas por vía terrestre, considerando que el cantón Montúfar está a una hora de la frontera, da posibilidades de apostar por invertir en turismo en esta zona, por la posibilidad de captar turistas tanto nacionales que viajen a Colombia o extranjeros que procedan del país vecino.

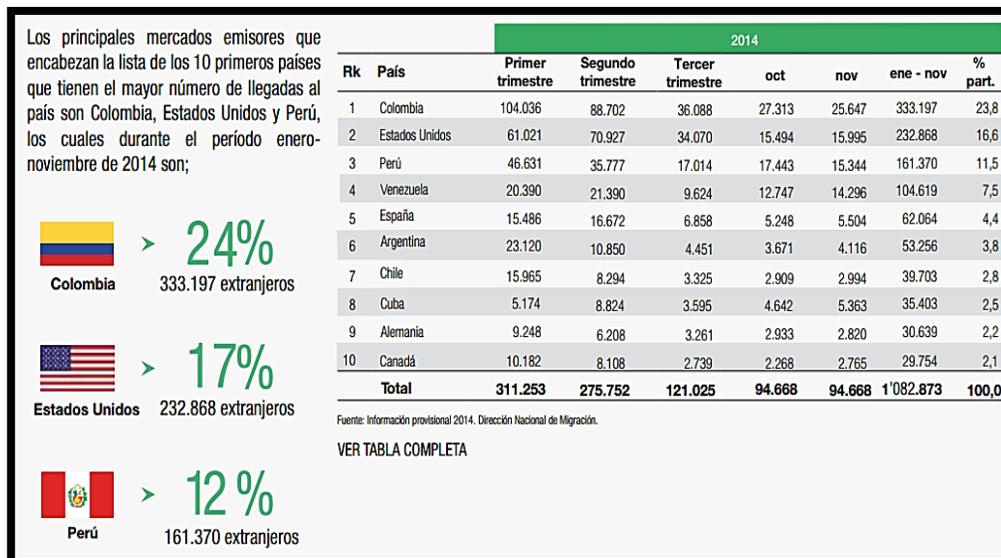


Figura 5. Principales mercados turísticos al Ecuador

Fuente: (MINTUR, 2014)

Los principales mercados emisores de turistas es Colombia representado con el 24%, por su cercanía en cuanto a frontera, por ende Montúfar debe enfocar su publicidad a este mercado para posicionar sus recursos y lograr mayores ingresos económicos Estados Unidos, representa el 17% que es un nicho de importancia por el nivel de gasto que ellos realizan en sus viajes y las facilidades que se tiene por poseer el mismo tipo de moneda.

1.8 Marco conceptual

Análisis de mercado: Es una recopilación de datos y opiniones que especifica de forma clara y precisa, como el mercado visualiza a nuestro producto o servicio y que se debe hacer para mejorar y lograr un posicionamiento. (Griffin, R., 2011).

Circuito: Conjunto de sitios turísticos que se enlazan, en un itinerario, que inicia y finaliza en un mismo lugar. (Portal de Hotelería y Turismo, 2014).

Destino.- En el turismo se considera destino a un lugar visitado, por el interés personal, razón fundamental para realizar el viaje. (OMT, 2014).

Encuesta: forma parte del estudio de mercado para conocer la opinión, gusto e interés de un turista hacia un producto o servicio a través de preguntas claves. (Chavenato, I., 2006).

Excursionista.- Un visitante temporal en un determinado lugar que permanece menos de 8 horas en el. (OMT, 2014).

Gasto turístico.- Son todos los pagos que un turista realiza de acuerdo a los bienes y servicios que consume durante su estadía en un sitio. (OMT, 2014).

Impactos de la actividad turística: los atractivos naturales por si solos no se pueden vender, por esta razón se ofrece una serie de bienes y servicios al turista, y se requiere de infraestructura de alojamiento, de deportes y otro tipo de construcciones que pueden afectar al ambiente, por esto el impacto depende del entorno en el que se desarrolla. (OMT, 2014).

Industrias turísticas.- Son actividades turísticas operadas por empresas legalmente constituidas que comercializan los productos turísticos.

Cuadro 3

Listado de categorías de productos característicos del turismo

PRODUCTOS	INDUSTRIAS
1. Servicios de alojamiento	1. Alojamiento
2. Servicios de alimentos y bebidas	2. Actividades de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte por carretera	3. Transporte de pasajeros por carretera
4. Servicios de transporte por agua	4. Transporte fluvial
5. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	5. Transporte aéreo de pasajeros
6. Agencias de viajes y servicios de reservas	6. Actividades de agencias de viajes y de servicios de reservas
7. Servicios culturales	7. Actividades culturales
8. Servicios deportivos y recreativos	8. Actividades deportivas y recreativas

Fuente: (OMT, 2014).

Investigación cualitativa: Es toda información que se recolecta acerca de las características de un producto o servicio desde la perspectiva del cliente. (Chavenato, I., 2006).

Motivo de un viaje turístico.- es la razón por la cual un turista se desplaza a un determinado lugar o atractivo. (OMT, 2014).

Muestreo: es la base para la realización del estudio de mercado que determina a través de una fórmula estadística el número representativo de personas o empresas de un determinado territorio, a las que se les realiza la encuesta o entrevista. (Jany Castro, J., 2005).

Nicho de mercado: es un segmento pequeño de personas, con gustos e intereses comunes, al cual se puede dirigir un producto o servicio, que logren satisfacer sus necesidades. (Jany Castro, J., 2005).

Oferta turística: Se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (OMT, 2014).

Participación de la comunidad local: la población de una determinada comunidad debe recibir la oportunidad de participar activamente en la planificación y ejecución de proyectos dentro de su territorio en beneficio a la actividad turística. (OMT, 2014).

Plan de desarrollo.- Un plan es un instrumento que se lo desarrolla con una visión de futuro que pretende dar soluciones a una serie de problemas que sirvan a través del tiempo, para mejorar la calidad de vida de la gente y atender las necesidades básicas insatisfechas de manera que perdure los beneficios a pesar de la culminación del plan. (OMT, 2014).

Publicidad: Es una comunicación comercial a través de medios tradicionales y no tradicionales, la publicidad busca que los clientes conozcan un producto o servicio, una marca o idea, que ellos dispongan de información para comprar y utilizar un producto o servicio, y crear una perspectiva positiva en el mercado objetivo y lograr su preferencia al fidelizarlos. (Baack, C., 2010).

Recursos publicitarios: Enfoque que se utiliza de acuerdo al mensaje y a la creatividad, de cómo llegar al consumidor en los anuncios. Existen siete recursos que son: Miedo, humor, sexo, música, racionalidad, emocional y escasez. (Baack, C., 2010).

Recursos turísticos.- Son sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas, acontecimientos programados que llaman la atención y motivan al viaje de un turista. (OMT, 2014).

Ruta: Tiene un itinerario en donde se inicia en un punto y se termina en otro, con servicios de alojamiento y alimentación durante el recorrido. (OMT, 2014).

Turista: Es la persona que se desplaza de su lugar de residencia habitual, por motivos de ocio, negocio u otros, por más de 8 horas y menos de un año (OMT, 2014), (Bowles, P., 1949), define que en un viajero es el que piensa en regresar desde el mismo momento de su llegada.

Turismo interior.- Son los turistas que se desplazan a otro lugar fuera de su entorno habitual dentro del país en el que habitan. (OMT, 2014).

Turismo internacional.- Es el desplazamiento de personas por actividades turísticas fuera del país, también considerado el turismo receptor y turismo emisor, el primero es el país al que llegan turistas extranjeros y el segundo son los visitantes que se desplazan del país de origen hacia otro. (OMT, 2014).

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1 Introducción

El diagnóstico situacional se basa en el análisis del ambiente externo e interno que se relacionan en la elaboración del proyecto y en la determinación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el cantón en su desarrollo turístico, para la formulación de estrategias que den solución a estos problemas.

2.2 Análisis Externo

2.2.1 Macroambiente.

2.2.1.1 Entorno Económico.

2.2.1.1.1. Renta per cápita.

Según el Censo del INEC del 2010 el número de pobladores del Ecuador es de 14.483.499 millones de habitantes.

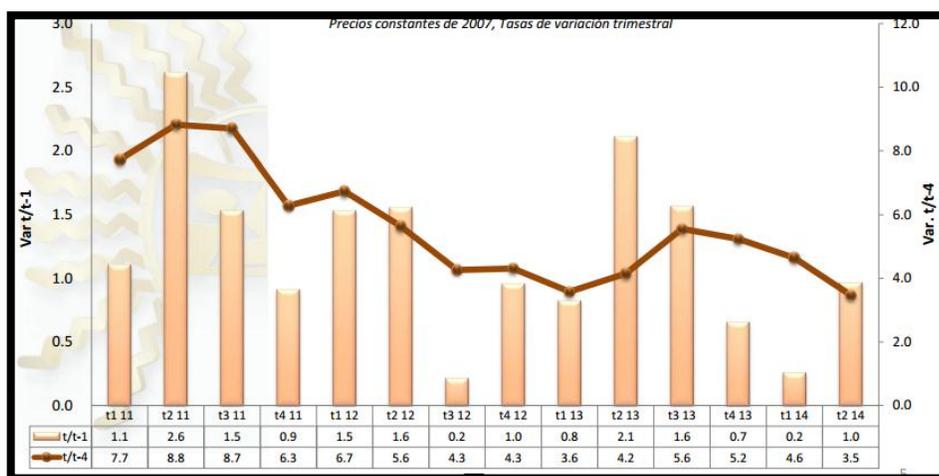


Figura 6. Producto Interno Bruto – PIB

Fuente: (BCE, 2014)

Según las estadísticas del PIB (Producto Interno Bruto) del segundo trimestre del 2014, se puede evidencia que el Ecuador mantiene la tendencia de

crecimiento económico, con un 1,0% a favor, a comparación del trimestre anterior, a su vez nos indica que el PIB se encuentra en precios constantes de 17,278 millones de dólares esto dividido para los 14.483.499 millones de habitantes estimados del Ecuador, nos da la Renta Per Cápita de 1,19 dólares por persona; también se ve una variación inter-anual entre el segundo trimestre del 2013 y el segundo del 2014 con resultado positivo de 3,5%. Todos estos porcentajes indican que la economía del Ecuador está en aumento en el periodo de análisis, por ende es viable realizar proyectos o emprendimientos que permitan aumentar el PIB.

2.2.1.1.2. Tasa de desempleo

Ecuador realiza una Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo- ENEMDU, en donde encontramos la tasa de desempleo que es de acuerdo a la población en edad de trabajar.

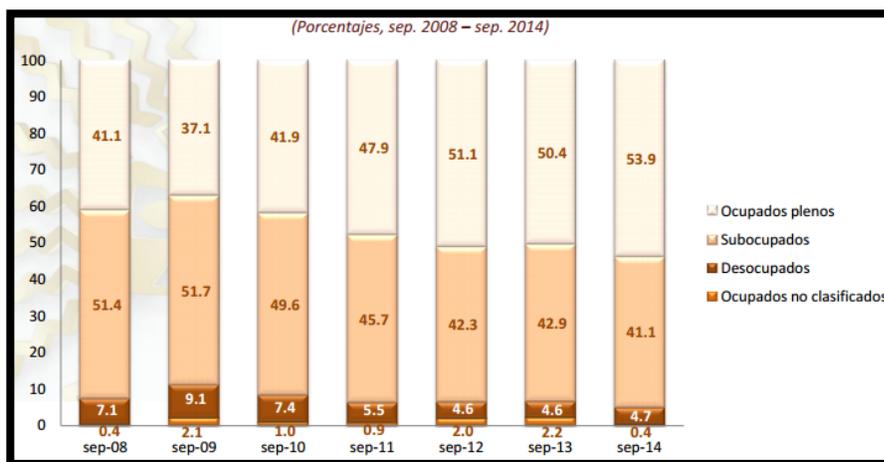


Figura 7 Distribución de la Población Económicamente Activa-PEA urbana.
Fuente: (INEC, 2010)

La PEA (Población Económicamente Activa) urbana, en Septiembre de 2014, la tasa de ocupación plena, de personas que trabajan en su profesión es del 53,9% viéndose un aumento de 3,5%, la tasa de subocupación, personas que no trabajan en su profesión es el 41,1% que tiene una disminución del 1,8%, la tasa de desocupación el 4,7%, la cual presenta un aumento de 0,1%, todos estos porcentajes se compararon con Septiembre del 2013.

RAMA DE ACTIVIDAD (Porcentajes)		
	sep. 2013	sep. 2014
Área urbana		
RAMAS DE ACTIVIDAD		
Administración pública, defensa y seguridad social	4.8	5.2
Transporte y almacenamiento	7.1	6.7
Construcción	7.4	7.7
Enseñanza	6.8	6.3
Actividades de alojamiento y servicios de comida	6.2	7.5
Agricultura, ganadería caza y silvicultura y pesca	7.0	7.8
Industrias manufactureras	12.2	12.4
Comercio, reparación vehículos	25.5	24.3
Explotación de minas y canteras	0.6	0.6
Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	0.4	0.5
Actividades financieras y de seguros	1.5	1.3
Actividades en hogares privados con servicio doméstico	3.2	3.1
Otros servicios	17.3	16.7
Total Ocupados	100.0	100.0

Figura 8 Estructura de la ocupación de la PEA Urbana
Fuente: (INEC, 2010)

En la PEA dividida en rama de actividad la que mayor porcentaje ocupa es de Comercio, reparación vehículos con 24,3% e industrias manufactureras de 12,4%, otra actividad que se relaciona con el Plan es la de alojamiento y servicios de comida que cuenta con un porcentaje de 7,5% con un aumento de 1,3% con respecto a septiembre del 2013.

2.2.1.1.3. Tasa de inflación

La tasa de inflación es el aumento de bienes y servicios, que nos ayuda a conocer cómo se desarrolla el mercado.

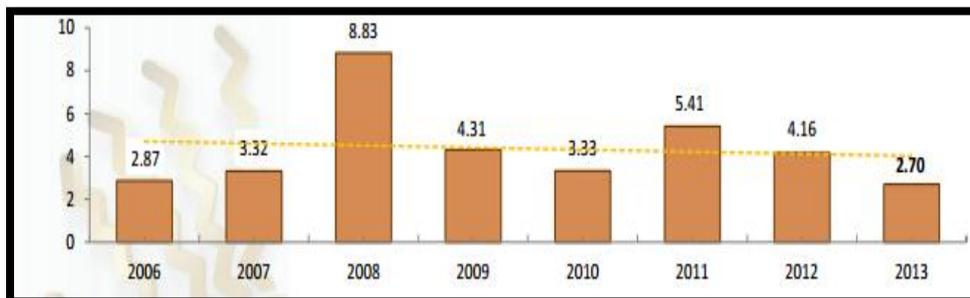


Figura 9 Inflación anual a diciembre de cada año (Porcentajes, 2006-2013)
Fuente: (BCE, 2014)

La inflación del 2013 fue de 2,70%, la más baja desde el 2006 que fue de 2,87% en el Ecuador.

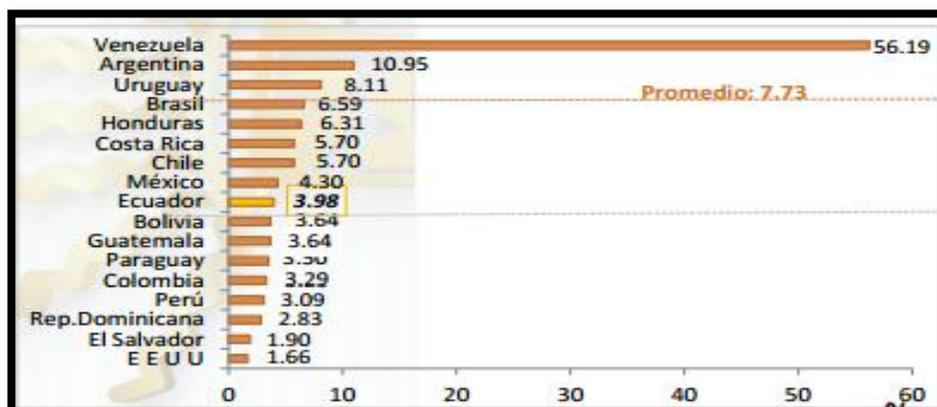


Figura 10. Inflación internacional (Porcentajes, noviembre 2014)
Fuente: (BCE, 2014)

El promedio de inflación es de 7,73% de países de Latino América, mientras que en Ecuador la inflación es de 3,98% un porcentaje menor al promedio.

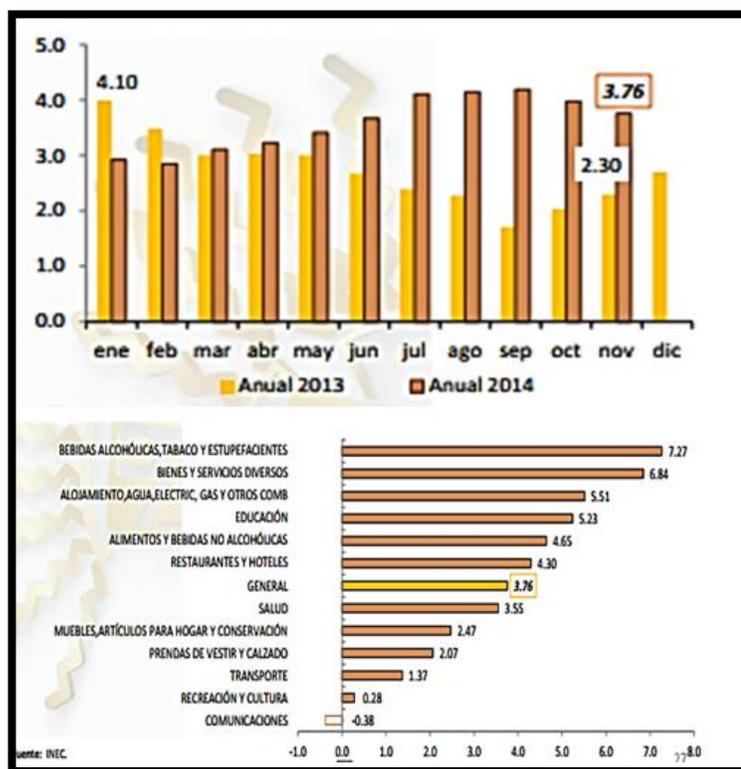


Figura 11. Inflación IPC y por división de consumo 2013-2014
Fuente: (BCE, 2014)

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) tiene un promedio de 3,76% de inflación anual en noviembre del 2014, con un aumento de 1,46% a comparación del mismo mes en el 2013, en la división por consumo se toma como referencia el promedio del mes de noviembre de 3,76%, el sector de restaurantes y hoteles que esta sobre el nivel de inflación con un 4,30%, mientras que el área de recreación y cultura tiene una desinflación de 0,28%.

2.2.1.1.4. Análisis del PIB

El PIB del segundo trimestre de 2014, presenta las actividades económicas que contribuyeron al incremento del 1,0% a comparación del primer trimestre del 2014, y estas fueron: Suministro de Electricidad y Agua, 19%; Construcción, 18%; y, Actividades Profesionales y técnicas, 14%; y con respecto al sector turístico, el área de Alojamiento y servicios de comida no ha contribuido al crecimiento del PIB, por su porcentaje de -0,01%.

Las áreas que contribuyeron a la variación interanual del PIB (3,5%), fueron: Petróleo y minas, 87%; Construcción, 68%; y, Actividades profesionales, técnicas y administrativas, 58%, son unas de las principales, en estas también se encuentran Alojamiento y servicios de comida con un 12%.



Figura 12. Contribución al crecimiento inter anual
Fuente: (BCE, 2014)

2.2.1.1.5. Balanza comercial

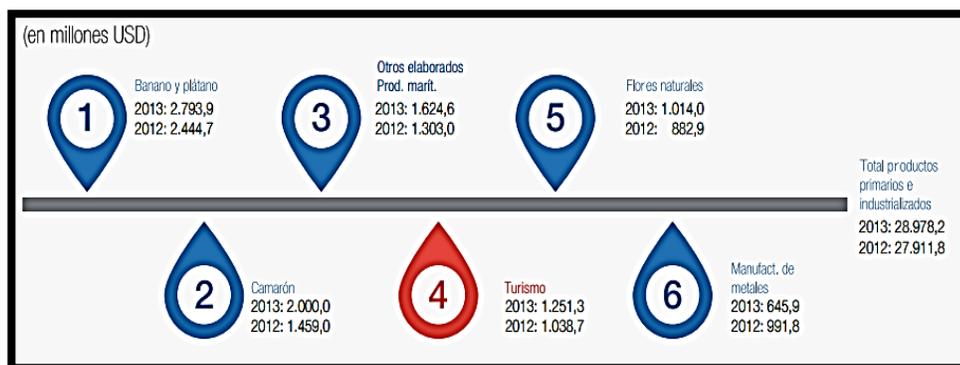


Figura 13. Posición del turismo en la economía año 2013

Fuente: (MINTUR, 2014)

El turismo en el 2013 ocupó el cuarto lugar en las actividades que generan mayores ingresos a la economía del país con 1.251,3 millones de dólares

Según como muestra la Figura 1 - Posicionamiento del Turismo en la Economía en la página 4, el primer trimestre del 2014 los productos de exportación son liderados por banano y plátano, y en segundo camarón, el turismo se encuentra en el tercer lugar con 711,0 millones de dólares, si comparamos con el 2013 se ve un incremento de 129,3 millones de dólares.

Tabla 1
Balanza turística (por trimestre)

Año 2013	Ingresos (a) millones USD			Egresos (b) millones USD			Saldo c = (a-b)
	Viajes	Transporte	Total	Viajes	Transporte	Total	
I trimestre	295,5	1,4	296,9	152,6	86,3	238,9	58,0
II trimestre	261,6	1,3	262,9	156,7	94,8	251,5	33,4
III trimestre	293,9	1,2	295,1	155,2	95,2	250,4	68,5
IV trimestre	349,4	1,2	350,6	156,8	89,4	246,2	104,5
Total	1.246,2	5,1	1.251,3	621,3	365,7	987,0	264,3

Fuente: Banco Central del Ecuador

Año 2014	Ingresos (a) millones USD			Egresos (b) millones USD			Saldo c = (a-b)
	Viajes	Transporte	Total	Viajes	Transporte	Total	
I trimestre	362,9	1,2	364,1	155,3	91,1	246,4	117,6
II trimestre	345,8	1,2	346,9	159,5	100,1	259,5	87,4
III trimestre							
IV trimestre							
Total	708,6	2,4	711,0	314,8	191,2	506,0	205,1

Fuente: (MINTUR, 2014)

Con respecto al turismo se toma en consideración los viajes y transporte y sus respectivos ingresos y egresos, que al compararlas el saldo es positivo en el primer trimestre con 117,6 en millones dólares, y en el segundo trimestre es de 87,4 en millones de dólares, y a sus vez estos datos comparados a el primero y segundo trimestre del 2013, en el 2014 existe un incremento de un 50% a favor.

2.2.1.2 Entorno Sociocultural.

El turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual o residencia, para salir del continuo estrés al que se ve sometida la sociedad, se ha creado la necesidad de buscar lugares de esparcimiento y recreación en donde se logre tener contacto con la naturaleza, y salir del ruido provocado por los vehículos, empresas y personas en una ciudad.

Por esto el turismo, hoy en día es bastante popular para encontrar tranquilidad ya sea solo, en pareja, grupo de amigos, o familia, pero no hay que dejar de lado que el factor ambiental es determinante, porque se debe cuidar la naturaleza, utilizándola adecuadamente para no causar impactos irreversibles.

En cuanto a la actividad turística que se ofrece hacia el turista nacional o extranjero debe ser de calidad para que ésta persona sienta satisfacción en las necesidades al viajar a un lugar fuera de su entorno habitual, y así, pueda realizar publicidad hacia amistades de un lugar en específico lo que se conoce como publicidad de boca a boca.

La población del cantón Montúfar está dispuesta a trabajar a favor del turismo en su territorio, por tener potencial para hacerlo por su cultura, tradiciones y recursos turísticos, la cultura que se pretende rescatar es la Cultura Pasto, en donde se acento la población Tusa hoy conocido como San Gabriel, entre sus tradiciones cuenta con una diversidad de festividades ya sea por cantonización, parroquialización y por veneración a los santos; como punto de anclaje para turistas nacionales y extranjeros está la laguna de El Salado en

donde se desarrolla eventos deportivos, gastronómicos y culturales por la belleza y accesibilidad que tiene este recurso natural turístico.

2.2.1.2.1 Factores demográficos

2.2.1.2.1.1 Tamaño de la población y distribución.

El Ecuador tiene una población aproximada de 14.483.499 millones de personas según el Censo del INEC del 2010, con 7.305.816 de mujeres lo que equivale al 50,44% y 7.177.683 hombres que representa el 49,56% del total de personas a nivel nacional y la edad media entre estos dos géneros es de 28,4 años.



Figura 14. Población Total y Tasa de crecimiento del Ecuador
Fuente: (INEC, 2010)

La provincia del Carchi registra entre su población 164.524 habitantes de los cuales el 50,67% son mujeres y 49,33% son hombres la edad media de la gente es de 29,7 años, el 6,2% de personas mayores a los 15 años tienen analfabetismo, y un 45% de la población cuenta con casas propias y completamente pagadas.

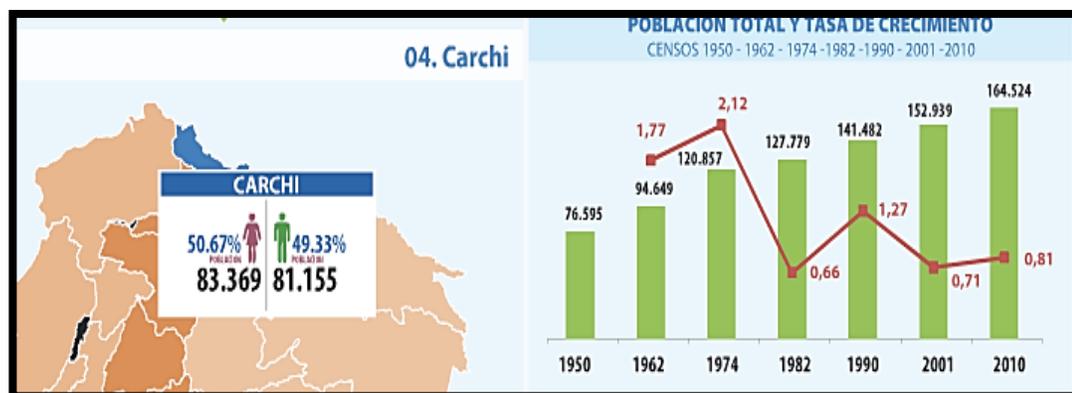


Figura 15. Población Total y Tasa de crecimiento del Carchi

Fuente: (INEC, 2010)

El cantón Montúfar cuenta con 14.910 hombres y 15.601 mujeres, en total 30.511 habitantes que representan el 18,4% y 18,7% respectivamente de la provincia del Carchi, la edad promedio se encuentra en los 30 años.

Tabla 2

Situación a nivel de los cantones

CANTONES	HOMBRE	%	MUJERES	%	TOTAL	EDAD PROMEDIO
Bolívar	7.166	8,8%	7.181	8,6%	14.347	31
Espejo	6.527	8,0%	6.837	8,2%	13.364	31
Mira	6.121	7,5%	6.059	7,3%	12.180	32
Montúfar	14.910	18,4%	15.601	18,7%	30.511	30
San Pedro de Huaca	3.847	4,7%	3.777	4,5%	7.624	29
Tulcán	42.584	52,5%	43.914	52,7%	86.498	29
TOTAL	81.155	100%	83.369	100%	164.524	

Fuente: (INEC, 2010)

Según el último censo de población 2010, en el cantón Montúfar el 47,5% corresponde a la población urbana, mientras que el 52,5% se encuentra ubicado en el área rural del cantón. En cuanto al porcentaje de hombres y mujeres se evidencia que prácticamente es el mismo con apenas un 2,26% de diferencia a favor de las mujeres.

La cabecera cantonal San Gabriel, congrega el mayor porcentaje de población urbana y el número de mujeres es mayor a número de hombres, tanto en la zona urbana como rural.



Figura 16. Población por parroquia
Fuente: (INEC, 2010)

La población se distribuye en todas las parroquias que cuenta el Cantón, según el Censo del INEC del 2010 la mayor cantidad de personas entre hombres y mujeres se encuentran en las parroquias de San Gabriel, La Paz y Cristóbal Colón en donde se ubican los recursos naturales y manifestaciones culturales para ser aprovechados por el turismo.

Tabla 3
Distribución de la población por género

SECTOR	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Chitán de Navarretes	313	305	618
Cristóbal Colón	1.449	1.494	2.943
Fernández Salvador	663	619	1.282
La Paz	1.665	1.767	3.432
Piartal	586	554	1.140
San Gabriel	10.234	10.862	21.096
TOTAL	14.910	15.601	30.511

Fuente: (INEC, 2010)

2.2.1.2.1.2. Niveles de ingresos.

La población económicamente activa se encuentra inclinada hacia los hombres con un total de 44.402 de las 64.781 que están en edad de trabajar, 24.104 mujeres trabajan de las 67.493 personas de género femenino que tienen edad para trabajar.

Entre los trabajos principales que realizan los carchenses se encuentra un 27,6% en ocupaciones de cuenta propia, 27,2% jornalero o peón, 19% empleado privado, 13,2% empleado del Estado, el resto de la población varía entre patrono, empleado doméstico, socio y trabajador no remunerado.

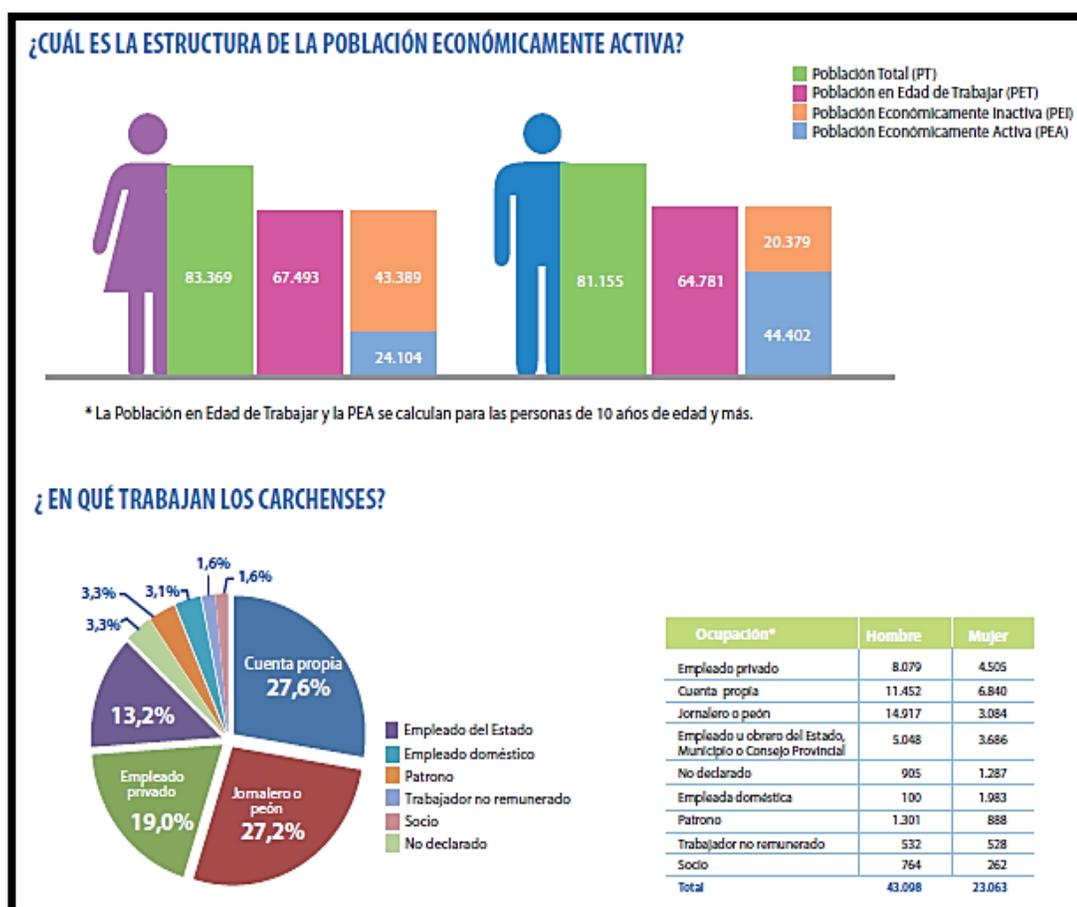


Figura 17. Estructura de la población económicamente activa

Fuente: (INEC, 2010)

2.2.1.2.1.3 Distribución por edades.

La población en el cantón Montúfar de acuerdo a las parroquias que posee, se encuentra en el sector urbano segmentándolo en grupos de edad desde menor a 1 año hasta 100 años o más, tenemos la siguiente tabla demostrativa.

Tabla 4
Población cantonal por grupos de edad

RANGO DE EDADES	CHITÁN DE NAVARRETE	CRISTOBAL COLÓN	FERNÁNDEZ SALVADOR	LA PAZ	PIARTAL	SAN GABRIEL	
						URBANO	RURAL
Menor de 1 año	8	37	30	54	7	232	130
De 1 a 4 años	57	202	115	277	80	1.099	545
De 5 a 9 años	53	260	143	379	122	1.400	648
De 10 a 14 años	63	319	145	371	114	1.497	727
De 15 a 19 años	46	320	115	309	113	1.480	641
De 20 a 24 años	53	201	80	268	102	1.280	534
De 25 a 29 años	35	201	101	258	91	1.091	484
De 30 a 34 años	56	200	123	219	68	1.017	438
De 35 a 39 años	36	191	93	228	59	934	413
De 40 a 44 años	39	161	53	172	64	923	314
De 45 a 49 años	29	132	54	135	60	755	271
De 50 a 54 años	28	113	33	111	49	637	257
De 55 a 59 años	20	134	43	120	46	496	245
De 60 a 64 años	24	104	35	122	48	462	237
De 65 a 69 años	17	121	39	130	29	370	225
De 70 a 74 años	19	98	36	103	18	307	187
De 75 a 79 años	16	67	21	86	34	256	128
De 80 a 84 años	15	44	16	45	23	160	100
De 85 a 89 años	3	25	5	30	10	62	60
De 90 a 94 años	-	12	2	10	2	17	20
De 95 a 99 años	-	1	-	4	-	9	5
De 100 años y más	-	-	-	1	1	3	-

Fuente: (INEC, 2010)

2.2.1.2.1.4 Niveles de formación.

La población del cantón presenta en mayor porcentaje el nivel de educación primaria con un 47,04%, un porcentaje menor pero significativo con educación secundaria en un 16,67%, sin embargo se tiene un 3,56% de población sin educación caso que se visibiliza en personas de la tercera edad.

Tabla 5
Niveles de la Instrucción de la Población

Nivel de Instrucción	San Gabriel	Cristóbal Colón	Chitán de Navarretes	Fernández Salvador	La Paz	Piartal
Ninguno	141	32	5	6	26	12
Centro de Alfabetización/ (EBA)	39	3	1	2	13	1
Preescolar	16	1	132	1	2	302
Primaria	2368	479	21	329	594	38

CONTINUA →

Secundaria	415	73	2	34	69	28
Educación básica	183	30	3	33	49	10
Bachillerato- Educación media	137	12		13	35	
Ciclo Postbachillerato	4	1	5	2	2	3
Superior	91	15	1		10	394
Postgrado	2		1	2	7	
Se ignora	19	3				
TOTAL	3415	649	171	422	807	788

Fuente: (INEC, 2010)

2.2.1.3 Entorno Geográfico.

2.2.1.3.1 Ubicación geográfica.

Ecuador se encuentra en el Continente Americano, al noroccidente Sud América, por él atraviesa la línea Ecuatorial a la cual se le otorga el nombre del país, sus límites son:

Norte: Colombia.

Sur: Perú.

Este: Perú.

Oeste: Océano Pacífico.

Ecuador tiene un área de 270.670 km² y es uno de los 17 países mega diversos en el mundo, por el número de especies que cuenta por km², según el estudio realizado por la Conservación Internacional.

La diversidad en Ecuador, según el PIMTE 2014 del Ministerio de Turismo, es de tipología natural como de manifestaciones culturales; se encuentra dividida en 24 provincias localizadas en 4 mundos tan diversos y únicos, los cuales son:

- ✚ **Mundo Amazonia:** 6 provincias; Sucumbíos, Napo, Orellana, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.
- ✚ **Mundo Andes:** 11 provincias; Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja.

- ✚ **Mundo Costa:** 6 provincias; Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, Guayas, Santa Elena y El Oro.
- ✚ **Mundo Galápagos:** 1 provincia; Galápagos.

La elaboración del Plan se encuentra en el Mundo Andes

PROVINCIA DEL CARCHI



Figura 18. Bandera y escudo - provincia del Carchi
Fuente: (Prefectura del Carchi, 2014)

“Hablar de la provincia del Carchi, es conocer la magia de la gente, en donde usted encontrará la solidaridad, la amistad y por sobre todas las cosas, la bondad de un pueblo, que nació del pueblo Pasto. En el Carchi empieza y termina la Patria Ecuatoriana, es la puerta de entrada para el Turismo y el Comercio.” (Prefectura del Carchi, 2015)

El nombre de la provincia del Carchi, proviene del idioma chaime caribe, que significa “al otro lado”, según Isaac Acosta, esto se debe a los primeros pobladores eran de raza Caribe, de la familia Chaimas, según el historiador González Suárez, el Pasto era la lengua de estos pueblos; los carchenses fueron parte de la formación social del país, en la revolución alfarista, a la que deben el “bautizo” de pupos a los carchenses, que fue un sinónimo de sinceridad y valentía.

La provincia del Carchi fue creada el 6 de Noviembre de 1880 con el nombre de Tulcán y el 17 de abril de 1884 se lo cambia por Carchi. (Prefectura del Carchi, 2015).

El Carchi se encuentra al norte de la región interandina del Ecuador, tiene una extensión de 3.604,33 Kilómetros cuadrados, limitada por:

Norte: Colombia

Sur: Provincia de Imbabura.

Este: Sucumbíos.

Oeste: Esmeraldas.

Políticamente el Carchi está dividido en 6 cantones:

Cuadro 4

División política del Carchi

PROVINCIA	CANTONES
CARCHI	Tulcán – Cabecera Cantonal
	San Pedro de Huaca
	Montúfar
	Bolívar
	Espejo
	Mira

Fuente: (Prefectura del Carchi, 2014).

La elaboración de plan de desarrollo turístico se realiza en el:

CANTÓN MONTÚFAR

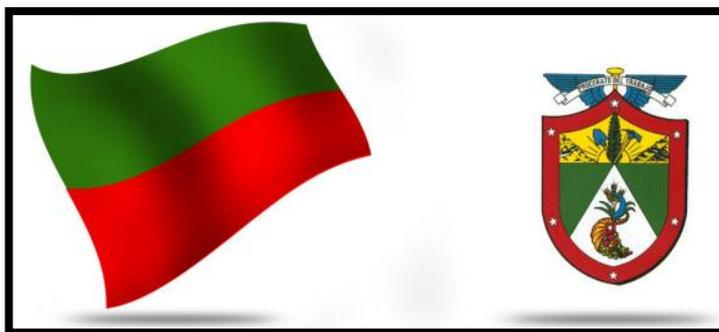


Figura 19 Bandera y escudo del cantón Montúfar.

Fuente: (Prefectura del Carchi, 2014)

El cantón Montúfar se encuentra al sur este de la provincia del Carchi y tiene una superficie de 398.25 km².

Antiguamente el cantón Montúfar fue habitado por la población Tuza, quienes eran los precursores de la cultura Cuasmal, el nombre del cantón, es

en honor de un prócer de la Independencia Ecuatoriana, Coronel Carlos Montúfar. (Cantón Montúfar, 2015)

El cantón Montúfar es conocido como:

✚ “La ciudad de las siete colinas”, debido a que en su ubicación están los vestigios de los pueblos ancestrales que habitaron la región entre periodos comprendidos de formativo medio y tardío.

✚ “Cuna de la cultura Cuasmal”, porque fue en donde inició la Cultura Cuasmal.

✚ “Procerato del trabajo”, por las mingas populares que permitieron el desarrollo del cantón y la Provincia del Carchi.

✚ “Patrimonio nacional”, la ciudad de San Gabriel, la UNESCO la declara el 11 de Noviembre de 1992, por la conservación de fachadas y edificaciones coloniales.

Características de Montúfar

Fecha de cantonización: 27 de Septiembre de 1905.

LÍMITES:

Norte: Cantón Tulcán.

Sur: Cantón Bolívar.

Este: Cantón San Pedro de Huaca y con el Cantón Sucumbíos.

Oeste: Cantón Espejo

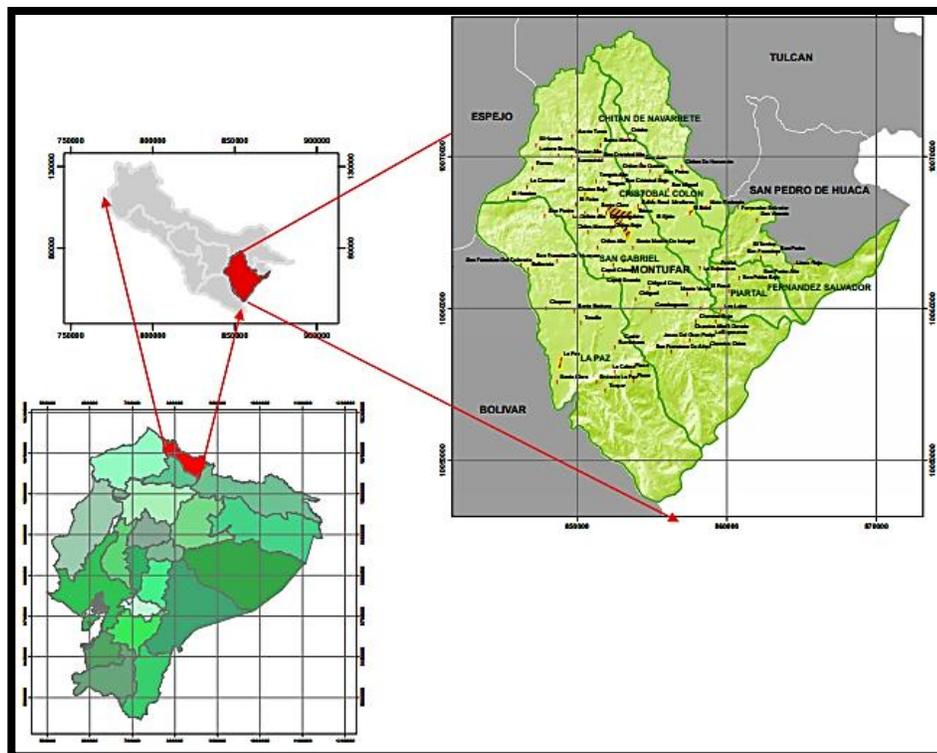


Figura 20 Ubicación geográfica
Fuente: (MIDC, 2014)

El cantón Montúfar se divide en 7 parroquias: 2 urbanas y 5 rurales.

Cuadro 5
División Política del cantón Montúfar

CANTÓN	PARROQUIAS URBANAS
MONTÚFAR	San Gabriel – cabecera cantonal.
	San José
	González Suárez
	PARROQUIAS RURALES
	Cristóbal Colón
	Fernández Salvador
	Chitán de Navarretes
	La Paz
	Piartal

Fuente: (Carchi Prefectura, 2014)

2.2.1.3.2 Hidrografía

La provincia del Carchi tiene ríos importantes que son: Carchi, Bogo, San Juan o Mayasquer y Chota que nace en el volcán Chiles, se originan llamándose río San Juan y Canaicán, corre por el norte con el río Mayasquer, posteriormente a tener el nombre de río Chota, se denomina río Mina. El río Játiva nace del volcán Chiles, este se une al río Carchi que confluye en el Pun, el que se prolonga a la Cordillera Oriental de los Andes, hasta la quebrada Espejo, en donde forma parte del río Chota.

Por el Cantón Montúfar atraviesan los ríos: Minas, Cuasmal, Apaquí y San Gabriel. (Datos informativos, GADMONTÚFAR, 2015).

2.2.1.3.3 Orografía

Los principales fenómenos geográficos que se encuentran en la provincia del Carchi es el relieve que en general es quebrado, existen estimaciones de que solo el 8% de la superficie es plana. Las elevaciones relevantes son:

Cuadro 6
Elevaciones

ELEVACIONES	ALTURA	UBICACIÓN
Volcán Chiles	4.768 mts.	Parroquia: Tufiño Cantón: Tulcán
Cerro Pelado	4.149 mts.	Parroquias: El Ángel y La Libertad Cantón: Espejo
Chiltazon	3.967 mts.	Parroquias: El Ángel y La Libertad Cantón: Espejo
Cerro Mirador	3.831 mts.	Parroquias: Cantón Tulcán y Provincia de Sucumbíos.
Cerro Iguán	3.830 mts.	Cantón: Mira
San Francisco	3.685 mts	Cantón: Tulcán
Cerro Negro	3.674 mts.	Parroquias: El Ángel y La Libertad Cantón: Espejo
Cerro Golondrinas	3.078 mts	Cantones: Tulcán, Mira y Espejo.

Fuente: (Prefectura del Carchi, 2014)

2.2.1.3.4 Clima

La provincia del Carchi se encuentra al norte del Callejón inter andino, su altitud va desde 1.200 metros sobre el nivel del mar en la zona del valle del Chota, hasta 3.600 metros sobre el nivel del mar que llega a alcanzar en el páramo de la Reserva Ecológica El Ángel, es por eso su variedad de pisos climáticos, vegetación y culturas. La temperatura se encuentra entre los 4°C en los páramos y 22,9°C en áreas bajas como el cantón Mira.

En el cantón Montúfar su altitud se extiende desde los 2.200 metros sobre el nivel del mar hasta los 3.800 metros sobre el nivel del mar, con un piso climático templado y una temperatura media anual de 12.5°C. (GAD Montúfar, 2015).

2.2.1.3.5 Infraestructura vial

La provincia del Carchi cuenta con una red vial que en estos últimos años se le ha dado mantenimiento y mejora, su principal eje vial es la E35 troncal de la Sierra, que dentro de la provincia inicia en el norte, desde el Puente Internacional de Rumichaca y termina en el sur en el puente del río Chota.

Cuadro 7

Estado de red vial estatal – provincia del Carchi

PROVINCIA	CARRETERA	UBICACIÓN	LONGITUD Kms.	ESTADO
REGIÓN 1				
CARCHI	JULIO ANDRADE-SAN FRANCISCO DEL TROJE	E10	7,19	BUENO
	SAN FRANCISCO DEL TROJE-PUENTE CHINGUAL	E10	2,56	REGULAR
	RUMICHACA-TULCÁN-LAS JUNTAS-JULIO ANDRADE	E35	29,30	BUENO
	JULIO ANDRADE-SAN GABRIEL-BOLÍVAR-PUENTE JUNCAL	E35	56,25	REGULAR
	TULCÁN-TUFIÑO	E182	20,50	BUENO
	TUFIÑO-MALDONADO	E182	68,56	REGULAR
	MALDONADO - CHICAL-PEÑAS BLANCAS	E182	18,00	REGULAR
	PEÑAS BLANCAS - SAN MARCOS	E182	30,00	MALO
	CHICAL-CAROLINA (SAN JOSÉ DE LACHAS)	E186	47,30	REGULAR
	BOLÍVAR-Y DEL ÁNGEL	E187	17,20	BUENO
	Y DEL ÁNGEL-MASCARILLA	E187	33,00	BUENO
	TOTAL PROVINCIA			329,86

Fuente: (MTOP, 2014)

Las vías principales de la provincia se encuentran en buen estado y en proyectos de ampliación está el tramo Ibarra-Bolívar a 4 carriles, esto favorece al turismo que va por vía terrestre, las vías desde Tulcán e Ibarra hacia el cantón Montúfar respectivamente están en buen estado que se dirigen a los principales recursos turísticos son de segundo y tercer orden, que facilita el acceso y desarrollo de estos. Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2015).

2.2.1.3.6 Servicios básicos

La provincia de Carchi cuenta con servicios básicos como: servicio eléctrico, telefónico, abastecimiento de agua, eliminación de basura y conexión de servicios higiénicos.

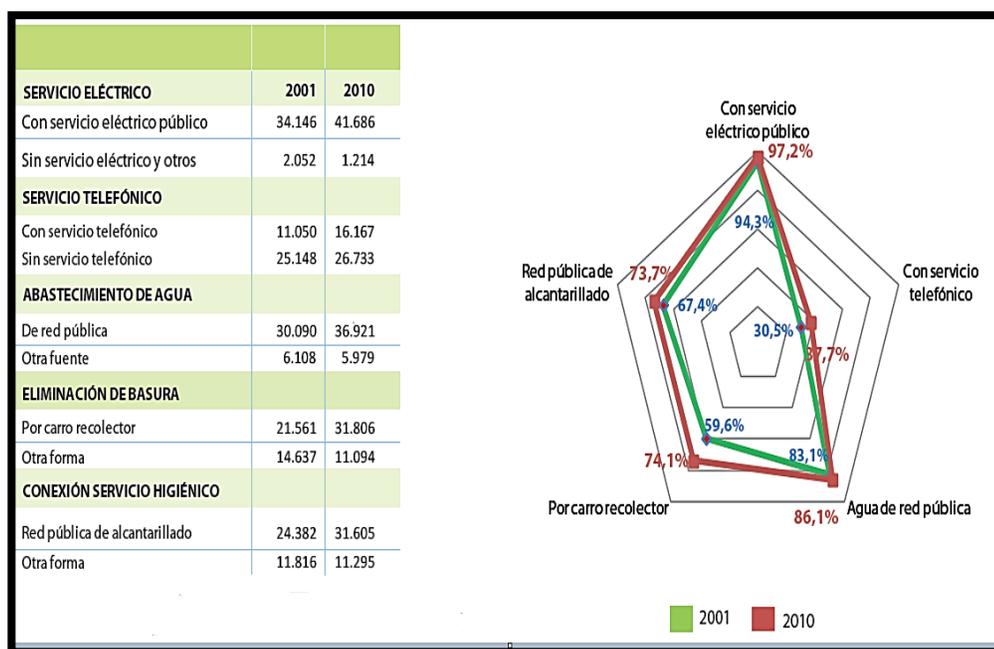


Figura 21. Servicios básicos en el Carchi
Fuente: (INEC, 2010)

Existe un incremento en la prestación de los servicios básicos de la vivienda, el mayor porcentaje de aumento se encuentra en la eliminación de basura de un 59,6% en el 2001 ha el 74,19% en el 2010, el servicio telefónico presenta un crecimiento del 7,2%, la red pública de alcantarillado del 6,3%, el abastecimiento de agua del 3% y el servicio eléctrico del 2,9%.

El cantón Montúfar al igual que la provincia cuenta con servicios básicos, que han presentado un crecimiento en el abastecimiento en la población.

Cuadro 8
Servicios Básicos – Montúfar

INDICADOR	TOTAL	URBANO	RURAL
Total de hogares	8.223,00	3.931,00	4.292,00
Viviendas que eliminan la basura por carro recolector	4.991,00	3.548,00	1.443,00
Porcentaje de viviendas que eliminan la basura por carro recolector	62,81%	94,82%	34,32%
Viviendas con abastecimiento de agua por tubería en su interior	4.609,00	3.090,00	1.519,00
Porcentaje de viviendas con abastecimiento de agua por tubería en su interior	58,00%	82,58%	36,13%
Viviendas con servicio de energía eléctrica	7.860,00	3.726,00	4.134,00
Porcentaje de viviendas con servicio de energía eléctrica	98,92%	99,57%	98,33%
Viviendas con eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado	5.170,00	3.548,00	1.622,00
Porcentaje de viviendas con eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado	65,06%	94,82%	38,58%
Viviendas que disponen de servicio telefónico	2.281,00	1.592,00	689,00
Porcentaje de viviendas que disponen de servicio telefónico	28,71%	42,54%	16,39%
Índice de acceso a servicios públicos básicos	54,09%	89,52%	22,55%

Elaborado por: GAD Montúfar.

Fuente: (INEC, 2010)

El índice de acceso a servicios públicos básicos es de 54,09%, esta presenta un mayor porcentaje en las zonas urbanas del cantón, los servicios con mayor abastecimiento son: la electricidad con 98,92%, el sistema de aguas servidas por red pública de alcantarillado 65,06%, eliminación de basura por carro recolector 62,81%, abastecimiento de agua por tubería 58%, el menor porcentaje es el de servicio telefónico con 28,71%.

La mayor parte de los recursos turísticos del cantón Montúfar se encuentran en zonas rurales, lo que muestra que estos no cuentan con todos los servicios básicos, para dar un buen servicio turístico y es necesaria la implementación de estos para promover su desarrollo económico productivo.

2.2.1.4 Entorno Tecnológico.

2.2.1.4.1 Conectividad.

El 13 de Agosto del 2009 se crea el Ministerio de Telecomunicaciones (MINTEL) y de la sociedad de la información, instancia que busca llevar al Ecuador a la nueva era digital. En el año 2013 la cobertura de internet en el país era de 30%, la telefonía fija es poco usada y tiene una cobertura de 39%, mientras que la telefónica celular es un servicio de importancia en la comunicación de la población ecuatoriana con una cobertura del 90%.

El Ministerio tiene como objetivo dotar a sectores sociales de equipamiento, conectividad y capacitaciones del buen uso de las TIC - Tecnologías de la Información y Comunicación.

El Plan Nacional de Conectividad crea programas como: Aulas Móviles, Conectividad Escolar, Infocentros Comunitarios, Capacitaciones en Aislamiento Digital, todos estos bajo el marco de Ecuador digital 2.0.

El programa de conectividad escolar, busca crear una educación de calidad en escuelas públicas por medio del aprovechamiento de tecnologías de información y comunicación. El equipamiento va de acuerdo al número de estudiantes, hasta Mayo del 2014, 2.229 entidades se encuentran equipadas de computadoras, impresoras, pizarras interactivas digitales, proyectores y sistemas de audio; 5.210 con conexión a Internet, que benefician a 2'134.875 personas, estas implementaciones favorece a la reducción de analfabetismo digital y fortalece los niveles de competitividad.

El programa de infocentros comunitarios, garantiza el acceso inclusivo de las TIC en parroquias urbanas y rurales marginales del Ecuador, estas sirven de instrumento para el desarrollo de las comunidades, se encuentran operativos 490 infocentros a nivel nacional, 101.381 personas capacitadas y una concurrencia de 3'030.604 ciudadanos asistentes.

Aulas móviles recorren todos los rincones del Ecuador, 2.668 lugares visitados por 7 aulas en el 2013, esto beneficio a 380.665 ciudadanos.

El Plan Nacional de Banda Ancha, tiene como objetivos: disminuir los precios de acceso al servicio de internet de Banda Ancha, con una sana competencia, para satisfacer la demanda; e impulsar el despliegue de redes y servicios a nivel nacional. (MINTEL, 2015)

La conectividad digital permite comunicarnos con el mundo y ser competitivos acorde a las tendencias y en especial en el área de turismo en donde los turistas extranjeros tienen como fuente principal el internet al momento de buscar un destino turístico para ser visitado y mantenerse conectado para transmitir sus experiencias durante su viaje, por tal motivo es necesario que los programas que imparte el gobierno, se enfoque en la distribución de conectividad a los destinos turísticos, para lograr que el Ecuador sea una potencia turística digital.

2.2.1.4.2 Sistemas informáticos utilizados en el sector

En la provincia del Carchi el crecimiento de tecnologías informáticas y de comunicación, se debe al incremento del uso del internet, telefonía celular y televisión por cable.

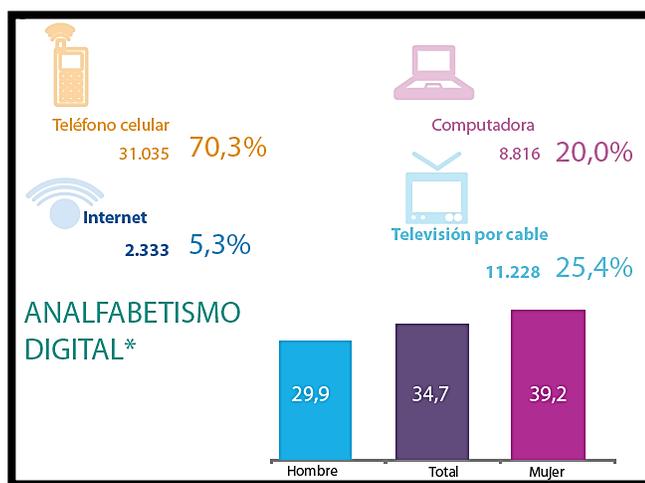


Figura 22. Tecnologías Informáticas y de Comunicación

Fuente: (INEC, 2010)

En la provincia la telefonía celular cubre un 70,3%, seguido por la televisión por cable con 25,4%, personas que cuentan con computadora es de 20,0% y la cobertura de internet 5,3%. El analfabetismo digital es bajo y se presenta con más porcentaje en las mujeres con 39,2%, en los hombres es de 29,9%, en promedio es de 34,7% que muestra que la conectividad y acceso a la tecnología es aun limitada. Para contrarrestar estas cifras de analfabetismo digital el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información promueve la creación de infocentros comunitarios, en el 2013 se implementaron 10, cinco están en el cantón Tulcán, dos en Espejo, dos en Montúfar y uno en Mira, estos beneficiaron a 2.440 ciudadanos y alrededor de 60.000 usuarios utilizan el servicio de los infocentros.

En el 2014, el MINTEL se propuso instalar 12 nuevos infocentros en las parroquias: Los Andes, Pichiucho, Monteolivo, Mira y Juan Montalvo, del cantón Bolívar; Mascarilla y Piscar, cantón Mira; Piartal y García Moreno, cantón Montúfar y Tufiño, El Chical, Pioter, cantón Tulcán, en donde también se encuentran dos MegaInfocentros, localizados en la parroquia Julio Andrade y en el Municipio de Tulcán. Estas acciones buscan consolidar el Ecuador Digital. (Telecomunicaciones, 2015).

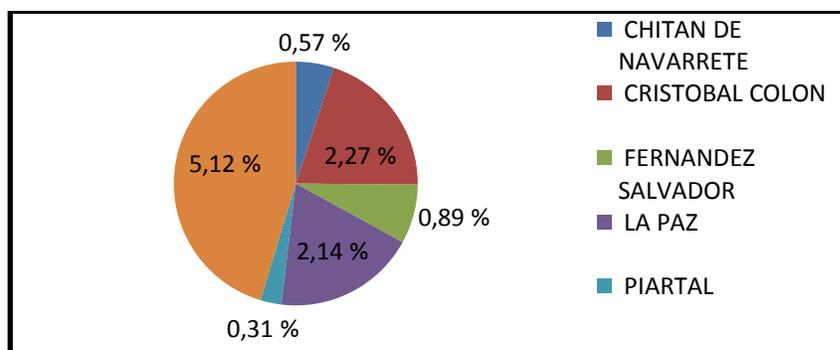


Figura 23. Cobertura del servicio de internet en el cantón Montúfar
Fuente: (INEC, 2010)

La tecnología que se utiliza en el cantón Montúfar es el tv cable y el acceso a internet que de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010, existe 332 hogares que disponen de internet y representa el 4,04%; 7.891 hogares no

disponen de este servicio y es el 95,96%, la cobertura del servicio de internet es de 11,3%, en donde la ciudad de San Gabriel es la de mayor porcentaje con el 5,12%, seguido por Cristóbal Colón con 2,27% y la Paz que cuenta con 2,14%, se debe tomar en cuenta que el MINTEL ya ha tomado medidas para la expansión del servicio, a través de Infocentros en zonas rurales, acceso a internet en Unidades Educativas fiscales y otras por parte del GAD Municipal Wi-fi gratuito en Instituciones Públicas y en parques del cantón.

2.2.1.4.3 Nuevas tendencias tecnológicas

El turismo forma parte de la disciplina social y económica, la que está expuesta a continuos cambios por encontrarse en la era tecnológica en donde el internet ha revolucionado la forma de comunicación, de visita a un atractivo, promoción y negociación, esto contribuye al crecimiento del turismo masivo.

Los códigos QR provienen del inglés “Quick Response” o respuesta rápida, estos conectan a páginas web que cuentan con información instantánea, textos, fotografías, videos, con la ayuda de una aplicación gratuita de “Lector de QR” en teléfonos móviles o tablets conectados al internet escaneen los códigos y se conecten a una plataforma digital de difusión turística.



Figura 24. Banano embajador
Fuente: Ecuadorianweb, 2014.

El Ecuador utiliza la tecnología de códigos QR para afianzar la campaña “All you need is Ecuador”, con el producto estrella de exportación el banano como embajador turístico, Ecuador es el mayor exportador de banano en el mundo con 24 millones de toneladas de exportación anual, por esto se escogió para realizar esta campaña viral de marketing para promover el Ecuador. La campaña consiste en que cada plátano tiene una pegatina con la marca país y un Código QR que al acceder, se encuentra con paginas oficiales de Turismo en donde se muestra información de nuestros principales atractivos y las clases de turismo que se pueden realizar en el país, como el de aventura, cultura, naturaleza entre otros, el gobierno apuesta por las tecnologías móviles para la promoción del turismo, los amantes a esta fruta realizan un viaje virtual al Ecuador y se origina el deseo de visitar el Ecuador. (ECUADORIANWEB, 2014).

El cantón Montúfar al contar con los códigos QR facilita la visita y promoción a los recursos turísticos y eventos dentro del cantón, también permite conocer al turista, lo que ofrece el cantón en cuanto a servicios turísticos y actividades que se pueden desarrollar, además de lo que deben llevar y lo que van a encontrar en cada uno de los atractivos turísticos que el cantón tiene, para gestionar los recursos y mejorar la competitividad en el sector turístico, además la tecnología QR tiene costos bajos y nos ayuda a ser innovador y creativos frente a la competencia

2.2.1.5 Entorno Político.

2.2.1.5.1 Forma de Gobierno.

El Ecuador es un país democrático, republicano constitucionalmente establecido, en el cual una provincia es una división político-administrativa conformada por la unión de dos o más cantones, este país cuenta con veinticuatro (24) provincias. De acuerdo con la Constitución del 2008, las provincias pueden agruparse para conformar regiones autónomas.

Cada una tiene un prefecto elegido por votación popular y un gobierno provincial conformado por todos los alcaldes de la provincia (o un concejal delegado). Estas son las autoridades ejecutivas y legislativas de la provincia; generan y ejecutan políticas públicas así como ordenanzas provinciales en su ámbito territorial.

El Presidente escoge un representante personal denominado gobernador para cada provincia excepto Pichincha, pues ahí está el despacho presidencial. El gobernador controla que los ministerios hagan su trabajo en la provincia a su cargo a través de las direcciones provinciales.

2.2.1.5.2 Estabilidad política.

El Presidente Rafael Correa asumió su cargo en el 2007, fue reelegido en 2009, en las votaciones después de la aprobación de una nueva Constitución y en mayo del 2013 inició su tercer mandato, hasta 2017.

Los libros de la historia ecuatoriana registran a Sixto Durán Ballén como el último presidente, que en 1996, terminó el período de cuatro años para el que fue elegido en las urnas, ahora son ya ocho años de Gobierno del presidente Rafael Correa, que marcan en Ecuador una época de estabilidad política en medio de éxitos y críticas

El régimen atribuye la estabilidad, entre otros factores, a políticas en favor del pueblo, al cambio de las relaciones de poder, al cumplimiento de las ofertas electorales y a la defensa de la soberanía en todos los campos, en especial el económico y político.

2.2.1.6 Entorno Legal.

2.2.1.6.1 Constitución de la República del Ecuador

Dentro de la Constitución en la Sección segunda acerca de medio ambiente citamos el Artículo 86 en donde menciona que el Estado protege el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente

equilibrado que busca la preservación y conservación de la naturaleza con prevención de la contaminación en busca de un desarrollo sustentable con el establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas que garantiza la conservación de la biodiversidad.

En el Artículo 88 garantiza la participación de la comunidad en toda decisión estatal que pueda afectar al medio ambiente,

El Título VII del Régimen del Buen Vivir en su Capítulo primero habla acerca de la Inclusión y equidad en su sección sexta, en donde se menciona la cultura física y tiempo libre en su Artículo 383 que garantiza el derecho de las personas al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

En el Capítulo segundo de la Biodiversidad y recursos naturales en su sección primera se cita el Artículo 395 en donde la Constitución reconoce los principios ambientales como: garantizar un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural que asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras con la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, las políticas de gestión ambiental se aplican de manera transversal y su cumplimiento es obligatorio por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional. (Asamblea Nacional, 2008).

2.2.1.6.2 Leyes y Reglamentos

La *Ley de gestión ambiental* del Congreso Nacional con el Título II, Capítulo I que habla del desarrollo sustentable el Artículo 7 enmarca las políticas generales para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el Presidente de la República, éstas políticas y el Plan Ambiental Ecuatoriano

forman parte de los objetivos nacionales permanentes y las metas de desarrollo. (Asamblea Nacional, 2008).

En la *Ley de turismo* reglamenta las actividades turísticas y a los que la ejercen, para beneficiar y controlar el sector turístico. En el Capítulo I trata las Generalidades, en su Artículo 2 se menciona que el turismo es la actividad que ejercen las personas en el desplazamiento hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos, el Artículo 3 nombra los principios de la actividad turística como la iniciativa privada generadora de empleo y promoción nacional e internacional, participación de los gobiernos provincial y cantonal, el fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas, conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país, y, la iniciativa y participación comunitaria, con su cultura y tradiciones, al proteger su ecosistema y prestar servicios turísticos.

El Artículo 4 es acerca de la política estatal con relación al sector del turismo, el cual debe cumplir con los objetivos de reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado con el encargado de fomentar y promocionar un producto turístico competitivo, garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación, proteger al turista y fomentar la conciencia turística, propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística, al igual que promover internacionalmente al país y sus atractivos y fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen, el Artículo 5 considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual en actividades de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, cuando se

dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito y operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento.

En el Capítulo V de las Categorías según el Artículo 19 el Ministerio de Turismo establece las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deben sujetarse a las normas de uso internacional. (Asamblea Nacional, 2008).

El Reglamento general de aplicación a la Ley de turismo es de orden público e interés social, de observancia general en materia turística, en el Capítulo 1, Artículo 2, se hace referencia a la materia turística que comprende los procesos que se derivan de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos, el Artículo 3, establece principios de la actividad turística, planeación y programación en todo el territorio nacional, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado, el Artículo 4 determina objetivos para la conservación, mejoramiento, protección, promoción, y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, para preservar el patrimonio natural, cultural, y el equilibrio ecológico, optimizar la calidad y competitividad de los servicios turísticos; impulsar la modernización de la actividad turística; fomentar la inversión pública, privada y social en la industria turística. (Asamblea Nacional, 2008).

El *Reglamento general de actividades turísticas* regula todas las actividades relacionadas al turismo para su ejecución coordinada y correctamente, es así que en el Título V del ecoturismo y la sostenibilidad en sus Artículos 156 y 165 se habla acerca del ecoturismo que son las actividades de turismo ejercidas con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local, capaz de generar

oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas (previo el cumplimiento de los requisitos exigidos por el MINTUR, sus leyes, reglamentos y demás normas vigentes), los visitantes y el Estado.

En el Título VII de la promoción turística las campañas promocionales nombradas en el Artículo 182 hace referencia al interés del MINTUR en fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional que tiene a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador.

En los Artículos 183, 188 y 189 acerca de la promoción y publicidad trata de los medios para la promoción con participación directa en ferias internacionales, ferias nacionales, fiestas cívicas nacionales y provinciales, edición de material promocional como afiches, publicaciones, mapas, planos, audiovisuales, representaciones folclóricas y cualquier tipo de material destinado para este fin, el Ministerio de Turismo efectúa campañas oficiales de publicidad tendiente a fomentar el turismo en el país, a nivel nacional e internacional, las ediciones de afiches, folletos, guías, revistas, periódicos, fotografías, películas, videos y otros medios con fines de promoción turística, deben ser realizados por el MINTUR o por personas naturales o jurídicas autorizadas por éste.

En el mismo reglamento en el título VIII de la capacitación, formación y profesionalización turística en los Artículos 194 y 195 se refiere a las labores de capacitación y a la asesoría profesional y técnica que ofrece el MINTUR con cursos, seminarios, conferencias, o propiciar cualquier evento con asesoría profesional y técnica a las empresas turísticas y otras instituciones que lo soliciten, para lo cual puede contratar o invitar a profesionales y técnicos nacionales o extranjeros, de reconocida solvencia. (Asamblea Nacional, 2008).

El *Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización* establece la organización político-administrativa del Estado Ecuatoriano en el territorio: el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera.

En su Artículo 4 trata acerca de los fines de los gobiernos autónomos descentralizados, los cuales son: Buscar el desarrollo equitativo, garantizar los derechos que se encuentra en la Constitución de la República, fortalecer la unidad nacional en la diversidad, recuperar y conservar la naturaleza de forma sostenible y sustentable, proteger y promociona la diversidad cultural y el respeto a sus espacios, preservar el patrimonio cultural, asegurar un hábitat seguro y saludable para los ciudadanos, desarrollo planificado participativamente para impulsar la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir, implantar condiciones que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución y hacer cumplir la constituciones y la ley. (COOTAD, 2012).

2.2.1.6.3 Planes Gubernamentales.

El Plan Nacional del Buen Vivir está destinado a ser un referente en Latinoamérica, ve resultados concretos en el caso ecuatoriano, las revoluciones que plantea son: La equidad, el desarrollo integral, la Revolución Cultural, la Revolución Urbana, la Revolución Agraria y la Revolución del Conocimiento, con hechos que al ser llevados a cabo pueden generar grandes cambios positivos a través del cumplimiento de sus objetivos, en este caso del Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”, por medio de actividades turísticas y así encaminarnos al Objetivo 4: “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”, al ser los moradores del Cantón los que oferten los servicios turísticos, para llevar a la población local o nacional hacia un turismo responsable y una alternativa de distracción y relajación, con el Objetivo 5: “Construir espacios de encuentro común y

fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad” y el Objetivo 7: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”. (SENPLADES, 2014)

En el *PLANDETUR 2020* se localiza información de gran valor turístico para toda aquella persona encaminada en un proyecto relacionado a turismo y sus respectivos servicios como alojamiento y alimentación, pero cabe recalcar que lo principal son los objetivos que este posee, que en el caso del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar son de importancia el Objetivo 1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, con la aprovechamiento de sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país; Objetivo 2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada; Objetivo 4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva con los recursos humanos, naturales y culturales, junto a la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales; Objetivo 5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población. (Tourism & Leisure, 2007).

Los cuales hacen hincapié en lo que se pretende conseguir si este proyecto llega a ejecutarse en un futuro para que se realice actividades turísticas de manera eficiente y sobre todo con bajo impacto en el ambiente.

2.2.1 Microambiente

2.2.2.1 Atractivos Turísticos (naturales y culturales)

Cuadro 9
Atractivos turísticos

CATEGORÍA:	SITIOS NATURALES	
TIPOS	SUPTIPOS	RECUROS TURISTICO
1.1. Bosques	1.1.1. Bosques Andina Ceja	Bosque de los Arrayanes Bosque Padre Haragán
1.2. Caídas de Agua	1.2.1. Cascadas	Cascada de Guadir Cascada de Paluz I Cascada de Paluz II
1.3. Fenómenos espeleológicos	1.3.1. Grutas	Gruta de La Paz
1.4. Ambiente Lacustres y cuerpos	1.4.1. Lagunas	Laguna El Salado
CATEGORÍA:	2. MANIFESTACIONES CULTURALES	
2.1. Sitios Arqueológicos	2.1.1. Edificaciones 2.1.2. Petroglifos	Bohío El Tambo Pilar de Athal
2.2. Ciudades Patrimoniales	2.2.1. Ciudades Patrimoniales en Sierra	Ciudad de San Gabriel
2.3. Arquitectura y Espacios Urbanos	2.3.1. Iglesia	Iglesia Matriz de San Gabriel Iglesia San Pedro-Cristóbal Colón
CATEGORÍA:	3. PATRIMONIO INTAGIBLE – FOLKLORE	
3.1. Artesanía y artes	3.1.1. Arcilla 3.1.2. Madera/Carpintería	Replicas precolombinas Bateas de Madera Chitán
3.2. Gastronomía	3.2.1. Platos tradicionales	Queso Amasado
CATEGORÍA:	4. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	
4.1. Fiestas	4.1.1. Fiestas Populares 4.1.2. Fiestas Religiosas	Baile de los Inocentes Fiesta de la Virgen de las Nieves

2.2.2.1.1 Atractivos turísticos naturales

BOSQUE DE LOS ARRAYANES



Figura 25. Catedral Bosque de los Arrayanes

El Bosque de los Arrayanes está ubicado en la parroquia de San José, se encuentra a 2.800 metros sobre el nivel del mar, es apto para realizar ecoturismo, este recurso natural posee también importancia cultural, porque fue un centro de cultos de ceremonias funerarias de los Pastos y Tuzas.

La Asociación Salvemos el Bosque de los Arrayanes, son los encargados de conservar y cuidar el bosque, aquí existe un sendero con señalización que es aproximadamente de 1 hora en donde el objetivo es llegar al lugar conocido como la “Catedral” en el cual existe un espacio circular que forman los árboles.

Antiguamente tenía una extensión de aproximadamente 1.000 hectáreas, en la actualidad su extensión es de 16 hectáreas por el aumento de la frontera agrícola. Los árboles de arrayán llegan a alcanzar los 17 metros. Otros árboles solo alcanzan 2 o 3 metros de altura debido a que el arrayán es una especie dominante. (GAD Montúfar, 2014).

BOSQUE CEJA ANDINA (PADRE HARAGÁN) PIZÁN

El Bosque del Padre Haragán se ubica en la parroquia La Paz, se encuentra a 3.295 metros sobre el nivel del mar, en la localidad de Pizán, tiene afluentes naturales de agua, convirtiéndose en una fuente que abastece a las comunidades aledañas y parte del cantón Bolívar, el bosque está rodeado de abundante vegetación, árboles y plantas, también alberga algunas especies de animales.

El bosque es ideal para realizar ecoturismo, avistamiento de aves y caminata con diferentes niveles de dificultad y practica de rapel para esto es necesario contar con guías nativos que ofrece la Asociación “El Legionario Paraíso Escondido”, los que cuentan con paquetes de grupo para visitar el bosque. (GAD Montúfar, 2014).

CASCADA DE GUADIR

Ésta cascada se encuentra en la parroquia de Chitán de Navarretes a 2.845 metros sobre el nivel del mar, se ubica en un pequeño bosque secundario con matorral, arbustos y hierbas, la cascada tiene 3 metros de ancho y un salto de 20 metros, en los alrededores de la cascada se encuentran pastos y áreas de cultivo, el paisaje que rodea la cascada está representado por colinas y pendientes.

La cascada en su parte inferior forma un pequeño vado arenoso de 6 metros de ancho, el mismo que se extiende hasta una pequeña cueva en el fondo. Se puede realizar ecoturismo y turismo de aventura, para llegar hasta la cascada se utiliza un sendero que atraviesa cultivos y terrenos de propiedad privada. (GAD Montúfar, 2014).

CASCADA DE PALUZ I

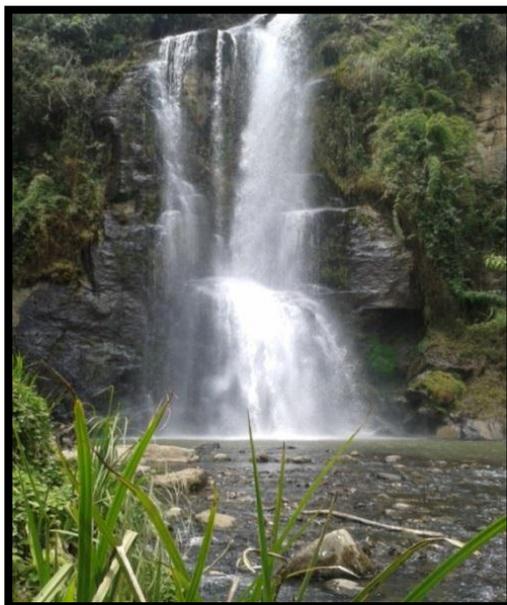


Figura 26. La Cascada de Paluz I

La cascada de Paluz I está en la parroquia San José a 1.5 kilómetros de Chután Bajo y de la ciudad de San Gabriel a 4 Kilómetros. La cascada está a 3.001 metros sobre el nivel del mar, tiene aproximadamente una caída de 35 metros y 8 metros de ancho, formada por la caída de agua del río que lleva su mismo nombre, la cascada forma un vado de 13 metros de ancho por 10 metros de largo, se encuentra en una hondonada, por lo que ofrece un paisaje interesante, se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el sendero que conduce hasta ella. Es apta para realizar ecoturismo, fotografía y Turismo de Aventura, caminatas. (GAD Montúfar, 2014).

CASCADA DE PALUZ II

También se encuentra en la parroquia San José a 3.047 metros sobre el nivel del mar, la caída de agua es de aproximadamente 30 metros de alto y 15 metros de ancho, para acceder a la cascada se debe atravesar por terrenos de propiedad privada.

Por encontrarse en un cañón de formación geológica, su entorno encierra un paisaje encantador y se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el

sendero que conduce hasta la cascada al momento de atravesar el sendero. Se puede practicar ecoturismo, Turismo de Aventura (caminata) y Fotografía. (GAD Montúfar, 2014).

GRUTA DE LA PAZ



Figura 27. Templo de la Gruta de la Paz

Ésta ubicada en la parroquia del mismo nombre La Paz a 14.9 kilómetros de San Gabriel y a 3.6 kilómetros del parque de la parroquia. La Gruta está a 2.452 metros sobre el nivel del mar, está a cargo de la Diócesis de Tulcán, su interior está formado por estalactitas y estalagmitas, por sus entrañas se abre paso el río Apaquí.

La imagen de la gruta fue tallada en la misma piedra del lugar en el año de 1911 por Daniel Reyes, mientras que la escultura de madera fue llevada de regreso desde la parroquia al templo antiguo en la parte alta de la gruta. Hoy este lugar es denominado Santuario Nacional Mariano. En la Gruta se realiza turismo Cultural, religioso, natural, compras y recreación. (GAD Montúfar, 2014).

LAGUNA DEL SALADO



Figura 28. Patos Salvajes dentro de la Laguna de El Salado.

Ubicada en la parroquia de Cristóbal Colón, está a 2.777 metros sobre el nivel del mar, este hermoso lugar cuenta con 21 hectáreas que en su mayor parte lo conforma el espejo de agua, es un embalse lacustre en forma de "U" Sus aguas se originan en los páramos de la comunidad de Chutan Alto donde nace el río San Gabriel el cual en cierta parte se lo desvía en canal abierto para abrevaderos de ganado y uso agrícola.

Es un embalse lacustre artificial que data su construcción aproximadamente hace unos 80 años en dominio de la hacienda El Salado de propiedad de Don Antonio Fernández Salvador, y que desde hace unos 48 años tiene dominio el Gobierno Municipal de Montúfar, este embalse tiene un camino de circunvalación de segundo orden de 2.790 metros.

La laguna es un lugar propicio para encontrar tranquilidad y paz para realizar deportes extremos y recreativos, ecoturismo, práctica de atletismo y eventos como el Festival Carnavalero en Febrero en donde se efectúa actividades deportivas y recreativas. (GAD Montúfar, 2014).

2.2.2.1.2 Atractivos turísticos culturales

BOHÍO DEL TAMBO

Está ubicado en la parroquia de Fernández Salvador, en la comunidad de San Francisco de la Línea Roja, que está al noreste de la parroquia de Piartal, a 2.968 metros sobre el nivel del mar, con 12°C de temperatura aproximadamente, el bohío tiene forma de círculo, forma parte del antiguo Qhapaq Ñan, sus dimensiones son 38 metros de diámetro, paredes de 3 metros de ancho y 2.20 metros de altura, elaborado a base de tierra y bahareque, fue construido durante el Período de Integración comprendido entre los años 700 hasta 1500, correspondientes a la cultura de los Pastos, este sitio es óptimo para realizar turismo Cultural en arqueología. (GAD Montúfar, 2014).

CIUDAD DE SAN GABRIEL



Figura 29. Monumento al procerato

Ciudad Patrimonial en la parroquia de González Suárez, está a 2.888 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 10°C, según el trazado original reedita el diseño y técnica española adaptada a la geografía local, con amplias calles, una plaza principal, alrededor de la cual se hallan varias edificaciones públicas como el edificio Municipal, Casa de Gobierno. Curiosamente se excluyó a la Iglesia Matriz debido a un problema topográfico y

también porque en ese lugar existió un mercado indígena muy concurrido, llamado antiguamente tianguis.

San Gabriel, fue declarada por la UNESCO el 11 de Noviembre de 1992 como Patrimonio Cultural de la Nación, gracias a la fachada colonial de sus construcciones.

Se practica turismo Cultural (Historia) y fiestas como el Tradicional Baile de Inocentes (Enero), Comparsas de Carnaval (Febrero), Festival Carnavalero, Festival Internacional de Teatro (Abril) y Fiestas de Cantonización (Septiembre). (GAD Montúfar, 2014)

IGLESIA MATRIZ DE SAN GABRIEL



Figura 30. Fachada de la Iglesia Matriz de San Gabriel

Ésta iglesia se ubica en la parroquia Gonzáles Suárez en la ciudad de San Gabriel. La Iglesia de San Gabriel está a cargo de la Diócesis de Tulcán, se encuentra a 2.884 metros sobre el nivel del mar, esta iglesia era de paja y madera de montaña.

En 1905 con ocasión de la cantonización de San Gabriel se termina de remodelar la iglesia y se pone bajo el amparo de Nuestra Señora de la Nieves Tuza.

El diseño y construcción tiene influencia ecléctica que es dominante y un estilo gótico en la fachada, en el altar mayor se encuentra la imagen de la Virgen de las Nieves que es una figura “Juca” es decir que solamente tiene la figura sin vestido y encarnado, en la parte externa existe la Cruz Pasto en razón de que el templo es un sitio ceremonial de respeto por los antiguos Pastos, se realiza turismo Religioso, turismo Cultural (historia) y su principal evento son las Fiestas Patronales de la Virgen de las Nieves. (GAD Montúfar, 2014).

IGLESIA DE SAN PEDRO – CRISTÓBAL COLÓN

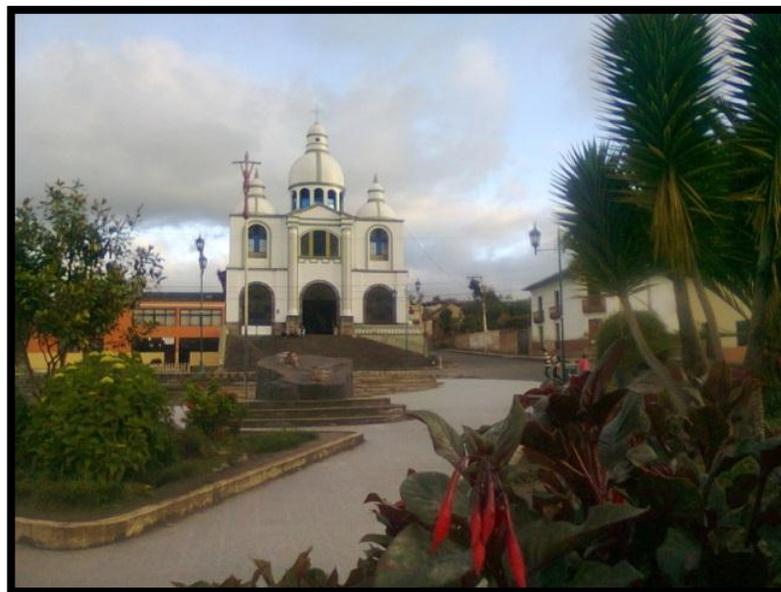


Figura 31. Fachada Principal de la Iglesia de San Pedro

Ubicada en la parroquia de Cristóbal Colón, la Iglesia de San Pedro está a 2.849 metros sobre el nivel del mar, fue construida entre los años de 1965 a 1975 con su párroco el padre Guillermo Rodríguez Angulo quien reedificó la iglesia, y fue restaurada parcialmente en 1990, tiene un estilo Modernista.

La iglesia es de una sola nave con dos laterales, tiene una cúpula circular con un remate de cruz latina, los materiales que se utilizaron en su construcción son ladrillo, cemento, bloque, arena, ripio, en el Altar pan de oro, plateado y color.

El nombre se debe a la imagen de San Pedro patrono de Cristóbal Colón, imagen de comienzos del siglo XX. La fiesta se inicia en la década de los años 60-70, y toma verdadero auge en la década de los años 70-80. (GAD Montúfar, 2014).

PILAR DE ATHAL

El Petroglifo de Pilar de Athal se encuentra en la parroquia La Paz a 2.617 metros sobre el nivel del mar. La piedra tiene una altura de 3 metros y sus cuatro lados de 2.60 a 2.80 metros, en la cara superior tiene varios signos, la mayoría geométricos, sobresale un rectángulo dividido diagonalmente, posiblemente corresponde al Período de Integración comprendido entre los años 700 hasta 1500, perteneciente a la cultura Pasto.

El arqueólogo alemán (Max Uhle, 1932), cree que ese signo está relacionado con el culto al sol, en cambio, Peña (Herrera y Costales 1968, pág. 399) sostiene que dicho signo estaría relacionado con el culto al agua, en ese sitio se puede realizar turismo Cultural (arqueología) y turismo Científico. (GAD Montúfar, 2014).

2.2.2.1.3 Patrimonio intangible – folklore.

BATEAS DE MADERA

Se encuentran en la parroquia de Chitán de Navarretes en la calle Homero Cadena y transversal Guillermo Flores, el taller del Sr. José Imbacuán y su hijo Edison Imbacuán quien ha heredado esta arte.

Las bateas se elaboran de madera de aliso, se la trocea y se procede a tallar, con el diseño en bruto se deja secar y se lija la pieza hasta que obtenga una textura suave para proceder a pintarla, las batea es pintada a mano y tiene motivos precolombinos, con la pieza decorada se laca para que tenga brillo y resistencia, posteriormente se obtiene el producto final, cinco días toma la

elaboración de una batea, desde el corte, secado de la madera, transformación, pintura y acabados.

Elaboran bateas redondas, cucharas y las bateas estándar de diferentes tamaños, los precios oscilan entre los 8.50 y los 45.00 dólares y el ingreso al taller para conocer el proceso de las artesanías tiene un precio para estudiantes escolares de 0.25 centavos de dólar., estudiantes colegiales 0.50 centavos de dólar, y público general 1 dólar, esto incluye un box lunch que consiste en una taza de café o té de jícama con tortillas de tiesto. (GAD Montúfar, 2014).

RÉPLICA DE FIGURAS PRECOLOMBINAS EN ARCILLA

Es de la misma propiedad del Sr. José Imbacuán y su hijo Edison que además de las bateas se dedican a realizar en su taller artesanías de réplicas precolombinas.

La elaboración comienza con la arcilla, esta se la seca al aire libre, una vez seca se tamiza para sacar las impurezas como piedras y cascajo que pueden contaminar el barro. Obtenida la materia prima, se la deja secar bajo sombra por tres días, con la pieza lista se procede a hornearla en un tiempo aproximado de cuatro horas se deja enfriar luego se procede a decorar y pintar con tintes naturales y pinturas sintéticas los símbolos pastos, finalmente la pieza se laca y se obtiene el producto terminado, el costo varía desde 1.50 hasta los 200 dólares.

También se realizan talleres demostrativos de fragmentos encontrados, taller participativo práctico, talleres para niños donde tienen la oportunidad de elaborar sus propias piezas precolombinas, esto motiva a la realizar turismo Cultural y turismo de compras. (GAD Montúfar, 2014).

QUESOS AMASADOS



Figura 32. Quesos Amasados

Se encuentra dentro de los platos tradicionales en la gastronomía del cantón en la parroquia González Suárez en la Ciudad de San Gabriel.

Los Quesos amasados se realizan en todo el cantón Montúfar pero el sector en donde se comercializan es en las ferias de los sábados en la Ciudad de San Gabriel.

Los quesos son elaborados en forma artesanal con leche entera, cuajo y sal yodada, se lo muele a mano hasta eliminar todo el suero con el objeto de lograr el sabor del queso salado y de textura granulada, el producto se comercializa localmente y en otras ciudades, como Ibarra y Quito.

La tradición continúa tanto en consumo como en la elaboración, que es transmitida de generación en generación y abre las puertas a la realización del turismo Gastronómico. (GAD Montúfar, 2014).

2.2.2.1.4 Acontecimientos programados

BAILE DE LOS INOCENTES SAN GABRIEL



Figura 33. Desfile de la Fiesta de los Inocentes.

Es una de las fiestas populares realizadas en la parroquia de Gonzáles Suárez, en la ciudad de San Gabriel, el concurso de baile de los inocentes se realiza el último sábado del mes de Enero en el Centro de la Ciudad de San Gabriel que está a 2.914 metros sobre el nivel del mar.

El tradicional baile de Inocentes, es una fiesta con mucha algarabía y humor por parte de los participantes quienes utilizan diversos trajes de personajes del pueblo y personajes representativos como curas, monjas, la pareja de novios, los adultos, policías, militares, viudas, duendes, diablos y en infaltable intrépido payaso, estos preparan comparsas con las que realizan el recorrido en donde dan rienda suelta a las destrezas de diferentes pases de baile con mucha alegría y ocurrencias de los danzantes, durante el trayecto interactúan con los espectadores que los toma por sorpresa para ponerlos a participar en escena hasta llegar al parque principal donde se encuentra una tarima en la cual están autoridades y parte del jurado calificador, en este espacio tienen tres minutos para demostrar la composición de la comparsa con alegría y picardía para el deleite de los espectadores. (GAD Montúfar, 2014).

FIESTA DE LA VIRGEN DE LAS NIEVES

La fiesta de la Virgen de las Nieves patrona de la Ciudad de San Gabriel y está a cargo de la Diócesis de Tulcán se la realiza en la parroquia de Gonzáles Suárez, en el año de 1535 llega a San Gabriel la Orden de los Mercedarios desde España con motivo de evangelizar a la gente, ellos trajeron la imagen de la Virgen de las Nieves y desde ese entonces se convierte en la Patrona de San Gabriel, motivo por el cual año tras año se ha celebrado las festividades en su honor, este año se cumplieron 475 años de su presencia en la ciudad de San Gabriel, esta festividad se la realiza cada año en el mes de julio y los primeros días del mes de agosto.

En los días de fiestas se realizan varias peregrinaciones con la imagen de la Virgen de las Nieves por las calles, barrios de la ciudad, parroquias y comunidades, esto motiva a realizar turismo cultural (Historia) y turismo religioso, como parte de las fiestas también se realizan: Carrera atlética 10 kilómetros y Juegos pirotécnicos. (GAD Montúfar, 2014).

2.2.2.2 Clientes, Turistas y/o visitantes

El cantón Montúfar es el lugar ideal para todas aquellas personas que buscan relajamiento, esparcimiento y contacto con la naturaleza fuera del ruido de la ciudad y de las actividades cotidianas, además es aprovechable en gran magnitud su cercanía con Colombia para que turistas de este país accedan a la provincia del Carchi y puedan realizar turismo, y a su vez por encontrarse en la frontera, registra un 5,90% según los datos del Boletín del 2014 del Ministerio de Turismo en la figura 2 de Concentración de la demanda extranjera de la página 20, entre las actividades que realizan los turistas extranjeros se encuentra en primer lugar el turismo cultural con 73,8% y seguido se encuentra el ecoturismo con un 21% según datos proporcionados en el 2011 por la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo y se muestran en la figura 3 del presente trabajo en la página 21, por lo cual es importante que el cantón Montúfar vaya perfilándose como un sitio turístico

apto para cualquiera de estos dos tipos de turismo por tener cultura, tradiciones, y varios sitios naturales aprovechables, es indispensable que el cantón vaya dándose a conocer en primera instancia de manera local, para que los visitantes de aquellos sitios que se desarrollan en el sector del turismo, promocionen los servicios que allí se ofrece a conocidos, familiares, o amigos y poco a poco se lo conozca a nivel provincial y nacional, y llegar a un óptimo desarrollo para atender al visitante extranjero.

2.2.2.3 Competencia directa e indirecta

Para el cantón Montúfar la competencia directa es Tulcán por ser la capital de la provincia del Carchi es uno de los más nombrados y reconocidos porque en él se encuentra el Cementerio Municipal José María Azael Franco que es una de las bellezas más representativas a nivel de América Latina, esta joya arquitectónica lleva el título de Patrimonio Cultural del Estado, además es reconocido por los habitantes locales y extranjeros, como una maravilla moderna. La "Escultura en verde" es única en su género, fue creada por el señor José Azael Franco en 1936. Las figuras de ciprés que se encuentran en el cementerio tienen estilo griego, egipcio, incaico, árabe, y formas naturales, éste cementerio es la competencia en turismo cultural de la ciudad de San Gabriel que fue declarada por la UNESCO el 11 de Noviembre de 1992 como Patrimonio Cultural, en el ámbito natural la principal competencia de los sitios que tiene el cantón Montúfar y de la Laguna del Salado al ser la más aprovechable es la Reserva Ecológica El Ángel en el cantón Espejo que presenta una riqueza florística y faunística similar a la mayoría de los páramos, con presencia de frailejones que domina en el lugar, es uno de los más conocidos por turistas nacionales y extranjeros.

En cuanto a turismo el cantón Montúfar se direcciona principalmente hacia el turista local o nacional sin descartar el internacional y posee como competencia indirecta sol y playa como una de las actividades realizadas por la mayoría de los ecuatorianos en sus tiempos libres con un registro del 51,0 % de desplazamiento dentro del territorio nacional, esto según el Boletín de

Noviembre 2014 del Ministerio de Turismo de la Figura 4 - Actividades realizadas por el turista nacional en la página 21.

2.2.2.4 Sustitutos

En el cantón Montúfar es posible desarrollar diferentes trabajos investigativos, para ponerlos en ejecución posteriormente, como un Plan de Marketing de los sitios turísticos que posee, ó a su vez el Rescate de la Cultura Pasto - Cuasmal, y un Plan de aprovechamiento de los recursos turísticos, en lugar de estos temas se ha visto la necesidad de realizar en primer lugar el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar que abarca una investigación exhaustiva de las potencialidades naturales y culturales que lo turistas quieren encontrar al viajar a un destino, este plan es diseñado con una propuesta ideal para el incremento de turistas en la zona, al hacer que el turismo se convierta en una fuente de empleo y generadora de divisas económicas, trabajo que se prepara para posteriormente ser ejecutado por el Unidad de Turismo.

2.2.2.5 Proveedores

Como proveedores de servicios el Ilustre Municipio del Cantón Montúfar a través de la Unidad de turismo apoya a siete asociaciones que se encuentran en los diferentes puntos turísticos estratégicos del cantón, éstas son: Aso. "El Legendario Paraiso Escondido" en la Pizán, parroquia de La Paz, ofrece al turista contacto con la naturaleza a través de senderos, actividades de aventura como rapel, Aso. "Laguna del Salado El Ejido", Aso. "Guardianes Ambientales de Montúfar", éstas dos asociaciones se encuentran en el Ejido parroquia de Cristóbal Colón, brindan servicios de botes y alimentación en la Laguna El Salado, Aso. "Nuevas Alianzas", ubicada en la parroquia de Piartal, Aso. "Ceja de Montaña", en San Francisco de la Línea Roja en la parroquia Fernández Salvador posee un gran paisaje para caminatas por el páramo y parte de la selva, ofreciéndole al turista la actividad de fotografía, Aso. "Salvemos el Bosque de los Arrayanes" se encuentra en la parroquia de San José en el

acceso hacia el bosque y Aso. "San Gregorio" ésta asociación se encuentra en la parroquia de Chitán de Navarretes ofrece alimentación en eventos.

Todas las asociaciones cuentan con capacitaciones en gastronomía, artesanía, atención al cliente y algunas personas fueron capacitadas como guías nativos, tienen equipamiento turístico repartido entre las asociaciones como carpas de camping, sleeping, arnés y equipo para rapel, carpas para alimentación y menaje de cocina, inflable y botes.

2.2.2.6 Organismos Reguladores

Los organismos reguladores de las actividades turísticas son el Ilustre Municipio del Cantón Montúfar, con su alcalde Dr. Juan Acosta, que trabaja en conjunto a los asesores, personal de apoyo y personal operativo, principalmente con la Unidad de Turismo para conseguir un desarrollo local con la participación ciudadana, que lo conforman las asociaciones encargadas de cada lugar turístico potencial dentro del cantón, para beneficio de ellos y de la población en base a divisas generadas por el turismo.

2.2 Análisis Interno

2.3.1. Constitución legal

Legislación electoral Ecuador – 2009, en el Capítulo Tercero de Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales en su Artículo 253 habla de que cada cantón tenga un concejo cantonal, que está integrado por el alcalde y los concejales elegidos por votación popular, entre quienes se elige un vicealcalde. El alcalde es su máxima autoridad administrativa y lo preside con voto dirimente. El concejo representa proporcionalmente a la población cantonal urbana y rural, en los términos que establezca la ley. Artículo 255.- Cada parroquia rural tiene una junta parroquial conformada por vocales de elección popular, cuyo vocal más votado la preside. La conformación, las atribuciones y responsabilidades de las juntas parroquiales están determinadas en la ley.

Es así que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Montúfar está conformado por la Función Ejecutiva que trabaja en conjunto con la Función de participación ciudadana es decir Consejos cantonales y juntas cantonales y la Función Legislativa, bajo la estructura Gobernante están el procurador, síndico y el secretario general, como personal de apoyo esta principalmente el Director administrativo y el Director Financiero y como Operativo se encuentra el Director de Participación ciudadana y Desarrollo local, el Director de Agua potable y alcantarillado, Director de planificación Urbana y estratégica, Director de Obras Públicas, Director de Gestión Ambiental y Registrador de la Propiedad y Mercantil.

El GAD Montúfar trabaja en conjunto con los Gobiernos Parroquiales, cada Junta Parroquial tiene su presidente, vicepresidente y vocales designados a diferentes actividades.

La actividad turística está ubicada en el Departamento de Participación Ciudadana y Desarrollo local y a su cargo se encuentra las asociaciones legalmente constituidas según como lo marca el Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador, que ofrecen servicios turísticos en los recursos naturales y culturales con potencial turístico dentro del cantón, la asociación la conforma un grupo de personas que realizan una actividad colectiva con un objetivo en común, por lo que tiene derechos y contrae obligaciones con funcionamiento democrático, es decir, entre todos deben llegar a una sola conclusión en la toma de decisiones, y a su vez comunicar en la junta de participación ciudadana cualquier novedad encontrada.

La constitución de asociaciones la dirige el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) que a través de sus programas y servicios impulsa el fortalecimiento de las cadenas productivas en el Ecuador.

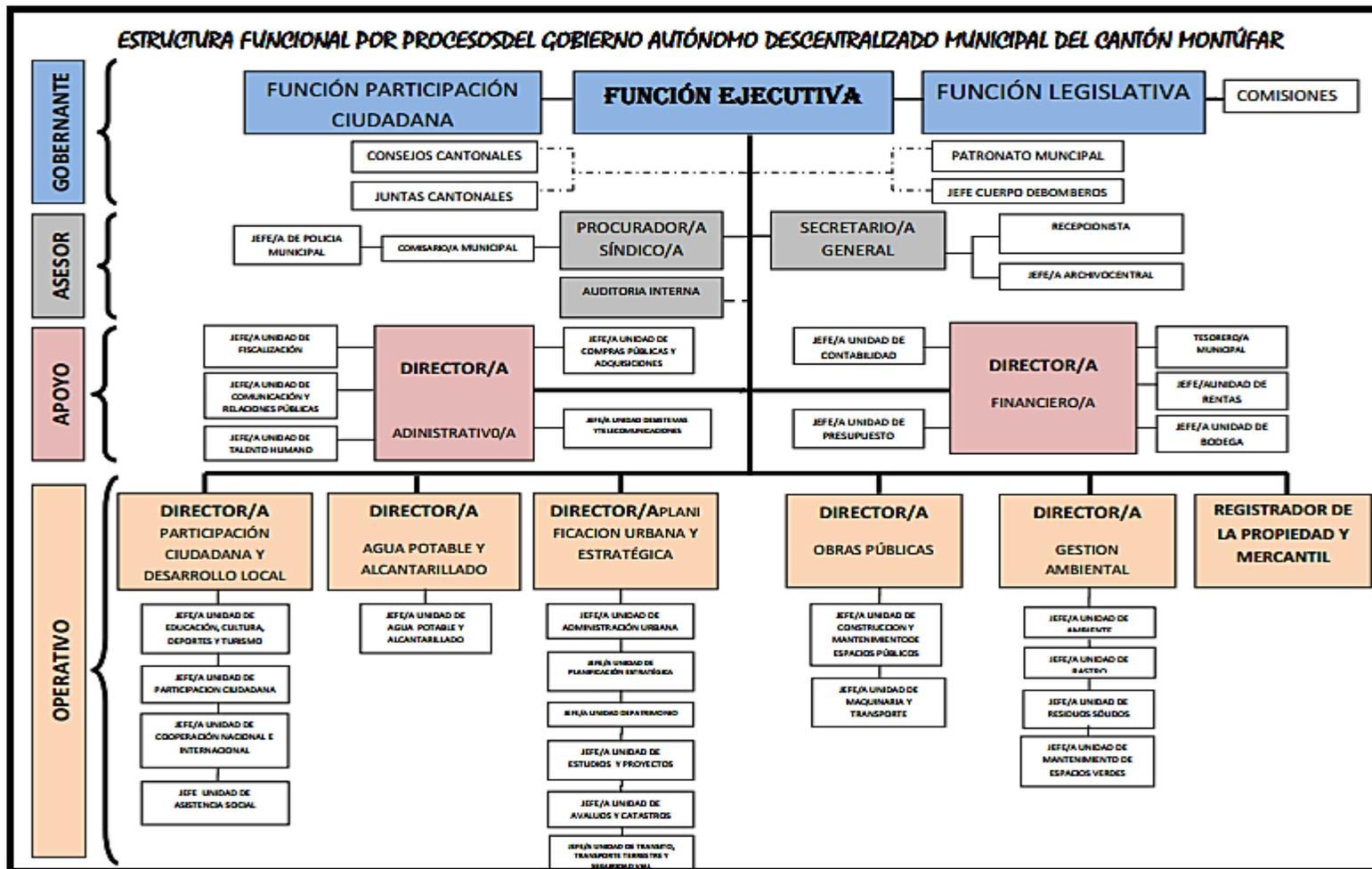


Figura 34. Estructura funcional por procesos del GAD Municipal del cantón Montúfar
Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

2.3.2. Recursos y capacidades

2.3.2.1 Tangibles

2.3.2.1.1 Económicos y Financieros

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar, cuenta con una Unidad de Turismo que tiene un presupuesto aproximado de 35.000 dólares destinado para diferentes proyectos de desarrollo turístico del cantón.

La unidad de Turismo ejecutó un Proyecto en el 2012 llamado Corredor Eco turístico en donde están integradas por 7 asociaciones las cuales representan a cada parroquia y se han beneficiado con los equipos de campismo, vajilla, carpa y capacitaciones en las áreas de Gastronomía y artesanías dictadas por la Universidad Técnica del Norte, todo esto con un presupuesto aproximado de 10.000 dólares por asociación.

Cuadro 10

Datos de las asociaciones que integran el corredor eco turístico

Nº	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD	PERSONA DE CONTACTO
1	Aso. "El Legendario Paraíso Escondido"	La Paz	Pizán	Sr. Julio Paguay
2	Aso. "Laguna del Salado El Ejido"	Cristóbal Colón	El Ejido	Sra. Celia Pusda
3	Aso. "Guardianes Ambientales de Montúfar"	Cristóbal Colón	Cumbaltar	Sr. Wilson Chulde
4	Aso. "Nuevas Alianzas"	Piartal	San Pedro y Piartal	Sr. Vicente López
5	Aso. "Ceja de Montaña"	Fernández Salvador	San Francisco de la Línea Roja	Sr. Oswaldo Obando
6	Aso. "Salvemos el Bosque de los Arrayanes"	San José	Monteverde	Sr. José Lucero
7	Aso. "San Gregorio"	Chitán de Navarretes	Chitán de Navarretes	Lic. Guillermo Flores

Fuente: (GAD Montúfar, 2014).

Bienes entregados a las asociaciones:

Se otorga al Sr. Wilson Chulde, Presidente de la Asociación “Guardianes Ambientales de Montúfar”, según el Acta de Entrega de Recepción del 12 de abril del 2012.

Cuadro 11

Bienes entregados a la Aso. “Guardianes Ambientales de Montúfar”

CANTIDAD	PRODUCTO
3	Sleepings Army Azul Marino
1	Botiquín Coleman 7601 DAY

Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

A la Sra. Celia PUSDÁ, Presidenta de la Asociación “Laguna El Salado” de la comunidad El Ejido, se otorga según la Acta de entrega de Recepción del 16 de junio del 2012, para realizar artesanías.

Cuadro 12

Bienes entregados a la Aso. “Laguna El Salado”

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Litro de aceite de vaselina	5,00
5	Fundas de ácido estérico	1,75
15	Cajas de oleos	90,00
45	Pinceles #0, #2, #4	36,00
15	Juegos de acocadores	33,00
15	Pinturas acrílicas	7,50
30	Lacas spray	66,00
30	Pliegos de papel vegetal	13,50
10	Metros de gamuza	40,00
15	Pinturas 3D	27,00
9	Cautines	19,80
15	Bordeador escarchado	30,00
15	Pintura metálica	67,50
15	Pinturas perlada	18,00
15	Tijeras puntas rectas	4500
15	Tijeras puntas curvas	52,50
15	Papel carbón	2,25
15	Lápices	3,75
15	Moldes caritas	6,75
TOTAL		564,80

Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

De igual forma según la Acta de entrega recepción del 11 de julio del 2012 se entrega a la misma asociación los siguientes bienes junto a las otras 6 asociaciones, para que participen en las ferias Gastronómicas que se dan en la provincia del Carchi y el cantón Montúfar.

Cuadro 13
Bienes entregados a las asociaciones

CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS
1	Carpa de 3 x 3 mts.
1	Leyendas y gigantografías
1	Estructura en tubo galvanizado de 1 x 1.5 desarmable
16	Sillas plásticas
4	Mesas pasticas
1	Cocina Industrial
1	Tanque de gas
1	Válvula de gas
20	Platos soperos
20	Platos tendidos
20	Platos para postre
20	Tazas
1 docena	Vasos
2	Bandejas
2	Ollas
1	Jarra
1	Juegos de cuchillos - 3 piezas
1	Juegos de cubiertos – 12 piezas
1	Juegos de cucharones – 3 piezas

Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

Se entrega al Lcdo. Guillermo Flores, Presidente de la Aso. “San Gregorio” de la parroquia de Chitán de Navarretes, según la Acta de Entrega de Recepción del 23 de Junio del 2012, los siguientes bienes que se utilizaron para la realización de artesanías.

Cuadro 14
Bienes entregados a la Asociación "San Gregorio"

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR
15	Pinturas acrílicas	7,50
15	Lacas de spray	33,00
40	Lijas	16,00
15	Jarrones	114,00
1	Galón de goma	6,50
15	Pinturas perlada	18,00
12	Libras de granos	18,00
TOTAL		213,00

Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

2.3.2.1.2 Físicos

La Unidad de Turismo gracias al proyecto de corredor Eco Turístico crea instalaciones en tres recursos turísticos.

- ✚ CASCADA DE PALUZ: un pequeño balneario público con entrada libre, y dos piscinas, duchas e instalaciones sanitarias.
- ✚ BOSQUE DE LOS ARRAYANES: a la entrada del bosque está bohío para ser un restaurante con instalaciones sanitarias, a cargo de la Aso. "Salvemos el Bosque de los Arrayanes".
- ✚ LAGUNA DEL SALADO: existen canchas deportivas, juegos infantiles, y botes a cargo de la Aso. "Guardianes Ambientales de Montúfar" con un Salón de eventos a cargo de Aso. "Laguna del Salado El Ejido"

Cuadro 15
Empresas turísticas del cantón Montúfar

NOMBRE	ACT. TURISTICA	SUBACT. TURISTICA	CATEGORIA	PARROQUIA
Eden	Alojamiento	Motel	Tercera	La Paz
Gabrielita	Alojamiento	Hostal Residencia	Tercera	San Gabriel
San Francisco	Alojamiento	Hostal Residencia	Segunda	San Gabriel
Cabañas El Desliz	Alojamiento	Motel	Segunda	San Gabriel
El Peregrino	Comidas Bebidas	Y Restaurante	Cuarta	La Paz
Piko Riko	Comidas Bebidas	Y Restaurante	Tercera	San Gabriel
The Bulls	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Discoteca	Segunda	San Gabriel

Fuente: (MINTUR, 2014)

2.3.2.1.3 Tecnológicos

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar cuenta con una página web: <http://www.gadmontufar.gob.ec/> en donde hay una pestaña llamada Turismo y al revisar la página, ésta se encuentra en construcción por tal motivo no existe datos informativos, en la búsqueda de información vía internet de atractivos turísticos del cantón Montúfar, se ha encontrado en la página de la Prefectura de la provincia del Carchi, pero la información es insuficiente.

No existen tecnologías en cuento a páginas web y redes sociales de la Unidad de Turismo o de las Asociaciones que integran el Corredor Eco turístico.

2.3.2.1.4 Estructura Organizacional

La estructura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Montúfar lo podemos encontrar en la Figura 34 de la página 79, en cuanto a la Organización de las asociaciones prestadoras de servicio es la siguiente:



Figura 35. Organización de las asociaciones
Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

2.3.2.2 Intangibles

2.3.2.2.1 Humanos

El desarrollo del turismo dentro del cantón Montúfar depende mucho del recurso humano, desde su alcalde hasta los principales gestores de la actividad turística para poder trabajar en conjunto, y ofrecer al turista un servicio de calidad.

Es así que los principales protagonistas del turismo en el cantón Montúfar es el Dr. Juan Acosta como alcalde que regula y revisa las actividades turísticas que presenta el Técnico en turismo Sr. Edison Jiménez, este a su vez coordina con las respectivas Juntas Parroquiales para programar las actividades o festividades en las que acuden los turistas locales, nacionales e internacionales, y con el personal de las asociaciones encargadas de cada recurso turístico.

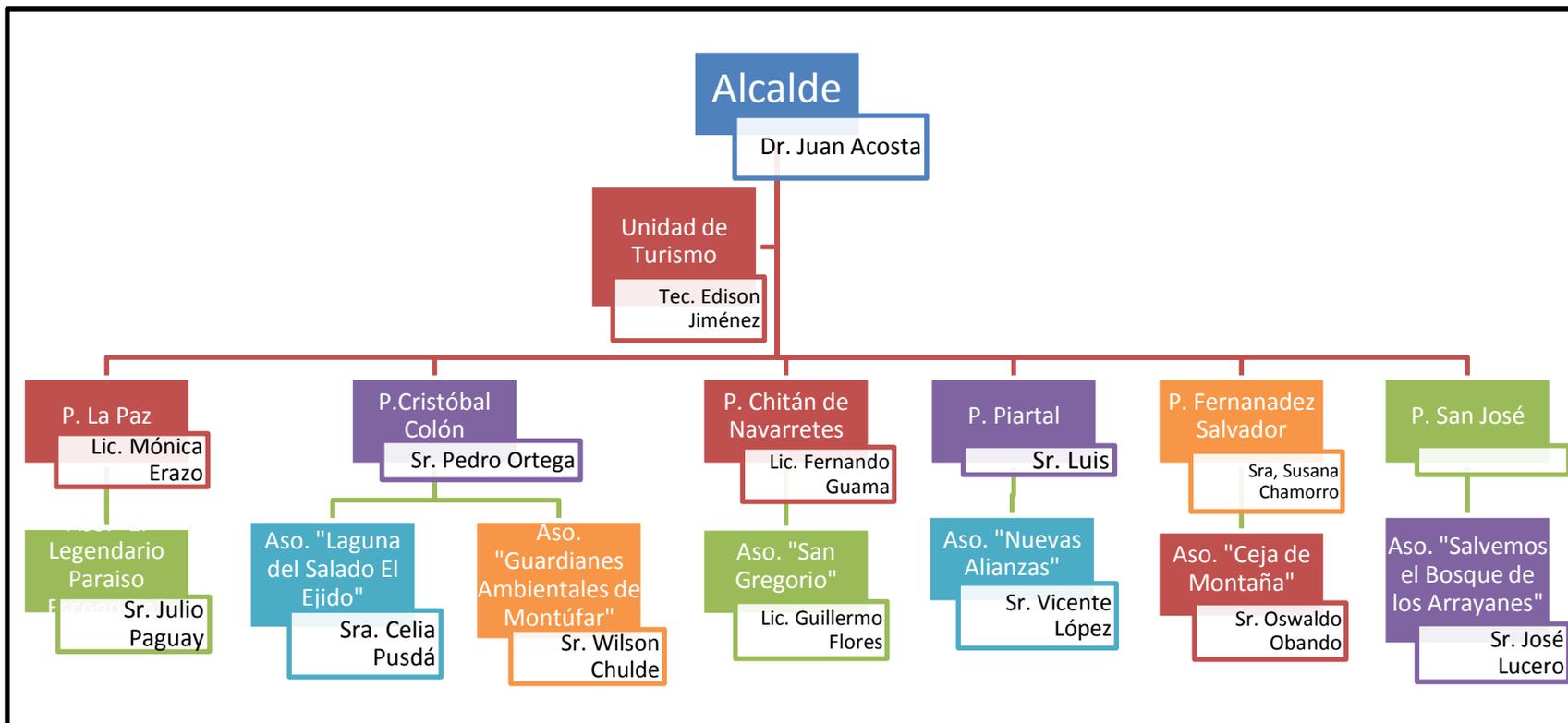


Figura 36. Organigrama Funcional
 Fuente: (GAD Montúfar, 2015)

2.3.2.2.2 Innovación y creatividad

Los recursos naturales que posee el cantón Montúfar se presta para una infinidad de deportes extremos o actividades que se pueden realizar para el tipo de turista que visite estos lugares ya sea niños, jóvenes, adultos o personas de la tercera edad.

Cuadro 16
Actividades innovadoras en los recursos turísticos

LUGAR	ACTIVIDAD
Laguna de El Salado – Parroquia Cristóbal Colón	Cabalgatas, botes con remo, ciclismo, natación, avistamientos de aves, fotografía, prácticas de atletismo, duatlones y diferentes eventos deportivos.
Bosque Padre Haragán y Pilar de Athal – Parroquia La Paz	Actividades como rapel, caminata, fotografía, actividades recreativas, camping, canopy, cabalgatas, turismo científico y cultural por el petroglifo que tiene.
Bosque de los Arrayanes – Parroquia San José	Caminata, fotografía, camping, turismo educativo y científico, demostración de ceremonias ancestrales, sendero autoguiado.
Ceja de Montaña – Parroquia Fernández Salvador	Caminata en diferentes pisos climáticos, pesca, camping, festividades religiosas, cabalgatas.
Chitán de Navarretes – Parroquia Chitán de Navarretes	Realización de eventos gastronómicos, eventos culturales con artesanías elaboradas por gente de la parroquia, fiestas religiosas, bailes tradicionales, posibilidad de turismo comunitario y agroturismo.
Piartal – Parroquia de Piartal	Turismo comunitario, agroturismo, caminata en el camino del Inca, turismo cultural y religioso.

2.3.2.2.3 Prestigio y reconocimiento

Antiguamente se llamaba Tusa y fue cambiada en 1883 a San Gabriel en honor al Arcángel San Gabriel, guardián de la ciudad. El nombre de Montúfar se debe al coronel Carlos Montúfar y Larrea, prócer de la independencia ecuatoriana y uno de los más ilustres militares forjadores de la emancipación, nombre que fue aplicado cuando el 27 de septiembre de 1905 la actual ciudad de San Gabriel alcanzó su independencia político-administrativa.

Conocido como la ciudad de las siete colinas antiguo asentamiento tusa, fue cuna de la cultura Cuasmal, y de la fase Capulí, Piartal y Tusa, esta última primigenia de su cultura, referente de su cultura para Federico González Suárez quien posteriormente edita el libro Historia del Ecuador.

En la época republicana fue nombrada como parroquia de la provincia de Imbabura, sin embargo la cantonización misma de San Gabriel se produjo con motivo de la primera reunión de los san gabrieleños en la hacienda El Vínculo para tratar de la cantonización de San Gabriel, en 1901.

El 27 de octubre de 1902 se organiza la llamada “Sociedad Patriótica de San Gabriel”, la que solicita formalmente la elevación a la categoría de cantón a la parroquia de San Gabriel, hecho ocurrido el 19 de septiembre de 1905, y por decreto el 27 del mismo mes y año.

En 1934, el pueblo de Montúfar recibe honrosamente de la Legislatura Nacional del Ecuador, el símbolo de Procerato del Trabajo, como muestra de su labor y trabajo mingüero.

Al igual que otros cantones de la provincia del Carchi, Montúfar ofrece a propios y extraños maravillas turísticas para ser apreciadas. Su capital San Gabriel, fue declarada por la UNESCO el 11 de Noviembre de 1992 como Patrimonio Nacional gracias a la fachada colonial de sus construcciones. Cuna del Doctor Manuel J. Bastidas reconocido como el más grande genetista de Sudamérica.

2.3 Análisis FODA

Para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del cantón Montúfar se ha realizado reuniones con las asociaciones de cada recurso turístico natural y con las juntas parroquiales en las cuales todos los integrantes participaron con ideas, dándoles más importancia a unas y menos relevancia a otras, para poder generar las matrices.

2.4.1 Fortalezas

2.4.2 Oportunidades

2.4.3 Debilidades

2.4.4 Amenazas

Cuadro 17
Análisis FODA

LLUVIA DE IDEAS	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Asociaciones encargadas de los recursos turísticos. ✚ Apoyo del GAD Municipal hacia el desarrollo turístico ✚ Capacitación a las asociaciones en gastronomía, artesanía, atención al cliente y guianza ✚ Las asociaciones cuentan con equipamiento de turismo y menaje de gastronomía ✚ Las asociaciones formaron parte del corredor ecoturístico ✚ Algunos de los recursos turísticos poseen servicios básicos como agua y luz ✚ Una gran parte de los lugares potencialmente turísticos tienen baterías sanitarias ✚ Interés en las asociaciones y juntas parroquiales en trabajar en pro del turismo en el cantón Montúfar ✚ Las asociaciones han participado en eventos culturales del cantón. ✚ Declaratoria Patrimonio Cultural. ✚ Procerato del trabajo (condecoración). 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La Gruta de la Paz está posicionada y sirve como punto de anclaje al turismo en el cantón Montúfar ✚ El cantón Montúfar cuenta con recursos Naturales como Gruta de la Paz, Bosque de Ceja Andina, Bosque de los Arrayanes, Cascada de Guadir, Cascada de Paluz I Y II, Laguna de El Salado, Bosque de los Encinos, Páramo de la Orqueta, y Ceja de Montaña ✚ Montúfar tiene recursos culturales como Pilar de Athal, la ciudad de San Gabriel, Artesanías en Arcilla y madera en Chitán, Queso amasado, Bohío el Tambo y festividades de las comunidades. ✚ Pueden tomar como referencia atractivos turísticos con similares condiciones que tienen éxito en el Ecuador. ✚ La topografía de algunas parroquias del cantón Montúfar se presta para realizar deportes extremos. ✚ Las vías que conducen a las comunidades donde hay los recursos turísticos en su mayoría son de segundo orden. ✚ Se puede realizar actividades como agroturismo, turismo comunitario, turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural. ✚ Las estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Turismo evidencia que el Ecuador se puede enfocar al ecoturismo

CONTINUA →

	<p>hacia las personas extranjeras.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Realizar una empresa pública con la Red turística. ✚ Medios de Comunicación prensa escrita, radial y televisión. ✚ Creación fuentes de Trabajo. ✚ Cercanía con el vecino país Colombia.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Escaso poder de liderazgo, desmotivación dentro de las asociaciones ✚ Las asociaciones tienen miedo al fracaso y a asumir responsabilidades sobre el equipo que se les ha otorgado por parte del Municipio para realizar actividades generadoras de ingresos. ✚ Los pobladores en su mayoría se dedican a la agricultura y ganadería para obtener ingresos rápidamente. ✚ La gastronomía típica no se ha potencializado dentro del cantón. ✚ No hay atención constante en cada uno de los atractivos. ✚ Falta de publicidad de los recursos turísticos potenciales. ✚ Los GADS parroquiales tiene proyectos de turismo pero no los ejecutan. ✚ El cantón Montúfar no cuenta con infraestructura turística adecuada. ✚ Existe individualismo entre los artesanos para formar un gremio. ✚ Señalética deficiente. ✚ Desvalorización de la riqueza cultural. ✚ Unidad de turismo a cargo de una sola persona, sobrecarga de trabajo. ✚ Desconocimiento y concienciación de Recursos Turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Ministerio de Turismo no entrega los certificados y permisos de funcionamiento. ✚ Cobros excesivos en el Plan de Contingencia para la realización de fiestas parroquiales o religiosas ✚ Baja frecuencia de turistas. ✚ Alerta naranja por los sismos alejan a los turistas de la provincia. ✚ Invierno no permite el acceso a ciertos lugares turísticos. ✚ El ruido de las personas y de los vehículos ahuyentan a la fauna de los recursos turísticos naturales. ✚ Algunos de los recursos naturales se encuentran en propiedad privada como son Cascada de Paluz II, Cascada de Guadir, y el proceso de expropiación es largo y costoso. ✚ No hay cultura de cuidado ambiental en el turista nacional. ✚ Presencia de vendedores ambulantes en fiestas tradicionales, generan malestar visual y ambiental ✚ Nuevas leyes para la constitución de asociaciones ✚ No hay transporte público que lleguen a los recursos turísticos. ✚ Políticas ambientales no aplicadas.

2.4.5 Matriz de ponderación

Cuadro 18
Matriz de Impacto (Fortalezas)

MATRIZ DE IMPACTO FORTALEZAS				
MATRICES IMPACTO DE ASPECTOS ESTRATÉGICOS JERARQUIZADOS				
Nro	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
F1	Asociaciones encargadas de los recursos turísticos.	X		
F2	Apoyo del GAD Municipal hacia el desarrollo turístico	X		
F3	Capacitación a las asociaciones en gastronomía, artesanía, atención al cliente y guianza	X		
F4	Las asociaciones cuentan con equipamiento de turismo y menaje de gastronomía	X		
F5	Las asociaciones formaron parte del corredor ecoturístico		x	
F6	Algunos de los recursos turísticos poseen servicios básicos como agua y luz		x	
F7	Una gran parte de los lugares potencialmente turísticos tienen baterías sanitarias		x	
F8	Interés en las asociaciones y juntas parroquiales en trabajar en pro del turismo en el cantón Montúfar	X		
F9	Las asociaciones han participado en eventos culturales del cantón.		x	
F10	Declaratoria Patrimonio Cultural.	X		
F11	Procerato del trabajo (condecoración).		x	

Cuadro 19
Matriz de Impacto (Debilidades)

MATRIZ DE IMPACTO DEBILIDADES				
MATRICES IMPACTO DE ASPECTOS ESTRATÉGICOS JERARQUIZADOS				
Nro.	DEBILIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
D1	Escaso poder de liderazgo y desmotivación dentro de las asociaciones	X		
D2	Las asociaciones tienen miedo al fracaso y a asumir responsabilidades sobre el equipo que se les ha otorgado por parte del Municipio para realizar actividades generadoras de ingresos.	X		
D3	Los pobladores en su mayoría se dedican a la agricultura y ganadería para obtener ingresos rápidamente.		X	
D4	La gastronomía típica no se ha potencializado dentro del cantón.		X	
D5	No hay atención constante en cada uno de los recursos naturales.	X		
D6	Baja promoción y difusión pertinente.	X		
D7	Los GADS parroquiales tienen proyectos de turismo pero no los ejecutan.		X	
D8	El cantón Montúfar no cuenta con planta turística adecuada.	X		
D9	Existe individualismo entre los artesanos para formar un gremio.		X	
D10	Señalética deficiente.	X		
D11	Desvalorización de la riqueza cultural.		X	
D12	Unidad de turismo a cargo de una sola persona, sobrecarga de trabajo.	X		
D13	Desconocimiento y concienciación de Recursos Turísticos		X	

Cuadro 20
Matriz de Impacto (Oportunidades)

MATRIZ DE IMPACTO OPORTUNIDADES				
MATRICES IMPACTO DE ASPECTOS ESTRATÉGICOS JERARQUIZADOS				
Nro.	OPORTUNIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
O1	La Gruta de la Paz está posicionada y sirve como punto de anclaje al turismo en el cantón Montúfar	X		
O2	El cantón Montúfar cuenta con recursos Naturales como Gruta de la Paz, Bosque de Ceja Andina, Bosque de los Arrayanes, Cascada de Guadir, Cascada de Paluz I Y II, Laguna de El Salado.	X		
O3	Montúfar tiene recursos culturales como Pilar de Athal, la ciudad de San Gabriel, Artesanías en Arcilla y madera en Chitán, Queso amasado, Bohío el Tambo, festividades de las comunidades y culturas Piartal, Cuasmal y Pasto	X		
O4	Pueden tomar como referencia atractivos turísticos con similares condiciones que tienen éxito en el Ecuador.		X	
O5	Algunas parroquias del cantón Montúfar se presta para realizar deportes extremos, actividades como agroturismo, turismo comunitario, turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural, y visitas técnicas a empresas lácteas y florícolas.	X		
O6	Las vías que conducen a las comunidades donde hay los recursos turísticos en su mayoría son de segundo orden.		X	
O7	Las estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Turismo evidencia que el Ecuador se puede enfocar al ecoturismo hacia las personas extranjeras		X	
O8	Realizar una empresa pública con la Red turística		X	
O9	Medios de comunicación prensa escrita, radial y televisión.		X	
O10	Creación fuentes de Trabajo.	X		
O11	Cercanía con el vecino país Colombia.	X		

Cuadro 21
Matriz de Impacto (Amenazas)

MATRIZ DE IMPACTO AMENAZAS				
MATRICES IMPACTO DE ASPECTOS ESTRATÉGICOS JERARQUIZADOS				
Nro.	AMENAZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
A1	Ministerio de Turismo no entrega los certificados y permisos de funcionamiento.	X		
A2	Cobros excesivos en el Plan de Contingencia para la realización de fiestas parroquiales o religiosas	X		
A3	Baja frecuencia de turistas.		x	
A4	Alerta naranja por los sismos alejan a los turistas de la provincia.		X	
A5	Invierno no permite el acceso a ciertos lugares turísticos.		X	
A6	El ruido de las personas y de los vehículos ahuyenta a la fauna de los recursos turísticos naturales.		X	
A7	Algunos de los recursos naturales se encuentran en propiedad privada como son Cascada de Paluz II, Cascada de Guadir.	X		
A8	No hay cultura de cuidado ambiental en el turista nacional.		x	
A9	Presencia de vendedores ambulantes en recursos naturales y fiestas tradicionales, generan malestar visual y ambiental.	X		
A10	Nuevas leyes para la constitución de asociaciones.	X		
A11	No hay transporte público que llegue a los recursos turísticos.		x	
A12	Políticas Ambientales no aplicadas.	X		

2.4.6 Matriz Ofensivas “FO”

Cuadro 22
Matriz de Áreas Ofensivas “FO”

MATRIZ ÁREAS OFENSIVAS "FO"								
MATRICES DE ÁREAS OFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA FO								
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> PONDERACIÓN ALTO = 5 MEDIO = 3 BAJO = 1 </div> FORTALEZAS	O P O R T U N I D A D E S	O1. La Gruta de la Paz punto de anclaje al turismo del cantón.	O2. El cantón Montúfar cuenta con recursos Naturales	O3. Montúfar tiene recursos culturales	O5. Parroquias de Montúfar para diferentes tipos de turismo.	O10. Creación fuentes de Trabajo.	O11. Cercanía con el vecino país Colombia.	TOTAL
	F1. Asociaciones encargadas de los recursos turísticos.		3	5	3	5	5	
F2. Apoyo del GAD Municipal hacia el desarrollo turístico		5	5	5	5	5	3	28
F3. Capacitación a las asociaciones en gastronomía, artesanía, atención al cliente y guianza.		5	5	5	5	5	1	26
F4. Las asociaciones cuentan con equipamiento de turismo y menaje de gastronomía		5	5	5	5	5	1	26
F8. Interés en las asociaciones y juntas parroquiales en trabajar en pro del turismo.		3	5	3	5	5	3	24
F10. Declaratoria Patrimonio Cultural.		5	5	5	5	1	1	22
TOTAL		26	30	26	30	26	10	148

$$RBF = \frac{\text{Valor de la matriz}}{\text{Ponderación alta} * N_{xf} * N^o}$$

$$RBF = \frac{148}{180} = 0,82$$

$$RBF = 82\%$$

INTERPRETACIÓN: El resultado de Ratio Balance Fuerza (RBF) fue de 82% lo que se interpreta como una gran probabilidad de que se puedan potencializar las oportunidades a partir de las fortalezas.

2.4.7 Matriz Ofensivas “DA”

Cuadro 23

Matriz de Áreas Defensivas “DA”

MATRIZ ÁREAS DEFENSIVAS "DA"									
MATRICES DE ÁREAS OFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA DA									
DEBILIDADES	PONDERACIÓN ALTO = 5 MEDIO = 3 BAJO = 1	A M E N A Z A S	A1. Ministerio de Turismo no entrega los certificados y permisos de funcionamiento	A2. Cobros excesivos en el Plan de Contingencia.	A7. Dos de los recursos naturales se encuentran en propiedad privada.	A9. Presencia de vendedores ambulantes.	A10. Nuevas leyes para la constitución de asociaciones	A12. Políticas Ambientales no aplicadas	TOTAL
			D1. Escaso poder de liderazgo y desmotivación dentro de las asociaciones.	5	5	1	5	5	1
D2. Las asociaciones tienen miedo al fracaso y a asumir responsabilidades.	3	1	1	3	3	1		12	
D5. No hay atención constante en cada uno de los recursos naturales.	3	1	1	5	1		5	16	
D6. Baja promoción y difusión pertinente.	5		3	1	1		1	12	
D8. El cantón Montúfar no cuenta con planta turística adecuada.	3	1	3	1	1		1	10	
D10. Señalética deficiente.	5	1	5	1	1	1		14	
D11. Unidad de turismo a cargo de una sola persona, sobrecarga de trabajo.	5	1	5	5	1	5		22	
TOTAL	29	11	19	21	13	15		108	

$$RBF = \frac{\text{Valor de la matriz}}{\text{Ponderación alta} * Nxf * N^{\circ}}$$

$$RBF = \frac{108}{210} = 0,51$$

$$RBF = 51\%$$

INTERPRETACIÓN: El resultado del 51% se interpreta como una probabilidad de que las debilidades tiendan a propagar el efecto de las amenazas, por lo que se hace indispensable contar con acciones defensivas.

2.4.8 Matriz Defensivas “DO”

Cuadro 24
Matriz de Áreas Ofensivas “DO”

MATRIZ ÁREAS OFENSIVAS "DO"								
MATRICES DE ÁREAS OFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA DO								
DEBILIDADES	O P O R T U N I D A D E S	O1. La Gruta de la Paz punto de anclaje turismo del cantón.	O2. El cantón Montúfar cuenta con recursos Naturales	O3. Montúfar tiene recursos culturales	O5. Algunas parroquias del cantón Montúfar para diferentes tipos de turismo	O10. Creación de fuentes de trabajo.	O11. Cercanía con el vecino país Colombia	TOTAL
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;"> PONDERACIÓN ALTO = 5 MEDIO = 3 BAJO = 1 </div>						
D1. Escaso poder de liderazgo, desmotivación dentro de las asociaciones		1	5	5	5	5	1	22
D2. Las asociaciones tienen miedo al fracaso y a asumir responsabilidades		1	5	5	5	5	1	22
D5. No hay atención constante en cada uno de los recursos naturales.		3	5	3	3	3	1	18
D6. Baja promoción y difusión pertinente		3	5	5	5	1	5	24
D8. El cantón Montúfar no cuenta con planta turística adecuada.		3	5	5	5	3	5	26
D10. Unidad de turismo a cargo de una sola persona, sobrecarga de trabajo.		5	5	5	5	5	1	26
D12. Señalética deficiente.		5	5	5	5	1	5	26
TOTAL		21	35	33	33	23	19	164

$$RBF = \frac{\text{Valor de la matriz}}{\text{Ponderación alta} * N_{xf} * N^{\circ}}$$

$$RBF = \frac{164}{210} = 0,78$$

$$RBF = 78\%$$

INTERPRETACIÓN: El resultado de RBF fue de 78% lo que se interpreta como una probabilidad alta de que las debilidades tiendan a deteriorar la posibilidad de capitalizar las oportunidades que el entorno brinda, lo que hace necesario una fuerte mejora interna.

2.4.9 Matriz Defensivas “FA”

Cuadro 25

Matriz de Áreas Defensivas de Iniciativa Estratégica “FA”

MATRIZ ÁREAS DEFENSIVAS "FA"									
MATRICES DE ÁREAS DEFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA "FA"									
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;"> PONDERACIÓN ALTO = 5 MEDIO = 3 BAJO = 1 </div> FORTALEZAS	A M E N A Z A S	A1. Ministerio de Turismo no entrega los certificados y permisos de funcionamiento	A2. Cobros excesivos en el Plan de Contingencia	A7. Dos de los recursos naturales en propiedad privada	A9. Presencia de vendedores ambulantes	A10. Nuevas leyes para la constitución de asociaciones	A11. Políticas ambientales no aplicadas	TOTAL	
		F1. Asociaciones encargadas de los recursos turísticos.	5	3	1	5	5	5	24
		F2. Apoyo del GAD Municipal hacia el desarrollo turístico	5	3	3	3	3	5	22
		F3. Capacitación a las asociaciones	5	1	1	5	3	5	20
		F4. Las asociaciones cuentan con equipamiento de turismo	3	1	1	3	1	1	10
		F8. Interés en las asociaciones y juntas parroquiales en trabajar en pro del turismo en el cantón Montúfar	5	3	3	1	3	5	20
		F10. Declaratoria Patrimonio Cultural.	1	1	1	3	1	1	8
		TOTAL	24	12	10	20	16	22	104

$$RBF = \frac{\text{Valor de la matriz}}{\text{Ponderación alta} * N_{xf} * N^{\circ}}$$

$$RBF = \frac{104}{180} = 0,57$$

$$RBF = 57\%$$

INTERPRETACIÓN: El resultado de RBF fue de 57% lo que se interpreta como una probabilidad alta de que las fortalezas existentes eviten el efecto desfavorable de las amenazas del entorno.

2.4.1.1 Matriz FODA.

Cuadro 26
Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Asociaciones encargadas de los recursos turísticos.	1. La Gruta de la Paz está posicionada y sirve como punto de anclaje al turismo en el cantón Montúfar
2. Apoyo del GAD Municipal hacia el desarrollo turístico	2. El cantón Montúfar cuenta con recursos Naturales como Gruta de la Paz, Bosque de Ceja Andina, Bosque de los Arrayanes, Cascada de Guadir, Cascada de Paluz I Y II, Laguna de El Salado.
3. Capacitación a las asociaciones en gastronomía, artesanía, atención al cliente y guianza.	3. Montúfar tiene recursos culturales como Pilar de Athal, la Ciudad de San Gabriel, Artesanías en Arcilla y madera en Chitán, Queso amasado, Bohío el Tambo, festividades de las comunidades y culturas Piartal, Cuasmal y Pasto
4. Las asociaciones cuentan con equipamiento de turismo y menaje de gastronomía.	4. Algunas parroquias del cantón Montúfar se presta para realizar deportes extremos, actividades como agroturismo, turismo comunitario, turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural, y visitas técnicas a empresas lácteas y florícolas.
5. Interés en las asociaciones y juntas parroquiales en trabajar en pro del turismo en el cantón Montúfar	5. Creación fuentes de trabajo.
6. Declaratoria Patrimonio Cultural	7. Cercanía con el vecino país Colombia

CONTINUA →

DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Escaso poder de liderazgo, desmotivación y falta de compromiso dentro de las asociaciones	1. Ministerio de Turismo no entrega los certificados y permisos de funcionamiento.
2. Las asociaciones tienen miedo al fracaso y a asumir responsabilidades sobre el equipo que se les ha otorgado por parte del Municipio para realizar actividades generadoras de ingresos.	2. Cobros excesivos en el Plan de Contingencia para la realización de fiestas parroquiales o religiosas
3. No hay atención constante en cada uno de los recursos naturales.	3. Algunos de los recursos naturales se encuentran en propiedad privada como son Cascada de Paluz II, Cascada de Guadir, Bosque de los Encinos y Páramo de la Orqueta y el proceso de expropiación es largo y costoso.
4. Baja difusión y promoción pertinente de los recursos turísticos potenciales.	4. Presencia de vendedores ambulantes en recursos naturales y fiestas tradicionales, generan malestar visual y ambiental
5. El cantón Montúfar no cuenta con planta turística adecuada.	5. Nuevas leyes para la constitución de asociaciones
6. Señalética Deficiente.	6. Políticas ambientales no aplicadas
7. Unidad de Turismo a Cargo de una sola persona, sobrecargo de trabajo.	

2.4.1.2 Estrategias

ESTRATÉGIAS - LA MATRIZ FODA PARA CAMPBELL SOUP COMPANY

ESTRATÉGIAS OFENSIVAS FO

- ✚ Ejecutar proyectos turísticos por parte de las asociaciones para relacionar las actividades que se pueden realizar dentro de los recursos naturales que se encuentran a su cargo. (F1, O2, O4,)
- ✚ Determinar las asociaciones interesadas para trabajar en turismo en conjunto con el GAD del cantón Montúfar. (F2, F5, O5)
- ✚ Realizar un circuito y ruta turística en la que las asociaciones y población demuestren su gastronomía, cultura, tradiciones y riqueza natural que posee. (F3, F4, F6, O3, O4, O6)

- ✚ Creación de emprendimientos turísticos por parte de la Asociación Legendario Paraíso escondido y de la Junta Parroquial al encontrarse en las vías de acceso a la Gruta de La Paz (F5, O1)

ESTRATÉGIAS DEFENSIVAS FA

- ✚ El GAD del cantón Montúfar puede buscar convenios con Instituciones Públicas Gubernamentales que validen y den realce a los conocimientos adquiridos por los miembros de las asociaciones. (F2, F3, A1)
- ✚ Para recaudar fondos se puede delegar dentro de las asociaciones y Juntas Parroquiales a participar en ferias gastronómicas y eventos culturales y deportivos para obtener recursos y financiar fiestas tradicionales posteriores.(F5, A2)
- ✚ Determinar los límites de los recursos culturales y naturales que se encuentran en propiedad privada por medio del GAD Municipal en avalúos y catastro para expropiar las partes afectadas del recurso turístico para implantar políticas ambientales y accesibilidad hacia el turista.(F2, F5, A3, A6)
- ✚ Se debería vigilar el cumplimiento del Plan de Contingencia y Políticas Ambientales dentro de las fiestas tradicionales, religiosas y eventos deportivos para que las personas autorizadas en venta puedan realizarla, y evitar la venta informal y contaminación. (F2, F5, F6, A2, A4,)
- ✚ Las asociaciones deben actualizar y legalizar sus papeles de constitución para formar parte de Red Turística (F1, A5)

ESTRATÉGIAS OFENSIVAS DO

- ✚ Realizar publicidad de todo el cantón Montúfar y distribuirla en los puntos de información de la entrada de la parroquia La Paz y en la Gruta de La Paz en donde existe gran afluencia turística. (D4, O1)
- ✚ Trabajar en conjunto con la empresa privada para fomentar la creación de planta turística adecuada en los principales recursos naturales y culturales. (D5, O5)

- ✚ Ofrecer una capacitación de motivación y liderazgo para los miembros de las asociaciones que busque el compromiso de ellos en la constancia del proyecto que desempeñan en cada recurso a su cargo. (D1, D3, O2, O3)
- ✚ Realizar alianzas estratégicas con Colombia para participar en ferias, eventos culturales y deportivos, donde las asociaciones puedan brindar sus servicios y promocionar Ecuador y el cantón Montúfar. (D2, O4,O6)
- ✚ Crear una jefatura de turismo en donde se unifique las unidades de Cultura, Patrimonio, Ambiente y se aumente personal para que juntos trabajen juntos y en pro del Turismo. (D7, O5)
- ✚ Implantar señalética en los recursos turísticos potenciales y ya posicionados. (D6, O3, O4)

ESTRATÉGIAS DEFENSIVAS DA

- ✚ Implementar buenas prácticas ambientales en los eventos culturales y deportivos que se den dentro del cantón Montúfar. (D1, D6, A2, A4,)
- ✚ Gestionar el apoyo de Instituciones Gubernamentales en capacitaciones referentes a adaptación al cambio, publicidad, búsqueda de nuevas alternativas de negocios dentro del recurso turístico y atención al cliente para así fomentar el Cambio de Matriz Productiva. (D1, D2, D3, D4, A1, A5)
- ✚ Buscar el beneficio mutuo de los propietarios de haciendas y de las asociaciones con el trabajo en conjunto en emprendimientos turísticos generadores de desarrollo local como por ejemplo agroturismo o turismo comunitario por la relevancia de la actividad agrícola que tiene la población en el cantón. (D5, A3)
- ✚ Formar un solo equipo las unidades de Turismo, Cultura, Patrimonio y Ambiente para presentar un proyecto en donde indiquen donde y que tipo de señalética se debe implantar al Ministerio de turismo. (D6, D7, A1)

CAPÍTULO III

ESTUDIO DEL MERCADO

3.1 Introducción

El estudio de mercado se lo realiza por medio de métodos y técnicas, con la finalidad de determinar el turista potencial del cantón Montúfar mediante el análisis de encuestas y entrevistas, para realizar posteriormente la propuesta en base a los resultados obtenidos.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo General

Identificar la demanda potencial de turistas en el cantón Montúfar, para el desarrollo del turismo en el sector, mediante la implementación de técnicas de investigación.

3.2.2 Objetivos Específicos

- ✚ Realizar encuestas a turistas con preguntas concisas para determinar la oferta que se debe dar en Montúfar y la demanda potencial al mismo cantón.
- ✚ Analizar los resultados de las técnicas de estudio empleadas por medio de SPSS para identificar el comportamiento del consumidor al que se dirige el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar.

3.3 Identificación del producto

El Producto que se ha identificado en el Proyecto de Grado es el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar que engloba algunos elementos como son: circuito y ruta turística, capacitaciones en atención al cliente e introducción al turismo rural a miembros de asociaciones y ofertantes de servicios turísticos, promoción y difusión del cantón y la investigación del impacto ambiental.

3.3.1 Características del producto

Ruta y circuito turísticos: la ruta ofrece al turista una combinación de naturaleza con deportes de aventura y cultura que busca vincular al visitante en actividades recreacionales y a su vez impartir el conocimiento de la cultura Pasto – Cuasmal en rutas completas, es decir, cuentan con alimentación proporcionada por las asociaciones con platos típicos de la zona, y el hospedaje en los diferentes establecimientos hoteleros de la ciudad de San Gabriel.

Capacitaciones: las capacitaciones se dirigen a los prestadores de servicios tanto de alimentación, como de oferta de deportes extremos en atención al cliente e introducción al turismo rural para ofrecerles al turista calidad y calidez, en busca de una estadía placentera, en contacto con la naturaleza, con el objetivo de fidelizar a los visitantes para un pronto retorno a Montúfar.

Marketing y Promoción del Cantón Montúfar: Una página web, redes sociales, video, volante, afiche, tríptico, plotter, prensa escrita y como producto innovador los códigos QR, logran que los recursos turísticos naturales y culturales del cantón Montúfar llegue a los turistas nacionales e internacionales.

Impacto ambiental: El Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar identifica los impactos ambientales que sufre los recursos naturales y culturales actualmente y las estrategias que se enfocan en buenas prácticas para llegar a un turismo sostenible y amigable con el ambiente.

3.3.2 Usos del producto

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar en conjunto con la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE a través del señor Edison Jiménez con las señoritas Mayra Luje y Ana Regalado han unido trabajo para la realización del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar, como necesidad primordial para identificar los recursos que son potenciales para inversión y difusión con la posibilidad de crear una empresa pública en donde

trabajen las asociaciones pertenecientes al Corredor ecoturístico, mismas que han recibido capacitaciones en gastronomía y artesanías, y aumentan dichos conocimientos en su servicio con capacitaciones en atención al cliente e introducción al turismo rural.

Además este Plan cuenta con estrategias que ayude a la disminución de basura, conservación de los recursos, y creación de conciencia ambiental en prestadores de servicios turísticos y en los visitantes.

3.4. Determinación de la población y muestra

3.4.1 Universo

Para el presente trabajo se ha determinado que el Universo de la muestra son todos los visitantes nacionales y extranjeros que llegan al cantón Montúfar por lo que se usa la fórmula de muestreo infinita.

3.4.2 Tamaño de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$z = 1,96$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,0025}$$

$$n = 384$$

3.4.3 Diseño de encuesta a turistas



Encuesta enfocada a turistas

OBJETIVO: Este cuestionario sirve como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de Proyecto de Grado de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE para determinar la factibilidad del Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar en la Provincial del Carchi.

Solicitamos su colaboración al responder a esta sencilla y rápida encuesta

Marque con una X

Edad		Género		Procedencia		Ocupación	
De 18 a 35 años	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	Nacional	<input type="checkbox"/>	Empleado	<input type="checkbox"/>
De 36 a 50 años	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Ciudad.....		Negocio	<input type="checkbox"/>
De 51 a 65 años	<input type="checkbox"/>			Extranjero	<input type="checkbox"/>	Estudiante	<input type="checkbox"/>
De 66 a más	<input type="checkbox"/>			País.....		Otros	<input type="checkbox"/>

1. ¿Conoce Usted el Cantón Montúfar de la Provincia del Carchi?

- () Si
() No

2. ¿Le gustaría conocer el Cantón Montúfar?

- () Si
() No

Al ser NO la respuesta, la encuesta es cancelada a dicho turista y se agradece su colaboración, si la respuesta es SI, se procede a la pregunta 3

3. Elija ¿Qué clase de turismo realiza en sus viajes?

- () Ecoturismo y Agroturismo
() Turismo de Aventura
() Turismo Comunitario
() Turismo Religioso
() Turismo de Ciudad
() Turismo Cultural
() Acuaturismo (cascadas, río, laguna)
Otros.....

4. Como conoce usted un destino turístico:

- () Internet
() Redes Sociales
() Televisión
() Radio
() Agencia de Viajes
() Amistades
() Prensa
Otros.....

5. Usted suele viajar:

- () Sólo
() Pareja
() Familia
() Amigos
Otros.....

6. Marque con una "X" 5 de los recursos turísticos que ha conocido o le gustaría conocer, en función de su grado de interés por ellos.

Atractivo Turístico	SI
CIUDAD DE SAN GABRIEL	
IGLESIA MATRIZ DE SAN GABRIEL	
ELABORACIÓN DE QUESOS AMASADOS	
CASCADA DE PALUZ	
BOSQUE DE LOS ARRAYANES	
LAGUNA EL SALADO	

CONTINUA →

IGLESIA DE SAN PEDRO	
GRUTA DE LA PAZ	
BOHÍO EL TAMBO	
RÉPLICAS DE FIGURAS PRE-COLOMBINAS EN ARCILLA Y BATEAS DE MADERA EN CHITÁN	
CASCADA DE GUADIR	
PILAR DE ATHAL	
BOSQUE PADRE HARAGÁN	

7. ¿Qué actividad o actividades le gustaría hacer una vez que esté en el Cantón Montúfar?

- () Ciclismo
 () Cabalgatas
 () Acampar
 () Caminatas por el bosque
 () Actividades de aventura
 () Nadar en río o laguna
 () Tomar fotos
 () Visita a museos
 () Bailes tradicionales
 () Gastronomía típica de la zona
 () Compras
 Otros.....

8. ¿Cuánto dinero por persona y por un día gastó en su último viaje?

Servicio	Menos de \$10	\$10 - \$30	Más de \$30
Alimentación			
Alojamiento			
Transporte			
Servicios extras			

9. Si se diera el caso de visitar el cantón Montúfar ¿cuánto tiempo le gustaría estar en él?

- () De 1 a 2 días
 () De 2 a 3 días
 () De 3 a 4 días
 () De 4 a 6 días
 () Más de 6 días

10. ¿En qué época del año preferiría viajar?

- () De Enero a Marzo
 () De Abril a Junio
 () De Julio a Septiembre
 () De Octubre a Diciembre

11. ¿Qué tipo de establecimientos turísticos elige cuando viaja a un destino?

- () Hotel
 () Pensión
 () Camping
 () Hospedaje y alimentación en asociaciones de turismo comunitario
 () Restaurantes de comida típica
 () Restaurantes de comida rápida
 Otros.....

12. ¿Cree Usted que el turismo en el Cantón Montúfar mejoraría si se creara una empresa pública de Turismo?

- () Si
 () No
 ¿Por qué?.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.4.4 Entrevista a autoridades



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MONTÚFAR

ENTREVISTA

NOMBRE:

CARGO:

1. ¿Existe en el cantón una política pública de desarrollo?
2. ¿Considera que en Montúfar existe mucha o poca afluencia de turistas y cuál cree que es la razón de esto?
3. ¿Qué tipo de turismo existe en Montúfar y cuál es el ideal para atraer al turista?
4. ¿Existe un centro de información de los recursos turísticos, o qué medios utiliza el cantón Montúfar para promoción turística?
5. A su parecer ¿cuál cree que es la competencia directa del cantón Montúfar en la provincia del Carchi? Y ¿Por qué?
6. Considera usted que ¿existen servicios básicos en los recursos turísticos principales y que los servicios turísticos satisfacen las necesidades de los turistas?
7. ¿Qué acciones realiza la Unidad de Turismo para atraer a los turistas y que mejoras debería realizar para fortalecer este sector?
8. ¿Los prestadores de servicios turísticos de Montúfar están preparados en temas de turismo y de buenas prácticas ambientales?
9. ¿Montúfar al tener una ruta turística podría motivar a visitar el cantón y cuáles serían los recursos turísticos principales que deberían formar parte de ella?
10. ¿En qué mes del año piensa que el cantón recibe más visitantes y cuál es el evento que atrae a más turistas?

11. ¿Una empresa pública de turismo cree usted que impulsaría el desarrollo de la zona?
12. ¿Cuánto y en qué proyectos turísticos invertiría dentro del cantón Montúfar?
13. ¿De acuerdo a la inversión antes mencionada, en cuanto tiempo cree que llegue a estar entre los lugares de preferencia de visita en la provincia del Carchi?

3.4.5 Análisis de los resultados de encuestas

Se han realizado 384 encuestas a turistas tanto nacionales y extranjeros para determinar el perfil del visitante, por lo cual se obtiene los siguientes datos:

EDAD

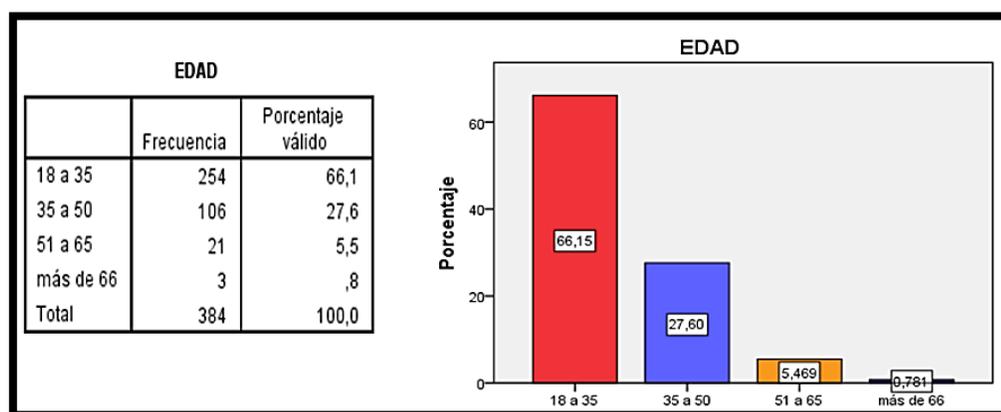


Figura 37. Análisis de edad

Análisis: De acuerdo a los encuestados 254 personas están entre los 18 a 35 años, que es el 66,1%, que representa a la población de los jóvenes adultos, les sigue los adultos de 35 a 50 años con un 27,6%, los porcentajes menores representan un 5,5% de personas de 51 a 65 años, considerados como adultos mayores, y menos del 1% personas de la tercera edad.

GÉNERO

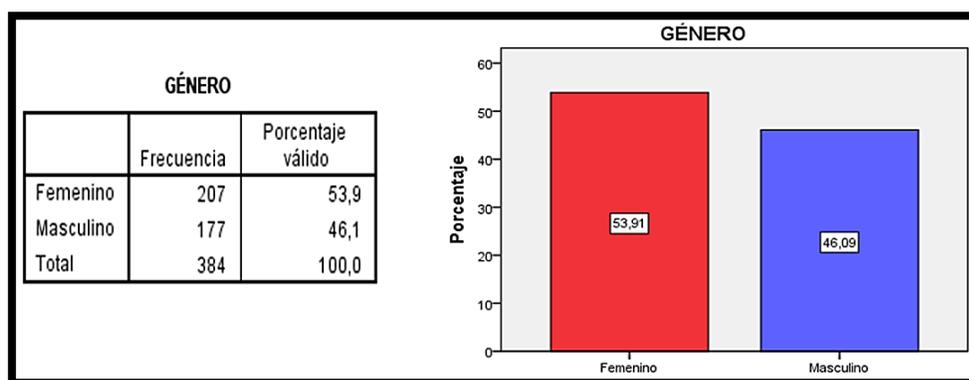


Figura 38. Análisis de género

Análisis: De los 384 encuestados 207 son mujeres lo que representa el 53,9%, y un 46,1% son Hombres.

PROCEDENCIA

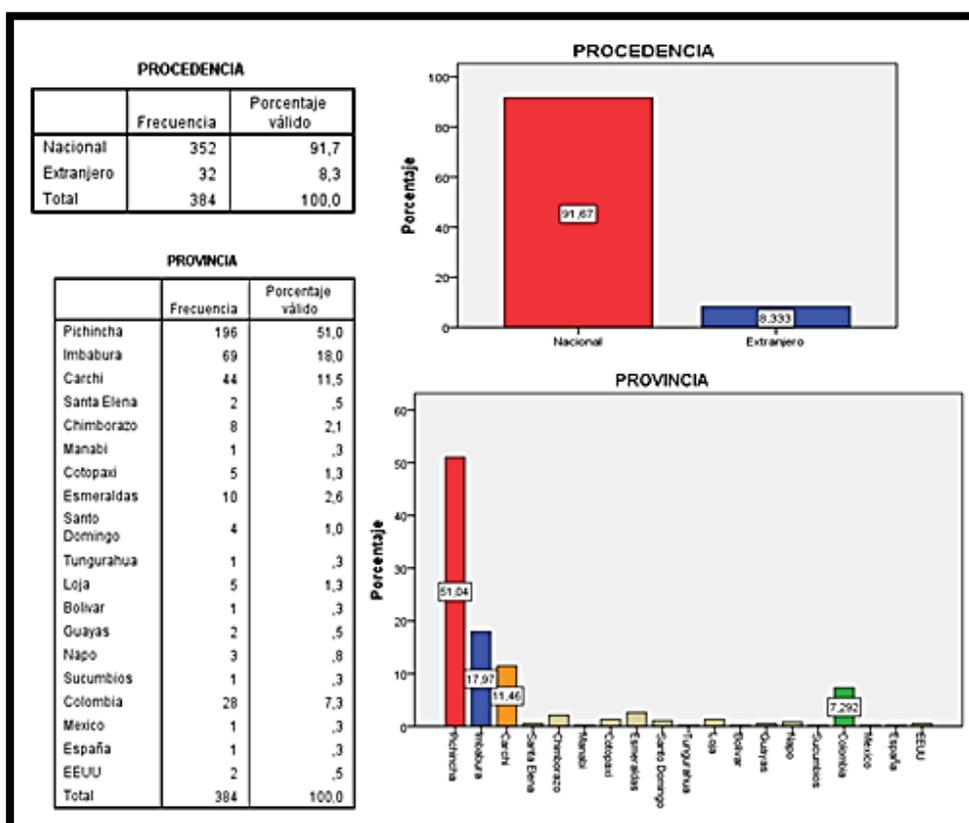


Figura 39. Análisis de procedencia

Análisis: según la pregunta de Procedencia nos muestra que un 91,7% de los encuestados son ecuatorianos y un 8,3% son Extranjeros.

De los 352 turistas nacionales el 51% son de la provincia de Pichincha, el 18% son de Imbabura y un 11,5% son de Tulcán, de los extranjeros el porcentaje que resalta son del país vecino Colombia con un 7,3%, por la facilidad y cercanía que tiene el cantón para la llegada de estos turistas.

OCUPACIÓN

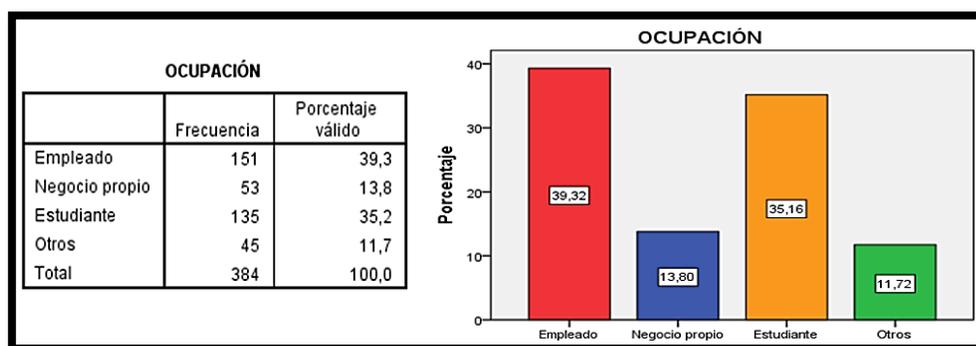


Figura 40. Análisis de ocupación

Análisis: en cuanto a ocupación 151 personas son empleadas lo que representa el 39,3%, en segundo lugar están 135 estudiantes con 35,2% y en tercero 53 personas que tienen negocio propio con 13,8%.

1. ¿CONOCE USTED EL CANTÓN MONTÚFAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI?

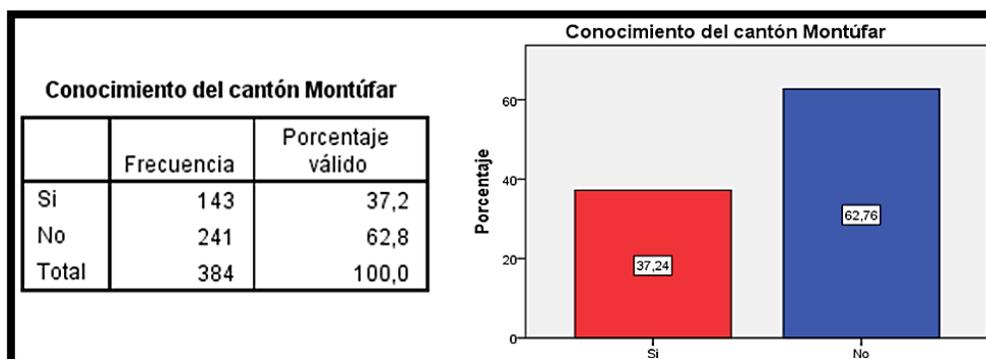


Figura 41. Análisis pregunta 1

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta un 62,8% no conocen Montúfar y el 37,2% de los 384 encuestados conocen el cantón.

2. ¿LE GUSTARÍA CONOCER EL CANTÓN MONTÚFAR?

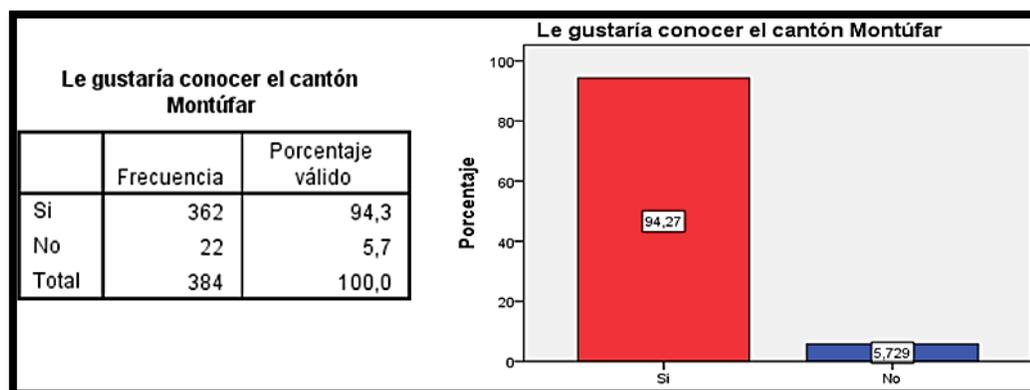


Figura 42. Análisis de la pregunta 2

Análisis: De las 384 personas encuestadas un 94,3% respondieron que si desean conocer el cantón y se incluye a las personas que afirmaron en la pregunta 1 y un 5,7% no quieren conocer Montúfar.

3. ¿QUÉ TIPO DE TURISMO REALIZA EN SUS VIAJES?

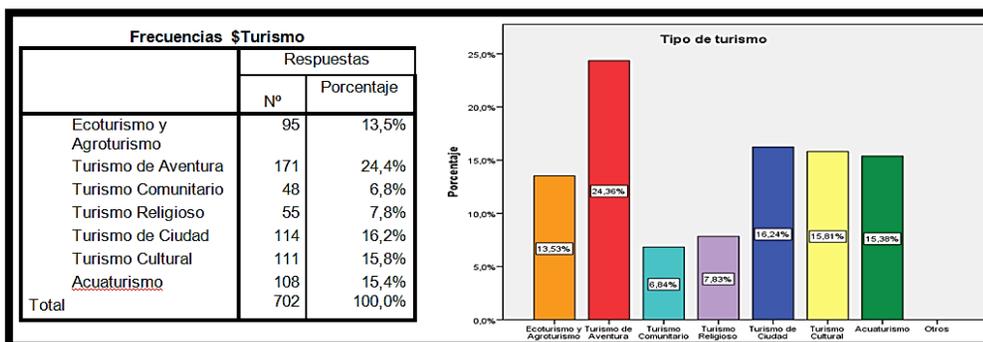


Figura 43. Análisis de la pregunta 3

Análisis: Está es una pregunta de opción múltiple elaborada a los 362 encuestados que les interesa conocer el cantón Montúfar, de los cuales el 24,40% realiza turismo de aventura, en segundo lugar está el turismo de ciudad con 16,2%, le sigue el turismo cultural con 15,8%, después acuaturismo con 15,4% y el 13,5% practica ecoturismo y agroturismo.

4. COMO CONOCE USTED UN DESTINO TURÍSTICO

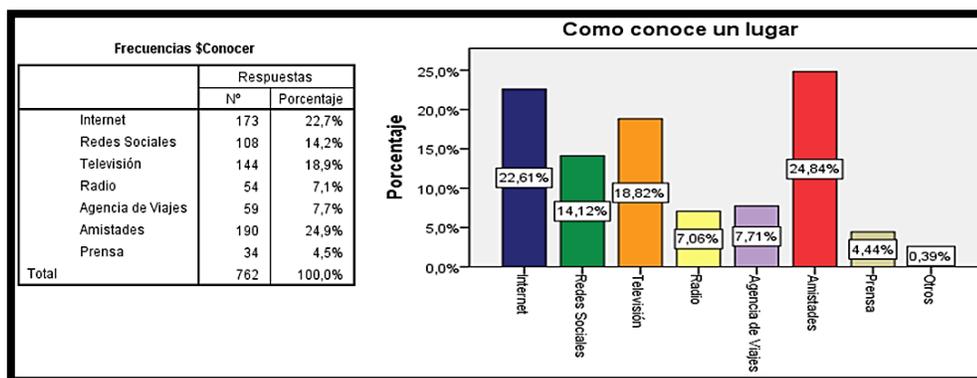


Figura 44. Análisis de la pregunta 4

Análisis: Según la encuesta para conocer un sitio turístico la gente lo hace por medio de recomendaciones de sus amistades que representa un 24,9%, siguiéndole se encuentra la búsqueda por Internet con un 22,7%, otra forma es la televisión que constituye el 18,9% y las redes sociales con 14,2%.

5. USTED SUELE VIAJAR:

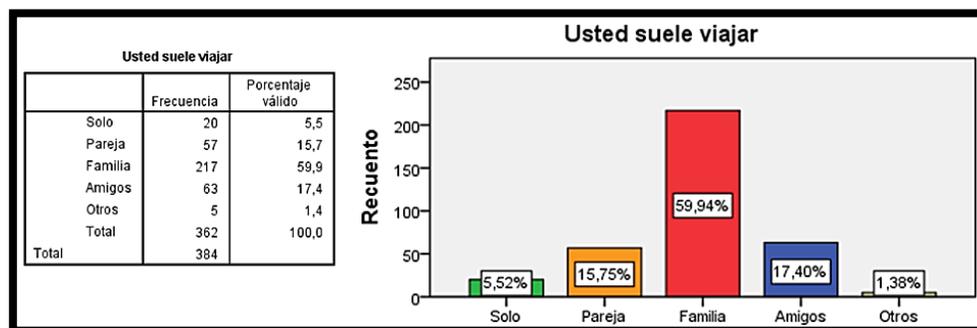


Figura 45. Análisis de la pregunta 5

Análisis: a través de esta pregunta se conoce que los turistas prefieren viajar en familia con 59,9%, siguiéndole en 17,4% el viaje con amigos y en pareja un 15,7%, y deja en último lugar a las personas que viajan solos con un 5,5% de los 362 encuestados que les interesa conocer Montúfar.

6. MARQUE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE HA CONOCIDO O LE GUSTARÍA CONOCER, EN FUNCIÓN DE SU GRADO DE INTERÉS:

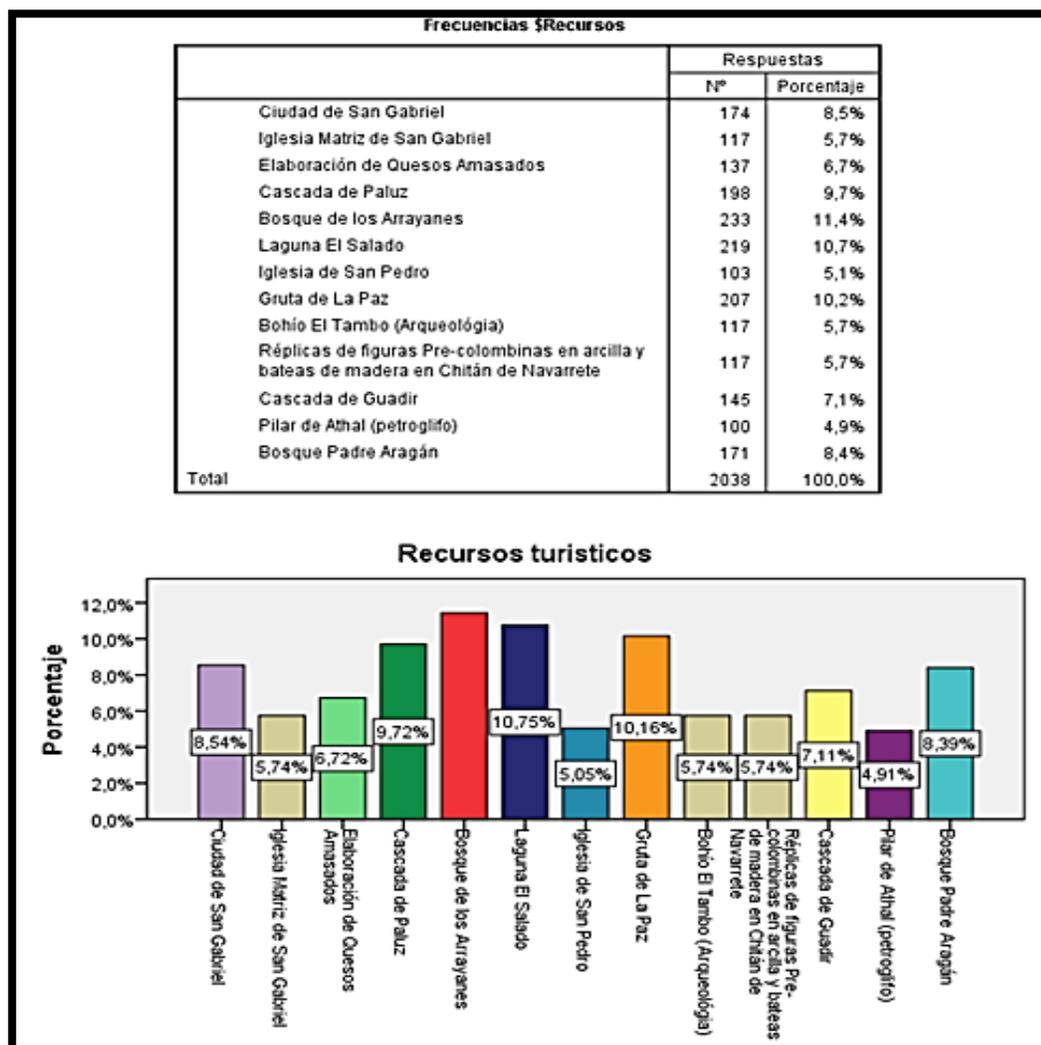


Figura 46. Análisis de la pregunta 6

Análisis: esta pregunta muestra los recursos turísticos que más les atrae conocer o han conocido los turistas y el que tiene mayor porcentaje es el Bosque de los Arrayanes con 11,4%, le sigue la Laguna del Salado que representa el 10,7%, Gruta de La Paz con 10,2%, Cascada de Paluz un 9,7%, Ciudad de San Gabriel 8,5%, estos son los principales cinco recursos turísticos que se destacan entre los encuestados.

7. ¿QUÉ ACTIVIDAD O ACTIVIDADES LE GUSTARÍA HACER UNA VEZ QUE ESTÉ EN EL CANTÓN MONTÚFAR?

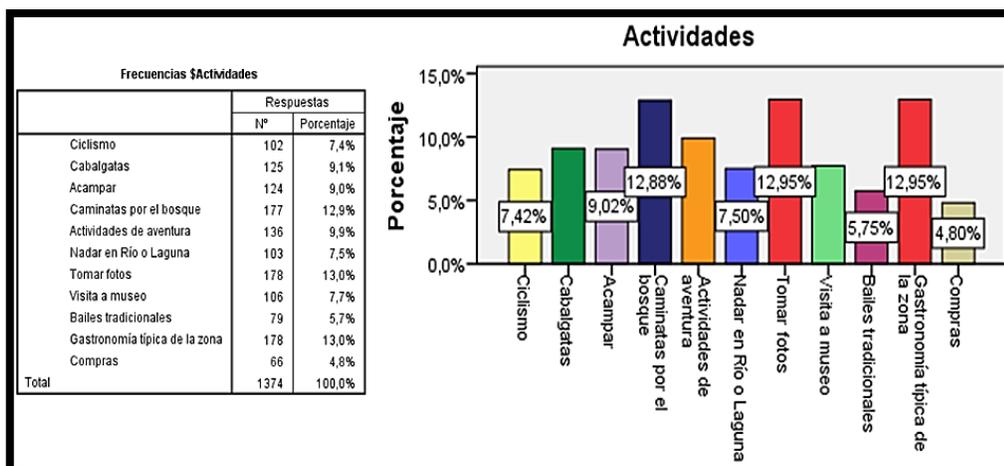


Figura 47. Análisis de la pregunta 7

Análisis: por medio de esta pregunta se conoce las actividades que les gusta hacer a los encuestados y las que sobresalen son: la gastronomía típica de la zona que representa el 13%, tomar fotos cuenta con el 13% también, caminatas por el bosque prefiere el 12,9%, las actividades de aventura selecciono el 9,9%, cabalgatas cuenta con un 9,1% y acampar un 9,02%.

8. ¿CUÁNTO DINERO POR PERSONA Y POR DÍA, GASTÓ EN SU ÚLTIMO VIAJE?

ALIMENTACIÓN

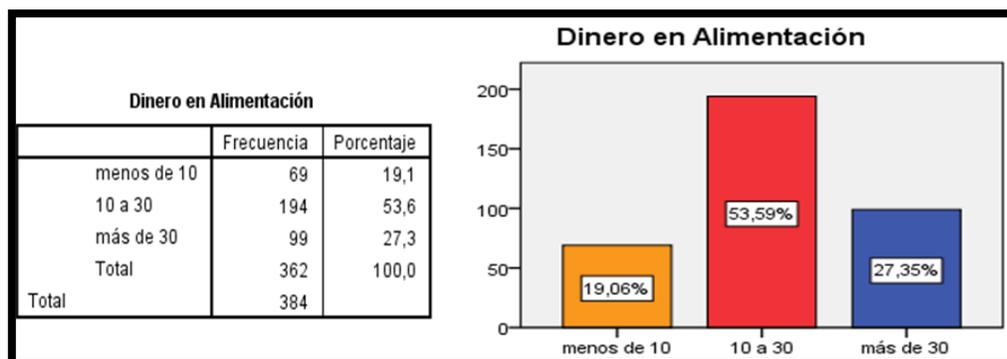


Figura 48. Análisis de la pregunta 8 (alimentación)

Análisis: las encuestas muestran que el dinero que gastan en alimentación por persona y por día es de 10 a 30 dólares que representa el 53,6%.

ALOJAMIENTO

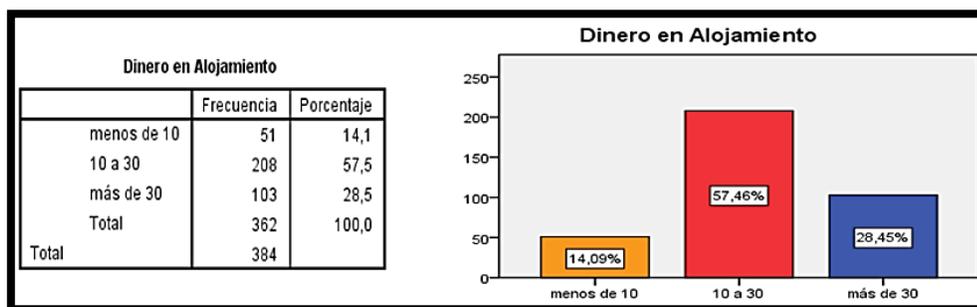


Figura 49. Análisis de la pregunta 8 (alojamiento)

Análisis: entre los 362 encuestados en Alojamiento por un día gastan en un promedio de 10 a 30 dólares, que representa el 57,5% y el 28,5% gasta más de 30 dólares en este servicio.

TRANSPORTE

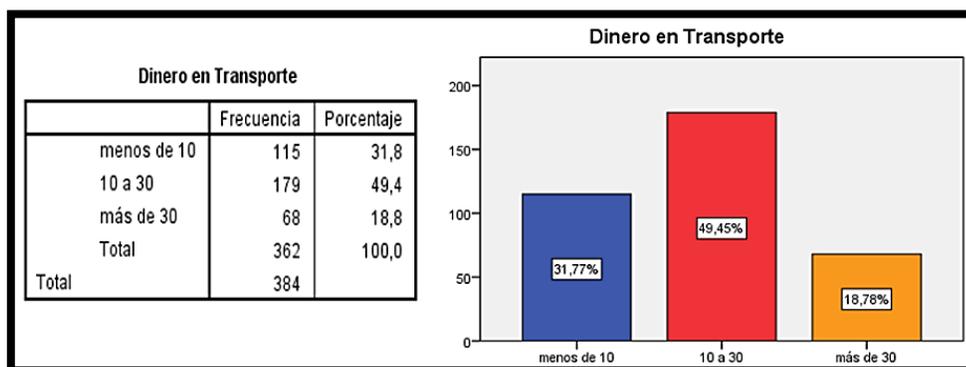


Figura 50. Análisis de la pregunta 8 (transporte)

Análisis: en lo que se refiere a transporte el 49,4% gastan alrededor de 10 a 30 dólares, el 31,8% gasta menos de 10 dólares y en tercer lugar se encuentra el 18,8% que gasta más de 30 dólares.

SERVICIOS EXTRAS

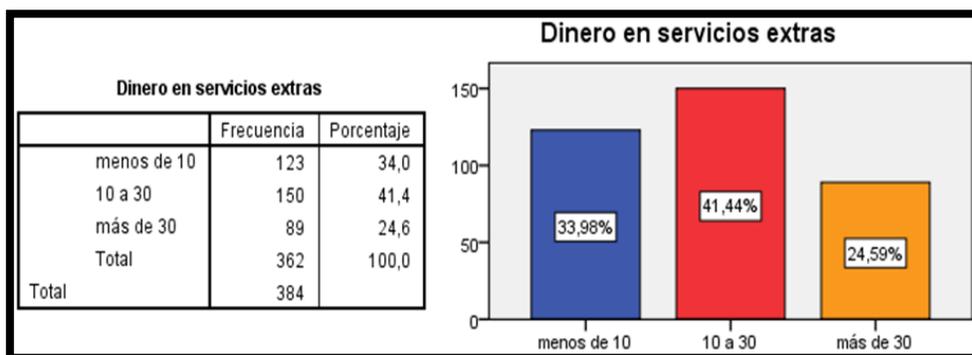


Figura 51. Análisis de la pregunta 8 (servicios extras)

Análisis: en servicios extras alrededor del 41,4% de los turistas gastan de 10 a 30 dólares, y en menor porcentaje menos de 10 dólares, que representa el 33,5%.

9. SI SE DIERA EL CASO DE VISITAR EL CANTÓN MONTÚFAR ¿CUÁNTO TIEMPO LE GUSTARÍA ESTAR EN ÉL?

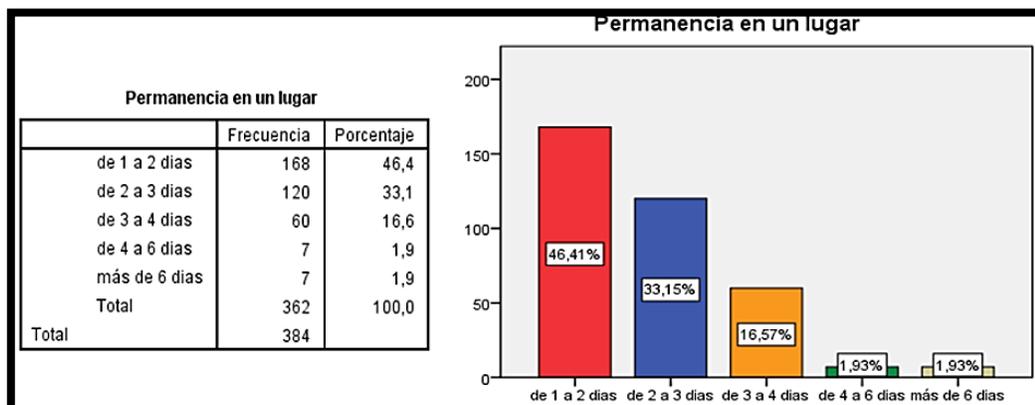


Figura 52. Análisis de la pregunta 9

Análisis: entre los resultados de si tuvieran la oportunidad de visitar Montúfar los porcentajes representativos lo harían de uno a dos días con el 46,4% de dos a tres días lo realiza el 33,1% y de tres a cuatro días el 16,6%.

10. ¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO PREFERIRÍA VIAJAR?

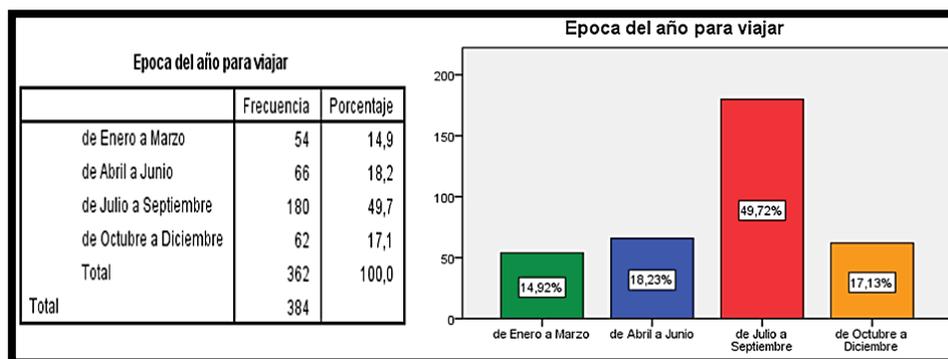


Figura 53. Análisis de la pregunta 10

Análisis: en el año los encuestados prefieren viajar de julio a septiembre el 49,7%, de Abril a Junio el 18,2% y queda siguiente de Octubre a Diciembre y de Enero a Marzo con el 17,1% y 14,9% respectivamente.

11. ¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS ELEGIRÍA PARA LA OCASIÓN?

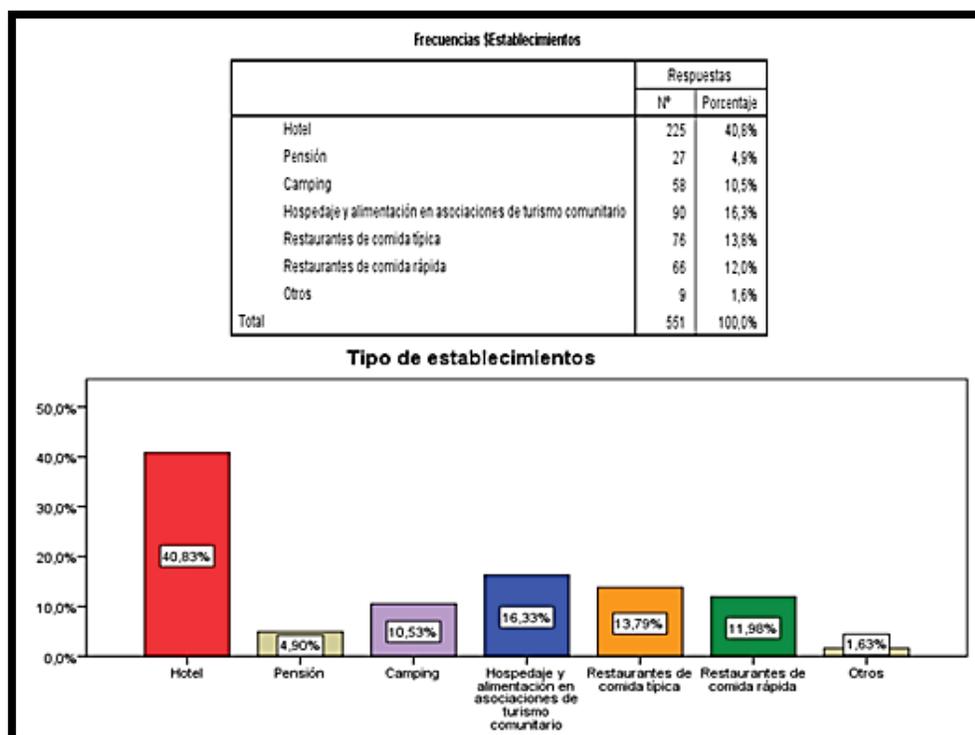


Figura 54. Análisis de la pregunta 11

Análisis: al momento de elegir a que establecimientos turísticos asistir, los datos revelan que el 40,8% prefieren hotel y el 16,3% el hospedaje y alimentación en asociaciones de turismo comunitario, restaurantes de comida típica el 13,8%.

12. ¿CREE USTED QUE EL TURISMO EN EL CANTÓN MONTÚFAR MEJORARÍA SI SE CREARA UNA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO?

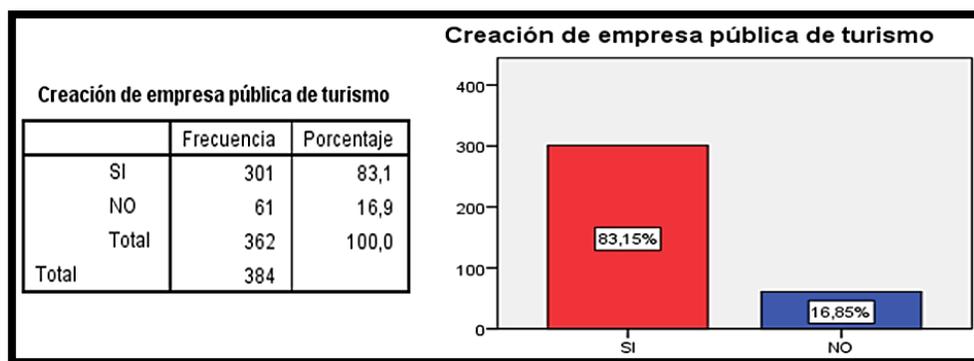


Figura 55. Análisis de la pregunta 12

Análisis: De los 362 encuestados el 83,1% cree que el turismo es capaz de mejorar con una empresa pública en el cantón Montúfar, y en oposición a esta idea se encuentra un 16,9%.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Las entrevistas se las ha realizado a las principales autoridades del Cantón y del Ministerio de Turismo como son: Coordinador Zonal Uno del MINTUR: Sr. Eugenio Naranjo, MINTUR Carchi: Sr. Diego García, Alcalde del Cantón Montúfar: Dr. Juan Acosta y Técnico en turismo del GAD Montúfar: Sr. Edison Jiménez.

1. ¿Existe en el cantón una política pública de desarrollo?

El Plan de Ordenamiento Territorial es una política pública que se maneja a Nivel Nacional.

2. ¿Considera que en Montúfar existe mucha o poca afluencia de turistas y cuál cree que es la razón de esto?

La provincia como tal se ha vuelto apta para un turismo de paso por su cercanía con la frontera a Colombia, para retener a la gente en el tema turístico, Montúfar busca mejorar su infraestructura, servicio, y productos turísticos, por lo que actualmente se ve turistas locales y regionales principalmente.

3. ¿Qué tipo de turismo existe en Montúfar y cuál es el ideal para atraer al turista?

Hay diferentes tipos de turismo porque el cantón se presta para esto, entre los cuales están: turismo recreacional, religioso, cultural, ecológico, gastronómico, entre otros. Y se debe enfocar al turismo de aventura, cultural, gastronómico, ecológico y desarrollar proyectos de turismo comunitario.

4. ¿Existe un centro de información de los recursos turísticos, o qué medios utiliza el cantón Montúfar para promoción turística?

La parroquia La Paz, está en proceso de adjudicar el Bohío como centro de Información turística ITUR y actualmente la información la otorga la Unidad de Turismo del GAD Municipal ubicado en San Gabriel, se utiliza para difusión del cantón trípticos, dípticos y postales, además se otorga un CD que detalla los instructivos de eventos culturales, deportivos y recreacionales.

5. A su parecer ¿cuál cree que es la competencia directa del cantón Montúfar en la provincia del Carchi? Y ¿Por qué?

La competencia directa de Montúfar son los cantones de Tulcán en cuanto a infraestructura y servicios turísticos y Bolívar porque poseen una variedad de promoción y difusión de atractivos, pero la competencia principal es Colombia porque el Carchi al encontrarse en la frontera las

personas se dirigen desde Quito u otras provincias hacia Ipiales y viceversa, Montúfar para evitar esto, busca a través del plan de desarrollo turístico estrategias que le permitan posicionarse como destino turístico en el norte del país.

6. Considera usted que ¿existen servicios básicos en los recursos turísticos principales y que los servicios turísticos satisfacen las necesidades de los turistas?

Existen servicios básicos en recursos naturales y culturales identificados como potenciales turísticos y se busca mejorar estos junto a la infraestructura y servicios turísticos para que los mismos logren satisfacer los gustos y preferencias del turista.

7. ¿Qué acciones realiza la Unidad de Turismo para atraer a los turistas y que mejoras debería realizar para fortalecer este sector?

La Unidad de turismo debe coordinar, fortalecer y sociabilizar un plan de trabajo con los actores involucrados en el área de turismo y este a su vez se mejora si busca alianzas con empresas turísticas para difundir y promocionar el cantón, con ferias artesanales y gastronómicas para atraer a turistas, por lo que es necesario la creación de una Jefatura de Turismo con un equipo técnico.

8. ¿Los prestadores de servicios turísticos de Montúfar están preparados en temas de turismo y de buenas prácticas ambientales?

Hay capacitaciones que ya se han dado a las asociaciones, y se busca reforzar estos conocimientos por lo que el GAD Municipal se encuentra en gestiones con el Ministerio de Turismo para realizar capacitaciones a los prestadores de servicio.

- 9. ¿Montúfar al tener una ruta turística podría motivar a visitar el cantón y cuáles serían los recursos turísticos principales que deberían formar parte de ella?**

Una ruta turística atrae a más visitantes, esta debe contener los siguientes lugares: la Laguna del Salado, Bosque de los Arrayanes, Cascada de Paluz, Bosque Padre Haragán, Gruta de La Paz, Centro Histórico de San Gabriel.

- 10. ¿En qué mes del año piensa que el cantón recibe más visitantes y cuál es el evento que atrae a más turistas?**

La fecha más importante en la que la gente acude al cantón es en Septiembre por las Fiestas de Cantonización.

- 11. ¿Una empresa pública de turismo cree usted que impulsaría el desarrollo de la zona?**

Se debería enfocar más a la inversión privada o mixta para que se logre otorgar un servicio de calidad y generar ingresos económicos al cantón.

- 12. ¿Cuánto y en qué proyectos turísticos invertiría dentro del cantón Montúfar?**

Es necesario invertir principalmente en la rehabilitación de la Laguna del Salado, equipamiento turístico en: Bosque de los Arrayanes y Cascada de Paluz, la inversión depende de los requerimientos en material y mano de obra que se determina con las Juntas Parroquiales.

- 13. ¿De acuerdo a la inversión antes mencionada, en cuanto tiempo cree que llegue a estar entre los lugares de preferencia de visita en la provincia del Carchi?**

En los proyectos de poca inversión toma de 1 a 3 años y si son más complejos unos 4 a 5 años para afianzar en el mercado.

3.4.6 Perfil del visitante obtenido

En base al análisis de las encuestas y de las entrevistas se ha llegado a la conclusión de que el principal mercado al que se debe dirigir el cantón Montúfar es a los jóvenes adultos entre 18 a 35 años, empleados y estudiantes, de las provincias de Pichincha, Imbabura y de Colombia, buscan turismo de aventura, turismo de ciudad, turismo cultural, acuaturismo y ecoturismo.

Es importante llegar a la mente del turista con efecto positivo, porque depende de ellos el que más gente venga hacia el cantón, se ha determinado que la mayoría de personas se entera de un destino turístico por medio de sus amistades, lo que es conocido como publicidad de boca a boca, la publicidad adicional a manejar es por internet como páginas web, redes sociales y códigos QR y se complementa con la prensa escrita con el Diario El Norte y El Comercio.

La modalidad principal de viajes es en familia o con amigos, para esto se debe tener un presupuesto de alrededor de 80 dólares por día y por persona para cubrir gastos de las 3 comidas, una noche de alojamiento, transporte y servicios extras, este precio varía según la cantidad de horas, o días que decidan permanecer, por lo general los visitantes tienen tiempo de 1 a 2 días, de acuerdo a la época en la que viajan, las principales son de Julio a Septiembre por periodo vacacional y de Octubre a Diciembre por festejos navideños y de fin de año, eligen para la ocasión establecimientos turísticos como Hoteles y restaurantes de comida típica o a su vez hospedaje y alimentación en asociaciones de turismo comunitario; entre las actividades preferidas por los turistas está el deleitarse con la gastronomía típica de la zona, tomar fotos, caminar por el bosque, actividades de aventura, cabalgatas y campismo para estar en contacto con la naturaleza.

Los sitios turísticos que prefieren visitar y se incluyen en una ruta y circuito turístico son El Bosque de los Arrayanes, Laguna El Salado, Gruta de La Paz, Cascada de Paluz, Ciudad de San Gabriel y Padre Haragán

Con respecto a la creación de la empresa pública los turistas opinan que es idóneo crearla para un mejor funcionamiento y publicidad del turismo en el sector, pero a nuestro parecer en base a la Ley Orgánica de Empresas Públicas del Ecuador no es viable por ser un cantón pequeño y poco conocido no cumple con las características que debe tener, como por ejemplo personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, además de los costos, tiempo, y gastos que implica llevar adelante una empresa pública es demasiado alto y no se ve reflejado efectos positivos en poco tiempo como se pretende, por lo que nuestra recomendación es incentivar a la inversión privada o a su vez una empresa mixta para que se desarrolle el turismo junto al bienestar de la población.

3.5 Estudio de la Oferta

La oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. En el caso del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Montúfar la oferta pasa a ser todos los servicios turísticos que ofrece el cantón como lugares de recreación, hospedaje, alimentos y bebidas, entre otros.

3.5.1 Situación de la oferta actual

En la actualidad existe una gran variedad de establecimientos turísticos que prestan diferentes servicios al turista en el cantón Montúfar, pero la mayoría de estos no se encuentran registrados en el catastro proporcionado por el MINTUR. En el año 2014 se ha logrado obtener una base de datos en la que constan.

Cuadro 27
Establecimientos turísticos del cantón Montúfar

ESTABLECIMIENTOS	AÑO 2014
Hostales Residenciales	11
Moteles	2
Restaurantes	27
Cafeterías	11
Heladerías	12
Picanterías	36
Comida rápida	112
Discotecas	6
Bares	25
Billas	18
Balneario	1
Complejo turístico	1
TOTAL	262

Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

3.5.2 Análisis de la competencia a nivel local y/o regional

La competencia a nivel local se ve reflejado a través de los establecimientos que prestan servicios de recreación y esparcimiento, alojamiento o de alimentos y bebidas, que poseen permisos de funcionamiento pero en su mayoría no se encuentran registrados en el catastro del Ministerio de Turismo.

De los 262 lugares que se ha logrado obtener información, son apenas 7 los que constan en el listado del MINTUR: 4 de alojamiento que son Motel Eden, Hostal Residencia Gabrielita, Hostal Residencia San Francisco y Motel Cabañas El Desliz; 2 de alimentos y bebidas llamados Restaurantes el Peregrino y Piko Riko y 1 de esparcimiento llamada Discoteca The Bulls

3.5.3 Proyección de la oferta

En el cálculo de la proyección de la oferta se ha considerado los datos de los catastros del MINTUR acerca de los establecimientos turísticos registrados en los últimos años en la provincia del Carchi, debido a que en el mismo documento no hay mucha información del cantón Montúfar.

Para determinar la proyección de la oferta se ha tomado la fórmula de proyección exponencial que es la siguiente:

$$y=ab^x$$

$$a= \frac{\sum \text{Log}Y}{n} - b\left(\frac{\sum x}{n}\right)$$

$$b= \frac{n\sum X\text{Log}Y - \sum \text{Log}Y \sum X}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

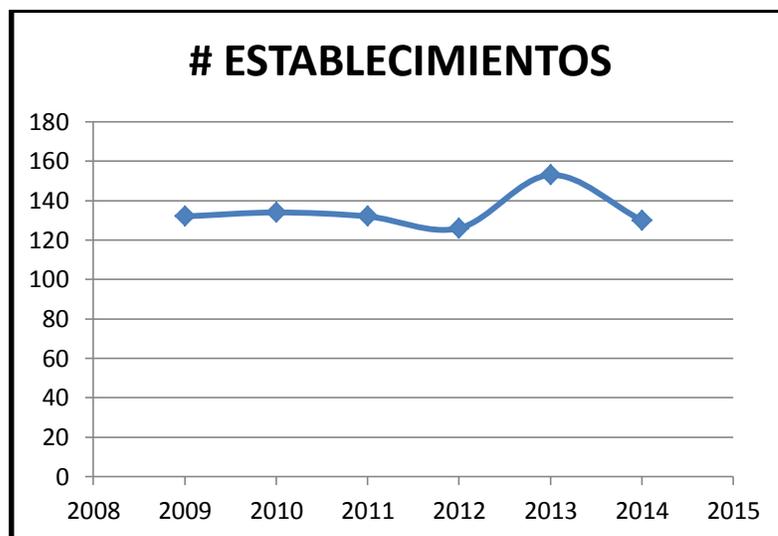


Figura 56. Oferta actual
Fuente: (MINTUR, 2014)

Tabla 6
Proyección de la oferta

Año	X	ESTABLECIMIENTOS	Log Y	Log X	X.Log Y	X ²	(LogY) ²
2009	1	132	2,12	0	2,12	1	4,4944
2010	2	134	2,13	0,3	4,26	4	4,5369
2011	3	132	2,12	0,48	6,36	9	4,4944
2012	4	126	2,1	0,6	8,4	16	4,41
2013	5	153	2,18	0,7	10,9	25	4,7524
2014	6	130	2,11	0,78	12,66	36	4,4521
\sum	21	807	12,76	2,86	44,7	91	27,1402

Fuente: (MINTUR, 2014)

$$b = 6 \cdot 44,7 - 12,76 \cdot 21 / 21 \cdot 91 - (21)^2$$

$$b = 268,2 - 267,96 / 546 - 441 = 0,24 / 105$$

$$\text{Log} = 0,0022857$$

$$\text{Antilog} = 1,01$$

$$a = 12,76 - 0,0022857(21) / 6$$

$$a = 12,76 - 0,048 = 12,712 / 6$$

$$\text{Log} = 2,1186667$$

$$\text{Antilog} = 131,42$$

$$Y = 131,42 \cdot 1,01^X$$

Tabla 7

Oferta Proyectada

AÑOS	A	B	X	PROYECCIÓN
2015	131,42	1,01	1	133
2016	131,42	1,01	2	265
2017	131,42	1,01	3	398
2018	131,42	1,01	4	531
2019	131,42	1,01	5	664
2020	131,42	1,01	6	796

Fuente: (MINTUR, 2014)

3.6 Estudio de la Demanda

La demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en diferentes precios del mercado por un consumidor o un grupo de consumidores los cuales son llamados demanda total o de mercado.

3.6.1 Situación de la Demanda actual

En la actualidad el cantón Montúfar y en general la provincia del Carchi están en sus inicios en el registro de turistas nacionales y extranjeros, por eso en el presente trabajo de titulación se determina la demanda histórica de la Reserva Ecológica de El Ángel perteneciente al cantón Espejo, por ser una de las más cercanas y al ser un área protegida tiene la obligación de registrar la cantidad de visitantes que ingresan, ésta decisión se la toma por las

características similares que tiene la reserva y su cantón con Montúfar, por ejemplo los paisajes naturales con bosques de ceja andina, páramo, cascadas, laguna, aguas termales, y las fiestas tradicionales, es así que los datos obtenidos fueron:

Tabla 8
Demanda actual

AÑO	TOTAL DE VISITANTES		
	NAC.	EXTR.	TOTAL
2009	1400	544	1944
2010	2194	403	2597
2011	3952	435	4387
2012	7246	752	7998
2013	11061	1494	12555

Fuente: (MAE, 2014)

3.6.2 Definición del perfil del cliente

Para poder ejecutar un proyecto es importante saber quién es tu mercado objetivo, para que el mismo sea exitoso. Los perfiles de clientes incluyen registros sobre la demografía e información sobre los clientes o en este caso los turistas más probables, esta idea se verifica en los datos obtenidos en la encuesta, los mismos que ayuda a concentrar esfuerzos en las áreas turísticas más relevantes del cantón Montúfar.

3.6.3 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se ha determinado según la fórmula de regresión lineal que es la siguiente:

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum x}{n} \right)$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

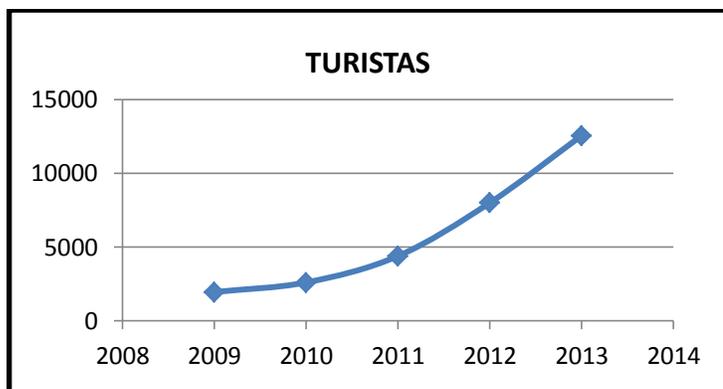


Figura 57. Demanda actual

Fuente: (MAE, 2014)

Tabla 9

Proyección de la demanda

Año	x	NACIONAL	X.Y	X2
2009	1	1400	1400	1
2010	2	2194	4388	4
2011	3	3952	11856	9
2012	4	7246	28984	16
2013	5	11061	55305	25
	15	25853	101933	55

Tabla 10

Demanda Proyectada

	Nacional	Extranjero	
A	-2141,6	50,9	
B	2437,4	224,9	
AÑO	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
2014	12483	1625	14108
2015	14920	1850	16770
2016	17358	2075	19433
2017	19795	2300	22095
2018	22232	2525	24757
2019	24670	2750	27420

3.6.4 Determinación de la demanda insatisfecha

El cálculo de la demanda insatisfecha es importante determinarla porque identifica si existe un mercado al que no se haya llegado a satisfacer con los servicios o productos que se haya entregado, y se calcula con la fórmula:

$$DI = D - O \text{ (proyecciones)}$$

Tabla 11

Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	14108	133	13975
2016	16770	265	16505
2017	19433	398	19035
2018	22095	531	21564
2019	24757	664	24093
2020	27420	796	26624

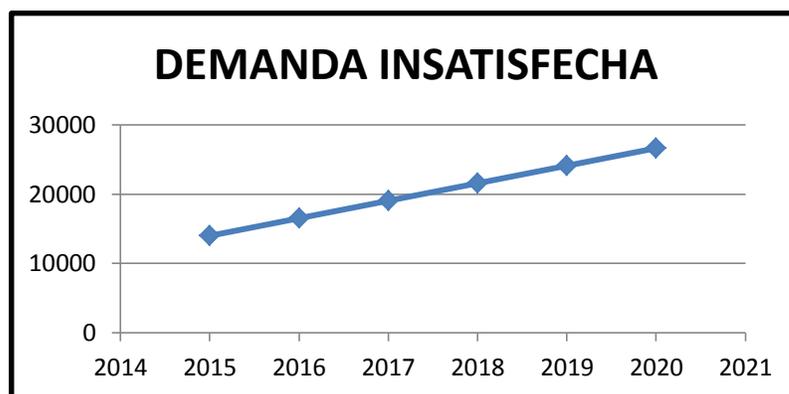


Figura 58. Demanda Insatisfecha

3.7 Canal de distribución

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. Como punto de partida se encuentra el productor, el canal de distribución viene a ser lo que se encuentra intermedio entre el que produce y el consumidor final de bienes y servicios, desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

3.7.1 Canales de distribución

En la presente investigación se tiene como producto para una posterior ejecución la ruta y circuito turístico que engloba a los sitios de mayor relevancia del cantón, la gente productora son las asociaciones encargadas de cada recurso que pueden proporcionar alimentación y actividades de recreación y esparcimiento, en el caso de alojamiento se toma en cuenta establecimientos de calidad para el turista, ubicados en la cabecera cantonal, para ejecutar dicha ruta se necesita de intermediarios, que es el medio por el cual los turistas se enteran de ella y acceden en recorrerla, por esto es importante que el producto se dé a conocer a las agencias de viajes que tengan paquetes o rutas similares de la zona o a su vez que puedan promocionarla para que Montúfar se conozca turísticamente y llegar a la mente e interés del visitante.

3.7.2 Evaluación del canal de distribución

Para la evaluación del canal de distribución se deben considerar tres aspectos que son criterios económicos, de control, y de adaptación.

En los criterios económicos se toma en cuenta la idea de generar divisas económicas de manera efectiva para llegar a una mayor cantidad de turistas por medio de promoción y publicidad a cargo de asociaciones prestadoras del servicio o por medio de agencias de viajes que ya conocen el funcionamiento de los paquetes o rutas de la zona.

En los criterios de control un organismo tiene que ver los resultados positivos o negativos de la ruta y de los servicios que se ofrecen en la misma, en este caso la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Montúfar es la encargada de vigilar el avance que tiene el turismo en el Cantón.

En la adaptación es el compromiso que tienen tanto los que ofrecen sus servicios turísticos y sus respectivos trabajadores en cada uno de los recursos, así como de los que ofertan directamente con el consumidor o realizan la promoción de los lugares principales del cantón en sus agencias de viajes.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA TÉCNICA

4.1 Introducción

La propuesta técnica se relaciona a quienes somos, que queremos ser y como lo vamos a lograr a través de la misión, visión y objetivos, posteriormente con el marco lógico se analiza la factibilidad del Plan de desarrollo turístico para la determinación de programas, proyectos y actividades que encaminen al cantón Montúfar a posicionarse como un destino turístico de importancia en el norte del país.

4.2 Misión

Somos el cantón Montúfar buscamos impulsar la actividad turística a través de promoción, capacitación, ruta y circuito turístico e integrar el sector público, privado y comunitario con la priorización de las modalidades turísticas de la zona junto al cuidado ambiental, para satisfacer los intereses del turismo interno y receptivo del país.

4.3. Visión

Para el 2018, Montúfar sea el cantón con mayor interés turístico de la provincia del Carchi, al ser precursor de la cultura Pasto y por ser promotor de la recreación en la naturaleza con la conservación de sitios públicos, privados y comunitarios, en conjunto con un servicio de calidad y sostenibilidad con el ambiente.

4.4. OBJETIVOS

4.4.1. Objetivo General

Definir programas, proyectos y actividades por medio de capacitaciones, ruta y circuito turístico, promoción y buenas prácticas ambientales para ofrecer al turista calidad, seguridad y conectividad.

4.4.2. Objetivos Específicos

- ✚ Diseñar una ruta y circuito turístico para incrementar las visitas hacia el cantón Montúfar con el aprovechamiento de los recursos turísticos naturales y culturales más representativos.
- ✚ Organizar capacitaciones en atención al cliente e introducción al turismo rural con la participación de las asociaciones y empresa privada para fortalecer los conocimientos de los trabajadores en turismo.
- ✚ Realizar Marketing turístico por medios tradicionales y no tradicionales para motivar la visita del mercado objetivo.
- ✚ Determinar el Impacto ambiental con la verificación de la situación actual de los recursos turísticos para saber las medidas de mitigación que hay que implantar en ellos.

4.5 Matriz del Marco Lógico

Cuadro 28
Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MÉTODOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS IMPORTANTES
Objetivo general: Definir programas, proyectos y actividades por medio de capacitaciones, circuito turístico, promoción y buenas prácticas ambientales para ofrecer al turismo calidad, seguridad y conectividad.	Realizar por lo menos dos proyectos por cada programa que puedan ser ejecutados en el lapso de un año y seguir prolongadamente para mejorar la afluencia turística en al menos un 50%	Aplicar el diseño del PIMTE para la formulación de la propuesta técnica.	Proyectos similares por parte de estudiantes de otras instituciones, o por parte de entidades gubernamentales.
Objetivo específico: Mejorar la calidad turística del cantón Montúfar por medio de capacitaciones a los ofertantes de servicios turísticos y el diseño de publicidad, ruta y circuito por los principales recursos	Establecer los recorridos del circuito y la ruta turística, su promoción en al menos 5 medios publicitarios y capacitaciones a ofertantes turísticos al cabo de un año, para	Estadísticas referentes al turismo otorgadas por el MINTUR	Falta de compromiso y colaboración de los ofertantes turísticos locales y asociaciones relacionadas al turismo.

CONTINUA →

naturales y culturales para una mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros.	obtener una calidad turística de 70% mayor a la actual.		
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MÉTODOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS IMPORTANTES
Resultados: Al menos cuatro programas con proyectos y sus respectivas actividades	Determinar la situación actual de los recursos turísticos para el diseño de dos paquetes turísticos con su respectiva promoción y cuidado ambiental, para ofrecer al turista calidad y aumentar los ingresos por turismo en un 50%	Esquema del PIMTE en el diseño de las propuestas	Presupuesto asignado al área de turismo en el GAD Municipal, insuficiente para la ejecución de los proyectos y programas.
Actividades: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño del circuito “Ciudad de la eterna Primavera”. • Diseño de la ruta “Paraíso escondido”. • Capacitación en atención al cliente. • Capacitación en introducción al turismo rural. • Marca turística • Promoción en medios • Impacto ambiental en recursos naturales. • Medidas de mitigación. 	Generar dos paquetes turísticos que tengan un grado de aceptación de 80% por parte de los visitantes, con recorridos que duran de 1 y 2 días, con la marca publicitaria que combina la naturaleza y la cultura con cuidado ambiental.	Análisis de la encuesta realizada en el estudio de mercado del presente proyecto.	Situaciones climatológicas ocasionan la baja afluencia de turistas al cantón.

4.6. Programas y proyectos

4.6.1 Programa: Ruta y circuito turístico

4.6.1.1 Proyecto: Circuito turístico “Ciudad de la eterna primavera”

Descripción del circuito turístico

Este circuito es una excelente oportunidad para aquellos amantes a la naturaleza y cultura se requiere de las ganas de salir, disfrutar y aprender de la cultura Pasto y del maravilloso paisaje que posee el cantón Montúfar.

DATOS TÉCNICOS:

- ✚ Nivel físico: bajo
- ✚ Nivel técnico: bajo
- ✚ Altura mínima: 2.452 metros sobre el nivel del mar.
- ✚ Altura máxima: 3.001 metros sobre el nivel del mar.
- ✚ Clima: frío.

INVERSIÓN: 35 dólares

INCLUYE:

- ✚ Transporte privado ida y vuelta para los participantes.
- ✚ Entrada al museo
- ✚ Guianza.
- ✚ Alimentación (desayuno y almuerzo)

NO INCLUYE:

- ✚ Botes
- ✚ Gastos extras, comida y bebidas personales.

PRINCIPALES ATRACTIVOS:

- ✚ San Gabriel
- ✚ Museo de los Artesanos
- ✚ Gruta de la Paz
- ✚ Bosque de los Arrayanes

- + Laguna El Salado
- + Cascada de Paluz

LO QUE DEBES LLEVAR

- + Ropa cómoda y abrigada.
- + Zapatos cómodos para caminata
- + Chompa impermeable.
- + Guantes térmicos.
- + Gorra, gafas y protector solar.
- + Cámara fotográfica.
- + Ropa de recambio (opcional)

CONSIDERACIONES:

- + Desde la ciudad de Quito se puede encontrar buses al cantón Montúfar que salen desde el terminal Quitumbe y Terminal de Carcelén como Expreso Tulcán, Pullman Carchi, Velotax, Tax Gacela, San Gabriel, San Cristóbal, Transvencedores.
- + Desde Ibarra Expreso Turismo, Flota Imbabura.
- + Desde Tulcán se encuentra la Cooperativa de transporte intercantonal Cristóbal Colón desde el Terminal Terrestre Tulcán.

Implementación de Actividades Turísticas

Cuadro 29

Itinerario Circuito

DÍA/ HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
07:00	Parque Central de San Gabriel	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida a los turistas • Reseña histórica de San Gabriel 	30 min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
07:30	Museo de los artesanos	<ul style="list-style-type: none"> • Guianza en el museo • Desayuno 	1hora 30min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
09:30	Salida del museo			
10:00	Llegada a la Gruta de La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido hacia la Gruta de la Paz 	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico

CONTINUA →

11:00	Salida hacia el Bosque de los Arrayanes			
11:45	Llegada al Bosque de los Arrayanes	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata en el bosque. • Identificación de plantas • Relatos de historia ceremonial 	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
12:45	Salida a la Laguna del Salado			
13:15	Llegada a la Laguna del Salado	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo • Recorrido en botes • Avistamiento de aves 	2 horas 15 min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
15:30	Salida a la Cascada de Paluz			
16:10	Llegada a la Cascada de Paluz	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata a la cascada • Tiempo de recreación 	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
17:10	Salida a San Gabriel			
17:30	Llegada a San Gabriel	<ul style="list-style-type: none"> • Despedida • Entrega de recuerdos y promoción turística. 	10 min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico

Fuente: (GAD Montúfar, 2014)

Modelo de guión

Buenos días, bienvenidos al circuito turístico la “Ciudad de la Eterna Primavera”, hoy vamos a conocer la belleza natural y cultural que tiene Montúfar para sus visitantes, en este momento nos encontramos en San Gabriel, en donde se asienta el pueblo Tusa, precursor de la cultura Pasto y actualmente es la cabecera cantonal desde el 27 de Septiembre de 1905, Montúfar es conocido por tener gente trabajadora y aportar al país con sus mingas en la construcción de la carretera oriental del Carchi, por esto se le

otorga la designación de Procerato de Trabajo en el año de 1934 por el Congreso Nacional, también es Patrimonio cultural de la nación desde el 11 de noviembre de 1992 declarado por la UNESCO, por su casco colonial con casas de tejado y pilares de madera.

En este momento nos dirigimos al Museo de los artesanos situado en la calle Olmedo, donde se encuentran las principales actividades artesanales a la que se dedican los montufareños y en donde tenemos nuestro desayuno en el restaurante con una comida típica del cantón.

Después de este delicioso desayuno nos disponemos a salir hacia la parroquia de La Paz, ésta fue la primera parroquia del cantón Montúfar y elevada a parroquia civil el 28 de Octubre de 1892 y en 1904 a parroquia eclesiástica, allí visitaremos la Gruta de la Paz, la historia cuenta que por premoniciones del reverendo Padre Ezequiel Jaramillo, de que en el río Apaquí se encuentra la Virgen, realizan intensa búsqueda y se logra descubrir la piedra para elaborar y tallar la imagen de Nuestra Señora de La Paz, a cargo del escultor Daniel Reyes oriundo de San Antonio de Ibarra.

La Gruta de la Paz está conformada por estalactitas y estalagmitas y en 1915 es declarada Santuario de Nuestra Señora de la Paz, el 27 de Mayo de 1973 se lleva a cabo la coronación de la Santísima Virgen y hoy esta Gruta les brinda a ustedes un ambiente de recogimiento y encuentro con Dios.

Ahora nos encaminamos al Bosque de los Arrayanes en la comunidad de Monteverde, un lugar con una naturaleza exuberante, en donde antiguamente se realizaba ceremonias de la cultura Pasto, de ellos se habla como una nación porque ocuparon un territorio concreto, desarrollaron una unidad lingüística propia, y constituye una plurinacionalidad, ellos habitaron al sur de Colombia y al norte de Ecuador, desde el río Guáytara hasta el río Chota, en el altiplano andino.

Su proceso cultural abarca por lo menos 15 Siglos, inclusive hasta después de la conquista española, no tenían creencias, ni ídolos, salvo que ellos creían que después de muertos han de tornar a vivir en otras partes muy alegres.

Después de ésta interesante caminata, visitaremos la Laguna del Salado perteneciente a la parroquia Cristóbal Colón que por la conquista española tiene como patrono al apóstol Pedro, actualmente las fiestas de San Pedrito, como se lo conoce, tiene muchos fieles y son muy reconocidas, en Junio la fecha de su celebración, se ofrecen oraciones, penitencias y eucaristías, quema de chamiza, con la participación de barrios y comunidades de la parroquia; además, la quema de un castillo y de fuegos pirotécnicos.

Nos encontramos en la Laguna del Salado aquí pueden disfrutar de un hermoso paisaje natural, deleitarse con un delicioso plato típico del cantón, tener contacto con la naturaleza y el agua por medio de los botes y ver las especies de aves que tiene este lugar.

Este magnífico recorrido concluye con uno de los más bellos sitios de Montúfar que es la cascada de Paluz, ésta se ubica en la comunidad de Chután Bajo, vamos a mirar un salto de agua aproximadamente de 25 metros de altura que nace desde los grandes humedales del páramo y forma pequeños riachuelos, y llega al río San Gabriel, ustedes pueden meterse a la cascada si así lo desean, tomar fotos o realizar actividades recreativas y de sociabilización.

Llegamos a nuestro punto de partida, San Gabriel, agradecidos por su visita y esperamos su próximo regreso, debido a que hay muchos lugares de belleza única, pero por el tiempo no hemos podido visitarlos todos, por esto les entregamos información de todo lo que posee Montúfar, para que conozcan un poco más y puedan venir otra vez. MUCHAS GRACIAS

Mapa del circuito turístico

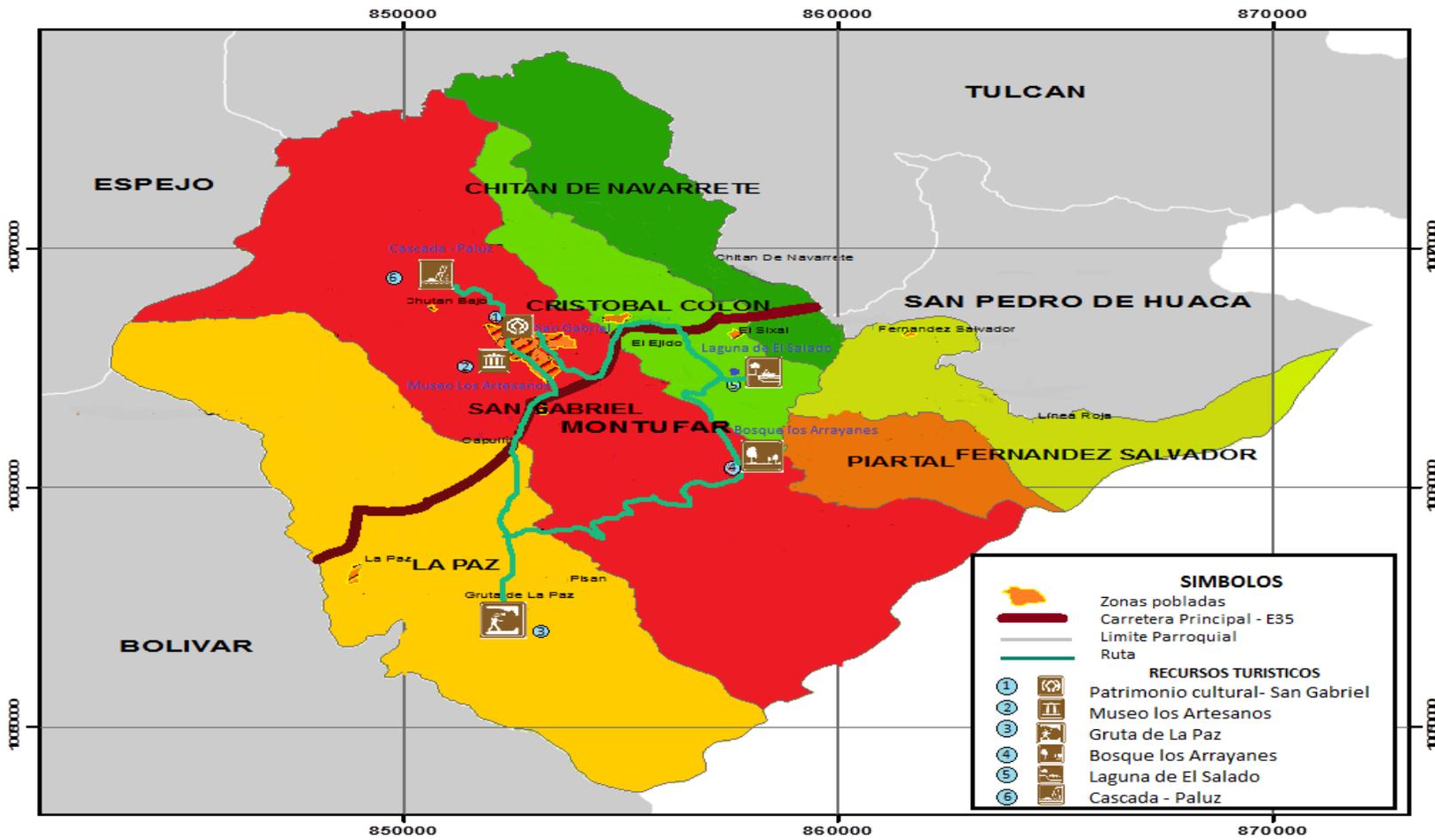


Figura 59. Mapa Circuito Turístico

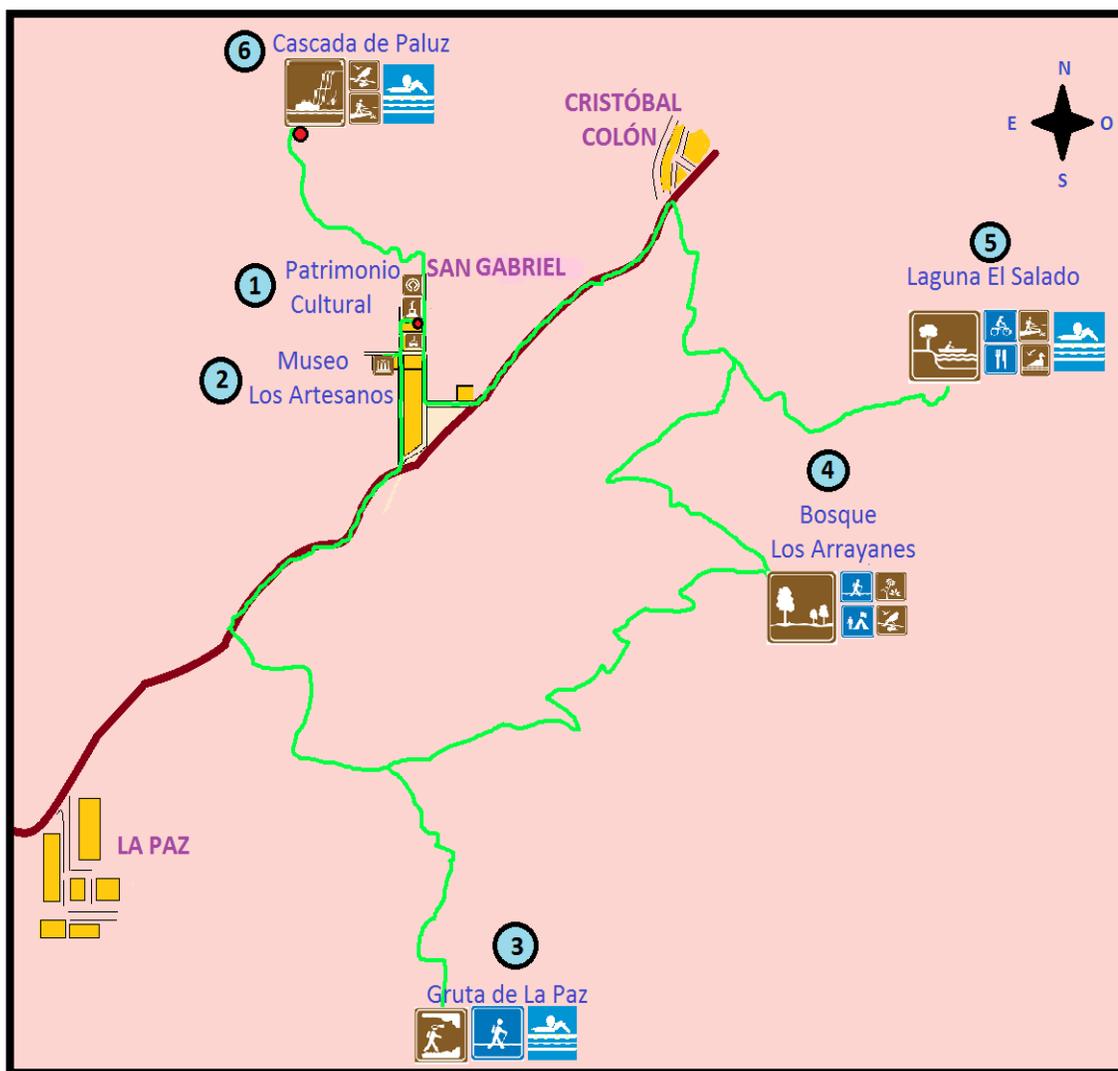


Figura 60. Mapa turístico del circuito

SIMBOLOS CONVENCIONALES



Zonas Pobladas



Carretera Principal – E35



Ruta



Inicio y fin de la ruta

SIMBOLOS TURISTICOS



Patrimonio Cultural



Monumento



Iglesia



Museo



Gruta



Observación de flora



Bosque



Observación de aves



Lago o laguna



Aves Acuáticas



Cascada



Sendero



Caminata



Ciclismo turístico



Campamento



Natación



Hospedaje



Alimentación

RECURSOS TURÍSTICOS

- 1 Patrimonio Cultural – San Gabriel
- 2 Museo de Los Artesanos
- 3 Gruta La Paz
- 4 Bosque de los Arrayanes
- 5 Laguna de El Salado
- 6 Cascada - Paluz

Presupuesto

Cuadro 30
Listado de Proveedores

PROVEEDOR	CONTACTOS	VALOR NEGOCIADO	DETALLES
Agencia de Viajes Lagotours S.A.	Teléfono: (593-6) 260-9325 Sra: Teresa Muñoz Ibarra-Imbabura-Ecuador Dir: Av: Jaime Roldós 1-133 y Sánchez y Cifuentes	\$200,00 incluye IVA	Transporte terrestre
Guianza	Teléfono: 0984027572 Wilson Montes	\$90,00 incluye IVA	Guía de la ruta
Museo de los artesanos	Teléfono: 0993401499 Arquitecto Walter Chicago Jefe de Departamento de Patrimonio-Montúfar	\$5,00 X PAX Incluye impuestos	Museo + Desayuno
Aso. "Salvemos el Bosque de los Arrayanes"	Teléfono: 0991349154 Sr. José Lucero Monteverde-Montúfar	\$60,00 incluye IVA	Recorrido y relatos de la cultura Pasto
Aso. "Guardianes Ambientales de Montúfar"	Teléfono: 985684191 Sr. Wilson Chulde Crsitóbal Colón-Montúfar	\$ 5,00 X PAX Incluye impuestos	Recorrido laguna – Almuerzo

Cuadro 31
Descripción presupuestaria

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TRANSPORTE	5,95	178,57
ENTRADA AL MUSEO	1,00	30,00
DESAYUNO	3,28	98,40
GUIANZA	2,68	80,36
GUIA NATIVO BOSQUE DE LOS ARRAYANES	1,78	53,57
ALMUERZO	4,10	122,95
COSTO		563,85
UTILIDAD 35%		197,35
IVA 12%		23,68
TOTAL		784,88

Precio por grupo: **784,88/30**

Precio por pax= **26,16 dólares.**

4.6.1.2 Proyecto: Ruta turística “Paraíso escondido”

Descripción de la ruta turística

La ruta turística Paraíso escondido es para las personas que les gusta el campo y las actividades que se desarrollan en él, conjugado con el conocimiento de la cultura Pasto y el maravilloso paisaje que posee el cantón Montúfar.

DATOS TÉCNICOS:

- ✚ Nivel físico: bajo
- ✚ Nivel técnico: bajo
- ✚ Altura mínima: 2.452 metros sobre el nivel del mar
- ✚ Altura máxima: 3.295 metros sobre el nivel del mar
- ✚ Clima: frío

INVERSIÓN: 100 dólares por 2 días, una noche.

INCLUYE:

- ✚ Transporte privado ida y vuelta para los participantes.
- ✚ Entrada al museo
- ✚ Guianza.
- ✚ Alimentación x día (desayuno, almuerzo), box lunch y cena del primer día

NO INCLUYE:

- ✚ Botes
- ✚ Gastos en alimentos personales.

PRINCIPALES ATRACTIVOS:

- ✚ Gruta de la Paz
- ✚ Bosque Padre Haragán
- ✚ Bosque de los Arrayanes
- ✚ Laguna El Salado
- ✚ Parroquia Fernández Salvador
- ✚ San Gabriel
- ✚ Museo de los Artesanos
- ✚ Parroquia de Piartal
- ✚ Laguna del Salado
- ✚ Parroquia de Chitán de Navarretes
- ✚ Cascada de Paluz

LO QUE DEBES LLEVAR

- ✚ Ropa cómoda y abrigada.
- ✚ Zapatos cómodos para caminata
- ✚ Chompa impermeable.
- ✚ Guantes térmicos.
- ✚ Gorra, gafas y protector solar.
- ✚ Cámara fotográfica.
- ✚ Ropa de recambio (opcional)

CONSIDERACIONES:

- ✚ Desde la ciudad de Quito se puede encontrar buses al cantón Montúfar que salen desde el terminal Quitumbe y Terminal de Carcelén como Expreso Tulcán, Pullman Carchi, Velotax, Tax Gacela, San Gabriel, San Cristóbal, Transvencedores.
- ✚ Desde Ibarra Expreso Turismo, Flota Imbabura.
- ✚ Desde Tulcán se encuentra la Cooperativa de transporte intercantonal Cristóbal Colón desde el Terminal Terrestre Tulcán.

**Implementación de Actividades Turísticas
PRIMER DÍA**

Cuadro 32
Itinerario Ruta turística (primer día)

DÍA/ HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
07:00	Parque central de la parroquia La Paz	• Concentración y bienvenida a los turistas	30 min	• Guía turístico
07:30	Salida a la Gruta de La Paz			
07:45	Llegada a la Gruta de La Paz	• Recorrido hacia la Gruta de la Paz	1 hora	• Guía turístico
08:45	Salida al Legendario paraíso escondido			
09:05	Llegada al Legendario paraíso escondido	• Bienvenida y entrega de refrigerio	30 min	• Guía turístico
09:35	Salida a la piedra del Padre Haragán	• Caminata en el bosque. • Deporte de aventura: rapel • Bajada a la comunidad de Pizán	4 horas	• Guía turístico
13:30	Llegada a la comunidad de Pizán y almuerzo			
14:30	Salida del Bosque de los Arrayanes			
15:00	Llegada al Bosque de los Arrayanes	• Caminata en el bosque. • Identificación de plantas • Relatos de	2 horas	• Guía turístico

CONTINUA →

		historia ceremonial • Charlas de conservación ambiental		
17:00	Salida a la Parroquia Fernández Salvador			
17:40	Llegada a la parroquia de Fernández Salvador	• Recorrido por emprendimientos de turismo comunitario	2 horas	• Guía turístico
19:40	Salida a San Gabriel			
20:30	Llegada a San Gabriel	• Recorrido por el centro patrimonial	30 min	• Guía turístico
21:00	Llegada al Hostal San Francisco - Cena y descanso			

SEGUNDO DÍA

Cuadro 33

Itinerario ruta turística (segundo día)

DÍA/HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
06:30	Hostal San Francisco	• Encuentro de turistas en el vestíbulo	30 min	• Guía turístico
07:00	Salida al museo de artesanos			
07:15	Llegada al museo de los artesanos	• Recorrido por el museo • Desayuno	1 hora 15 min	• Guía turístico
08:30	Salida a la parroquia de Piartal			
09:15	Llegada a la parroquia de Piartal	• Actividades de agroturismo	2 horas	• Guía turístico
11:15	Salida a la Laguna del Salado			
12:00	Llegada a la Laguna del Salado	• Recorrido por la Laguna en botes • Almuerzo	2 horas	• Guía turístico
14:00	Salida a Chitán de Navarretes			
14:30	Llegada al taller de bateas y réplicas en	• Conocimiento de elaboración de	1 hora	• Guía turístico

CONTINUA →

	arcilla de la cultura Pasto	bateas y réplicas de arcilla		
15:30	Salida a cascada de Paluz			
16:30	Llegada a la cascada de Paluz	• Caminata y actividades de recreación	1 hora	• Guía turístico
17:30	Salida a San Gabriel			
18:00	Llegada a San Gabriel	• Fin del recorrido • Entrega de recuerdos y promoción	10 min	• Guía turístico

Modelo de gui3n

Primer d3a

Buenos d3as, bienvenidos a Mont3far, hoy vamos a conocer la belleza natural y cultural que tiene el cant3n para sus visitantes, en este momento nos encontramos en la parroquia de La Paz, 3sta fue la primera parroquia del cant3n Mont3far y elevada a parroquia civil el 28 de Octubre de 1892 y en 1904 a parroquia eclesi3stica, all3 visitaremos la Gruta de la Paz, la historia cuenta que por premoniciones del reverendo Padre Ezequiel Jaramillo, que en el r3o Apaqu3 se encuentra la Virgen, por lo cual realizan una intensa b3squeda y se logra descubrir la piedra que sirve para elaborar y tallar la imagen de Nuestra Se3ora de La Paz, a cargo del escultor Daniel Reyes oriundo de San Antonio de Ibarra.

La Gruta de la Paz est3 conformada por estalactitas y estalagmitas y en 1915 es declarada Santuario de Nuestra Se3ora de la Paz, el 27 de Mayo de 1973 se lleva a cabo la coronaci3n de la Sant3sima Virgen y hoy esta Gruta les brinda a ustedes un ambiente de recogimiento y encuentro con Dios.

Una de las mejores experiencias que ustedes se pueden llevar es la realizaci3n de un deporte extremo, esto lo van a lograr con la asociaci3n el Legendario para3so escondido que nos lleva al Bosque de Ceja Andina, primero desayunaremos en la comunidad y se les va a entregar un refrigerio para el recorrido, al llegar a la Piedra del Padre Harag3n podemos realizar descenso en

rapel para los amantes de la aventura, y para las personas que les encanta la naturaleza el bosque es ideal para realizar actividades de ecoturismo, avistamiento de aves y caminatas con diferentes niveles de dificultad.

Ahora nos encaminamos al Bosque de los Arrayanes en la comunidad de Monteverde, un lugar con una naturaleza exuberante, en donde antiguamente se realizaba ceremonias de la cultura Pasto, de ellos se habla como una nación porque ocuparon un territorio concreto, desarrollaron una unidad lingüística propia, y constituye una plurinacionalidad, ellos habitaron al sur de Colombia y al norte de Ecuador, desde el río Guáytara hasta el río Chota, en el altiplano andino.

Su proceso cultural abarca por lo menos 15 Siglos, inclusive hasta después de la conquista española, no tenían creencias, ni ídolos, salvo que ellos creían que después de muertos han de tornar a vivir en otras partes muy alegres.

Después de tomar energías positivas del bosque, nos vamos a la parroquia Fernández Salvador creada el 26 de Noviembre de 1955 y se destaca por ser de las mejores productoras de leche en el cantón Montúfar y de la provincia del Carchi, las primeras casas fueron construidas en base a la donación de los lotes, por parte del señor Fernández Salvador, propietario de la hacienda, es en honor a él, el nombre de la parroquia. Aquí conoceremos del turismo comunitario por todos los emprendimientos que se realizan en estos últimos años.

Después de un día de aventura y contacto con la naturaleza nos encontramos en San Gabriel, en donde se asentaron el pueblo Tusa, precursor de la cultura Pasto y actualmente es la cabecera cantonal desde el 27 de Septiembre de 1905, Montúfar es conocido por tener gente trabajadora y aportar al país con sus mingas en la construcción de la carretera oriental del Carchi, se le otorga la designación de Procerato de Trabajo en el año de 1934 por el Congreso Nacional, también es Patrimonio cultural de la nación desde el

11 de Noviembre de 1992 declarado por la UNESCO, por su casco colonial con casas de tejado y pilares de madera.

Hoy nuestra estancia va a ser en el Hostal San Francisco esperamos que disfruten de su cena y descansen muy bien.

Segundo día

En este momento nos dirigimos al Museo de los artesanos situado en la calle Olmedo, donde se encuentran las principales actividades artesanales a la que se dedican los montufareños y en donde tendremos nuestro desayuno en el restaurante de comida típica del cantón.

Hoy conoceremos la actividad de agroturismo en manos de los pobladores de la parroquia Piartal, fundada el 28 de Abril de 1988, por esto es la parroquia más joven del cantón Montúfar, guardiana de la ceja de montaña, es una zona ecológica muy importante por la formación de las micro cuencas que confluyen a los ríos Cuasmal y Minas, afluentes del río Apaquí.

Después de ésta interesante caminata, nos dirigimos a la Laguna del Salado perteneciente a la parroquia Cristóbal Colón que por la conquista española tiene como patrono al apóstol Pedro, actualmente las fiestas de San Pedrito, como se lo conoce, tiene muchos fieles y son muy reconocidas, en Junio la fecha de su celebración, se ofrecen oraciones, penitencias y eucaristías, quema de chamiza, con la participación de barrios y comunidades de la parroquia; además, la quema de un castillo y de fuegos pirotécnicos.

Nos encontramos en la Laguna del Salado aquí pueden disfrutar de un hermoso paisaje natural, deleitarse con un delicioso plato típico del cantón, tener contacto con la naturaleza y el agua por medio de los botes y ver las especies de aves que tiene este lugar.

De camino a Chitán de Navarretes vamos a visualizar La iglesia de San Pedro en Cristóbal Colón y posteriormente para conocer más acerca de la cultura Pasto y sus símbolos visitamos la parroquia de Chitán de Navarretes,

fundada el 16 de Julio de 1963, se encuentra al noreste de la cabecera cantonal San Gabriel, sus extensas praderas verdes en su mayoría son haciendas, que delimitan con el centro poblado, en esta parroquia se encuentra el taller del Sr. José Imbacuán y su hijo Edison Imbacuán quien ha heredado el arte de las bateas de madera y las réplicas en arcilla de la cultura Pasto.

Este magnífico paseo concluye con uno de los más bellos sitios de Montúfar que es la cascada de Paluz, ésta se ubica en la comunidad de Chután Bajo, vamos a mirar un salto de agua aproximadamente de 25 metros de altura que nace desde los grandes humedales del páramo y forma pequeños riachuelos, y llega al río San Gabriel, aquí ustedes pueden meterse a la cascada si así lo desean, tomar fotos o realizar actividades recreativas y de sociabilización.

La ruta concluye en el centro de San Gabriel, agradecidos por su visita y esperamos su próximo regreso, debido a que hay muchos lugares de belleza única, pero se necesitaría de más días para poder visitarlos todos, por esto les entregamos información de todo lo que posee Montúfar, para que conozcan un poco más y puedan regresar. MUCHAS GRACIAS

Mapa de la ruta turística

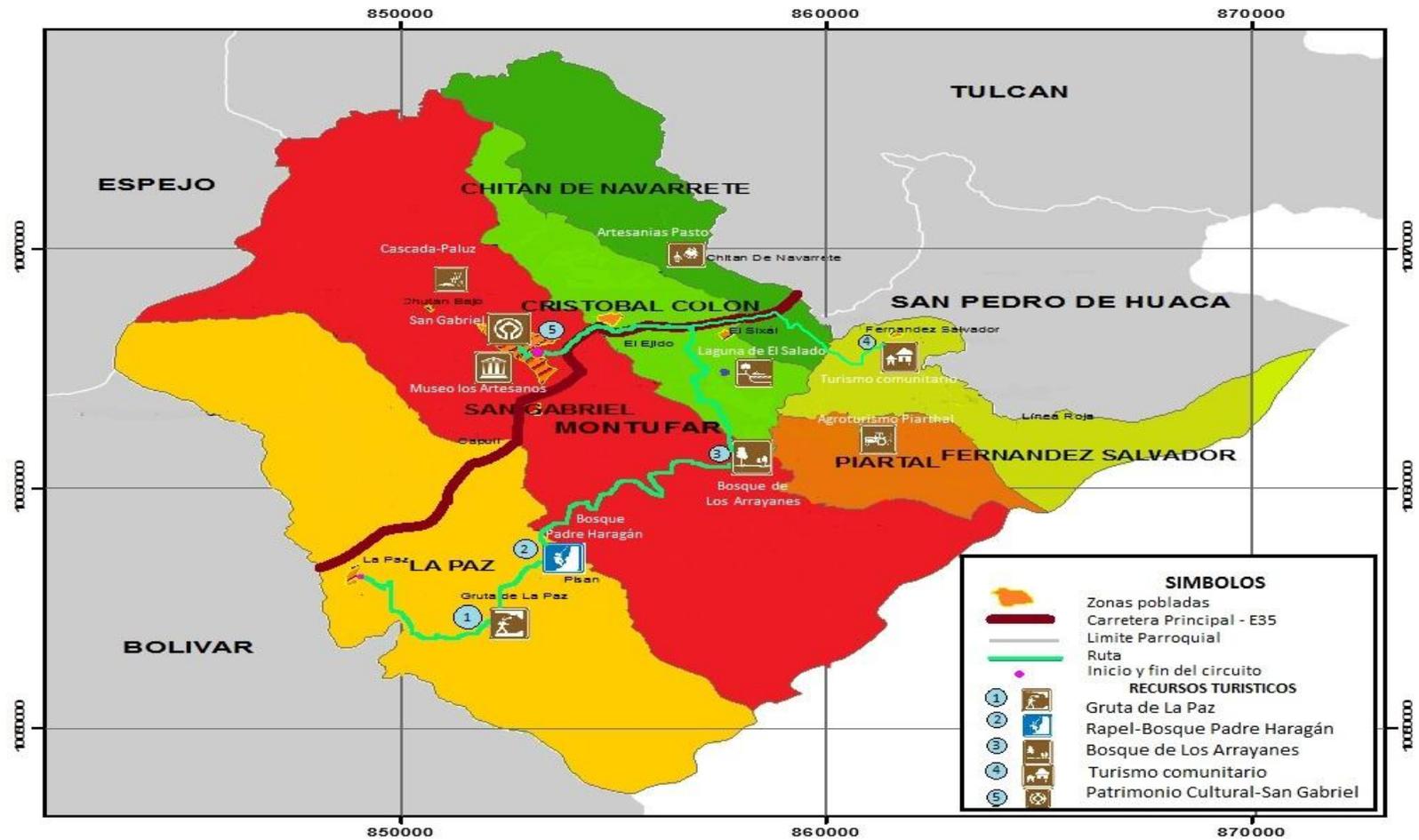


Figura 61. Mapa de la ruta turística (Primer día)

SIMBOLOS CONVENCIONALES



Zonas Pobladas



Carretera Principal – E35



Ruta



Inicio y fin de la ruta

SIMBOLOS TURISTICOS



Patrimonio Cultural



Monumento



Iglesia



Museo



Gruta



Observación de flora



Bosque



Observación de aves



Lago o laguna



Aves Acuáticas



Cascada



Sendero



Turismo comunitario



Agroturismo



Artesanías



Caminata



Ciclismo turístico



Campamento



Natación



Rapel



Hospedaje



Alimentación

RECURSOS TURÍSTICOS



Gruta La Paz



Bosque Padre Haragán



Bosque de los Arrayanes



Turismo Comunitario-Fernández Salvador



Patrimonio cultural-San Gabriel

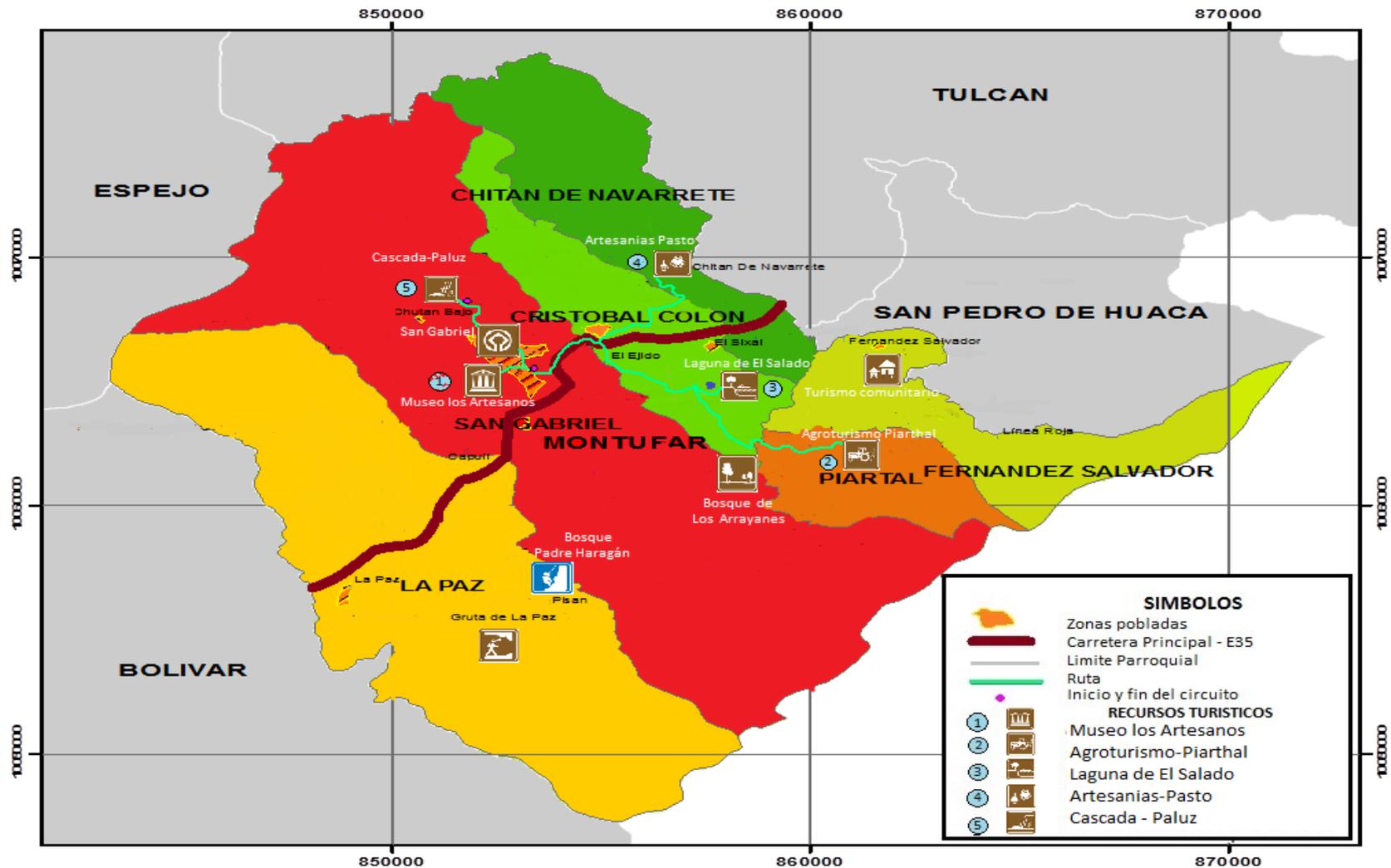


Figura 63. Mapa de la ruta turística (segundo día)



Figura 64. Mapa turístico (segundo día)

SIMBOLOS CONVENCIONALES



Zonas Pobladas



Carretera Principal – E35



Ruta



Inicio y fin de la ruta

SIMBOLOS TURISTICOS



Patrimonio Cultural



Monumento



Iglesia



Museo



Gruta



Observación de flora



Bosque



Observación de aves



Lago o laguna



Aves Acuáticas



Cascada



Sendero



Turismo comunitario



Agroturismo



Artesanías



Caminata



Ciclismo turístico



Campamento



Natación



Rapel



Hospedaje



Alimentación

RECURSOS TURÍSTICOS

- 1 Museo Los Artesanos
- 2 Agroturismo Piartal
- 3 Laguna de El Salado
- 4 Artesanías - Pasto
- 5 Cascada – Paluz

Presupuesto

Cuadro 34

Lista de Proveedores

PROVEEDOR	CONTACTOS	VALOR NEGOCIADO	DETALLES
Agencia de Viajes Lagotours S.A.	Teléfono: (593-6) 260-9325 agencialagotours@cati.com.ec Sra: Teresa Muñoz Ibarra-Imbabura-Ecuador Dir: Av. Jaime Roldós 1-133 y Sánchez y Cifuentes	\$400,00 incluye IVA	Transporte terrestre
Guianza	Teléfono: 0984027572 Wilson Montes	\$180,00 incluye IVA	Guía de la ruta
Aso. "Legendario Paraíso Escondido"	Teléfono: 0985470979 Sr. Julio Paguay Pizán-Montúfar	\$15,00 X PAX incluye impuestos	Desayuno + refrigerio y rapel
Aso. "Salvemos el Bosque de los Arrayanes"	Teléfono: 0991349154 Sr. José Lucero Monteverde-Montúfar	\$60,00 incluye IVA	Recorrido y relatos de la cultura Pasto
Aso. "Ceja de Montaña"	Teléfono: 969421823 Sr. Oswaldo Obando Fernández Salvador-Montúfar	\$60,00 incluye IVA	Turismo comunitario Fernández Salvador
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$19,50 X PAX incluye impuestos	Hospedaje + Cena

CONTINUA →

Museo de los artesanos	Teléfono: 0993401499 Arquitecto Walter Chicago Jefe del Departamento de Patrimonio-Montúfar	\$5,00 X PAX incluye impuestos	Museo + Desayuno
Aso. "Nuevas Alianzas"	Teléfono: 0986247819 Sr. Vicente López Piartal – Montúfar	\$60,00 incluye IVA	Visita de Agroturismo
Aso. "Guardianes Ambientales de Montúfar"	Teléfono: 985684191 Sr. Wilson Chulde Crsitóbal Colón-Montúfar	\$ 5,00 X PAX incluye impuestos	Laguna y Almuerzo
Replicas Pasto-Chitán	Sr. José Imbacúan Dir: Homero Cadena y Guillermo Flores	\$ 1 X PAX	Muestra del proceso de las artesanías y refrigerio

Cuadro 35
Descripción presupuestaria

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TRANSPORTE	11,90	357,14
GUIANZA	5,36	160,71
DESAYUNO, REFRIGERIO Y RAPEL	15,00	438,30
GUIA NATIVO – BOSQUE LOS ARRAYANES	1,78	53,40
RECORRIDO TURISMO COMUNITARIO	2,00	60,00
HOSPEDAJE	13,11	393,30
CENA	2,87	86,10
ENTRADA AL MUSEO	1,00	30,00
DESAYUNO SEGUNDO DIA	3,28	98,40
RECORRIDO – AGROTURISMO	2,00	60,00
ALMUERZO	4,10	123,00
REPLICAS PASTO	1,00	30,00
	COSTO	1890,32
	UTILIDAD 35%	661,61
	IVA 12%	79,39
	TOTAL	2631,32

Precio por grupo: **2640/30**

Precio por pax= **88 dólares.**

4.6.2 Programa de capacitaciones

4.6.2.1 Proyecto: *Capacitación en atención al cliente*

Recurso humano

Se ha solicitado una proforma por el servicio de capacitaciones a la empresa AMAUTA Geoservicios turísticos asesoría y consultoría para el diseño de productos turísticos públicos y privados, en donde el Sr. Carlos Gutiérrez Gómez nos ha proporcionado la siguiente información:

Número de personas a capacitar: mínimo 20 personas.

Duración: 40 horas

Costo: 2.000 dólares, el precio no incluye impuestos, transporte, alojamiento y alimentación.

Identificación de temas

- + Concepto de atención al cliente y calidad en el servicio
- + Ciclo de la calidad de servicio
- + Conocimientos y necesidades de los clientes
- + Claves para una atención de calidad
- + Seguridad, autocontrol y creatividad
- + Trabajo en equipo
- + Tipos de clientes y como tratarlos
- + Motivas para perder a los clientes
- + Consejos para una situación en conflicto
- + Consecuencias de la Insatisfacción de los clientes
- + Manejo de clientes disgustados
- + Seguimientos de Reclamos
- + Fidelización
- + Habilidades de Comunicación (Frasas y expresiones)

Itinerario

Cuadro 36

Itinerario de capacitación en servicio al cliente

PRIMER DÍA	HORA	TEMA	ACTIVIDADES	TÉCNICAS
	9:00 - 9:30	Inauguración	Bienvenida y presentaciones	Audiovisual
	09:30 - 10:00	Concepto atención al cliente	¿Qué es la atención al cliente?	Audiovisual
	10:00 - 10:20	RECESO		
	10:20 - 12:30	Calidad en el servicio	Significado de calidad	Audiovisual
			Factores que influyen en la calidad	Ejemplos prácticos
			Nuestro rol en la calidad del servicio	
	12:30 - 13:30	ALMUERZO		
13:30 - 17:00	Ciclo de la calidad de servicio	Etapas del ciclo de la calidad de servicio	Audiovisual y ejercicio práctico	

SEGUNDO DÍA	08:00 - 10:00	Conocimientos y necesidades de los clientes	Desarrollo social Beneficios de la actitud positiva	Lluvia de ideas y audiovisual
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Claves para una atención de calidad	Manejo de información adecuada y oportuna	Audiovisual, Lluvia de ideas Y Ejercicio práctico
			Trasmitir Simpatía	
			Escuchar al cliente	
			Solicitar sugerencias	
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
14:00 - 16:00	Seguridad, autocontrol y creatividad	Evaluación de capacidades personales	Ejercicio práctico	
		Plan de mejoramiento personal	Lluvia de ideas y audiovisual	

TERCER DÍA	08:00 - 10:00	Trabajo en equipo	Impulsar el trabajo en equipo Comunicación en el trabajo en equipo	Audiovisual y Ejercicio práctico
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Tipos de clientes y como tratarlos	Identificar a tipos los clientes	Lluvia de ideas y audiovisual
			Conocer cuáles son sus necesidades	Audiovisual, y ejercicio práctico
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
14:00 - 16:00	Motivas para perder a los clientes	Acciones imperdonables del personal de contacto	Lluvia de ideas y audiovisual	

CUARTO DÍA	08:00 - 10:00	Insatisfacción de los clientes	Falta de interés por el cliente	Lluvia de ideas y audiovisual
			Escaso profesionalismo Incumplimiento del producto o servicio	Lluvia de ideas y ejercicio practico
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Consecuencias de la Insatisfacción de los clientes	Referencias y publicidad negativa	Lluvia de ideas y ejercicio practico
			Perdidas económicas	Audiovisual
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
14:00 - 16:00	Manejo de clientes disgustados	Implantar propuestas y soluciones	Lluvia de ideas y ejercicio practico	

QUINTO DÍA	08:00 - 10:00	Seguimientos de Reclamos	Contacto post venta	Audiovisual y ejercicio practico
			Recuperar a un cliente perdido	Lluvia de ideas y ejercicio practico
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Fidelización	Imagen corporativa	Audiovisual
			Brindar una excelente atención al cliente	Audiovisual y ejercicio practico
			Satisfacer la exigencias del cliente	Ejercicio practico
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
	14:00 - 16:00	Habilidades de Comunicación	Leguaje oral y corporal	Audiovisual y ejercicio practico
			Presentación institucional	Ejercicio practico
Frasas y expresiones			Lluvia de ideas Y audiovisual	

Fuente: AMAUTA Geoservicios turísticos asesoría y consultoría

Instalaciones

Lugar: Hostal San Francisco – San Gabriel 27 De Septiembre y Juan Montalvo Frente al Terminal Terrestre San Antonio en el salón de eventos para conferencias con capacidad de 100 personas, un proyector, computadora, pizarrón, además en este sitio se ofrece el almuerzo para todos y el alojamiento y tres comidas diarias para el capacitador.

Equipo y material a usar

Cuadro 37
Equipo y material a utilizar

EQUIPO		CANTIDAD
Computadora		1
Proyector		1
Impresora		1
Pizarrón		1
MATERIAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Impresiones	500	0,10
Papel bond	100	0,01
Carpetas	50	0,30
Papelotes	50	0,15
Marcadores	10	0,40
Esferos	50	0,30
Borrador de pizarrón	1	0,65
TOTAL		1,91

Presupuesto

Cuadro 38
Presupuesto de capacitación en servicio al cliente

PROVEEDOR	CONTACTOS	VALOR NEGOCIADO	DETALLES
AMAUTA Geoservicios turísticos	Teléfono: 0985218699 Téc. Carlos Gutiérrez Gómez Quito-Pichincha-Ecuador Dir: Conocoto, Olmedo y Wilson Cueva # Oe-1-34	\$2.000,00	Capacitación en atención al cliente
Cooperativa Velotax	Terminal terrestre Quitumbre Terminal terrestre Carcelén	\$10, 00	Transporte terrestre
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$ 60,00	Salón de eventos con computadora, proyector, y pizarrón
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com	\$16,00 X PAX	Hospedaje + Desayuno (para el capacitador)

CONTINUA →

	Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel		
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. Mail: granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$5,50 X PAX	Almuerzo de los asistentes
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. Mail: granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$3,50 X PAX	Cena para el capacitador

Cuadro 39
Descripción Presupuestaria

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TRANSPORTE	4,46	8,92
CAPACITADOR	2.000,00	2.000,00
SALÓN DE EVENTOS X 5 DÍAS	53,47	267,35
HOSPEDAJE Y DESAYUNO X 5 DÍAS	13,11	65,55
CENA X 5 NOCHES	2,87	14,34
ALMUERZOS X TODOS LOS ASISTENTES (50 PAX) X 5 DÍAS	4,51	1.127,50
MATERIALES DE OFICINA X 50 PAX	1,91	95,50
	COSTO	3.579,16
	IVA 12%	429,49
	TOTAL	4.008,65

Precio por grupo: **4.008,65/50**

Precio por asistente= **80,17 dólares**

4.6.2.2 Proyecto: Capacitación “Introducción al turismo rural como una oportunidad de negocio”

Recurso humano

Se ha solicitado una proforma por el servicio de capacitaciones a la empresa AMAUTA Geoservicios turísticos asesoría y consultoría para el diseño de productos turísticos públicos y privados, en donde el Sr. Carlos Gutiérrez Gómez nos ha proporcionado la siguiente información:

Número de personas a capacitar: mínimo 20 personas

Duración: 40 horas

Costo: 2.000 dólares, el precio no incluye IVA, transporte, alojamiento y alimentación.

Identificación de temas

- ✚ ¿Qué es turismo?
- ✚ Concepto de Turismo rural
- ✚ Subdivisiones del Turismo rural
- ✚ Turismo en espacios rurales
- ✚ Visualización del mundial del Turismo rural
- ✚ Turismo rural en el Ecuador
- ✚ Organizaciones que impulsan el Turismo rural-Ecuador
- ✚ Potencial de un sitio
- ✚ Organizar y mantener espacios rurales
- ✚ Perfil de turista rural potencial
- ✚ Realización de paquetes rurales
- ✚ Calidad y servicio
- ✚ Buenas prácticas ambientales
- ✚ Ejemplos de turismo rural exitoso en Ecuador
- ✚ Proyectos para realizar

Itinerario

Cuadro 40

Itinerario de capacitaciones en turismo rural

PRIMER DÍA	HORA	TEMA	ACTIVIDADES	TÉCNICAS
	9:00 - 9:30	Inauguración	Bienvenida y presentaciones	Audiovisual
	09:30 - 10:00	¿Qué es turismo?	Definición del significado de Turismo	Lluvia de ideas y audiovisual
	10:00 - 10:20	RECESO		
	10:20 - 12:30	Concepto de Turismo rural	Introducción al Turismo rural	Audiovisual
			Inicios del turismo en áreas naturales	Lluvia de ideas y audiovisual
	12:30 - 13:30	ALMUERZO		
	13:30 - 17:00	Subdivisiones del Turismo rural	Agroturismo Ecoturismo Turismo comunitario, etc.	Lluvia de ideas y audiovisual

SEGUNDO DÍA	08:00 - 10:00	Turismo en espacios rurales	Clases de turismo que hay en espacios rurales	Lluvia de ideas y audiovisual
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Visualización del mundial del Turismo rural	Europa, América y Asia	Audiovisual
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
	14:00 - 16:00	Turismo rural en el Ecuador	Costa	Lluvia de ideas y audiovisual
Sierra				
Oriente				
Región Insular				

TERCER DÍA	08:00 - 10:00	Organizaciones que impulsan el Turismo rural- Ecuador	Gubernamentales	Lluvia de ideas y audiovisual
			No Gubernamentales	
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Potencial de un sitio	Requerimientos para que un sitio realice Turismo rural	Audiovisual, lluvia de ideas Y ejercicio practico
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
14:00 - 16:00	Organizar y mantener espacios rurales	Identificar Recursos	Lluvia de ideas y audiovisual	
		Mantenimiento y limpieza de la infraestructura		

CUARTO DÍA	08:00 - 10:00	Perfil de turista rural potencial	Definir qué clase de turista es nuestro nicho de mercado	Lluvia de ideas y audiovisual
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Realización de paquetes rurales	Realizar inventario de los recursos turísticos	Lluvia de ideas, audiovisual y ejercicio practico
			Trazar la ruta	Audiovisual, Lluvia de ideas Y Ejercicio practico
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
	14:00 - 16:00	Calidad y servicio	Brindar de la satisfacción del cliente y fidelización	Audiovisual, Lluvia de ideas Y Ejercicio practico

QUINTO DÍA	08:00 - 10:00	Buenas prácticas ambientales	Utilización de las cuatro R en turismo rural	Audiovisual y Ejercicio practico
	10:00 - 10:30	RECESO		
	10:30 - 13:00	Ejemplos de turismo rural exitoso en Ecuador	Visualización de empresas comunitarias	Audiovisual
			Innovación en turismo rural	Audiovisual, Lluvia de ideas Y Ejercicio practico
	13:00 - 14:00	ALMUERZO		
	14:00 - 16:00	Proyectos para realizar	Temas de proyectos innovadores de turismo rural que se puede desarrollar en su territorio	Lluvia de ideas

Fuente: AMAUTA Geoservicios turísticos asesoría y consultoría

Instalaciones

Lugar: Hostal San Francisco – San Gabriel 27 De Septiembre y Juan Montalvo Frente al Terminal Terrestre San Antonio en el salón de eventos para conferencias con capacidad de 100 personas, un proyector, computadora, pizarrón, además en este sitio se ofrece el almuerzo para todos y el alojamiento y tres comidas diarias para el capacitador.

Equipo y material

Cuadro 41
Equipo y material al utilizar

EQUIPO		CANTIDAD
Computadora		1
Proyector		1
Impresora		1
Pizarrón		1
MATERIAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Impresiones	500	0,10
Papel bond	100	0,01
Carpetas	50	0,30
Papelotes	50	0,15
Marcadores	10	0,40
Esferos	50	0,30
Borrador de pizarrón	1	0,65
TOTAL		1,91

Presupuesto

Cuadro 42
Presupuesto de la capacitación en turismo rural

PROVEEDOR	CONTACTOS	VALOR NEGOCIADO	DETALLES
AMAUTA Geoservicios turísticos	Teléfono: 0985218699 Téc. Carlos Gutiérrez Gómez Quito-Pichincha-Ecuador Dir: Conocoto, Olmedo y Wilson Cueva # Oe-1-34	\$2.000,00	Capacitación en atención al cliente
Cooperativa Velotax	Terminal terrestre Quitumbre Terminal terrestre Carcelén	\$10, 00	Transporte terrestre Quito – San Gabriel – Quito
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$ 60,00	Salón de eventos con computadora, proyector, y pizarrón
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$16,00 X PAX	Hospedaje + Desayuno (para el capacitador)
Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$5,50 X PAX	Almuerzo de los asistentes

CONTINUA →

Hotel San Francisco	Teléfono: 0059362290895. Fax: 0059362291832. Celular: 0059397752300. granhotelsanfrancisco@hotmail.com Dir: 27 De Septiembre y Juan Montalvo - San Gabriel	\$3,50 X PAX	Cena para el capacitador
---------------------	--	--------------	--------------------------

Cuadro 43
Descripción presupuestaria

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TRANSPORTE	4,46	8,92
CAPACITADOR	2.000,00	2.000,00
SALÓN DE EVENTOS X 5 DÍAS	53,47	267,35
HOSPEDAJE Y DESAYUNO X 5 DÍAS	13,11	65,55
CENA X 5 NOCHES	2,87	14,34
ALMUERZOS X TODOS LOS ASISTENTES (50 PAX) X 5 DÍAS	4,51	1.127,50
MATERIALES DE OFICINA X 50 PAX	1,91	95,50
	COSTO	3.579,16
	IVA 12%	429,49
	TOTAL	4.008,65

Precio por grupo: **4.008,65/50**

Precio por asistente= **80,17 dólares**

4.6.3. Programa de Marketing

4.6.3.1 Proyecto: Marca turística

Diseño de la imagen

Para el diseño de la marca y el slogan se considera varios aspectos como los colores representativos del cantón e imágenes que representen lo natural y cultural que posee turísticamente Montúfar.

Así se elige el color verde, que para los montufareños significa el color de la eterna primavera y el color rojo que interpreta la fe ardiente y el patriotismo

sincero que saben poner a sus ideales y a su accionar mingüero, dentro de la publicidad tenemos que el color verde representa frescura, ambiente, armonía, salud, curación, inexperiencia, dinero, naturaleza, renovación, tranquilidad y el rojo es acción, aventura, agresividad, sangre, peligro, energía, emoción, amor, pasión, fuerza y vigor.

Entre las imágenes se coloca el sol pasto como símbolo principal por la historia y cultura que guarda el cantón, y hojas de arrayán en representación de los atractivos turísticos naturales principalmente del bosque de los arrayanes.

Como slogan se elige la frase “Siente la naturaleza, vive la cultura Pasto” esto se encamina hacia lo que el cantón Montúfar quiere proyectar hacia sus turistas, dirigiéndose a sus principales atractivos que es la naturaleza, para que el visitante tenga contacto con ella, lejos del ruido y estrés cotidiano de la ciudad, con el punto adicional, que es el conocimiento de la cultura Pasto, la cual se desarrolló en sus tierras y se pretende la revitalización de ésta.



Figura 65. Logo

Estrategias

- ✚ *Presentación:* la marca y el slogan de este proyecto es presentado al técnico de turismo para que éste a su vez lo presente a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Montúfar para ser aprobado en seno de consejo.

- ✚ *Finalidad:* dar a conocer el cantón Montúfar como un lugar turístico que guarda naturaleza y cultura que debe conocer tanto alledaños, como personas a nivel nacional y extranjeros
- ✚ *Lugar:* en las reuniones de participación ciudadana se menciona una nueva imagen para el cantón, que pretende usarse por ofertantes de turismo.
- ✚ *A quién se dirige:* la marca es utilizada por parte de todos aquellos relacionados al turismo, como asociaciones que están en contacto directo con los turistas en cada recurso turístico, establecimientos que ofrecen servicios de hospedaje y alimentación, y aquellos encargados de promocionar el cantón como Juntas Parroquiales, Itur de La Paz, y Unidad de turismo que cuentan con publicidad impresa para ofrecerles a los visitantes, es una manera de llegar a la mente del consumidor a través de la percepción de colores y formas.

4.6.3.2 Proyecto: Promoción en medios

Medios tradicionales

La publicidad de medios tradicionales son aquellas que llegan más rápido a la mente del consumidor y de manera más fácil, especialmente para aquellas personas que no usan el internet de manera habitual y prefieren encontrar la información de otra manera como en volantes, afiches, guías turísticas, etc.

Medios no tradicionales

Este tipo de publicidad se direcciona a aquellas personas que tienen contacto con la tecnología a través de redes sociales, páginas web e incluso con videos de youtube y también para los lectores de códigos QR.

Plan de Medios

Cuadro 44

Plan de medios de publicidad tradicional

MEDIO	COBERTURA	FRECUENCIA	MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENERO	FEB.
1. Medios Impresos												
1.1 Tripticos	Nacional	3 veces al año										
1.2 Afiches	Nacional	3 veces al año										
1.3 Volantes	Nacional	3 veces al año										
1.4 Gigantografía	Nacional	1 vez al año										
1.5 Folletos	Nacional	1 vez al año										
1.6 Recuerdos	Nacional	3 veces al año										
2. Prensa												
2.1 Diario El Norte	Nacional	2 veces al año										
2.2 El Comercio	Nacional	2 veces al año										
2.3 Revista La Familia	Nacional	2 veces al año										

Cuadro 45
Plan de medios de publicidad no tradicional

MEDIO	COBERTURA	FRECUENCIA	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENERO	FEB.	MAR.
1. Internet														
1.1 Creación sitio web	Internacional y nacional	1 vez al año												
1.2 Elaboración de videos y youtube	Internacional y nacional	1 video trimestral												
1.3 Creación y seguimiento de redes sociales	Internacional y nacional	diario												

4.6.6.3 Proyecto: Producción de material publicitario

Entre la publicidad por medios tradicionales se tiene todo lo que integra la papelería y publicaciones de prensa en diarios a nivel local y nacional como es el caso del diario “El Norte” y “El Comercio”.

VOLANTE: El volante es impreso a doble cara, en la delantera están colocadas las imágenes más representativas del cantón en cuanto a naturaleza y cultura, el logo va de manera central y en la esquina las imágenes de cómo encontrar Montúfar en el internet, en el reverso se coloca un poco de historia y el mapa del cantón con la ubicación de los atractivos turísticos que se pueden visitar en el circuito y ruta que se ofrece al turista.

AFICHE: El afiche tiene la misma información que el volante, pero varía en su color, es decir apariencia y tamaño debido a que éste es más grande haciéndolo más llamativo para el turista.

TRÍPTICO: El tríptico cuenta con imágenes de los atractivos y la gastronomía de la zona, además de aspectos culturales que pretenden rescatar la cultura Pasto-Cuasmal, tiene datos históricos y generales con sus respectivos límites, el listado de los atractivos que se puede encontrar en el cantón y la página web y redes sociales en donde existe una información más extensa de Montúfar.

PLOTTER: Son dos modelos de Plotter para elegir o a su vez colocar en diferentes lugares, ambos tienen fotografías de los lugares naturales y culturales, fiestas populares y gastronomía que tiene el cantón para ser visitados por el turista, estos tienen el logo del proyecto, el escudo del Montúfar, las páginas de internet en las que se proyecta información.

GUÍA TURÍSTICA: La guía contiene información importante del cantón como historia, ubicación y cómo acceder a Montúfar, datos de las parroquias y los sitios turísticos naturales y culturales, patrimonio intangible y fiestas tradicionales con fotografías, podemos encontrar también fechas importantes para el cantón, su gastronomía, el recorrido del circuito “Ciudad de la eterna primavera” y de la ruta “Paraíso escondido”, contactos de interés y los prestadores de servicios

Dentro de los medios no tradicionales vamos a encontrar lo que se refiere a tecnología como:

PÁGINA WEB: La página web que se ha creado tiene como título principal “Montúfar turístico” en donde guarda información acerca de quiénes somos, cual es la visión que se tiene como cantón en lo referente a turismo, los atractivos turísticos que posee, la gastronomía, el circuito y ruta que se ofrece al turista.

TWITTER: En el Twitter se promociona Montúfar por medio de fotografía y mensajes que hacen alusión a la naturaleza y la cultura que posee el cantón.

FACEBOOK: El facebook contiene imágenes de los principales atractivos turísticos del cantón con la ubicación de la respectiva parroquia y se puede encontrar en las redes sociales como “Montúfar turístico”

PINTEREST: El Pinterest es una de las redes sociales que nos permiten llegar a más turistas a nivel internacional en el se colocaron los álbumes o Pin con las respectivas fotos de lugares representativos tanto naturales como culturales y fiestas tradicionales.

INSTAGRAM: El Instagram actualmente es una de las redes sociales que ha captado la concentración de la mayoría de personas es por esto que se ha visto la necesidad de publicar fotografías representativas, para darse a conocer a los visitantes potenciales.

YOUTUBE: El video de YouTube demuestra al turista todo lo que el cantón Montúfar ofrece, para motivar la visita y disfrutar de la naturaleza, la cultura y el deporte.

CÓDIGO QR: Es la parte innovadora del proyecto, debido al avance tecnológico en el mundo, es importante ponernos a la vanguardia con ellos, es por esto que se ha creado el código QR, para estar presente en los medios tradicionales y a su vez le encaminan al turista hacia la página web.

Medios tradicionales, los modelos del material publicitario son los siguientes:



Figura 66. Volante anverso y reverso

Montúfar

*Siente la naturaleza,
vive la cultura Pasto*

Conoce maravillosos lugares e historia con el circuito turístico
"Ciudad de la Eterna Primavera" o con la ruta turística "Paraíso escondido"



turismoenmontufar@gmail.com

CARCHI—ECUADOR

Mapa turístico del cantón Montúfar

Ruta turística "Paraíso escondido"

- Gruta de la Paz
- Bosque Padre Haragán
- Bosque de los Arrayanes
- Laguna El Salado
- Parroquia Fernández Salvador
- San Gabriel
- Museo de los Artesanos
- Parroquia de Piartal
- Laguna del Salado
- Parroquia de Chitán de Navarrete
- Cascada de Paluz

Circuito turístico "Ciudad de la Eterna Primavera"

- Patrimonio Cultural – San Gabriel
- Museo de Los Artesanos
- Gruta La Paz
- Bosque de los Arrayanes
- Laguna de El Salado
- Cascada - Paluz

Figura 67. Afiche anverso y reverso



Figura 68. Tríptico anverso y reverso



Figura 69. Plotter modelo 1 y 2



Figura 70. Portada y contraportada de la guía turística

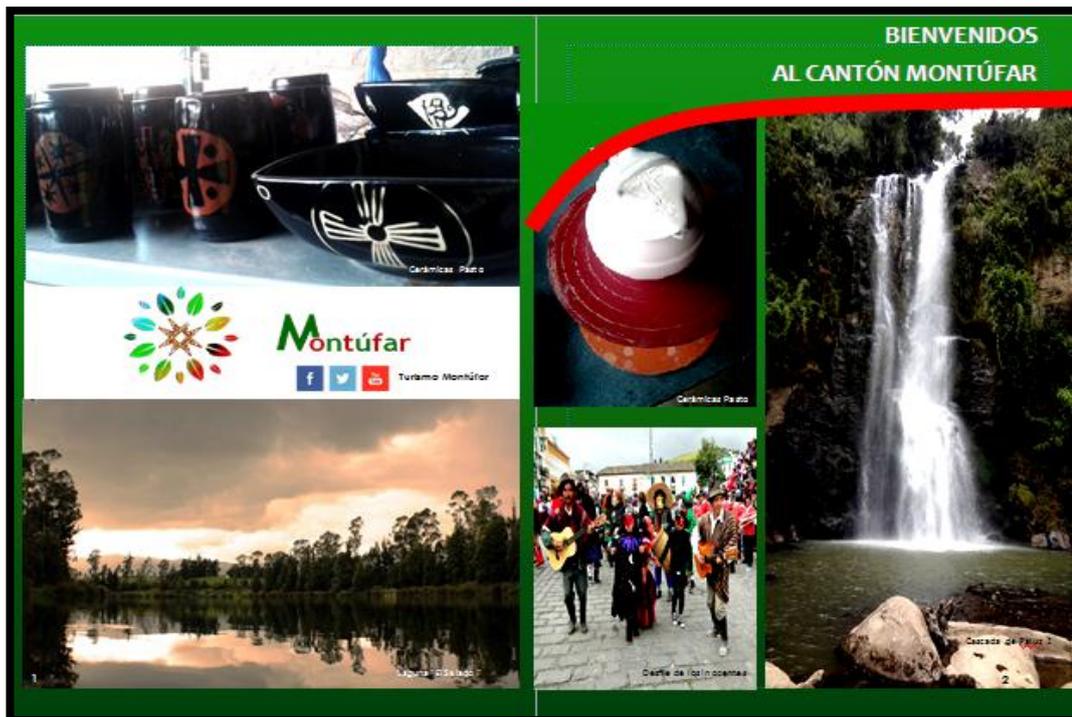


Figura 71. Páginas 1 y 2 de la guía turística



Figura 72. Páginas 3 y 4 de la guía turística



Figura 73. Páginas 5 y 6 de la guía turística

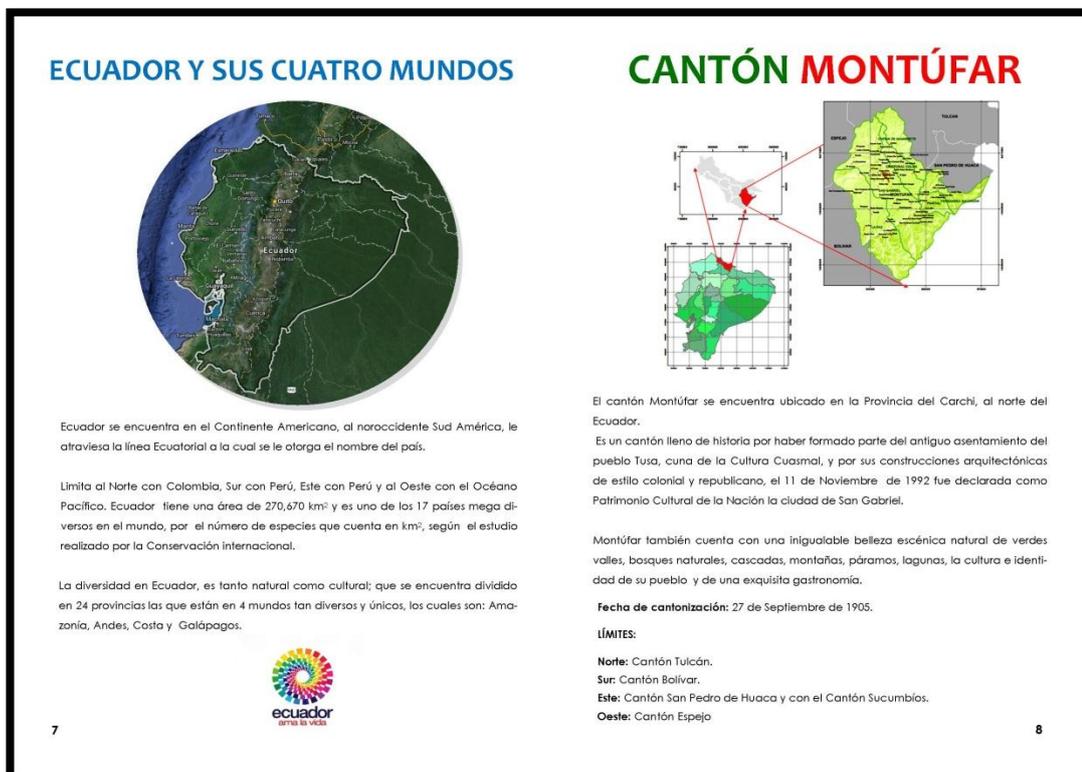


Figura 74. Páginas 7 y 8 de la guía turística



Figura 75. Páginas 9 y 10 de la guía turística



Figura 76. Páginas 11 y 12 de la guía turística

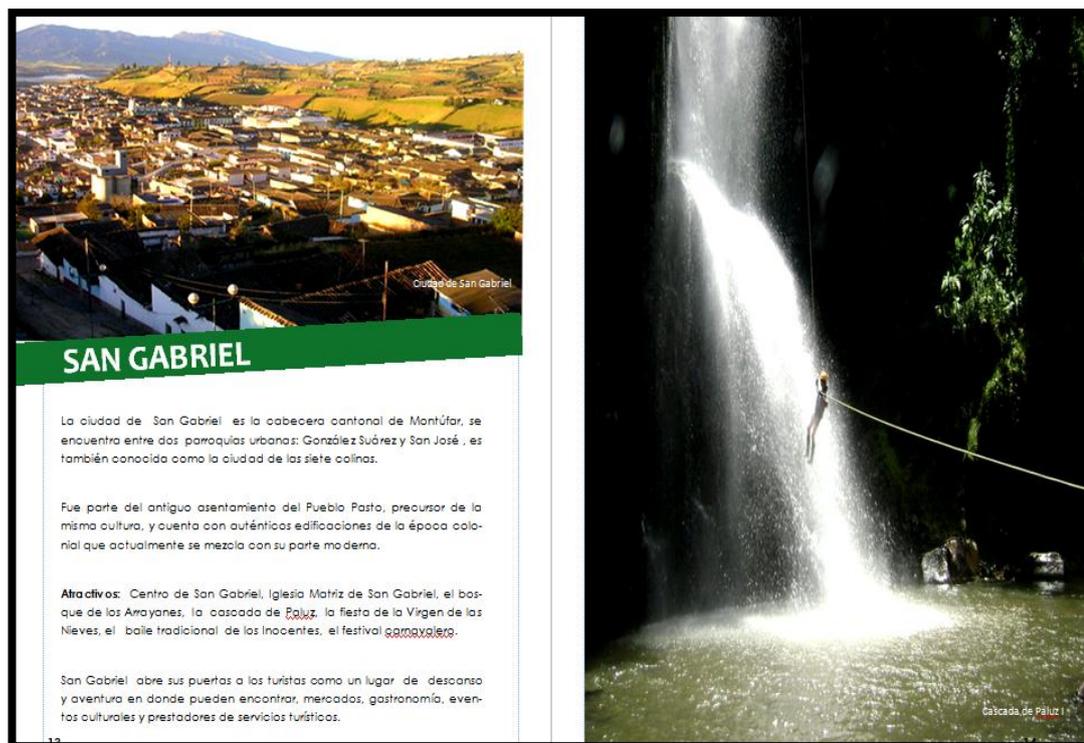


Figura 77. Páginas 13 y 14 de la guía turística

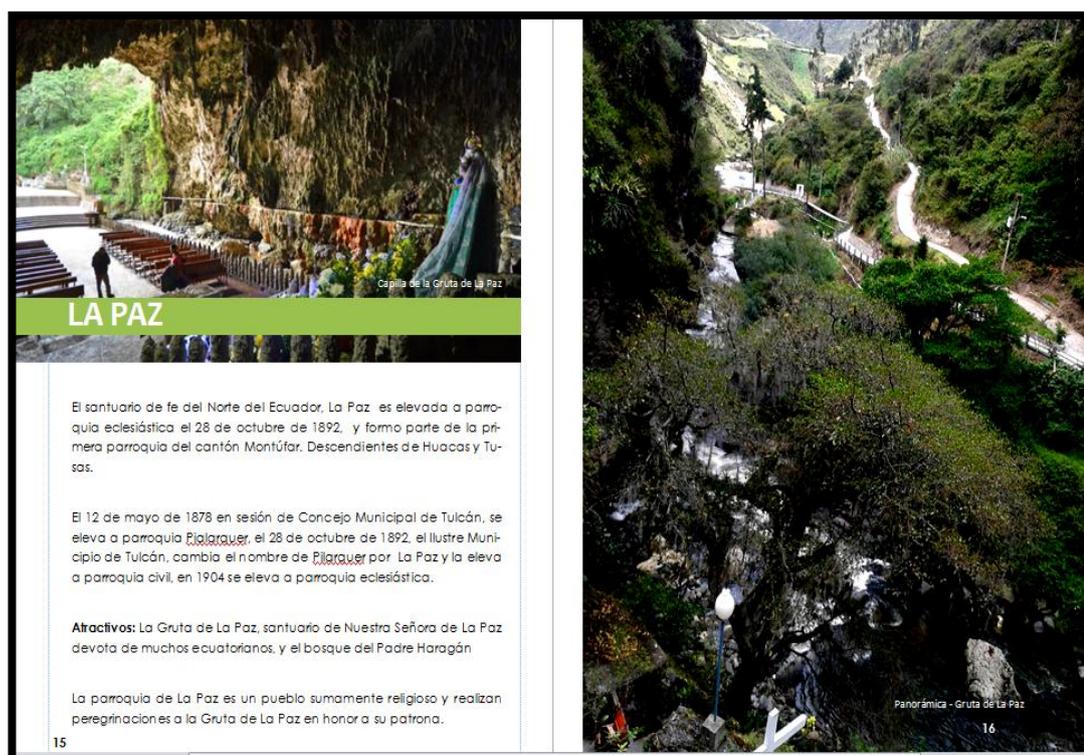


Figura 78. Páginas 15 y 16 de la guía turística



Figura 79. Páginas 17 y 18 de la guía turística



Figura 80. Páginas 19 y 20 de la guía turística



Figura 81. Páginas 21 y 22 de la guía turística



Figura 82. Páginas 23 y 24 de la guía turística



Figura 83. Páginas 25 y 26 de la guía turística



Figura 84. Páginas 27 y 28 de la guía turística



Figura 85. Páginas 29 y 30 de la guía turística



Figura 86. Páginas 31 y 32 de la guía turística

PATRIMONIO INTANGIBLE

Quesos Amasados

Se encuentra dentro de los platos tradicionales en la gastronomía del cantón y se elabora principalmente en la parroquia González Suárez en la ciudad de San Gabriel.

Los Quesos amasados es una tradición que continúa tanto en consumo como en la elaboración y abre sus puertas al turismo gastronómico.



Quesos Amasados

Bateas de madera

Sr. José Imbacuán y su hijo Edson Imbacuán son los artesanos que realizan las bateas de madera, su taller se encuentra en la parroquia de Chitón de Navarete.

La elaboración de este tipo de artesanía es una herencia de generación en generación, el artesano elabora las bateas con madera de aliso, las pinta a mano y con motivos precolombinos.



Sr. José Imbacuán - Artesano

Réplicas de figuras precolombinas en arcilla

Es de la misma propiedad del Sr. José Imbacuán y su hijo Edson que además de las bateas se dedican a realizar en su taller artesanías de réplicas precolombinas en la parroquia de Chitón de Navarete.

Las piezas son elaboradas con arcilla, decoradas con símbolos pastos y pintadas con tintes naturales y pinturas sintéticos.

FIESTAS

Baile de los inocentes

Es una de las fiestas más populares realizadas en la parroquia de González Suárez, en la ciudad de San Gabriel, el concurso de baile de los inocentes se realiza el último sábado del mes de Enero.

El tradición del Baile de Inocentes, se realiza para expresar los sentimientos de un pueblo matizado con peculiaridades físicas, sociales, culturales y su quehacer vivencial, es una fiesta con mucha alegría y humor por parte de los participantes quienes utilizan diversos trajes de personajes del pueblo, estos preparan comparsas con las que realizan el recorrido en donde dan rienda suelta al baile, con mucha alegría y ocurrencias de los danzantes, durante el trayecto interactúan con los espectadores que los toma por sorpresa para ponerlos a participar en escena.



Desfile - Fiesta los Inocentes

Fiesta de la Virgen de las Nieves

La Fiesta de la virgen de la Nieves es en honor a la patrona de la Ciudad de San Gabriel.

En el año de 1535 llega a San Gabriel la Orden de los Mercedarios desde España con motivo de evangelizar a la gente, ellos trajeron la imagen de la Virgen de las Nieves y desde ese entonces se convirtió en la Patrona de San Gabriel, motivo por el cual año tras año se ha celebrado las festividades en su honor, este año se cumplieron 475 años de su presencia en la ciudad de San Gabriel.

Esta festividad se la realiza cada año en el mes de julio y los primeros días del mes de agosto.



Fiesta - Virgen de las Nieves

Figura 87. Páginas 33 y 34 de la guía turística

EVENTOS

Evento	Mes
Concurso del Tradicional Baile de los Inocentes	Enero
Concurso de Comparsas de Carnaval, un festejo que fomenta la conservación y buen uso del agua.	Febrero
Festival carnavalesco Laguna de El Salado, fomenta la actividad deportiva y recreativa en familia.	Febrero/ Marzo
Festival del Cuento Infantil	Febrero/ Marzo
Festival Internacional de Teatro "San Gabriel Ciudad Teatro"	Abril
Fiestas en honor a San Pedro de la parroquia Cristóbal Colón	Junio
Concurso de cometas "Vientos y Cometas"	Julio
Día de la Familia	Julio
Carrera atlética "Nuestra Señora de las Nieves"	Agosto
Café literario	Septiembre
Festival canino "Desfile de mascotas y exhibición de canes amestrados"	Septiembre
Tarde de miel y la cuajada	Septiembre
Carrera de coches de madera	Septiembre
Carrera atlética "Silvio Guerra"	Septiembre
Danzas y artes escénicas "Tiempo de maíz, agua, sol y luna"	Diciembre
Festival de villancicos "Voces de Navidad"	Diciembre
Concurso de Años Viejos	Diciembre

GASTRONOMÍA

Morocho

Es una bebida nutritiva que se prepara a base de morocho seco, el mismo que es cocido aproximadamente por 4 horas, una vez que se encuentra listo se añade leche, sírvalo acompañado de panela o azúcar al gusto.

Cuy Asado

Suculento y sabroso cuy crujiente asado en la brasa de carbón, se lo acompaña con papas enteras, conguri, lechuga, tomate riñón, y de las vísceras del mismo se prepara una exquisita salsa.

Hornado

Chancho horneado en los antiguos hornos de leña; este plato debe ir acompañado de papas, mote, lechuga, tomate riñón.

Tortilla de papa con fritada

Plato especial compuesto de tortillas de papa, mote, carne de chancho, lechuga.

Chicha

Compuesto fermentado en ollas de barro a base de arroz piña, caña de azúcar, disueltos en preparados de aguas aromáticas.

Champús

Es un preparado de la molenda del morocho, después de una larga cocción, se le añade mote y panela diluida, es consumido en las diferentes festividades religiosas y culturales del cantón.



Morocho



Cuy Asado



Hornado



Fritada



Chicha

Figura 88. Páginas 35 y 36 de la guía turística

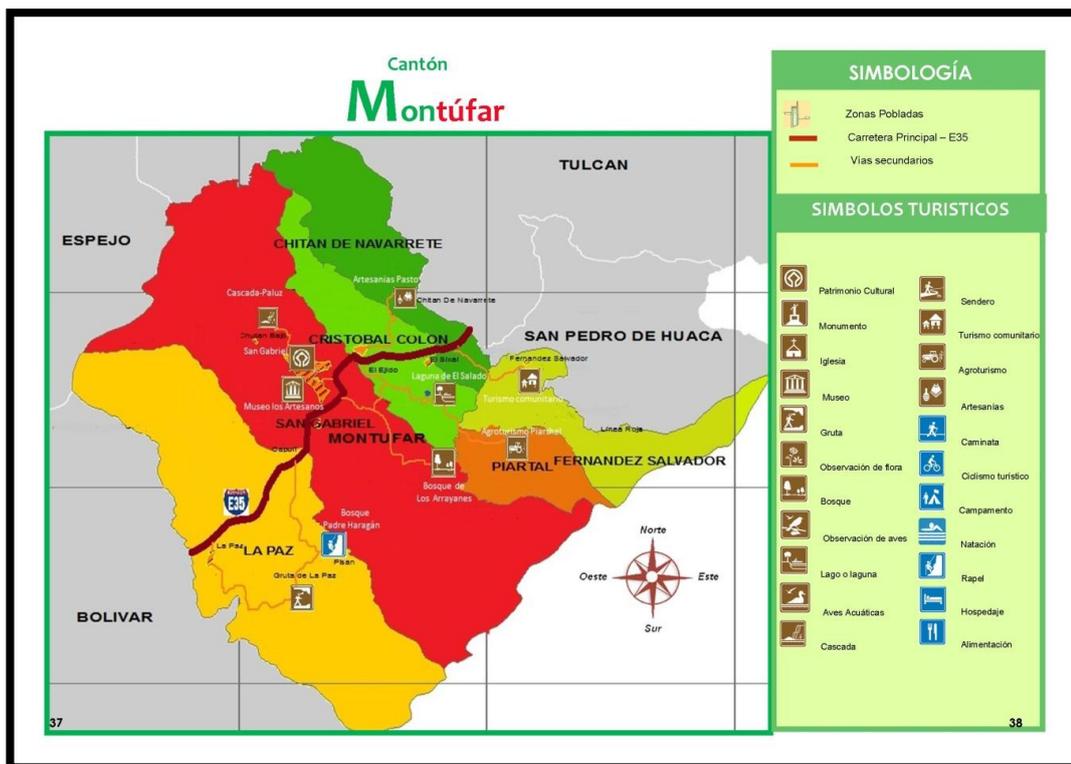


Figura 89. Páginas 37 y 38 de la guía turística



Figura 90. Páginas 39 y 40 de la guía turística

Ruta "Paraíso escondido"

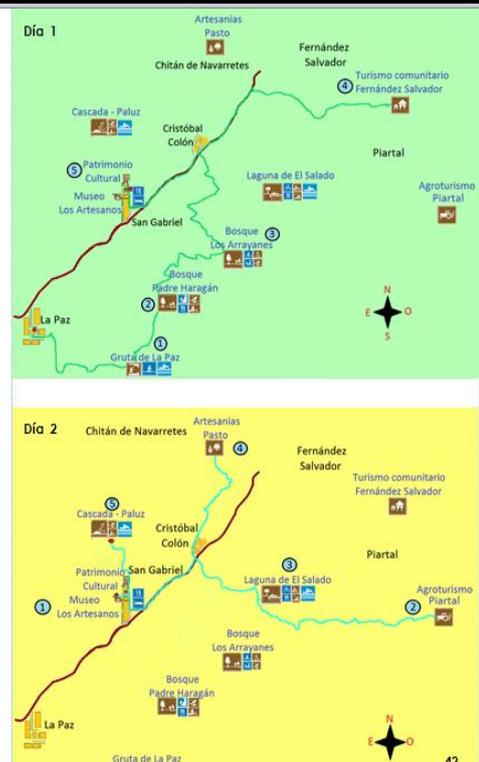
Descripción de la ruta turística

La ruta turística Paraíso escondido es para las personas que les gusta el campo y las actividades que se desarrollan en él, conjugado con el conocimiento de la cultura Pasto y el maravilloso paisaje que posee el cantón Montúfar.

DATOS TÉCNICOS:
 Nivel físico: bajo
 Nivel técnico: bajo
 Altura mínima: 2.452 msnm
 Altura máxima: 3.295 msnm
 Clima: frío

PRINCIPALES ATRACTIVOS:
 Gruta de la Paz
 Bosque Padre Haragán
 Bosque de los Arrayanes
 Laguna El Salado
 Parroquia Fernández Salvador
 San Gabriel
 Museo de los Artesanos
 Parroquia de Piartal
 Laguna del Salado
 Parroquia de Chitán de Navarrete
 Casada de Paluz

LO QUE DEBES LLEVAR
 Ropa cómoda y abrigada.
 Zapatos de cómodas de caminata para caminata
 Chompa impermeable.
 Guantes térmicos.
 Goma, gafas y protector solar.
 Cámara fotográfica.



Bosque los Arrayanes

Figura 91. Páginas 41 y 42 de la guía turística

INFORMACIÓN Y CONTACTOS DE INTERÉS



Municipio de Montúfar
Teléfono: (06) 2290-123
(06) 2290-124



Ministerio de Salud Pública
Hospital cantonal
Teléfono: (06) 2290-153



Cementerio Nacional
Teléfono: (06) 2290-101



Defensa Civil
Teléfono: (06) 2290-875



Corporación nacional de telecomunicaciones
Teléfono: (06) 2290-104

PRESTADORES DE SERVICIOS

SAN GABRIEL

HOSPEDAJE:

Hostal Residencia Gabriella Teléfono: (06) 2291-832	Residencial Ideal Teléfono: (06) 2290-265
Hostal Residencia San Francisco Teléfono: (06) 2291-895	Residencial Montúfar Teléfono: (06) 2290-385
Residencial Acapulco Teléfono: (06) 2292-262	

RESTAURANTE:

Restaurante Piko Piko
Teléfono: (06) 2290495

DISCOTECA:

Discoteca The Bulls
Teléfono celular: 986850979

COOPERATIVAS DE TRANSPORTES

Taxis Colón Teléfono: (06) 2290-246	Ciudad de San Gabriel Teléfono: (06) 2290-185
Taxis 27 de Septiembre Teléfono: (06) 2290-203	Cooperativas de camionetas 8 de Mayo Teléfono: (06) 2291-880
Cristóbal Colón Teléfono: (06) 2290-165	Cía. de Camionetas Procerato del Trabajo Teléfono: (06) 2290-165

LA PAZ

RESTAURANTE:

Restaurante Villareal Piedad Teresa
Teléfono: (06) 2979-140

SERVICIOS TURÍSTICOS RECREATIVOS

Apícola Hugo's Teléfono: 0981107563	Athal Turis Teléfono: 0990962225/0992591716
---	---

Figura 92. Páginas 43 y 44 de la guía turística

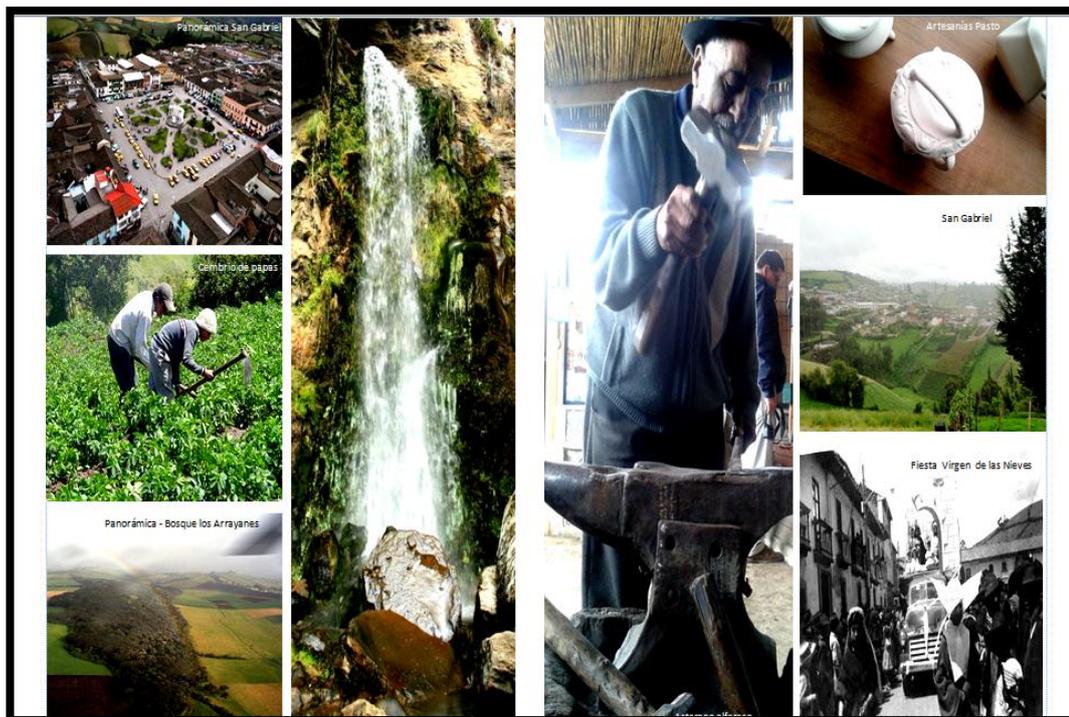


Figura 93. Páginas 45 y 46 de la guía turística

Medios no tradicionales

CORREO ELECTRÓNICO: turismoenmontufar@gmail.com 

SITIO WEB: www.turismoenmontufar.jimdo.com



Figura 94. Página web



TWITTER: @montufarturism1



Figura 95. Twitter



FACEBOOK: Montúfar Turístico



Figura 96. Facebook



PINTEREST:

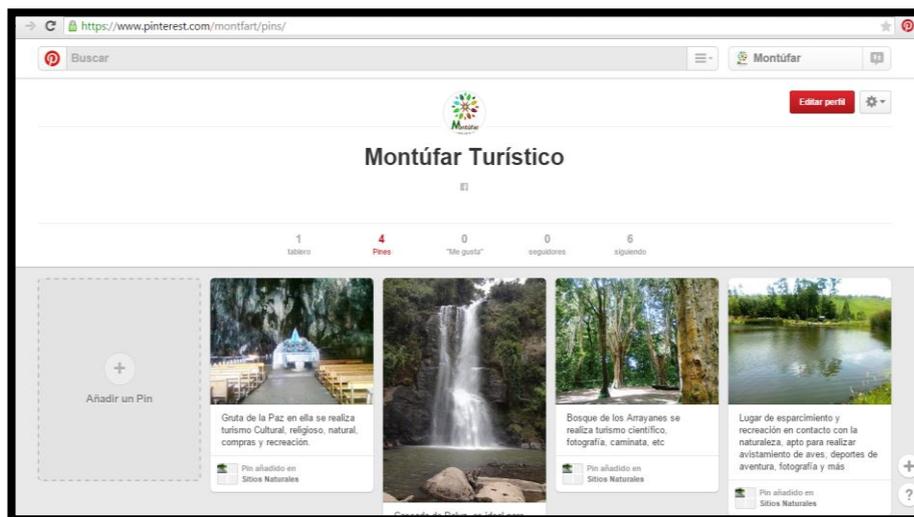


Figura 97. Pinterest



INSTAGRAM: montufarturism1

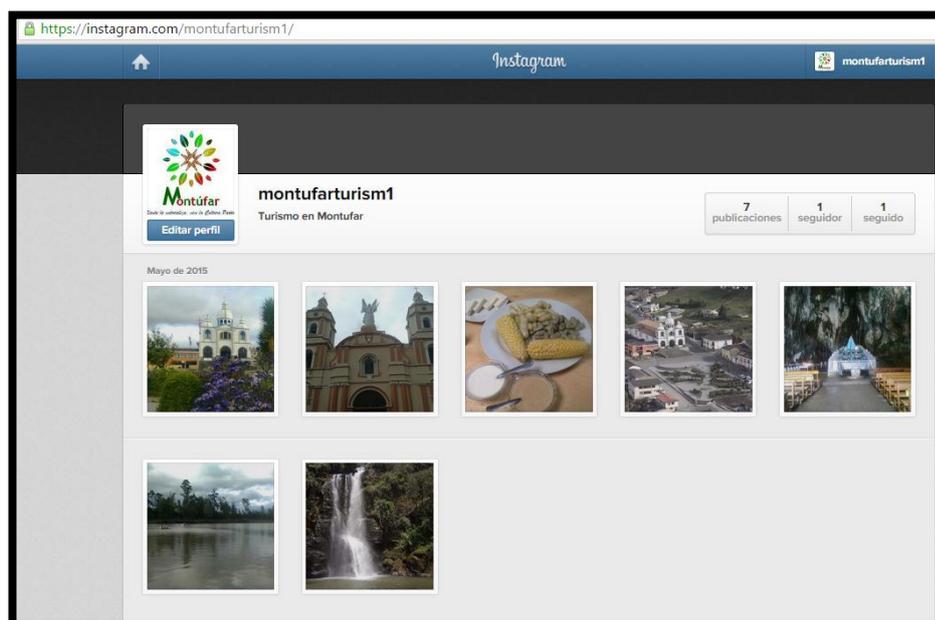


Figura 98. Instagram



Figura 99. YouTube

CÓDIGO QR:



Figura 100. Código QR

Presupuesto de promoción en medios

Cuadro 46

Presupuesto de medios tradicionales

MEDIO	COBERTURA	FRECUENCIA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
1. Medios Impresos					
1.1 Tripticos	Nacional	3 veces al año	0,18	2000	360,00
1.2 Afiches	Nacional	3 veces al año	0,35	2000	700,00
1.3 Volantes	Nacional	3 veces al año	0,10	2000	200,00
1.4 Gigantografía	Nacional	1 vez al año	12,00	1	12,00
1.5 Folletos	Nacional	1 vez al año	15,00	1000	15.000,00
2. Prensa					
2.1 Diario El Norte	Nacional	2 veces al año	2.680,00	2	5.360,00
2.2 El Comercio	Nacional	2 veces al año	16.262,40	2	32.524,80
2.3 Revista La Familia	Nacional	2 veces al año	4.659,20	2	9.318,40
TOTAL					63.475,20

Cuadro 47

Presupuesto de medios no tradicionales

MEDIO	COBERTURA	FRECUENCIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. Internet				
1.1 Creación sitio web	Internacional y nacional	1 vez al año	201,6	201,60
1.2 Elaboración de videos y youtube	Internacional y nacional	1 video trimestral	300,00 incluye dominio	900,00
1.3 Creación y seguimiento de redes sociales	Internacional y nacional	realización 1 vez al año	300,00 incluye hosting + dominio + cuentas	300,00
TOTAL				1.401,60

4.6.4. Programa de Impacto ambiental

4.6.4.1 Proyecto: Impacto ambiental de recursos naturales

Situación ambiental actual

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que produce un proyecto en su entorno cuando es ejecutado, y así pueda ser aceptado, rechazado o modificado según como lo decida la administración del lugar donde se desarrolla.

Es muy necesaria la ejecución de un EIA como una fase previa a la realización de proyectos y se debe diagnosticar los efectos que podrían ser provocados en el ambiente en el que se desarrolla.

El escenario físico de Montúfar atiende a las perspectivas de la geografía aplicada, la ecología, la geobotánica y la geología, es permisible dividir en cuatro pisos o fajas altitudinales que son:

Faja altitudinal ecológica interna de la cordillera central: se extiende desde el río Cuasmal/Apaquí (2.830 metros sobre el nivel del mar) hasta la cumbre de la cordillera (3.900 metros sobre el nivel del mar) o límite en el cantón de Sucumbíos. En general, las limitaciones de este piso ecológico son la nubosidad, las heladas y las precipitaciones.

La necesidad de ampliar la frontera agrícola ha motivado a los campesinos a deforestar, al menos un 50% del bosque natural, para sustituirlos por cultivos de papa, haba, trigo y pastizales. Esto significa que bajo los 3.200 metros de altitud la flora primaria ha desaparecido, encontrándose únicamente bosquetes residuales y algunos árboles nativos en linderos y quebradas.

A continuación encontramos la ceja andina o ceja de montaña. Es una franja de preservación ecológica, en el que el bosque primario se mantiene intacto: son arbustos densamente ramificados y árboles pequeños con hojas de tamaño reducido, troncos torcidos y densamente cubiertos de líquenes, hepáticas, briofitas y bejucos.

Faja altitudinal ecológica del altiplano de San Gabriel: su altitud se proyecta sobre los 2.817 metros sobre el nivel del mar hasta los 2.874 metros sobre el nivel del mar y la temperatura media anual es de 11,8 °C, es un área húmeda, su clima es temperado interandino, es decir, no es excesivamente caluroso, ni extremadamente frío.

Faja altitudinal ecológica interna de la cordillera occidental: se localiza a continuación del altiplano de San Gabriel y llega a los páramos de El Ángel, hasta la divisoria con los cantones Espejo y Tulcán. Esto es desde los aproximadamente 2.850 metros sobre el nivel del mar hasta los 4.000 metros sobre el nivel del mar de altitud o más.

Es visible el predominio de los pastos naturales que alimentan una población bovina, sobre los sembríos de papas, habas y otros cultivos. Inclusive el páramo es ocupado para actividades de pastoreo.

Faja altitudinal ecológica de la Paz: entre la quebrada Honda al norte y la quebrada Cuesaquita al sur, y desde el río Apaquí, hasta los aproximados 2.950 metros sobre el nivel del mar al oeste.

Su temperatura promedio anual es de 12°C puede alcanzar los 18 °C como máxima durante el día el calor solar se impone, pero el atardecer y en la noche de frías brisas del río Apaquí y las brisas de montaña desplazan la tibieza de ambiente sectorial.

Bosque de los Arrayanes: propiedad del Municipio de Montúfar, es considerado bosque relicto natural. La altura de sus árboles, cuyo ciclo vegetativo alcanza los 700 – 800 años, ocupa una superficie de diecisiete hectáreas, en Monteverde, a 6 kilómetros de San Gabriel.

Junto a los arrayanes de encuentran encinos, uvillos, cachos de venado, pumamaquis, cerotes, pandalas, aproximadamente en un 5%, a los cuales se adhieren epifitas o plantas que crecen en el tronco y ramas de un arbusto principal, en amistad simbiótica, sin ocasionar daño, aferrándose a la planta madre mediante un sistema de raíces aéreas, consiste en helechos, vicundos, orquídeas, enredaderas o lianas.

Laguna El Salado: fue inspiración de Don Ignacio Fernández Salvador, propietario del inmenso latifundio de El Vínculo, quien mandó a construirla hace más de un siglo, para uso personal y de su familia. Su longitud es de 500 metros de largo y 230 metros de ancho con una extensión de 24 hectáreas hay un sendero de circunvalación, hoy destruido por el tránsito de ganado de las fincas aledañas.

El agua de esta laguna es transparente con problemas de oxigenación, por la abundancia de algas. La temperatura media superficial es de 12°C Sus riveras son pantanosas en el sector sur, mientras que en el resto del entorno, se presentan firmes.

En el lugar antiguamente pantanoso fue aprovechado para embalsar sus aguas. Se alimentan del río Totoral o San Miguel.

Las especies animales que se han podido observar en los alrededores de la laguna son: colibríes, lechuzas, tórtolas, tangaras, patos lechuzas, tórtolas, tuqunas, mirlos y quilicos que contribuyen a hacerla aún más hermosa

En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de turistas, como sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

La Gruta de la Paz: es única en el Ecuador, el río Apaquí cuyas aguas la atraviesa en una longitud de 120 metros de la bóveda color verde cuelgan estalactitas que amenazan con caerse, y en el cielo calizo de la caverna se puede observar golondrinas y esporádicos murciélagos que hacen maromas en el aire.

Cascada de Paluz: ubicada en la comunidad de Chutan Bajo, a 4 kilómetros de San Gabriel, tiene aproximadamente 25 metros de caída de agua, con clima templado frío, con una temperatura promedio anual de 12.5°C, encontramos varias especies vegetales como sauces, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

Entre las especies que se han podido observar en los alrededores de la cascada son: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.

Posibles impactos ambientales

Después de revisar la situación actual, se procede a analizar los cambios ambientales a través de la matriz de identificación de impactos, es decir, veremos las causas y efectos en el ambiente del proyecto si se llega a ejecutar:

Cuadro 48

Matriz de impactos ambientales

CAUSAS	EFFECTOS
Automóviles y buses turísticos en los principales recursos naturales.	Reducción de capa de ozono, efecto invernadero, smog.
Ruido causado por la gente y automóviles por gran afluencia turística en los atractivos.	Desde molestias en los pobladores hasta daños irreversibles en el ecosistemas como desaparición de fauna.
Falta de cultura y aseo, desechos orgánicos e inorgánicos en espacios naturales.	Mala imagen del lugar, presencia de roedores, malos olores en el atractivo y sus alrededores.
En los alrededores de los atractivos naturales se utiliza químicos en la agricultura, especialmente en el cultivo de papa.	Contaminación del aire y del suelo, tanto para los pobladores, turistas, y fauna q habita en los alrededores de los sembríos.
Presencia de ganado.	Dañan pasos laterales a los atractivos.
Consumo desmedido de recursos naturales	Deforestación, pérdida de la biodiversidad.
Cambios climáticos.	Debilitan el acceso a lugares naturales.
Manejo inadecuado de rellenos sanitarios	Desagües de aguas negras o contaminadas al mar o ríos
Falta de cultura en las 3R por parte de los pobladores	No realizan una buena clasificación de su basura
Desconocimiento en el tema de composta	No realizan abono orgánico y utilizan fertilizantes dañinos para la salud.

4.6.4.2 Proyecto: Medidas de mitigación

Certificación ecuatoriana ambiental “Punto Verde”

El Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE), con el objetivo de incentivar al sector público y privado, a emplear nuevas y mejores prácticas productivas y de servicios, desarrolla PUNTO VERDE como una herramienta

para fomentar la competitividad del sector industrial y de servicios, comprometiéndolos con la protección y conservación del ambiente.

Existe el reconocimiento ecuatoriano ambiental Punto Verde según el Acuerdo Ministerial 131, y éste se refiere a la aplicación de Buenas Prácticas Ambientales en edificios. La evaluación se establece mediante una comparación de indicadores, de por lo menos dos años de ejecución de actividades en los ejes temáticos de gestión de desechos, gestión de papel, uso eficiente de agua, energía y combustibles; capacitación y compras responsables.



Figura 101. Punto verde
Fuente: Ministerio del Ambiente, 2015

El Procedimiento para obtener el Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental– Punto Verde es el siguiente:

- ✚ La entidad pública o privada remite una carta de interés a la Subsecretaría de Calidad Ambiental, y se adjunta el *Reporte Línea Base* correspondiente a un período enero a diciembre.
- ✚ Aceptación de línea base mediante informe técnico y oficio de respuesta a la entidad que aplica.
- ✚ Implementación de Buenas Prácticas Ambientales en la Institución.
- ✚ Presentación del *Reporte de Gestión* anual correspondiente al período enero a diciembre del siguiente año.
- ✚ Evaluación comparativa de reportes y evaluación *in situ* de la información entregada.
- ✚ Aprobación y entrega del Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental “Punto Verde”

La Certificación Ecuatoriana Punto Verde según el Acuerdo Ministerial 225, se dirige a empresas de producción y servicios que cuente con la Licencia Ambiental correspondiente y demuestren uno o más casos de Producción Limpia. Si la empresa presentara cuatro casos simultáneamente o en un período de hasta 2 años, se le otorga la máxima certificación como “*Empresa Eco-Eficiente*”

El Procedimiento para obtener esta certificación es la siguiente:

- ✚ La empresa remite una carta a la Subsecretaría de Calidad Ambiental, con la manifestación de su interés, y adjunta los formularios de aplicación.
- ✚ Habilitación de visita por el Organismo Evaluador de la Conformidad (OEC), una vez que la empresa evaluada obtenga una calificación mínima de 80% en los ítems de evaluación.
- ✚ Visita del OEC a la empresa, para verificación in situ de los ítems de evaluación y el caso de producción más limpia postulado
- ✚ Informe de aceptación
- ✚ Entrega de CEA “Punto Verde”

Hay también la Autorización Ambiental por el Acuerdo Ministerial 027, es un mecanismo diseñado para acceder al incentivo económico otorgado por el Código de la Producción, el cual otorga la Autorización Ambiental para la deducción adicional del 100% de la depreciación de máquinas, equipos y tecnologías destinadas a la implementación de mecanismo de producción más limpia, a mecanismos de generación de energía de fuente renovable (solar, eólica o similares) o a la reducción del impacto ambiental de la actividad productiva, y a la reducción de emisores de gases de efecto invernadero.

El procedimiento para obtener la Autorización Ambientales:

- ✚ La empresa remite un oficio de interés en obtener la Autorización Ambiental a la Subsecretaría de Calidad Ambiental, adjuntado los formularios de maquinaria, equipo o tecnología que desea postular.

- ✚ Análisis de la maquinaria, equipo o tecnología, en función de los requerimientos del Acuerdo Ministerial 027
- ✚ Informe de aceptación y emisión de la Autorización para la deducción del 100% de la Maquinaria, Equipo o Tecnología que demuestre reducción del Impacto Ambiental, producción más limpia, energía limpia, etc.

A este certificado deben aplicar las empresas públicas y privadas que estén relacionadas a actividades ambientales, de gestión de desechos, gestión de papel, uso eficiente de agua, energía y combustibles; capacitación y compras responsables en todo el cantón Montúfar, como por ejemplo la empresa eléctrica del cantón, juntas de agua potable en las parroquias, asociaciones involucradas con el tema de ganadería y agricultura, así como preservación ambiental por ejemplo San Gregorio, Salvemos al Bosque de los Arrayanes, Guardianes ambientales de Montúfar, El legendario paraíso escondido, Ceja de Montaña y Nuevas Alianzas que están incursionando en actividades de recreación dentro de los sitios turísticos naturales en el cantón, además de la realización de agroturismo, por lo que es importante que conozcan sobre buenas prácticas ambientales y obtengan una certificación en este ámbito para trabajar con calidad en cada uno de sus respectivos recursos.

Charlas de Buenas Prácticas Ambientales

Las Buenas Prácticas Ambientales (BPA), son un conjunto de medidas y recomendaciones prácticas, útiles y didácticas, que buscan generar un cambio en nuestros hábitos de consumo, reflejándose en las actividades diarias que realizamos, a través del fomento de una cultura de consumo responsable para conservar nuestra relación con la naturaleza, y la calidad de vida que queremos para un Buen Vivir.

Las charlas de buenas prácticas ambientales la pueden proporcionar los gestores de empresas públicas o privadas que realizan actividades a favor del ambiente y cuentas con certificaciones ambientales, también se pueden

apoyar en capacitaciones o charlas proporcionadas por el SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) y otras entidades gubernamentales que cuentan con manuales de este tema tal como es el Servicio de contratación de obras, ambas organizaciones detallan el que son las buenas prácticas ambientales, para que implementarlas, componentes, el uso eficiente de agua, de energía, papel, transporte y de gestión de desechos sólidos institucionales, entre los consejos que se dan para un manejo de buenas prácticas ambientales son:

Uso eficiente de la energía:

- ✚ Utiliza focos ahorradores.
- ✚ Apaga la cafetera cuando hayan terminado de usarla.
- ✚ Aprovecha la luz natural al máximo y abrir persianas y cortinas.
- ✚ Procura no utilizar el ascensor para movilizarte entre pisos.
- ✚ Apaga el monitor de tu computador, si éste no va a ser utilizado por un tiempo largo.



**Figura 102. Uso eficiente de energía
SENPLADES**

- ✚ Siempre recuerda apagar la luz, cuando no la necesitas.
- ✚ Cuando termines tu jornada de trabajo, desconecta computadoras, impresoras y demás artefactos que utilicen energía.
- ✚ Configura tu computador en “ahorro de energía”. A menudo, este sistema se encuentra desactivado, por lo que hay que asegurar su funcionamiento.
- ✚ Sugiere la instalación de mecanismos de encendido y apagado automáticos de luz en áreas poco visitadas, como archivos y bodegas.

Uso eficiente de agua

- ✚ Cierra el grifo cuando no sea imprescindible tenerlo abierto: al enjabonarse y secarse las manos o mientras cepillas tus dientes.
- ✚ El sanitario no es un basurero, deposita la basura en el cesto.
- ✚ Cierra el grifo de la forma adecuada, de manera que no gotee
- ✚ Comunica a las autoridades si existen averías en las instalaciones y éstas ocasionan el desperdicio de agua.
- ✚ Prefiere el consumo de agua de botellón, antes que el agua en envases plásticos pequeños.
- ✚ Sugiere la implementación de reductores de caudales en los sistemas sanitarios.



SENPLADES

Uso eficiente del papel

- ✚ El envío, revisión, lectura, análisis y corrección de documentos borradores es preferible hacerlo de forma electrónica y no impresa.
- ✚ En el caso de autoridades es obligatorio el uso de firma digital.
- ✚ Reducir el tamaño de los documentos, y aprovechar al máximo las páginas que se van a imprimir, con menor tamaño de la fuente (letra) utilizada.
- ✚ Las impresiones se realizan en blanco y negro; solamente en documentos finales que contengan gráficos y/o mapas, se usa impresiones a color.



**Figura 104. Uso eficiente de papel
SENPLADES**

- ✚ Para la emisión de documentación se da prioridad al uso de la herramienta informática QUIPUX y el envío digital de documentos, para evitar la impresión en la gestión de documentación interna. De requerirse un documento físicamente se realiza la impresión en papel reutilizado, es decir, papel que se ha utilizado de un lado pero el otro están blanco.
- ✚ Las impresiones de libros, documentos, invitaciones o similares deben hacerse sin plastificado o protección UV, por cuanto se dificulta el proceso de reciclaje. De preferencia debe ser en material reciclado o con certificación ecológica.
- ✚ Imprimir los documentos a doble cara; únicamente y con excepción de aquellos casos en que los requerimientos externos exijan, se imprime en una sola cara de la hoja, los que se han ocupado en doble cara es papel de reciclaje.

Uso eficiente de transporte

- ✚ Realiza el mantenimiento constante de tu vehículo.
- ✚ Mantén y regula la presión de los neumáticos, para reducir el gasto de energía.
- ✚ Prefiere el servicio de transporte institucional.
- ✚ Cuando viajes en tu vehículo, usa lo menos posible el aire acondicionado; bajo las ventanas en días abrigados.
- ✚ Comparte el transporte al trabajo. Esto ayuda a reducir emisiones de gases de efecto invernadero, ahorra combustible y reduce los congestionamientos.
- ✚ Utiliza medios alternativos de movilización; la bicicleta es una excelente opción, al menos un día a la semana.
- ✚ Procura que el taller de servicio automotor en el que realizas el mantenimiento de tu vehículo tenga licencia ambiental.



**Figura 105. Uso eficiente de transporte
SENPLADES**

Acciones de mitigación ambiental

- ✚ Evitar el ingreso de autos a los recursos naturales, dejarlos cerca y realizar caminatas para no afectar a los animales que se localizan en el sector, ni la capa de ozono.
- ✚ No realizar ruidos excesivos en los sitios naturales para evitar la desaparición de la fauna.
- ✚ Colocar basureros en los recursos tanto naturales como culturales para que los desechos orgánicos e inorgánicos puedan ser colocados en su lugar respectivo.
- ✚ Motivar a la población a la elaboración de compost para impulsar la producción agrícola de manera orgánica que no afecte a la siembra y tampoco a la tierra.

4.7 Resumen de la propuesta técnica

Cuadro 49

Resumen de propuesta técnica

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	PRESUPUESTO															
			M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A				
Ruta y circuito turístico	Circuito turístico "Ciudad de la Eterna Primavera"	Descripción del circuito turístico	35,00	■														
		Implementación de Actividades Turísticas		■														
		Modelo de guión		■														
		Mapa ruta turística		■														
	Ruta turística "Paraíso escondido"	Descripción del circuito turístico	100,00	■														
		Implementación de Actividades Turísticas		■														
		Modelo de guión		■														
		Mapa ruta turística		■														
Capacitaciones	Capacitación en atención al cliente	Recurso humano	4.008,65				■											
		Identificación de temas																
		Itinerario																
		Instalaciones																
		Equipo y material a usar																
	Capacitación "Turismo rural una oportunidad de negocio"	Recurso humano	4.008,65							■								
		Identificación de temas								■								
		Itinerario									■							
Instalaciones										■								
		Equipo y material a usar																

CONTINUA →

Marketing	Marca Turística	Diseño de la imagen																		
		Estrategías																		
	Promoción en medios	Medios tradicionales																		
		Medios no tradicionales																		
		Plan de Medios																		
	Producción de material publicitario	Tripticos	360,00																	
		Afiches	700,00																	
		Volantes	200,00																	
		Gigantografía	12,00																	
		Guía Turística	15.000,00																	
		Diario El Norte	5.360,00																	
		El Comercio	32.524,80																	
		Revista La Familia	9.318,40																	
		Creación sitio web	201,60																	
Elaboración de videos y youtube		900,00																		
Creación y seguimiento de redes sociales		300,00																		
Impacto ambiental	Impacto ambiental de recursos naturales	Situación ambiental actual	0,00																	
		Posibles impactos ambientales																		
	Medidas de mitigación	Certificación ecuatoriana ambiental "Punto Verde"																		
		Charlas de Buenas Prácticas Ambientales																		

4.8 Presupuesto total de la propuesta técnica

Cuadro 50

Presupuesto Global

PRESUPUESTO TOTAL DE LA PROPUESTA		
Ruta y circuito turístico	Circuito turístico “Ciudad de la Eterna Primavera”	35,00
	Ruta turística “Paraíso escondido”	100,00
Capacitaciones	Capacitación en atención al cliente	4.008,65
	Capacitación “Turismo rural una oportunidad de negocio”	4.008,65
Marketing	Marketing de medios tradicionales	63.475,20
	Marketing de medios no tradicionales	1.401,60
Impacto ambiental	Impacto ambiental de recursos naturales	0,00
	Medidas de mitigación	
TOTAL		73.029,10

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ✚ Hay muchos ámbitos dentro del turismo en el cuales se puede generar fuentes de trabajo, pero no han sido aprovechados en su mayoría, debido a que no se ha generado proyectos de turismo dentro de las asociaciones que trabajan en los recursos turísticos.
- ✚ No se ha tomado en cuenta dentro del cantón Montúfar a la tecnología, y muchos factores innovadores como códigos QR, que sirven como una de los métodos más rápidos y seguros para darse a conocer a nivel nacional e internacional.
- ✚ Se ha determinado un segmento de mercado específico en base a los resultados de las técnicas de estudio que es principalmente jóvenes adultos en busca de naturaleza y aventura.
- ✚ Se realiza el circuito y ruta turística con la combinación de la riqueza natural y cultural que tiene el cantón Montúfar.
- ✚ Cada recurso turístico tiene un guía nativo que puede ofrecer al turista conocimientos tanto en el aspecto natural, como historia y leyendas que guarda el sitio.
- ✚ Las capacitaciones que se han venido dando no son suficientes, siempre es necesario seguir en la actualización de conocimientos a los prestadores de servicios turísticos del cantón para que progrese el turismo en la zona.
- ✚ Para el desarrollo de la publicidad se debe poner en valor las principales características del cantón como la cultura y la belleza natural, los colores y lo que transmiten ellos.
- ✚ Todo proyecto causa un tipo de impacto ambiental y a pesar de que el turismo se hace llamar la industria sin chimeneas, no existe un verdadero estudio y acciones para minimizar los daños que se causen dentro de un atractivo turístico.
- ✚ La cultura de la gente no es la adecuada y genera basura en los atractivos, por lo que se debe trabajar más en buenas prácticas ambientales dentro de la población.

- ✚ Existe sobrecarga laboral al gestor de turismo en el Gobierno Autónomo Descentralizado, porque no se han unido fuerzas en un bienestar común y una sola persona se encarga de turismo, otra de cultura y otra persona de patrimonio cultural, es decir, trabajan individualmente y no ven beneficios en conjunto.

5.2 Recomendaciones

- ✚ Hay que generar visión de proyectos a los principales protagonistas del turismo en Montúfar, como en las asociaciones, ofertantes de servicios turísticos de alojamiento y restaurantes que son los que están en contacto con el turista.
- ✚ Se debe estar a la vanguardia de los cambios especialmente tecnológicos que son útiles para darse a conocer a los turistas.
- ✚ Crear proyectos relacionados a turismo comunitario o agroturismo en lugares donde lo amerita, para generar fuentes de empleo y sobre todo afluencia de turistas.
- ✚ En el circuito y ruta turística puede bajar el precio si se opta por un transporte de la localidad en este caso la Cooperativa de transporte “Cristóbal Colón” ofrece su servicios a 150 dólares por día el contacto directo es el Sr. Gonzalo Cuasapaz su número es el 0988533405, a pesar de que no es un bus netamente turístico es importante el hecho de dar trabajo a las personas propias de la zona.
- ✚ Las actividades turísticas que se realizan en cada recurso deben ofrecer seguridad al turista, en especial de turismo de aventura, por lo que es importante que las asociaciones que se dediquen a esto, tengan el permiso de funcionamiento, sus papeles en regla, y su equipo en perfecto estado.
- ✚ Se recomienda al GAD Municipal del cantón Montúfar realizar un acercamiento con el MINTUR, para optar por las capacitaciones que proporcionan en ocho competencias laborales que son: Administración de hoteles, Administración de restaurantes, Administración de operadores, Recepcionistas, Ama de llaves, Ayudante de cocina, Posillero y Conductor de transporte turístico.

- ✚ En el caso de la publicidad el GAD Municipal del cantón Montúfar en coordinación con el Ministerio de Turismo puede realizar los publrreportajes en donde una serie de reporteros de diferentes medios de comunicación recorren los diferentes atractivos del cantón y los dan a conocer a nivel nacional por medio de noticieros y prensa escrita, este hecho ya se dio en el mes de Febrero, y es importante que se continúe con esta labor.
- ✚ Es necesario contar con buenos líderes dentro de las asociaciones para que exista un aprovechamiento adecuado de los recursos y beneficien a todos los socios que están a cargo de los principales atractivos de Montúfar, y mantener cada recurso en un adecuado manejo ambiental.
- ✚ Se necesita posicionar los atractivos del cantón Montúfar a través de publicidad, redes sociales y motivar a que visiten el cantón, se empieza por los turistas locales que desconocen los atractivos turísticos que poseen y muchos no saben que la Gruta de la Paz forma parte de Montúfar, pero al incrementar el número de visitas se debe poner más atención en el control de generación de basura por parte de los turistas al adoptar buenas prácticas ambientales en cada recurso tanto natural como cultural.
- ✚ Formar alianzas estratégicas entre el sector público, privado y las comunidades para buscar el desarrollo del turismo con un trabajo en conjunto