

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS  
AMBIENTALES**

**ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO**

“ Identificación de las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad, para mejorar el desarrollo del turismo ”

Tesis de grado previa la obtención del título de  
Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTOR: María Fernanda Enríquez Mayanger

ASESOR: Gustavo Armando Lucero Lima Ing.

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2013

## **CERTIFICADO.**

Certifico que el/la estudiante María Fernanda Enríquez Mayanger con el número de cédula 040158822-3 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Identificación de las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, para mejorar el desarrollo del turismo”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

-----

Gustavo Lucero Ing.

Tulcán, Diciembre del 2013

## **AUTORÍA DE TRABAJO.**

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Turismo y Ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias Y Ciencias Ambientales

Yo, María Fernanda Enríquez Mayanger con cédula de identidad número 040158822-3 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

**f.....**  
María Fernanda Enríquez Mayanger  
Tulcán, Diciembre del 2013

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.**

Yo María Fernanda Enríquez Mayanger, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, Diciembre del 2013

-----  
María Fernanda Enríquez Mayanger  
CI 040158822-3

## **AGRADECIMIENTO.**

Quiero dejar mi más profundo agradecimiento de todo corazón a todas aquellas personas que de una u otra manera me ayudaron a avanzar hasta aquí.

Le agradezco a Dios por haberme dado la suficiente salud y fuerza necesaria para levantarme y seguir en el transcurso del camino.

Gracias a mi familia y sobre todo a mi madre Laura por su apoyo y comprensión, por estar a mi lado en mis desfallecimientos más dolorosos, por sobre todo por preocuparse por mí en todo. También a mi preciosa hija que llevo y alegro mi vida y sobre todo a darle el cambio que necesitaba, por ser mi compañía y mi felicidad cuando más me sentía sola.

Gracias a mis profesores a quienes debo lo que he logrado aprender durante los cinco años de formación profesional, a ustedes no solo les debo los conocimientos también sus consejos, experiencias que las brindaban con toda la calidad de gente que son.

A todos gracias.

## **DEDICATORIA.**

A mi familia

A todas las personas que me brindaron su ayuda, a mi mamá por apoyarme siempre.

De aquí en adelante con Dios SIEMPRE LISTA!!! B.P.

## Contenido

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO. ....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO. ....	iv
AGRADECIMIENTO. ....	v
DEDICATORIA. ....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xix
I. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. ....	- 2 -
1.3. DELIMITACIÓN. ....	- 2 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 2 -
1.5. OBJETIVOS. ....	- 3 -
1.5.1 Objetivo General.....	- 3 -
1.5.2 Objetivos Específicos.....	- 3 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA. ....	- 4 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 4 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL. ....	- 15 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA. ....	- 18 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 19 -
2.4.1 Turismo.....	- 19 -
2.4.2 Visitante.....	- 21 -
2.4.3 Turista.....	- 22 -
2.4.4 Oferta Turística: .....	- 22 -
2.4.5 Producto Turístico.....	- 22 -
2.4.6 Atractivo Turístico.....	- 25 -
2.4.7 Planta Turística.....	- 25 -
2.4.8 Demanda Turística.....	- 25 -

2.4.9 El Turismo en el Desarrollo.....	- 26 -
2.4.10 Turismo Receptor .....	- 27 -
2.4.11 Turismo Receptivo y Excursionismo.....	- 27 -
2.4.12 Turismo Interno.....	- 28 -
2.4.13 Turismo Cultural.....	- 29 -
2.4.14 Turismo de Negocios .....	- 30 -
2.4.15 Turismo Urbano .....	- 32 -
2.4.16 Turismo Gastronómico.....	- 33 -
2.4.17 Turismo para Mejorar la Calidad de Vida.....	- 34 -
2.4.18 Actividad Turística.....	- 35 -
2.4.19 Análisis de las Actividades Turísticas y Recreacionales.....	- 35 -
2.4.20 Programación de las Actividades Turísticas .....	- 36 -
2.4.21 Programación de las Actividades Recreacionales .....	- 38 -
2.4.22 Patrimonio.....	- 39 -
2.4.23 Patrimonio Turístico .....	- 42 -
2.4.24 Código Global De Ética Para El Turismo .....	- 42 -
2.5. IDEA A DEFENDER.....	- 43 -
2.6. VARIABLES. ....	- 43 -
III. METODOLOGÍA. ....	- 44 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 44 -
3.1.1 Investigación Cualitativa .....	- 44 -
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 44 -
3.2.1 Investigación Descriptiva .....	- 44 -
3.2.2 Investigación Explicativa .....	- 44 -
3.2.3 Investigación Bibliográfica .....	- 45 -
3.2.4 Técnicas .....	- 45 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN. ....	- 45 -
3.3.1 Población.....	- 45 -
3.3.2 Muestra.....	- 46 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES. ....	- 47 -



3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 51 -
3.5.1 Datos Generales de la Ciudad de Tulcán .....	- 51 -
3.5.2 Diseño de la Encuesta.....	- 61 -
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 61 -
3.6.1. Análisis de resultados.....	- 61 -
3.6.2. Interpretación de datos. ....	- 95 -
3.6.3. Validación de la idea a defender.....	- 107 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 108 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 108 -
4.2. RECOMENDACIONES. ....	- 108 -
V. PROPUESTA. ....	- 110 -
5.1. TÍTULO.....	- 110 -
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	- 110 -
5.3. JUSTIFICACIÓN. ....	- 111 -
5.4. OBJETIVOS. ....	- 112 -
5.5. FUNDAMENTACIÓN.....	- 112 -
5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 113 -
5.6.1 Matrices operativas.....	- 113 -
Cuadro 32 Matriz operativa para la actividad de la Cultura. ....	- 114 -
Cuadro 33 Matriz operativa para la actividad de la Cultura. ....	- 115 -
Cuadro 34 Matriz de propuesta de alternativa turística para las actividades turísticas seleccionadas.....	- 116 -
Cuadro 35 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán, Legado Cultural.....	- 117 -
Cuadro 36 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán de compras. ....	- 118 -
Cuadro 37 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán de compras II .....	- 119 -
5.6.2 Itinerarios.....	- 120 -

VI. BIBLIOGRAFÍA.....	- 145 -
VII. ANEXOS.....	- 149 -

## Índice de Cuadros

Cuadro 1 Delimitación.....	- 2 -
Cuadro 2 Programación de las Actividades Recreacionales .....	- 38 -
Cuadro 3 Operacionalización de Variables.....	- 47 -
Cuadro 4 Organización Política Tulcán.....	- 54 -
Cuadro 5 Juegos Tradicionales .....	- 57 -
Cuadro 6 Comida Típica .....	- 59 -
Cuadro 7 Diagnostico FODA Planificación y Gestión .....	- 91 -
Cuadro 8 Diagnostico FODA de territorio y destino .....	- 92 -
Cuadro 9 Diagnostico FODA de producto.....	- 93 -
Cuadro 10 Diagnostico FODA promoción, comunicación y comercialización-	94 -
Cuadro 11 Lugar de procedencia.....	- 95 -
Cuadro 12 Identificación de género .....	- 95 -
Cuadro 13 Identificación de la edad por grupos.....	- 96 -
Cuadro 14 Identificar la organización del viaje .....	- 96 -
Cuadro 15 Perfil Económico del viaje .....	- 97 -
Cuadro 16 Identificación de las actividades generales .....	- 97 -
Cuadro 17 Identificación del perfil económico diario del viaje.....	- 98 -
Cuadro 18 Ha visitado anteriormente la ciudad de Tulcán .....	- 98 -
Cuadro 19 Identificación de conocimiento de atractivos .....	- 98 -
Cuadro 20 Identificación de la época en el que decide viajar .....	- 99 -
Cuadro 21 Identificación del motivo de visita a la Ciudad de Tulcán .....	- 100 -
Cuadro 22 Identificación de los medios de promoción por los cuales conoció el producto .....	- 101 -
Cuadro 23 Duración de la estadía en la ciudad de Tulcán .....	- 101 -
Cuadro 24 Tipo de alojamiento utilizado.....	- 102 -

Cuadro 25 Identificación del medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán .....	- 102 -
Cuadro 26 Identificación de actividades complementarias .....	- 103 -
Cuadro 27 Identificación de lo que más le gusta al visitante de la ciudad de Tulcán .....	- 103 -
Cuadro 28 Identificación de lo que no le gusta al visitante de la ciudad de Tulcán .....	- 104 -
Cuadro 29 Sugerencias del visitante .....	- 104 -
Cuadro 30 Información de las actividades más predominantes.....	- 105 -
Cuadro 31 Análisis atractivos turísticos de la ciudad de Tulcán .....	- 106 -
Cuadro 32 Matriz operativa para la actividad de la Cultura. ....	- 114 -
Cuadro 33 Matriz operativa para la actividad de la Cultura. ....	- 115 -
Cuadro 34 Matriz de propuesta de alternativa turística para las actividades turísticas seleccionadas.....	- 116 -
Cuadro 35 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán, Legado Cultural.....	- 117 -
Cuadro 36 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán de compras. ....	- 118 -
Cuadro 37 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán de compras II .....	- 119 -
Cuadro 38 Operativo del itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL .....	- 121 -
Cuadro 39 Inventario vial del Itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL-	123
-	
Cuadro 40 Costos del itinerario turístico 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL ...	- 126 -
Cuadro 41 Operativo de actividades del Itinerario 1/2 TULCÁN DE COMPRAS .	- 128 -
Cuadro 42 Inventario vial itinerario TULCÁN DE COMPRAS .....	- 131 -
Cuadro 43 Costos del itinerario turístico TULCÁN DE COMPRAS.....	- 133 -
Cuadro 44 Operativo del itinerario 2/2 TULCÁN DE COMPRAS.....	- 135 -

Cuadro 45 Inventario vial del itinerario 2/2 TULCÁN DE COMPRAS II .....	139 -
Cuadro 46 Costos del itinerario turístico Tulcán de compras II.....	143 -

## Índice de Gráficos

Grafico 1 Componentes de un definición política del tiempo libre.....	35 -
Grafico 2 Identificación Lugar de procedencia .....	62 -
Grafico 3 Identificación de Género.....	63 -
Grafico 4 Identificación Edad por Grupos .....	64 -
Grafico 5 Identificación Organización del Viaje.....	65 -
Grafico 6 Identificación Perfil Económico Total del Viaje .....	67 -
Grafico 7 Identificación Actividades General .....	68 -
Grafico 8 Identificación del Perfil Económico Diario del Viaje.....	69 -
Grafico 9 Ha visitado anteriormente la Ciudad de Tulcán.....	70 -
Grafico 10 Conocimiento de Atractivo (Museo).....	71 -
Grafico 11 Conocimiento del Atractivo (Las Canoas) .....	72 -
Grafico 12 Conocimiento del Atractivo (Los Tres Chorros).....	73 -
Grafico 13 Conocimiento del Atractivo (El Cementerio).....	74 -
Grafico 14 Conocimiento del Atractivo (Parque Isidro Ayora).....	75 -
Grafico 15 Conocimiento del Atractivo (Parque de la Independencia).....	76 -
Grafico 16 Conocimiento del Atractivo (El Obelisco) .....	77 -
Grafico 17 Conocimiento del Atractivo (Iglesia de la Ciudad de Tulcán) .....	78 -
Grafico 18 Identificación de la época en el que decide viajar .....	79 -
Grafico 19 Identificación del motivo de visita a la ciudad de Tulcán .....	80 -
Grafico 20 Identificación de los medios de promoción por los cuales conoció la ciudad de Tulcán.....	81 -
Grafico 21 Duración de la estadía del turista en la ciudad de Tulcán .....	82 -
Grafico 22 Identificación del tipo de alojamiento utilizado.....	83 -

Grafico 23 Identificación del medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán .....	- 85 -
Grafico 24 Identificación de actividades complementarias que realiza el visitante durante su estadía en la ciudad de Tulcán .....	- 86 -
Grafico 25 Que le gusta de la ciudad de Tulcán .....	- 87 -
Grafico 26 Que no le gusta de la ciudad de Tulcán .....	- 88 -
Grafico 27 Sugerencia que le gustaría que se mejore en la ciudad de Tulcán-	90

### Índice de Mapas

Mapa 1 Recorrido del Itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL.....	- 127 -
Mapa 2 Itinerario 1/2 TULCÁN DE COMPRAS.....	- 134 -
Mapa 3 Itinerario 2/2 Día uno TULCÁN DE COMPRAS .....	- 144 -
Mapa 4 Itinerario 2/2 Día dos TULCÁN DE COMPRAS .....	- 144 -

### Índice de Tablas

Tabla 1 Identificación Lugar de Procedencia .....	- 61 -
Tabla 2 Identificación de Genero .....	- 63 -
Tabla 3 Identificación Edad por Grupos.....	- 64 -
Tabla 4 Identificación Organización del Viaje .....	- 65 -
Tabla 5 Identificación Perfil Económico Total del Viaje.....	- 66 -
Tabla 6 Identificación Actividades General .....	- 67 -
Tabla 7 Identificación Perfil Económico Diario del Viaje .....	- 68 -
Tabla 8 Ha Visitado anteriormente la Ciudad de Tulcán .....	- 69 -
Tabla 9 Conocimiento del Atractivo (Museo) .....	- 71 -
Tabla 10 Conocimiento de Atractivo (Las Canoas).....	- 72 -
Tabla 11 Conocimiento del Atractivo (Los Tres Chorros) .....	- 73 -
Tabla 12 Conocimiento del Atractivo (El Cementerio) .....	- 74 -
Tabla 13 Conocimiento del Atractivo (Parque Isidro Ayora) .....	- 75 -

Tabla 14 Conocimiento del Atractivo (Parque de la Independencia) .....	- 76 -
Tabla 15 Conocimiento del Atractivo (El Obelisco) .....	- 77 -
Tabla 16 Conocimiento del Atractivo (Iglesia de la Ciudad de Tulcán) .....	- 78 -
Tabla 17 Identificación de la época en el que decide viajar .....	- 79 -
Tabla 18 Identificación del motivo de visita a la ciudad de Tulcán.....	- 80 -
Tabla 19 Identificación de los medios de promoción por los cuales conoció la ciudad de Tulcán.....	- 81 -
Tabla 20 Duración de la estadía del turista en la ciudad de Tulcán.....	- 82 -
Tabla 21 Identificación del tipo de alojamiento utilizado .....	- 83 -
Tabla 22 Identificación del medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán .....	- 84 -
Tabla 23 Identificación de actividades complementarias que realiza el turista durante su estadía en la ciudad de Tulcán .....	- 85 -
Tabla 24 Que le gusta de la ciudad de Tulcán.....	- 86 -
Tabla 25 Que no le gusta de la ciudad de Tulcán.....	- 87 -
Tabla 26 Sugerencia que le gustaría que se mejore en la ciudad de Tulcán	- 89 -

## Índice de Anexos

Anexo 1 Ficha Atractivo Museo Germán Bastidas Vaca.....	- 149 -
Anexo 2 Ficha Atractivo Las Canoas .....	- 150 -
Anexo 3 Ficha Atractivo Balneario Los Tres Chorros .....	- 151 -
Anexo 4 Ficha Atractivo Cementerio José María Azael Franco .....	- 152 -
Anexo 5 Ficha Atractivo Parque Isidro Ayora .....	- 153 -
Anexo 6 Ficha Atractivo Parque Del Civismo .....	- 154 -
Anexo 7 Ficha Atractivo Iglesia La Catedral .....	- 155 -
Anexo 8 Ficha Atractivo Iglesia San Francisco .....	- 156 -
Anexo 9 Ficha Atractivo Casa de Aduanas.....	- 157 -
Anexo 10 Ficha Atractivo Teatro Lemarie .....	- 158 -

Anexo 11 Ficha Atractivo Parque de la Independencia .....	- 159 -
Anexo 12 Establecimientos de Alojamiento Hostales .....	- 160 -
Anexo 13 Establecimientos de Alimentación .....	- 162 -
Anexo 14 Ficha de Jerarquización Museo .....	- 165 -
Anexo 15 Ficha Jerarquización Las Canoas.....	- 166 -
Anexo 16 Ficha Jerarquización Los Tres Chorros .....	- 167 -
Anexo 17 Ficha Jerarquización Cementerio .....	- 168 -
Anexo 18 Ficha Jerarquización Parque Isidro Ayora .....	- 169 -
Anexo 19 Ficha Jerarquización El Obelisco.....	- 170 -
Anexo 20 Ficha Jerarquización Iglesia La Catedral .....	- 171 -
Anexo 21 Ficha Jerarquización Iglesia San Francisco.....	- 172 -
Anexo 22 Ficha Jerarquización Casa de Aduanas .....	- 173 -
Anexo 23 Ficha Jerarquización Teatro Lemarie.....	- 174 -
Anexo 24 Ficha Jerarquización Parque de la Independencia .....	- 175 -
Anexo 25 Bombonera Pasto .....	- 176 -
Anexo 26 Encuesta.....	- 177 -
Anexo 27 Certificado Meridian Tours.....	- 179 -
Anexo 28 Certificado COODESTAAE .....	- 180 -

## **RESUMEN EJECUTIVO.**

La presente investigación se realizó con el propósito de Identificar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, que nace de la incógnita de esclarecer si las mismas visitan la ciudad de Tulcán por realizar comercio o por realizar turismo tomando en cuenta que el visitante se divide en dos tipos: turista y excursionista o como otros lo entienden recreacionista.

Para ello realizamos una investigación bibliográfica la que ayudo a determinar las diferencias entre turista, recreacionista y que a la vez sirvió de base para poder determinar el futuro trabajo de campo. La ciudad de Tulcán es una ciudad fronteriza con un gran potencial para desarrollar el turismo, diagnostico obtenido mediante la utilización de varios métodos, técnicas e instrumentos de investigación. Una de las técnicas fue la realización de una encuesta la misa que permitió obtener datos que una vez tabulados e interpretados permitió conocer las actividades más relevantes de los visitantes y realizar así Itinerarios turísticos sobre las actividades turísticas para la ciudad de Tulcán que contribuyan al desarrollo del turismo en la misma.

Palabras clave: Actividades, turismo, recreacionista, turista, itinerario.



## **ABSTRACT.**

This research was conducted in order to identify the activities carried out by people who visited the city of Tulcán. We wanted to clarify whether they visited Tulcán for tourism considering that a visitor is divided into two types: a proper tourist and hiker or recreationist or the two combined.

We carried out an investigation which helped us to determine the differences between a tourist, a recreationist, or hiker and which in turn was the basis for us to determine our future work in the field. Tulcán is a border town with great potential to develop tourism, a diagnosis obtained by using various methods, techniques and research tools. One technique was to conduct a survey that yielded mass data tabulated and interpreted once allowed knowing the most important activities of visitors and performing operation on touristic itinerary about tourism activities for the city to contribute to the development of tourism in Tulcán

Keywords: Activities, tourism, recreationist, tourist, itinerary.

## Anchana

Presente investigacionkia shinarinmi chai propositocunaguan identificangapa actividadcunata ima gencuna tulcanoa llactata visitan, chaimanda llukshin shuk incognita esclarecer chaimanda visitan tulcanda realizangapacomercioti o turismota encuesta japingapa chai visitantita ishkaipi chaupirishpa turista ali nishpa y excursionistascuna o como shuk kuta intindin recreacionistaskuna o ishka combinacionkuna.

Chaimanda shinashkianchi shuk investigacionda bibliografikiata determinangapa ayudachu diferenciakunata entre turiskunata, recreacionistakunata, excursionistakunata y a la vez ñucanchipa sirvai como base para poderta determinangapa ñucanchi futurata trabajopa camppupi tulcan llactata shuk ciudad fronterizami shuk jatu potencialguan turistuta desarrollangapa, diagnosticota charingapa mediante chaimanda utilizangapa ashkia metodokunata, tecnicakunata e instrumentos de investigacionkunata. Shuk tecnicakunata e instrumentos de investigacionkunata. Shuk tecnicakia realizacion de shuk encuestami misakia permitirkami datoskunta charingapa que shuk viaje tabulados e interpretados karca permitirca yachangapa actividadkunada más relevantes visitantekunata y chashnashta realizangapa matriceskunata de operatividad chai actividades turísticas kuna tulcanba llactapa contribuyachu desarrollopa turistupa.

Palabra valishkiakuna. Turismukuna, actividadcunata, recreacionistaskuna, turiskunata.

## INTRODUCCIÓN

El turismo bien ejecutado apoya al desarrollo económico de los pueblos y más aun a los países en vías del desarrollo. La presente investigación tiene el objetivo de identificar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán. En concreto la investigación presentada se acoge con la finalidad de explicar la interrogante y establecer una propuesta que dinamice el desarrollo del Turismo en la ciudad de Tulcán. El proyecto Final está organizado en diferentes capítulos en los que consta: Capítulo Primero.- Se enfoca en explicar el problema a ser solucionado y mediante qué objetivos se desarrollara la investigación. En el siguiente capítulo se expone toda la información Bibliográfica en la que se basa y se sustenta esta investigación con todos los principios básicos. En el capítulo Metodológico se presenta la metodología que se empleó en la investigación incluyendo tipo de investigación y la técnica utilizada. En el capítulo cuatro se exponen las conclusiones a las que se llegado con la investigación y sus respectivas recomendaciones y como capítulo cinco está la propuesta en la que se desarrolla con iniciativa basada en los capítulos II y III del presente proyecto final, esta propuesta se enfoca en realizar Itinerarios Turísticos en base a las matrices de operatividad sobre las actividades más predominantes para los visitantes. En el sexto capítulo se encuentran las referencias bibliográficas de donde se ha obtenido toda la información y un último capítulo Anexos donde está toda la información que complementa o fue necesaria para realizar la investigación.

## **I. EL PROBLEMA.**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

“En el Cantón Tulcán Provincia del Carchi se encuentra ubicada la ciudad fronteriza que lleva su mismo nombre; San Miguel de Tulcán, se caracteriza por ser una ciudad de paso, el 85% de los pobladores se dedican al comercio con el país vecino de Colombia”. (Rosero, 2008)

La escasa cultura turística existente en la ciudad de Tulcán no permite un mayor desenvolvimiento de la actividad turística presentando a los visitantes insuficientes alternativas para realizar en la misma.

La falta de información turística y actividades que se pueden desarrollar en la ciudad de Tulcán hace que los visitantes pasen directamente del puente de Rumichaca hacia el terminal terrestre convirtiéndola en una ciudad de paso.

La insuficiente atención al cliente provoca un desaire hacia los visitantes provocando una mala imagen de la ciudad de Tulcán y por ende desmotiva el realizar alguna actividad en la misma.

El desarrollo del turismo de la ciudad de Tulcán con respecto a otras ciudades fronterizas es muy notable debido a que poco utiliza el turismo como un aliado para desarrollar y avanzar como otras ciudades.

## 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cuáles son las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán e inciden en el desarrollo del turismo de la misma entre Mayo 2011 a Mayo 2012?

## 1.3. DELIMITACIÓN.

Cuadro 1 Delimitación

<b>OBJETO</b>	Actividades
<b>SUJETO</b>	Turismo
<b>ESPACIO</b>	Ciudad de Tulcán
<b>TIEMPO</b>	Mayo 2011 a Noviembre 2012
<b>PERSONAS</b>	Turistas que visitan la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez Mayanger

## 1.4. JUSTIFICACIÓN.

Uno de los factores influyentes en el desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán es la posición geográfica de la misma, dependiendo mucho porque es un factor determinante de progreso. La ciudad de Tulcán con el puente de Rumichaca es la puerta de entrada al Ecuador de miles de turistas que se disipan en todo el territorio Ecuatoriano.

Esta investigación es importante porque permite despejar interrogantes acerca de las actividades que desarrollan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, con ella se obtendrá información necesaria para tener un mejor conocimiento sobre el tema, y que convierta a la provincia del Carchi en una fuente de ingresos gracias al turismo y que motive a las demás provincias a nivel nacional a desarrollar el turismo amigable.

En la actualidad todos los prestadores de servicios de alojamiento, alimentación, transporte entre otros, que se ofrecen en la ciudad de Tulcán han

tenido que soportar muchos factores como cambios de moneda, normativas, ordenanzas, cierres de frontera, etc. que pueden convertir al desarrollo del turismo local y nacional en un blanco directo de ingresos inestables por lo que los prestadores de servicios serán los beneficiarios indirectos, y los pobladores de la ciudad de Tulcán serán los beneficiarios directos.

De las personas que visitan la ciudad de Tulcán existe muy poca información de las actividades que realizan durante su estadía. El interés del presente estudio se basa en lo importante que es determinar las actividades y su aplicación en diferentes iniciativas que por tratarse del contacto directo con el turista la información es más conveniente.

El turismo en los países en vías de desarrollo como el Ecuador es muy factible debido que gracias a él pueden solucionar problemas económicos, este es un sector de crecimiento por sus requerimientos y sobre todo por las plazas de trabajo que genera y por ende mejorando la calidad de vida de los pobladores al igual que la preservación de sus recursos.

## **1.5. OBJETIVOS.**

### **1.5.1 Objetivo General.**

Identificar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, que incide en el desarrollo del turismo.

### **1.5.2 Objetivos Específicos.**

1. Sustentar bibliográficamente las actividades turísticas y el desarrollo turístico.
2. Recolectar información sobre las actividades que realiza el visitante en la ciudad de Tulcán.
3. Diseñar Itinerarios turísticos en base a las matrices de operatividad.

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Tema: FRONTUR Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras.

Autor: Instituto de Estudios Turísticos (IET)

Año: 2011

Ubicación: España

#### Objetivo:

El objetivo de esta encuesta es cuantificar mes a mes el número de entradas a España por las distintas vías de acceso. Éstas se caracterizan según su tipología y, mediante la encuesta, se obtiene otra información relativa al tipo de alojamiento, motivo del viaje, forma de organización, pernoctaciones, edad y sexo de los visitantes. Asimismo, la encuesta Frontur es la encargada de proporcionar el universo de elevación de la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur). Frontur es una estadística que utiliza un sistema mixto para la obtención de resultados.

#### Resumen

Asimismo, conviene destacar, como rasgo distintivo del año 2011, el intenso crecimiento en la utilización del paquete turístico por parte de los turistas internacionales, con una tasa de variación interanual del 12,2%, que ha sido utilizado más intensivamente por el Reino Unido, Alemania, países nórdicos y los países del resto de Europa, especialmente por Rusia. Este cambio de tendencia respecto al año anterior, se podría atribuir a la estrategia de sustitución por parte de los turoperadores de los destinos del Norte de África por destinos más seguros como los españoles.

- El 37% de los turistas que visitaron eligieron los meses de verano (julio a septiembre) para sus viajes, periodo que también concentró la mayor parte del gasto. La evolución de ambos indicadores respecto a 2010 fue positiva.
- Los viajes de ocio (84%) crecieron cerca del 10% en 2011, lo que les lleva a ganar terreno a los viajes de negocios y a los viajes por motivos personales, que retrocedieron.
- El aeropuerto fue la única vía de acceso que se incrementó este año (10%), lo que le permite afianzar su posición en relación a las entradas por carretera. Cerca del 57% de las llegadas por vía aérea se hicieron a través de compañías aéreas de bajo coste, un 10% más que en 2010.
- Una parte importante del nuevo flujo de turistas recibido en 2011 se concentra en los hoteles, modalidad de alojamiento que a partir de 2007 comienza a recuperar parte del peso cedido al alojamiento no hotelero. Estos últimos también ven incrementada su cifra de llegadas, especialmente la vivienda alquilada.
- La afluencia de turistas que no contratan ningún tipo de servicio turístico continúa en la línea de subidas habitual, interrumpida en 2008 y 2009. Esta modalidad de viaje ha sido la que más nuevas llegadas ha concentrado este año, lo que se traduce en 2,2 millones de turistas más. Paralelamente, el paquete turístico rompe con sus tradicionales caídas y experimenta un importante avance del 12%, que le lleva a igualar prácticamente la subida en valores absolutos de los viajes menos organizados. Este hecho está estrechamente relacionado con el nuevo perfil de turistas



recibido como consecuencia del trasvase generado por la primavera árabe.

- El uso de Internet volvió en 2011 a la senda del crecimiento que le ha acompañado desde el comienzo de la serie, tras la interrupción de 2010. El 61% de los turistas que visitan recurren a este medio en la organización de sus viajes, siendo la consulta, la reserva y el pago, por este orden, los servicios más demandados.
- Más de cinco de cada diez turistas realizaron alguna actividad cultural durante su estancia en España, un 10% más que en 2010. Asimismo, el colectivo de turistas que declaró no realizar ningún tipo de actividad representó cerca del 28% del total.
- El motivo ocio fue el más frecuente, con un avance del 9,8% respecto a 2010. Le siguieron el trabajo y los motivos personales, ambos con menos turistas que el año anterior. El gasto total evolucionó en el mismo sentido.
- Las partidas de gasto que más peso tuvieron en el presupuesto del viaje de los turistas recibidos fueron las asociadas al transporte (24,2%) y al paquete turístico (23,7%). A continuación, los gastos en excursiones y otros alcanzaron un peso cercano al 20%, por encima del correspondiente al alojamiento (18,6%). La mayor parte del gasto en transporte se realizó en origen mientras el gasto en alojamiento se llevó a cabo en mayor medida en destino.

En este informe se resumen los principales resultados obtenidos del turismo internacional recibido en España en el año 2011, así como el

gasto turístico realizado por este, a partir de la información proporcionada tanto por la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontera).

Análisis:

Por el informe que realiza el Instituto de Estudios Turísticos se puede observar en resumen todos los principales resultados en cuanto al movimiento turístico y gasto turístico la semejanza que posee esta investigación es un tanto congruente porque realizan estudios en sitios fronterizos, se tendrá en cuenta la información para guiar la investigación a realizarse y como ejemplo a implementarse.

Tema: Redes Transfronterizas en Turismo.

Universidad: Universidad de Girona

Autor: Isabel Zizaldrá Hernández

Año de ejecución: 2009

Objetivo General:

Valorar el fenómeno del Turismo transfronterizo y se acomete una aproximación de las condiciones reticulares de los actores- stakeholders del turismo de la actividad turística en la frontera México – Estados Unidos bajo un entorno de inseguridad, mediante el análisis del caso de las ciudades hermanas de Ciudad Juárez- El Paso.

Conclusiones:

La situación en fronteras con comunidades colindantes en gran parte del mundo es considerada conflictiva, confusa, con un alto contenido de intercambio comercial, y cultural. Además, enfrentan un escenario

condicionado a la influencia política y de leyes internacionales, recrean ambiente de convivencia complejos en su devenir cotidiano, ejemplo de ello es Ciudad Juárez, Chihuahua y El Paso Texas.

La frontera norte de México genera 23.7% del PIB nacional; esto significa 17% de la población total del país (alrededor de 16.6 millones de personas) y un comercio intenso entre México y Estados Unidos. Por su ubicación geoestratégica, CJS y EL se han convertido en una de las principales puertas para el intercambio comercial entre estos dos países y Canadá. Por misma razón, el motivo de viaje de muchos visitantes a esta región es principalmente para negocios ( México Now, 2005: 76-77), lo cual equivale a más de 60% de la ocupación hotelera registrada en los últimos años en la ciudad mexicana (Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico del Gobierno del Estado, 2007); mientras que en la comunidad paseña, hay una ocupación de 70.5%, contribuye con 2,4% del total de ingresos por concepto de turismo en el estado de Texas.

Por otra parte, la apreciación violenta que se tiene de CJS no solo afecta la imagen de la población, sino el entorno social y, por tanto, no permite considerarla como un destino turístico seguro. Mientras al otro lado de la frontera la situación es diferente; se estima que ELP es una de las diez ciudades más seguras de Estados Unidos.

En este contexto la actuación de emprendedores, empresarios, autoridades gubernamentales y organizacionales relacionadas con la actividad turística en la región fronteriza de CJ- ELP, así como la impresión de los turistas son de importancia para la actual investigación. Esta conexión con la realidad casuística influyen en las decisiones, por ser cada uno de los líderes de opinión desde su propia alineación y vincula al turismo. Por tanto la identificación de la actividad relacional en la frontera y su influencia en un destino es preponderante.

La cultura orgánica del destino tiene un amplio significado aquí no se ha dejado atrás, y al plantear la interrogante de quienes son al menos diez de los individuos que tienen la mayor influencia/ poder político y económico o con autoridad moral. Es necesario tener referentes sobre la condición de los líderes y la carga del imaginario cultural de la región transfronteriza. De manera que la perspectiva de Condon (1994), permite vislumbrar en los atributos de quienes detentan dicho poder, e las conexiones y las empresas.

Las familias se extienden más allá de las líneas consanguíneas por medio de la institución del compadrazgo, relaciones del padrino. Frecuentemente, ser padrino o madrina es mucho más que un honor; es un medio por el cual se convierte uno en parte de una vasta red de relaciones a través de las cuales se puede buscar y otorgar consejos, préstamos o favores. En México se oye hablar de las “conexiones” (el enchufe) de una persona o la “influencia que es frecuentemente” por medio del sistema familiar. Respecto a esto, los mexicanos muestran no solamente mucha más lealtad e identificación hacia el grupo (si es una empresa familiar) de lo que hacen los norteamericanos; los mexicanos sobrepasan aun a los japoneses en cuanto a lealtad de grupo.

Análisis: El ámbito en el que se desarrolla esta investigación es similar al que se desarrolla en la ciudad de Tulcán, es similar por la delincuencia que difama a la ciudad Tulcán junto con los problemas de guerrilla son aspectos negativos que conllevan algunas de las ciudades fronterizas, y como para estas ciudades al igual que la ciudad de Tulcán es un desafío atraer visitantes al lugar.

Tema: Turismo de frontera

Universidad: Red Ibérica de Entidades Transfronterizas (RIET).

Autor:

Antonio-José Campesino Fernández (Universidad de Extremadura)

Luis Alfonso Hortelano Mínguez (Universidad de Salamanca)

Francisco Javier Jiménez Moreno (Universidad de Salamanca)

José Manuel Jurado Almonte (Universidad de Huelva)

Javier Luna Martín (Diputación de Badajoz)

Juan Antonio Márquez Domínguez (Universidad de Huelva)

José Luis Medel Bermejo (Diputación de Cáceres)

Carmen Padín Fabeiro (Universidad de Vigo)

Xulio Xosé Pardellas de Blas (Universidad de Vigo)

Juan Ignacio Rengifo Gallego (Universidad de Extremadura)

José Manuel Sánchez Martín (Universidad de Extremadura)

Marcelino Sánchez Rivero (Universidad de Extremadura)

José Carlos Salcedo Hernández (Universidad de Extremadura)

David Senabre López (Universidad Pontificia de Salamanca)

Año de ejecución: 2013

Objetivo:

1. Definir y caracterizar los modelos turísticos existentes en este ámbito territorial transfronterizo, siguiendo este criterio geográfico.
2. Diagnosticar, con obligada brevedad, los principales factores de desarrollo y las posibles incertidumbres que se ciernen sobre el actual sector turístico y para los modelos territoriales referidos.
3. Y reseñar una serie de posibles retos y de propuestas, además de unas últimas reflexiones.

Conclusiones:

Turismo y Cooperación Transfronteriza (1992-2013)

## **Galicia**

- Desde finales de los años 80, las relaciones de Galicia-Norte de Portugal definen la experiencia pionera y más brillante de cooperación transfronteriza hasta la consecución de un espacio euro regional, donde el turismo adquiere un protagonismo relevante porque la raya miñota es ya por derecho propio un destino turístico de frontera internacional, al utilizar adecuadamente los recursos comunes (paisajísticos, históricos y culturales) para crear ofertas de productos turísticos, atractivos y singulares.
- Desde la creación en 1991 de la Comunidad de Trabajo Galicia-Norte de Portugal, con representación inicial de 18 ciudades integradas en la Asociación Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular, hasta 2007 en que superan las 170 instituciones regionales y locales implicadas, el éxito cuantitativo y cualitativo de la cooperación transfronteriza se traduce en incremento de la renta per cápita, de los flujos de personas y mercancías por la permeabilidad de la raya.
- Aunque la raya fronteriza ha avanzado de forma significativa, las desigualdades son evidentes entre núcleos urbanos litorales (beneficiados por el progresivo refuerzo de la localización empresarial) y núcleos rurales de interior, más deficitarios en infraestructuras, dotaciones y servicios.
- No obstante, los programas de cooperación transfronteriza, apoyados por fondos comunitarios, más infraestructurales en origen y más tendentes a su rentabilidad y mayor cohesión socio-económica después, han impulsado modelos de crecimiento difuso por el

territorio, tendentes a reducir el despoblamiento y los desequilibrios de la dicotomía costa-interior.

## **Castilla y León**

- Desde 1991 a 2006, la Comunidad Autónoma desarrolló, estrategias de cooperación transfronteriza con el respaldo financiero de la Unión Europea, a partir de los Programas Operativos INTERREG I (1991-1993), II (1994-1999) y III A-B-C (2000-2006).
- Se constituyeron Comunidades Territoriales de Cooperación: Duero Superior-Salamanca; Beira Interior Norte-Provincia de Salamanca, convertidas desde 2003 en Comunidades de Trabajo. En 2005, la Junta aprueba el macro proyecto de Estrategias de Desarrollo y Ordenación del Territorio de la región Duero-Douro (2006-2008), que abarcó las NUTS III de Salamanca y Zamora, Alto Trás-os-Montes y Douro, en la Região Norte.
- De 2007 a 2013, lo viene haciendo a través del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (POCTEP). Con sus fondos se ha creado en 2009 la Agrupación Europea de Cooperación Territorial: Zamora, Salamanca y Noreste Trasmontano (ZASNET) y el Nuevo Convenio de Cooperación Territorial entre la Região Norte de Portugal y Castilla y León.
- Algunos de los proyectos turísticos, asociados a la cooperación transfronteriza, pueden considerarse innovadores de trabajo en red, como ejemplo de las potencialidades rayanas de imbricar protección del patrimonio y explotación turística, mejorando las condiciones de

las condiciones de vida de las poblaciones locales, borrando rayas, erradicando barreras y uniendo pueblos.

- Se ha producido una intensa contribución científica de las universidades de Salamanca, León y Valladolid al análisis y diagnóstico de la raya y al mejor conocimiento de la cooperación transfronteriza.

### **Extremadura**

- Desde el inicio de la cooperación transfronteriza entre Extremadura, Alentejo y Região Centro (1992-1994), el turismo ha jugado un papel clave, por su capacidad de impulso al desarrollo regional y municipal y por el impacto positivo sobre el mercado laboral.
- A partir de 1994 se crean instituciones para canalizar iniciativas en red: Agrupación Europea de Intereses Económicos del Triángulo Ibérico Rayano (TRIURBIR), constituida en 1997 por los Ayuntamientos de Cáceres y Plasencia y las Câmaras Municipales de Portalegre y Castelo Branco, que se uniría en 2007. A comienzos del siglo XXI, se reafirma el papel de los Gabinetes de Iniciativas Transfronterizas (GIT), las Comunidades de Trabajo y los Grupos de Acción Local en la programación de actividades. En 2002, la firma del Tratado de Valencia, sobre cooperación transfronteriza entre España y Portugal, regula jurídicamente las competencias respectivas entre entidades territoriales. En 2009 culmina el proceso con la creación de la Comunidad de Trabajo EURO-ACE (Euro-región Alentejo, Centro-Extremadura), que proyecta un nuevo impulso a las relaciones de cooperación.



- La cooperación en materia turística ha tenido varios frentes, con intervenciones a distintas escalas y participación de agentes públicos y privados en proyectos puntuales y de carácter plurianual: Inventario y Catalogación de Recursos Histórico- Culturales; promoción conjunta (guías turísticas bilingües extremeño-alentejana) y diseño de seis itinerarios turísticos; visitas promocionales, portal web; workshops; jornadas de comercialización en ferias internacionales; jornadas técnicas, seminarios y encuentros para intercambios de experiencias profesionales y empresariales, y diseño de paquetes turísticos conjuntos con especial énfasis en modalidades de turismo rural, cultural, ornitológico, agroturismo y turismo de embalses.
- El balance de la cooperación turística transfronteriza de Primera Generación es muy positivo, porque la mejora sustancial de las infraestructuras de comunicaciones (carreteras) y turísticas (alojamientos) ha favorecido el flujo de visitantes portugueses, primer mercado internacional emisor hacia Extremadura, al menos antes de la crisis.

### **Andalucía onubense**

- Desde 1990, la cooperación transfronteriza de la Andalucía occidental con las regiones de Algarve y Baixo Alentejo, se ha plasmado en programas y proyectos diversos, con destacado protagonismo en materia de infraestructuras viarias, entre las que se cuenta el Puente Internacional del Guadiana (1991), a los que se unirán más tarde los de Pomarão (2009) y Paymogo (2012). El turismo también ha ocupado un papel presupuestario relevante, mediante ayudas a las corporaciones locales.

- No obstante, resulta difícil cuantificar la cooperación teórica, por cuanto los proyectos con cofinanciación europea se resuelven en la práctica mediante actuaciones concretas a un lado u otro de la frontera, lo que anula el carácter presuntamente transfronterizo de las intervenciones. La cooperación es auspiciada desde las instancias públicas (Estado y Comunidad Autónoma), con escaso protagonismo de los entes locales, con muy escaso protagonismo del tejido empresarial, asociativo y social.
- La presunta libertad personas y mercancías acaba de ponerse en entredicho del lado portugués por el peaje impuesto a la Autovía Infante do Sagres en diciembre de 2011, (así como los absurdos peajes que afectan a las IP), lo que se traduce en un descenso de los flujos turísticos en más de un 50%, según el INER portugués. Estrategia tributaria, tan perversa como contraria a los objetivos recaudatorios perseguidos, que frena de golpe las relaciones turísticas y la cooperación transfronteriza.

Análisis:

Los problemas que enrola esta investigación son captables debido a que uno de los factores que afecta al desarrollo del turismo es la promoción de los sitios turísticos de las ciudades fronterizas, aparte están los eventos naturales que están fuera de las manos y que influyen en su desarrollo y algo muy bueno que el turismo es un instrumento que ayuda a generar actividad económica y más todavía en territorios que tienen gran variedad de riqueza y diversidad que constituyen la base de la atracción turística.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.**

Constitución De La República Del Ecuador

## Título I

### Elementos Constitutivos Del Estado

#### Capítulo Primero

#### Principios Fundamentales

#### Capítulo Cuarto

#### Derechos de las Comunidades, Pueblos y Nacionalidades

En la Constitución de la República del Ecuador en el Capítulo Cuarto.

Art. 57 Se reconoce y garantiza a las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas: mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad de pertenecía, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

#### Análisis:

Con el Proyecto a realizarse se promoverá e incentivara a la ciudadanía a preservar las tradiciones y costumbres para dar a conocer al turista.

#### Ley De Turismo

#### Congreso Nacional

#### Generalidades

Art. 2 Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual.

Art. 4 Debe cumplir con los siguientes objetivos:

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Análisis:

En el literal c del Art. 4 menciona algo muy importante como proteger al turista y fomentar la conciencia turística porque este es muy importante para el progreso de los pueblos. Y en el literal f del Art. 4 hace referencia a la promoción de los atractivos e conjunto con organismos del sector público y privado así como también en el literal g el fomento del turismo interno.

En las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5 Consideran como actividades las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que presten los servicios como:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alojamientos y bebidas
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo, inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerara parte de agencia.
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Análisis:

La misma ley de turismo considera como actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que presten servicios de alojamiento, alimentación, transporte, etc. que se detallan en el art. 5 literales a, b, c, d, e.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.**

#### **Humano:**

La presente investigación aportaría motivando a la población tulcanesa a organizarse conjuntamente y puedan avanzar y prosperar en todos los ámbitos aprovechando los recursos naturales y culturales que posee la ciudad de Tulcán. El turismo es una actividad que involucra varios servicios que se los encuentra en esta ciudad por ende los pobladores se benefician gracias a la utilización de los mismos, al identificar las actividades se conocerá las inclinaciones o preferencias del turista ampliando ideas de las necesidades del turista.

#### **Social:**

El turismo es la actividad muy beneficiosa debido que para su desarrollo se necesitan varios elementos o servicios, desde los taxista hasta hoteles, restaurantes de 5 estrellas etc. con la identificación de las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán se crea conciencia turística para que el turismo sea tomado de mejor manera y la población tendría u incentivo para capacitarse buscarían instituciones educativas que ofrezcan y cumplan sus expectativas, un claro ejemplo sería la Universidad Politécnica Estatal del Carchi con su Escuela de Turismo y Ecoturismo, que da Profesionales con suficiente experiencia en la el área de Turismo sería u impulso al desarrollo de la ciudad de Tulcán.

#### **Económico:**

La actividad económica en la ciudad de Tulcán es más comercial debido a su ubicación fronteriza con el país vecino de Colombia. Al identificar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán la economía de la localidad y a nivel nacional incrementaran gracias a que se

conocerá los intereses que tienen los turistas y se creara nuevas iniciativas que incorporen la mayoría de los servicios que se ofrecen en esta ciudad mejorando la economía de los pobladores de la ciudad de Tulcán.

### **Ambiental:**

El turismo es una actividad muy beneficiosa para el desarrollo de los pueblos, esta actividad se la debe de manejar con sostenibilidad y sustentabilidad, con estas bases los diferentes recursos naturales y culturales se mantendrán con el pasar de los años y se asegura que las generaciones próximas puedan disfrutar de los mismos como lo hacen en estos días. Con la identificación de las actividades que realiza las personas que visita la ciudad de Tulcán se obtendrá nuevas ideas que mejoraran el desarrollo del turismo y con esto la conservación del patrimonio.

## **2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.**

### **2.4.1 Turismo**

Para Linkorish y Jenkis (2010) el turismo se ha convertido en una industria sin chimeneas muy significativa, al desarrollarse ha creado muchos segmentos de mercado, compañías que se dedican brindar servicios a esta actividad han crecido y con los adelantos de la ciencia han contribuido a que esta se desarrolle aún más; varias son las actividades que destacan como el creciente volumen del turismo internacional, que es fortalecido por los países desarrollados que generan divisas fuertes.(p. 24)

La democratización de las vacaciones; la importancia del transporte aéreo en la globalización del turismo, en si este ha sido el avance más importante en el desarrollo del turismo, permitiendo desplazarse mucho más rápido y seguro.

La flexibilidad cada vez mayor del viaje organizado, facilitando al turista su salida hacia el mundo exterior y a larga distancia.

#### Turismo

“Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual”. (Wallingre & Toyos, 2010, p. 251)

#### Turismo

“El turismo no es una industria claramente definida, debido a la fragmentación del producto turístico. Este requiere servicios de alojamiento, transporte, atractivos, de hospitalidad, etc. Que son proporcionados por diversas industrias.” (García, 2007, p.17)

#### Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo, para que exista el turismo es necesario que el usuario permanezca fuera de su domicilio habitual por un tiempo superior a 24 horas, es decir que debe realizar al menos una pernoctación en un lugar distinto al de su residencia. Por oposición queda definida a la recreación como todos aquellos usos del tiempo libre por periodos inferiores a 24 horas.

#### Turismo

“El turismo es la suma de fenómenos y relaciones que surgen a raíz del desplazamiento y estancia de no residentes, siempre que no mantengan residencia permanente y no estén conectados con actividad lucrativa alguna.” (Lickorish y Jenkins, 2010, p. 50)

El turismo es la forma de pasarla bien cuando se tiene poco de tiempo libre, esto es algo más que salir y conocer, distraerse, divertirse y obtener experiencias para contar a todos los conocidos, cuando las personas realizan esta actividad pone en funcionamiento a muchas personas que brindan servicios desde los simple taxista hasta hoteles y agencias, esta es la industria generadora de empleo, que cuando llega a los pequeños pueblos, a estos los pone en progreso, cuyo efecto es bueno para el desarrollo de la economía de la ciudad de Tulcán, se pondría a consideración como otra opción que genere ingresos aparte del comercio.

#### 2.4.2 Visitante

“Cualquier persona que viaja a un lugar distinto de su residencia habitual durante menos de 12 meses y cuyo propósito principal es cualquiera excepto el de mantener una ocupación remunerada procedente del país visitado.” (Lickorish y Jenkis, 2010, p.55)

##### Visitante

Designa, a los efectos estadísticos, a toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado se divide en dos categorías turistas y excursionistas. (Wallingre y Toyos, 2010, p. 266, 267)

El visitante en si es cualquier persona que viaja a lugares distintos al de su residencia y que la actividad no consiste en mantener ocupación remunerada y que su duración es menor a doce meses.



### 2.4.3 Turista

Toda persona que viaja a un distinto destino del de su residencia habitual por un periodo mínimo de una noche y máximo de un año. (Wallingre y Toyos, 2010, p. 259)

#### Turista

Un turista es una persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia y que al menos pasa una noche y máximo un año.

### 2.4.4 Oferta Turística:

Para muchos la oferta turística es un poco difícil de vender, porque en si el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado es un producto intangible el momento de la compra. El producto que en si es un servicio siempre busca nuevas ideas para captar turistas, esta actividad está en constante evolución. (www.scribd.com)

#### Oferta Turística

Es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado. (Cárdenas, 2010, p.85)

### 2.4.5 Producto Turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, en forma individual o un una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las

necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. (Cárdenas, 2010, p.86)

## Producto Turístico

Para Ángel Barrios el producto es un conjunto de bienes y servicios que están disposición del usuario que sería el turista, se la engloba de esta manera para poder entenderla y comprenderla de mejor manera, los componentes son los siguientes:

### 1) Recursos Turísticos

Se menciona como elementos primordiales de la oferta a los elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas. Estos se dividen en: Sitios Naturales Manifestaciones culturales, Folklore, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas, Acontecimientos programados en fin aspectos que sean pocos peculiares o con diferentes costumbres lo propio de cada zona. (www.scribd.com)

### 2) Atractivos turísticos

Son todos los recursos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica. (www.scribd.com)

Sin los atractivos turísticos no existiría el turismo que es lo que atrae al visitante por lo que hay que mejorar los atractivos y hacerlos más novedosos.

### 3) Planta turística

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Se clasifican en:

- Alojamientos
- Restaurantes

La planta turística son todas las instalaciones y servicios turísticos que prestan servicios al turismo.

#### 4) Servicios complementarios

Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que del sector turismo, tales como:

- Sistema bancario, Servicios de transportes diversos, Servicios de salud, Cabinas de Internet, Comercio en general, Otros. (www.scribd.com)

#### 5) Medios de transporte

Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos, se clasifican en:

- Transporte terrestre
- Transporte acuático
- Transporte aéreo

#### 6) Infraestructura básica

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socio-económico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad tales como:

- Rutas de acceso: redes viales, aeropuertos, terminales, etc.
- Comunicaciones: teléfono, correo, Internet, etc.
- Equipamiento Urbano: servicio de agua y desagüe, alcantarillado y energía eléctrica. (www.scribd.com)

Todos estos elementos se necesitan para el desarrollo del turismo en cualquier lugar, todos deben de estar en buenas condiciones para que el turista regrese.

#### 2.4.6 Atractivo Turístico

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. (Cárdenas, 2010, p. 85)

#### 2.4.7 Planta Turística

Conforma la estructura de producción del sector que comprende los servicios turísticos y las instalaciones y equipos necesarios para producirlos (equipamiento turístico), más los recursos básicos que motivan aquella producción (atractivos turísticos). Además requiere, para poder operar, de una infraestructura ajena a él, consistente principalmente en los sistemas de transporte y comunicaciones. (Cárdenas, 2010, p.85)

La planta turística son todas las instalaciones y servicios turísticos que prestan servicios al turismo.

#### 2.4.8 Demanda Turística

Demanda Turística.- Es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor. Abarca, por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir cubre el mercado actual. (Cárdenas, 2010, p 85)

La demanda son todos los visitantes que de una u otra manera desean conocer otros lugares y que necesitan de servicios para realizarlos.

#### 2.4.9 El Turismo en el Desarrollo

Lickorish y Jenkis en 2010 cita a Erbes que en 1973 afirmo que los países en vías de desarrollo miran hacia el turismo como el maná del cielo, considerando la situación por la que atravesaban, esta les brindaba solución a algunos problemas económicos que tenían. (p 245, 246)

Desde sus inicios el turismo ha sido un sector de crecimiento debido a su dinamismo y sus requerimientos generando así muchas plazas de trabajo que es si emplear a muchas personas

Los principales generadores de turistas son los países desarrollados conforme crece la curiosidad cultural en las personas, crecen los niveles de renta y con esta tendencia todo va en aumento, los países en desarrollo deben asumir la responsabilidad de planificar sus sectores turísticos y asegurar el control y la minimización de las desventajas y fortalecer las ventajas potenciales. (Lickorsh y Jenkis, 2010, p. 246)

Para el desarrollo de turismo se necesita de varios elementos los mismos que sean adecuados y basándose en el tipo de demanda al que será dirigido para que la planta turista sea lo más perfecta no con derroches si no con detalles con propuestas innovadoras para la demanda, iniciar con estudios sobre lo que le gusta al turista potencial para de esta manera fortalecer la oferta y mejorar la situación.

Habrá muchas personas que se resistirán al cambio de una nueva idea que les brinde nuevas oportunidades de salir a flote o que al inicio tengan inconvenientes sea por defecto o por excesos pero con el tiempo poco a poco se perfeccionara podrán concretar sus ideas y crear nuevos proyectos. (Cárdenas, 2009, p. 66)

#### 2.4.10 Turismo Receptor

“Aquel que realizan los no residentes que viajan dentro de otro país”. (Wallingre Y Toyos, 2010, p. 257)

Organización Del Mercado Receptivo Turístico.- La organización del mercado turístico receptor, para que tenga éxito, exige todo un sistema de planificación, ejecución y control de sus actividades, no solo a nivel privado, sino también gubernamental, para que surtan efectos de promoción y de ejecución de las operaciones de venta de la oferta turística, buscando crear el nivel más alto de satisfacción del visitante, que sea compatible con un aceptable nivel de beneficio para el mercado receptor. (Cárdenas, 2010, p. 34)

El patrimonio conjuntamente con los atractivos turísticos, el alojamiento, la alimentación, el transporte, y la programación de otras actividades hacen que exista el mercado turístico receptor de su calidad depende el nivel de agrado hacia el visitante.

#### 2.4.11 Turismo Receptor y Excursionismo

El turismo receptor es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. La finalidad del viaje, incluso, acepta que sea por razones comerciales, estudio, salud, o trabajo, siempre y cuando, en este último caso, el empleo sea temporal. (Boullón. 2009)

La difusión periodística de rivalidades políticas entre uno y otro país o las tensiones sociales y el clima de violencia en los países receptores, unidos a un dólar subvalorado, son causas suficientes para que una persona suspenda un viaje.

Otra parte de la población pasa la frontera porque trabaja en un lado y vive en otro, razón por la cual debe contarse como turista. En turismo lo aconsejable es enriquecer la programación de actividades recreacionales con otras nuevas, las cuales aumenten el gasto de cada visita y hagan crecer el número de veces que anualmente cada persona acostumbra pasar al otro país, aunque siempre se quede el mismo tiempo. (Boullón, 2009)

La posición de cada país en el globo terrestre ejerce efectos positivos en el desarrollo de la actividad turística, el ahorro en los gastos de transporte ayuda a que aumenten visitantes en la ciudad de Tulcán, en muchos países se da este efecto y lo controlan muy bien.

Los adelantos del transporte en el turismo fue definitivo para aumentar la demanda y más en las ciudades cercanas a la frontera, la ciudad de Tulcán debe de gozar con estos privilegios no es la excepción.

La ciudad de Tulcán no es la única que tiene problemas por ser ciudad de frontera, en muchas ciudades de frontera los resuelven para tener más entradas de divisas al país, Tulcán no debe ser la desigual.

#### 2.4.12 Turismo Interno

Es el uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional, por un plazo mayor de 24 horas pero menor de 90 días. Los fines pueden ser diversos con exclusión de cualquier actividad que signifique participar en el mercado de trabajo del lugar o lugares de destino, incluidos viajes de turismo interno, para

vacacionar, los que se realizan por razones administrativas o de salud y parte se motivan en la realización de gestiones comerciales. (Boullón, 2009)

El turismo interno es importante en cada ciudad, se considera que hay que iniciar con lo propio y después desarrolla para atraer turistas del exterior. En la actualidad las nuevas generaciones con la aculturación, las tendencias, las preferencias son diferentes por lo que hay que innovar con nuevos atractivos. La clasificación del turismo en diferentes tipos o segmentos, ha hecho del turismo un área de mayor comprensión para todos aquellos que pretendan ponerlo en práctica y sacarle provecho, esta clasificación permite entender el mercado al que va dirigido el producto turístico.

#### Turismo Interno

El turismo interno implica que personas viajen lejos de su hogar por motivos recreativos o de negocios y se caracteriza por que el viaje se realiza dentro de las fronteras de un país, para la demanda turística existen muchos factores que determinan el turismo como es el dimensionamiento, además el turismo interno conllevará la pernoctación al menos de una noche, de lo contrario será se lo catalogará como excursión debido a que La Unión Internacional De Organizaciones Turísticas Oficiales (UIOTO) en 1968 que hoy en día es la Organización Mundial de Turismo (OMT) mostro acuerdo sobre lo siguiente: Turista es todos los visitantes que pernoctan al menos una noche en el país y excursionista o visitante de un día. (Linkorish y Jenkis, 2010, p. 51,71)

#### 2.4.13 Turismo Cultural

Corresponde a aquella corriente de visitantes que miran museos, monumentos, obras de arte y vestigios arqueológicos, de manera



superficial, y se forman imágenes de los lugares de acuerdo a los pocos valores que visitaron y analizaron. El turismo cultural manejado en forma independiente corre el peligro de llevar a la ruina a muchos inversionistas, para esto se precisa combinarlo con otro tipo de turismo. (Cárdenas, 2010, p.53)

#### Turismo Cultural

El investigador se traslada con fines de observación para constatar expresiones dejadas, apreciar el ciclo a que corresponden y determinar así las épocas y las tendencias, como en el caso de las tendencias, como en el caso de las reliquias rupestres que, al ser analizadas, constituyen la prueba de la existencia de un periodo, de una técnica o de una civilización. (Cárdenas, 2010, p.82)

El turismo cultural es el deseo de aumentar los propios conocimientos o de disfrutar otras emociones artísticas este es la causa por la que muchas personas se desplazan para conocer y enriquecerse.

#### 2.4.14 Turismo de Negocios

Es el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales a través de visitas a empresas participación en exposiciones y otros eventos.

Este mercado, en su variante grupal, incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes.

Por otro lado, las personas, después de asistir a sus eventos programados, se comportan como cualquier turista al momento de utilizar servicios turísticos, generando efectos directos e indirectos en la economía, especialmente en el empleo, divisas e inversiones.

El dinero invertido en la promoción de la ciudad como destino de turismo de negocios tiene un altísimo valor de retorno. (Ramírez, 2006, p.11)

El turista de negocios es el más conveniente y en el que vale la pena invertir para atraerlo, porque tiene varias ventajas sobre el turismo convencional.

La tasa económica que deja es mucho mayor que la de cualquier turista convencional, debido a su alto poder adquisitivo, esta derrama se reparte en varios sectores, desde taxistas hasta en hoteles, restaurantes y prestadores de servicios varios. Normalmente asisten grupos numerosos, a las convenciones pueden llegar hasta 5000 personas. Regula la estacionalidad de la demanda turística por las denominadas temporadas bajas.

#### Turismo de Negocios

El turismo de negocios no es afectado por las estaciones turísticas, los hombres de negocio llegan durante todo el año, generalmente, a las grandes ciudades, que son los lugares propicios para su actividad. Si el turismo de negocios es bien atendido por los operadores de turismo, el país o los operadores conseguirán clientela fija. Atenderlo bien no significa solamente recibirlo con sonrisas y amabilidad. Quiere decir que la infraestructura turística se encuentre adecuada a este segmento del mercado. (Cárdenas, 2010, p.51)

En términos más sencillos este tipo de turismo para los operadores es más sencillo porque corre menor riesgo que otro tipo de turismo como el turismo de playa.

#### 2.4.15 Turismo Urbano

Es aquel que tiene lugar en las áreas urbanas y, por lo tanto, dentro del amplio espectro que esta situación genera, cualquier actividad de tipo turística que se genere dentro de los límites espaciales del territorio catalogado como de uso urbano puede entrar dentro de esta categoría de turismo. Tampoco se considera que el término turismo de ciudad aporta un matiz que ayude a clarificar y acotar mejor el concepto, pues entraríamos en una extensa discusión en torno a si todas las ciudades son susceptibles de desarrollar actividad turística derivada de su propia dotación de atractivos y facilidades. (Nova, 2006, p.21)

#### Turismo Urbano

El turismo urbano es el que se realiza dentro de una ciudad y comprende todas aquellas actividades que realizan los turistas y visitantes durante su estancia en la ciudad.

Existen varias tipologías de turismo urbano y la clave para definir cada tipología son las actividades principales que se realizan.

La primera de ellas son las actividades culturales, abarca visitar monumentos, museos y exposiciones. La característica de los turistas que realizan estas actividades es que poseen un nivel medio-alto cultural y los motivos principales son de enriquecimiento cultural. Algunos de los

museos en otras ciudades tienen precio de entrada mientras que en otros no. (Botero, Ramon, Camaño, & Murcia, 2009)

El Turismo Urbano es nuevo, cuando se nominaba la palabra turismo todos piensan que es conocer lugares de la naturaleza, en la ciudad de Tulcán es aplicable esta clase de Turismo esta posee lugares excelentes para el visitante y aparte de que se puede acoplar e incrementar sitios en la ciudad de Tulcán.

#### 2.4.16 Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo Gastronómico es una nueva opción de aventura, no solo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chef o gourmets, más bien está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias. (es.slideshare.net)

#### Turismo Gastronómico

Se refiere a aquellas personas que viajan para deleitarse con los buenos platos de la cocina internacional. Este turismo adquiere cada día más importancia, razón por la cual los países se está preocupando por mejorar la cocina nacional, para lograr establecer una imagen que pueda incentivar a las personas del buen comer. (Cárdenas, 2010, p. 54)

Este tipo de turismo tiene buena influencia en el desarrollo de los países por que incentiva a conservar su gastronomía y estilizarla.

#### 2.4.17 Turismo para Mejorar la Calidad de Vida

El turismo es un instrumento del tiempo de ocio, y como el ocio ha de ser un instrumento para mejorar la calidad de vida de todos los pueblos.

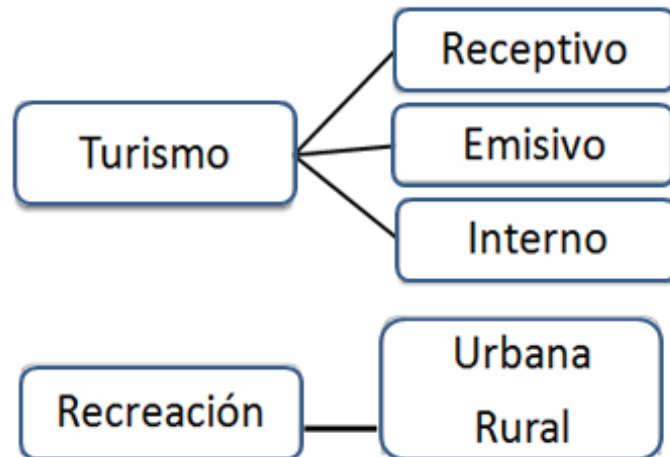
Según la OMT. El profesional tiene que hacer posible la recuperación de todos los espacios y en cooperación con todas las personas, abrir nuevas posibilidades en el propio entorno, así como facilitar su conocimiento y valoración.

Según la OMT “Los monumentos bien conservados, las formas tradicionales de vida y el medio natural intacto atraen a los turistas y los incitan a volver. A su vez los gastos de esos turistas son una motivación económica para conservar la cultura y proteger el medio ambiente en la nación visitada. Por el contrario si los monumentos y el entorno no se conservan debidamente, los turistas dejaran de sentirse atraídos y los beneficios del turismo disminuirán.”

Según la OMT “El turismo mundial puede ser una fuerza vital para la paz mundial y puede constituir la base moral e intelectual de comprensión e interdependencia internacionales y puede contribuir a la implantación de un nuevo orden económico internacional que ayude a eliminar el desnivel económico entre países desarrollados y países en desarrollo”. (Zamorano, 2009, p.41)

Los efectos del turismo en un país cualquiera, conmueven a todos los sectores sea social, económico, cultural, pretendiendo optimizar cada uno de estos.

Grafico 1 Componentes de un definición política del tiempo libre



Fuente: Boullón. R, 2009, p.136

#### 2.4.18 Actividad Turística

Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (Cárdenas, 2010, p. 85)

#### 2.4.19 Análisis de las Actividades Turísticas y Recreacionales

Partiendo de la observación y experiencia se detectó tres variables: a) Especie de la actividad, b) Naturaleza de la actividad y c) estructura de la actividad.

- a) La Especie se refiere a los diferentes tipos en los que puede ordenarse las actividades turísticas. Estos se pueden dividir en cinco categorías: Esparcimiento, Visitas culturales, Visitas a sitios naturales, Deportivas, Asistencia a acontecimientos programados.

- b) La naturaleza de la actividad implica tomar como sujeto de análisis al propio turista o recreacionista para investigar su comportamiento y actitud durante la visita.
- c) Estructura toma dos factores que conducen al conocimiento de la estructura son la intensidad y la distribución. (Boullón, 2009)

#### 2.4.20 Programación de las Actividades Turísticas

Para la programación de las actividades turísticas se necesita de los siguientes elementos:

1. El producto turístico.- se usa para nombrar a la clase de servicios que forman la oferta turística. Dicho producto se descompone en dos partes: primario y derivado.

##### Primario

Es el integrado por los atractivos turísticos y por las actividades turísticas.

##### Derivado

Son los servicios de alojamiento, alimentación y transporte más la información, el cambio de moneda, etc. (Boullón, 2009, p.158)

El atractivo turístico establece las condiciones al desarrollo, todo depende de la condición del atractivo en el que este después están las actividades que demuestran el desarrollo del atractivo, para que el turismo salga a flote es necesario del trabajo en conjunto.

2. El medio físico.- Son los tipos de ambientes o lugares por donde se desplaza el turista y los servicios que consumen durante su viaje como los transportes (larga distancia) y los centros turísticos. (Boullón, 2009, p.158)
  
3. La estructura del programa.- Se necesita de lo siguiente:
  - a) Definición de las actividades.
  - b) Estudio de la naturaleza del usuario.
  - c) Estudio de la especie de la actividad.
  - d) La programación de actividades en los hoteles.(Boullón, 2009, p. 159)
  
4. El armado del programa.- Se debe realizar a partir de cada atractivo considerando su duración de permanencia debido a que los grupos itinerantes no tienen tiempo suficiente, una buena fórmula es tratar que la suma de los programas de un sitio determinado, incluya tres componente: social, cultural, y deportivo.

Es una buena estrategia el combinar los tres aspectos, lo monótono a la larga molesta al visitante. A parte de ofrecerle al turista diversas actividades para su satisfacción, se da a conocer otros aspectos del atractivo visitado que tal vez el turista no conozca por falta de información y se realiza un gran aporte en todos los sentidos.

5. La estrategia de programación.- Se elabora en función del ámbito físico.

En cuanto al transporte se debe de tener en cuenta el medio (avión, autobús, barco) la longitud y tipo de trayecto para decidir qué es lo que va hacer.



6. El resultado del programa de actividades.- manifiesta los siguientes aspectos:

- La imagen del sitio.- En los atractivos naturales y culturales está dada por el atractivo mismo solo basta con poner campañas de promoción.  
Al aumentar el número de actividades, automáticamente se mejora el producto y con ello su competitividad.
- El resultado económico.- Es una consecuencia de lo anterior porque los negocios tradicionales aumentan sus ventas al crecer la demanda y luego porque cada nueva actividad es nuevo negocio lo cual favorece el crecimiento del empleo y el fomento de nuevos empresarios entre la población local. (Boullón, 2009, p. 139, 140)

#### 2.4.21 Programación de las Actividades Recreacionales

Cuadro 2 Programación de las Actividades Recreacionales

1. El Producto	Componente primario (las actividades)	
	Componente derivado (alimentación, transporte e instalaciones)	
2. El medio físico	La ciudad	
	El entorno de la ciudad	
3. La estructura	Naturaleza del usuario (espectador o protagonista)	
	Especie de la actividad	Esparcimiento (Instalaciones comerciales, instalaciones estatales)

		Culturales (en el hogar, en lugares públicos, mixtos)
		Espacios naturales (en la ciudad, en el entorno)
		deportivas (aprendizaje, practica de aficionados)
		Acontecimientos programados (calendario anual, diversidad temática)
4. Composición del programa	Tamaño de la ciudad	
	Cambios climáticos y estacionales	Días laborales
	Niveles de ingresos y grupos etarios	Días feriados
	Especie de actividades	
5. Estrategia	Acción oficial(propias del organismo, con otros organismos, con los clubes, reglamentación de servicios)	
	Acción privada (instituciones sin fines de lucro, empresas)	
6. Resultado del programa	Equilibrio social	
	Equilibrio individual	

Fuente: Boullón, 2009, p.171

#### 2.4.22 Patrimonio

Es lo que se hereda de los padres y de la naturaleza, y lo que queremos heredar a los hijos y a las generaciones futuras.

Es el conjunto de bienes que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen a las sociedades y grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad.

El patrimonio cultural en su conjunto abarca varias grandes categorías:

- El patrimonio cultural material: Está compuesto por todos los bienes culturales que conforman la riqueza del país.

El patrimonio cultural material se clasifica en patrimonio material inmueble y patrimonio material mueble.

- El patrimonio cultural mueble.- Incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro, es decir, objetos como pinturas, cerámicas, orfebrería, mobiliario, esculturas, monedas, libros, documentos y textiles, entre otros.

- El patrimonio cultural inmueble.- Se refiere a los bienes culturales que no pueden trasladarse y abarca tanto los sitios arqueológicos (huacas, cementerios, templos, cuevas, andenes) como las edificaciones coloniales y republicanas.

- El patrimonio cultural subacuático (restos de naufragios, ruinas y ciudades sumergidas, etc.)

Dependiendo de la época en que fue creado, el patrimonio mueble como inmueble se divide en dos grandes categorías: patrimonio arqueológico, que son los bienes culturales provenientes de la época prehispánica; y patrimonio histórico, que son aquellos fechados a partir de la colonia.

- El patrimonio cultural inmaterial (tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc.)
- El patrimonio natural.- Es el conjunto de elementos naturales con valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia y la conservación o de la belleza natural; es el hábitat de especies animales y vegetales y fuente de vida y recursos para la humanidad.

Como legado de la naturaleza y producto de la construcción colectiva de los pueblos a lo largo de su historia, el patrimonio se caracteriza por la riqueza de su diversidad y por la complejidad de valores. Su deterioro o pérdida menoscaba su diversidad, no solo del país, sino de todos los pueblos del mundo.

- Sitios naturales que revisten aspectos culturales como los paisajes culturales, las formaciones físicas, biológicas o geológicas, etc.
- El patrimonio en situaciones de conflicto armado.

Los patrimonios son la base fundamental para el desarrollo de la nación, como fuente de riqueza, como elemento sustantivo de soporte de su identidad, como punto de partida de un diálogo social para vislumbrar un porvenir común.

No requieren de la contemplación, sino de conductas y prácticas vitales, de sujetos con historia y futuro, de una visión holística e integral orientada a convertir a los patrimonios natural y cultural en elementos indispensables para el ejercicio de los derechos fundamentales, el mantenimiento de la identidad nacional y el desarrollo sostenible.

Una manera de deducir el patrimonio en su totalidad es comprendiendo su clasificación para poder perfeccionarlo y regenerarlo, en la ciudad de Tulcán el patrimonio cultural material inmueble existen construcciones distinguidas que conveniente hay que mostrar al público. ([www.ministeriopatrimonio.gob.ec](http://www.ministeriopatrimonio.gob.ec))

#### 2.4.23 Patrimonio Turístico

Es la disponibilidad mediata o inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura. (Cárdenas, 2010, p.85)

#### 2.4.24 Código Global De Ética Para El Turismo

El Código de los 10 principios ampliamente cubre los componentes económicos, sociales, culturales y ambientales de los viajes y el turismo:

Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y respeto mutuo entre los pueblos y las sociedades.

Artículo 2: El turismo como instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.

Artículo 4: El turismo, un usuario del patrimonio cultural de la humanidad y contribuir a su mejora.

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades.

Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

Artículo 7: Derecho al turismo.

Artículo 8: La libertad de movimientos turísticos.

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y los empresarios de la industria del turismo.

Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (OMT, 1998)

## **2.5. IDEA A DEFENDER.**

Con la identificación de actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, se desarrollara itinerarios turísticos que contribuya al desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán.

## **2.6. VARIABLES.**

Variable Dependiente: Desarrollo del turismo.

Variable Independiente: Actividades turísticas.

### **III. METODOLOGÍA.**

#### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

##### **3.1.1 Investigación Cualitativa**

Se utiliza cuando existe la necesidad de trascender y profundizar en los fenómenos en estudio y hacerlo en el medio donde estos ocurren. El proceso de investigación cualitativa se realiza cuando existen vacíos del conocimiento, o sea, cuando se sabe poco de un fenómeno, una experiencia o un concepto (Pineda, 2008, p.102)

Se usara este tipo de investigación para obtener buena información, aumentar la calidad además este es el proceso interpretativo y ayuda a la investigación a realizar.

#### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

##### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

Busca especificar propiedades, las características y aspectos importantes de cualquier fenómeno que se somete a análisis (Gómez, M, 2008, p75)

Se utiliza este tipo de investigación porque permite recoger información de manera independiente y conjunta sobre los conceptos a los que se refiere.

##### **3.2.2 Investigación Explicativa**

Las investigaciones explicativas son más rigurosas y complejas que las demás clases de estudio, además de proporcionar un sentido al fenómeno que hace referencia. (Gómez, 2008, p.77)

### 3.2.3 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema.

Se utiliza este tipo de investigación debido a que permite recolectar la información documental y poder cumplir con el primer objetivo.

### 3.2.4 Técnicas

#### 3.2.4.1 *Encuesta*

La encuesta consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. (Pineda, Alvarado, 2008, p.148)

#### 3.2.4.2 *Observación Cualitativa*

Es una técnica de recolección de datos que tiene como propósitos explorar y describir ambientes. (Hernández, Fernández, Baptista, 2004)

## **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.**

### 3.3.1 Población

La población o universo es el grupo de elementos en el que se generalizaran los hallazgos. (Pineda. E, 2008, p120)



La población que se tomó como referencia para la ejecución del proyecto son las personas que se registraron al ingresar al Ecuador por el departamento de migración.

### 3.3.2 Muestra

Es el subconjunto o parte del universo o población en que se llevara a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos al todo. (Pineda. E, 2008, p.121)

Para la obtención de datos mediante el método de campo se utilizó la denominada muestra, se necesita un grupo de personas que se determinara mediante la fórmula de la muestra, a los mismos que se les realizara las respectivas encuestas y entrevistas.

$$n = \frac{Nd^2z^2}{(N-1)E^2 + d^2z^2}$$

**DONDE:**

$$n = \text{muestra} = ?$$

N= Población =187.870

$d^2 = 0.5$

E= error = 0.04

Z= nivel de confianza 95%= 1.96

$$n = \frac{((187.870)(0,5^2)(1,96^2))}{((187.870-1)(0,04^2)+(0,5^2)(1,96^2))}$$

$$n = \frac{(46961,5)(3,8416)}{(300,5904 + 0,9604)}$$

$$n = 383$$

Se elaboró de acuerdo al cálculo de la muestra un total de 383 encuestas a los visitantes en la ciudad de Tulcán.

### 3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Cuadro 3 Operacionalización de Variables

IDEA A DEFENDER	VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	CATEGORIA	INDICADOR	ITEMS	TECNICAS
Con la identificación de actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, se desarrollara itinerarios turísticos que contribuya al desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán.	VD: Desarrollo del turismo	Es la provisión o el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista. También puede incluir los efectos asociados tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Wallingre y Toyos, 2010, p. 86)	Actividades turísticas	Compras	85% de los visitantes	¿Qué le motivo visitar la ciudad de Tulcán? ¿Cuándo viaja le gusta ir?	Encuesta
				Cultura	50% de los visitantes		
				Gastronomía	60% de los visitantes		
				Iglesias	30% de los visitantes		
				Familia	60% de los visitantes		
				Aventura	20% de los visitantes		
				Naturaleza.	40% de los visitantes		

			Aprovechamiento de recursos	Naturales Culturales	50% de los recursos naturales y culturales beneficiados	¿Qué actividades prefiere? ¿Qué temporada prefiere para viajar a la ciudad de Tulcán? ¿A través de que medio conoció la ciudad de Tulcán?	Encuesta
			Economía Local	Alojamiento Alimentación Servicio de Transporte	60% de los establecimientos	¿Qué tipo de alojamiento utiliza es utilizado durante su estancia? ¿Medio de transporte utilizado? ¿Tu presupuesto total al viajar es? ¿Cuál es su gasto medio por día?	Encuesta

	VI: Actividades turísticas	Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (Cárdenas, 2010,p.85)	Compras	Compras	85% de los visitantes	¿Qué lugares conoce en la ciudad de Tulcán? ¿Cuánto tiempo durará su estancia y recorrido e este lugar? ¿Cuáles son las actividades complementarias que realiza?	Encuestas
			Cultura	Cultura	50% de los visitantes		
			Gastronomía	Gastronomía	60% de los visitantes		
			Iglesias	Iglesias	30% de los visitantes		
			Familia	Familia	60% de los visitantes		
			Aventura	Aventura	20% de los visitantes		
			Naturaleza.	Naturaleza.	40% de los visitantes		

			Sitios turísticos	Museo German Bastidas Vaca, Las Canoas, Balneario Los Tres Chorros, Cementerio José María Azael Franco, Parque Isidro Ayora, El Obelisco, Iglesia La Catedral, Iglesia San Francisco, Casa de Aduanas, Teatro Lemarie, Parque de la Independencia.	80% de la información de los sitios turísticos recogida	Observación	Fichas de observación Fichas de atractivo de recursos
--	--	--	-------------------	--	---	-------------	---

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### **3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.**

Para la realización de la investigación se procedió a cumplir con el primer objetivo indagando en fuentes secundarias como datos publicados en revistas, tesis, censos, páginas de internet que contenían información referente al turismo, actividades y el desarrollo del turismo. Toda la información recolectada fue organizada, seleccionada y analizada para fundamentar teóricamente los conceptos básicos.

Con la recolección de información realizada procede a las salidas de campo donde inicialmente se fortalecerá con la información proporcionada por departamento de migración, quien facilitara datos para la población de posibles encuestados y de allí se obtuvo una muestra a los cuales se les aplico la encuesta.

Con toda la información recolectada se analizó, comparo y se obtuvo las conclusiones de donde se propuso estrategias para el mejoramiento del desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán, para poder proponer esta estrategia se basó en la información recolectada.

#### **3.5.1 Datos Generales de la Ciudad de Tulcán**

##### *3.5.1.1 Población del Cantón Tulcán*

Según la información del censo de población del INEC del 2010 la población Cantonal es de 86.498 habitantes.

### 3.5.1.2 Ubicación y Superficie

Se halla ubicado al norte de la provincia del Carchi a 00° 44' de latitud norte y 77° 43' de longitud occidental, a una altura de 2.955 msnm, con una superficie territorial de 1,828.17Km<sup>2</sup>. (www.inec.gob.ec (CPV), 2010)

### 3.5.1.3 Límites

Norte: República de Colombia.

Sur: Cantones Montufar, Huaca, Espejo y Mira.

Este: Provincia de Sucumbíos.

Oeste: Provincia de Esmeraldas

Fuente: ([www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec))

### 3.5.1.4 Reseña histórica del Cantón Tulcán.

Tulcán se asienta hoy en lo que fue territorio de la nación Pasto, esta zona fue rica en culturas preincaicas como la Tuza, Huaca, Tuncahuán, Capulí, negativo del Carchi y Pasto. Tulcán fue resultado de reducción de dos pueblos aborígenes por parte de los españoles en el siglo XVI, reagrupando las poblaciones de Tulcanquer y Taques para facilitar su adoctrinamiento y se asentaron alrededor de la plaza central y su iglesia se asegura en el libro de Ponce de León de 1582.

Tulcán fue reconocido como Cantón el 11 de abril de 1851. Ha venido transformando sus estructuras sociales, culturales, económicas, urbanísticas, etc. sufriendo modificaciones a lo largo de estos casi 154 años de existencia cantonal. Los datos más próximos permiten deducir que la ciudad de Tulcán en el año 1900 tenía ocupando apenas doscientos cincuenta casas. No había el transporte motorizado y la ciudad ocupaba seis hectáreas de las doscientas actuales. Hoy, cuando se ha sobrepasado el año 2000, Tulcán presenta características muy diferentes: modernas construcciones, calles en su mayor

parte adoquinadas, todos los servicios básicos y una amplia infraestructura hotelera. (Revista Especial La Nación, 2011, p.15)

#### *3.5.1.5 Etimología*

La palabra Tulcán es apocope de Tulcanquer, antiguo pueblo de los aborígenes pastos. Para otros, de la palabra Hulcán en idioma de Yucatán (idioma Maya) significa “guerrero”. También viene del idioma Nahua “Tul” (hombre) y “ca” (Soldado, guardián o guerrero), todos concluyen que Tulcán es un pueblo donde habitan los guerreros o cuidados por guerreros.

Su gente se caracterizó por ser valerosa e indomable; poseedora de su propia lengua y administración económica. La cultura Pasto trabajó en la decoración negativa en cerámica y su sistema de casas redondas con techo cónico denominadas bohíos

El 11 de abril de 1851, Tulcán fue elevado a la categoría de Cantón mediante decreto de la Convención Nacional que dispuso la erección de un nuevo Cantón en la provincia de Imbabura con la denominación de San Miguel de Tulcán.

#### *3.5.1.6 Rasgos Culturales del Cantón Tulcán*

En su gran mayoría, el cantón Tulcán está constituido por población blanco-mestiza, asentados en la zona urbana y cabeceras parroquiales. También es significativo el grupo indo-mestizo que se encuentra asentado principalmente en las zonas rurales de las parroquias Maldonado, Chical y Tobar Donoso y que mantiene rasgos culturales indígenas. Existe un grupo étnico reducido en número de la cultura Awá-Coayquer que habita al occidente de la Provincia en la zona baja y ocupa en parte territorio del Cantón; también existe una colonia afro-ecuatoriana que habita en la parroquia Tobar Donoso. Su gente lleva la herencia del cacique Tulcanaza y de sus Pupos, valerosos guerreros que



llevaron siempre a la patria en el corazón; identificados por su amabilidad, sencillez, sinceridad, rebeldía y coraje, cualidades que se mantienen vigentes en los tulcaneños.

### 3.5.1.7 Accesibilidad

Las vías de acceso de entrada y salida hacia la ciudad de Tulcán son de tipo terrestre y aéreo. La vía denominada Ibarra- Tulcán con las constantes modificaciones se encuentra en perfectas condiciones, la vía Tulcán – Rumichaca se encuentra en buenas condiciones considerando que hay proyecto de ampliación a cuatro carriles de la misma, la vía Rumichaca – Tulcán con las últimas modificaciones se encuentra en buenas condiciones, todas las vías antes mencionadas son asfaltadas y de primer orden.

El acceso por vía aérea se habilito con la reapertura del aeropuerto Luis A. Mantilla desde Abril del 2012 el aeropuerto está en buenas condiciones con una frecuencia diaria.

### 3.5.1.8 Organización Política

Cabecera Cantonal.- Tulcán

Cuadro 4 Organización Política Tulcán

Parroquias Urbanas	González Suárez Tulcán
Parroquias Rurales:	Urbina El Carmelo Tufiño Chical Maldonado Tobar Donoso

	Piöter Santa Martha de Cuba Julio Andrade
--	---

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: ([www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec))

La investigación se realizó en las Parroquias Urbanas, González Suárez y Tulcán

#### *3.5.1.9 Paisaje Natural*

La ciudad de Tulcán fue construida en sentido longitudinal de Sur a Norte, es circundada por dos ríos El Rio Bobo y El Rio Tajamar, la cuenca del Rio Carchi es el límite fronterizo entre Ecuador y Colombia , cuando el rio Carchi pasa al otro lado vecino toma otro nombre denominándolo Rio Guaytara, en la ciudad se encuentra el cónsul de Colombia en Ecuador, el consulado es la oficina de servicio exterior del Estado Colombiano que se encargan de asistir y velar por los intereses de los connacionales que se encuentran fuera del país.

#### *3.5.1.10 Actividades Económicas*

Tulcán es la ciudad dependiente de los comerciantes colombianos. La economía en la ciudad de Tucán se basa principalmente en el comercio debido a su ubicación fronteriza con el país vecino de Colombia, la afluencia hacia la ciudad es variable, depende de los cambios de moneda, en si los dos pueblos somos interdependientes de esta actividad.

Las industrias lácteas ocupan otro lugar importante en la economía, pues distribuyen a nivel local y regional. La ciudad de Tulcán es el centro del comercio debido a que es la cabecera cantonal, todos los pobladores que cultivan sus productos como los agricultores venden sus productos en los

diferentes mercados que existen en la ciudad como es: Mercado Sur, San Miguel, Eloy Alfaro.

El comercio es más intenso los días jueves y domingos considerados días de feria. El Mercado más visitado es el Popular que se localiza en el centro de la ciudad, en él se pueden encontrar prendas de vestir de toda calidad y variedad, su atención es desde tempranas horas en la mañana hasta media tarde.

#### *3.5.1.11 Tradiciones y Costumbres*

En cada región y provincia ecuatorianas podemos encontrar significativas prácticas culturales en torno a la actividad alimentaria, según su historia, ubicación, su producción agrícola y tradición popular. Algunos sitios de la ciudad de Tulcán son la expresión de tiempo pasado por que se conservan las tradiciones y costumbres. Muy reconocido e infaltable es el monumento al pupo.

Símbolo de Valentía y gente aguerrida, detrás de él guarda mucha historia del pueblo y de la gente.

#### Folklore

Artículos decorativos, trabajos tallados en madera, sacos de lana de oveja, Cobijas en telares manuales.

En el pueblo se atesoran muchas tradiciones como son los juegos tradicionales que desde el más chico que puede jugar a las bolas con canicas, hasta adultos que puede jugar la Pelota nacional. Existen muchos juegos como:

Cuadro 5 Juegos Tradicionales

El coge pollo	El salto de la sogá
La guerra	La guaraca
El hombre negro	Los tillos
La cometa	La pájara pinta
El palo encebado	Los huevos de gato
Las bolas (canicas)	La pelota nacional
El trompo bailarín	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Museo German Bastidas Vaca

Muchos de estos se dan a conocer en el Museo Casa de la Cultura como costumbres de esta tierra.

### Festividades

Algo que no debemos pasar por alto son las festividades de Año Viejo en donde se elaboran muñecos rellenos de aserrín con una careta y los ubican en un escenario donde además les colocan los populares testamentos.

En el mes febrero como es costumbre se realizan los carnavales, donde se realiza el pregón, participan instituciones educativas, organizaciones e instituciones públicas y privadas con diferentes esquemas que hacen a estas festividades muy amenas para la población.

Debido a que la ciudad de Tulcán es la cabecera cantonal, en ella se realizan varios festejos como es el 9 de Abril donde se realiza el Pregón de la confraternidad y el 11 de Abril el desfile cívico militar, en estos actos participan las instituciones gubernamentales, educativas, militares y en muchas ocasiones

invitados especiales, en la noche se realizan presentaciones de grupos artísticos en conmemoración de un año más de cantonización.

Otra de las costumbres es la conmemoración del día de los Difuntos, es un acto de mucha significación en la religión Católica. Para su celebración, familiares y residentes fuera de la ciudad regresan a su tierra natal para recordar a sus seres queridos en unidad familiar.

No puede faltar la anticipada visita al Cementerio José Azael Franco de la ciudad para el arreglo de las tumbas y como es costumbre en estas fechas la elaboración del pan de finados en donde se hace borreguitos, muñecas, coronas de mazapán acompañados de la colada morada, esto es una tradición gastronómica que se consume en el Ecuador cuando se recuerda a la muerte.

Otra de las festividades es la Semana Santa es la conmemoración anual cristiana de la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesús de Nazaret. Da comienzo el Domingo de Ramos y finaliza el Domingo de Resurrección, La Semana Santa va precedida por la Cuaresma, que finaliza en la Semana de Pasión donde se celebra la eucaristía en el Jueves Santo, se conmemora la Crucifixión de Jesús el Viernes Santo y la Resurrección en la Vigilia Pascual durante la noche del Sábado Santo al Domingo de Resurrección. Estas son festividades que a la mayoría de la población rige desde hace muchos años atrás.

Una de las festividades relevantes es la Navidad, esta es muy importante para la iglesia católica que se conmemora el nacimiento de Jesucristo en Belén el 25 de Diciembre, esta es una fecha netamente familiar y religiosa en estas fechas se preparan arreglos en las casa y en los parques de la ciudad. (<http://ecuatorianisimo.blogspot.com>)

## Comida Típica

La gastronomía es muy importante en la vida de los pueblos, es tradición año tras año, algunas ciudades se destacan por sus comidas típicas y más cuando el turista saborea la comida, la cultura que de generación en generación a pasado hasta estos días.

Cuadro 6 Comida Típica

Entradas
Empanadas con café de chuspa
Tortillas de tiesto
Humitas
Quimbolitos
Pan de cuajada, maíz
Mote con chicharrón
Cosas finas
Sopas Y Caldos
Caldo de patas
Caldo de gallina
Morocho con sal
Arroz de cebada
Platos Típicos
Cuy asado con papas
Fritada
Trucha frita
Churrasco
Hornado pastuso
Entremeses
Habas cocinadas
Choclos con queso

Canguil de sal
Papas asadas con tripa misqui
Postre
Canelazo
Jugo de taxo, tomate, mora
Hervidos de sunfo
Puntas
Cumbalazo
Morocho con leche
Dulce de tomate, chilacuan, higos.
Rompopo
Cuajada con miel
Champuz
Espumilla

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Museo German Bastidas Vaca

Toda la gastronomía de esta tierra es única por su sazón y más aún por todo el cariño con que es preparado. Todos estos platos típicos los podemos encontrar en los mercados de la ciudad y locales particulares en la calle sucre como en la calle bolívar desde tempranas horas de la mañana.

El mercado San Miguel, Eloy Alfaro, y el Central poseen la zona de comidas en donde podemos encontrar esta gran variedad para todo gusto. En la actualidad El mercado San Miguel está siendo remodelado por el actual gobierno municipal de Tulcán, el mercado central recientemente se inauguró debido a que se estaban realizando cambios de estructuras en el mismo, hoy cuenta con excelentes servicios, estructuras y atención todo esto se lo hace para prestar mejor servicio a la ciudadanía y al público en general.

### 3.5.2 Diseño de la Encuesta

El objetivo de la encuesta es identificar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, utilizando como medio de recolección una serie de preguntas referentes a recursos cultural, natural, económico, gastronómico, los servicios turísticos utilizados y las características del visitante como género, edad y su procedencia.

Con este banco de preguntas el encuestador se traslada hacia los lugares aleatorios considerando la afluencia de turistas, sitios de interés turístico y también días de entre semana y feriados. Con estas condiciones se traslada, se contacta con un número detallado de visitantes que forman parte de la muestra con el fin de recoger sus opiniones referentes al objetivo de la encuesta.

Las respuestas obtenidas en este proceso son anónimas, se utilizan de forma agregada sin referencias individuales de ningún tipo.

## 3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

### 3.6.1. Análisis de resultados.

#### 3.6.1.1 Análisis de resultados encuestas

Tabla 1 Identificación Lugar de Procedencia

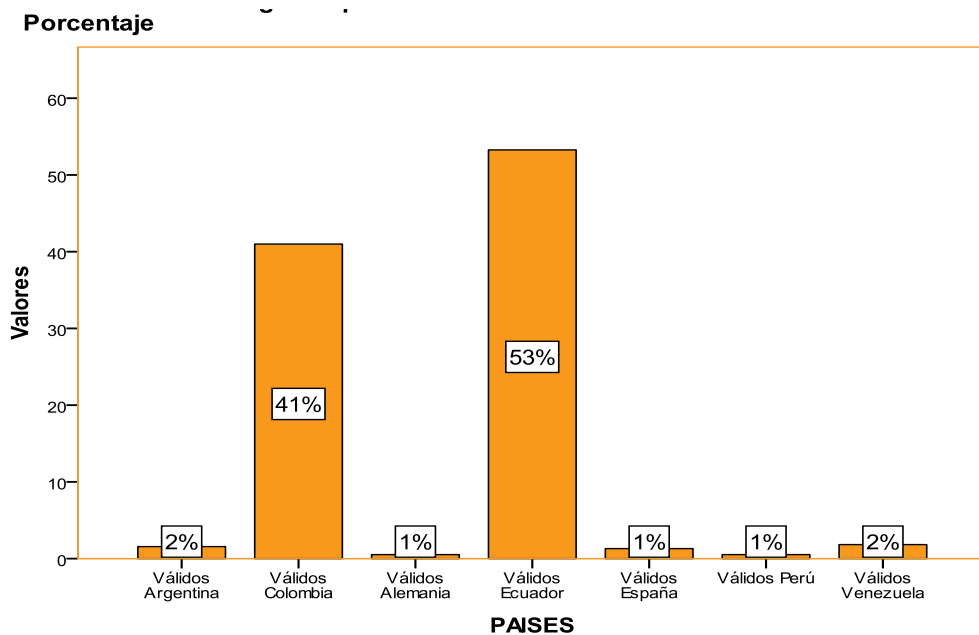
Lugar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Argentina	6	1.6	1.6	1.6
Colombia	157	41.0	41.0	42.6
Alemania	2	.5	.5	43.1
Ecuador	204	53.3	53.3	96.3



España	5	1.3	1.3	97.7
Perú	2	.5	.5	98.2
Venezuela	7	1.8	1.8	100.0
Total	383	100.0	100.0	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 2 Identificación Lugar de procedencia



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

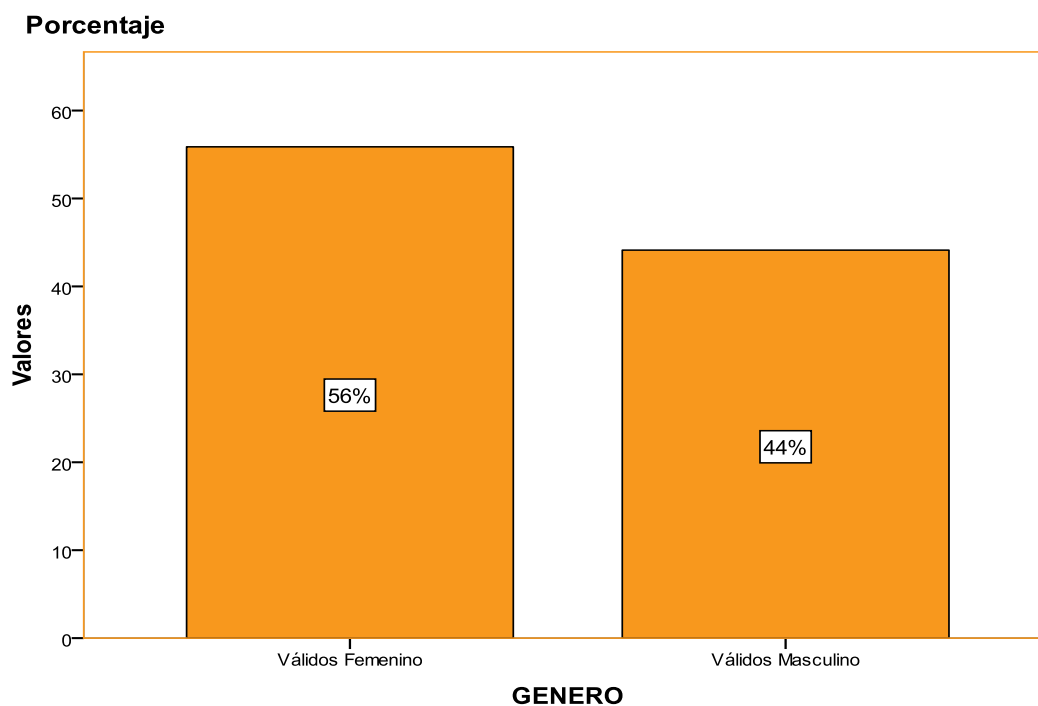
Los visitantes de la ciudad de Tulcán son de diversos mercados emisores, notándose mayor afluencia del turista interno, seguido por personas tanto de América del Sur como de Europa.

Tabla 2 Identificación de Genero

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Femenino	214	55.9	55.9	55.9
Masculino	169	44.1	44.1	100.0
Total	383	100.0	100.0	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 3 Identificación de Género



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

Desde que se inició la lucha por la igualdad de género para el mejor bienestar de la mujer, el tiempo y otros procesos van logrando los objetivos, mejorando así las relaciones de género y el cumplimiento de sus derechos, hoy

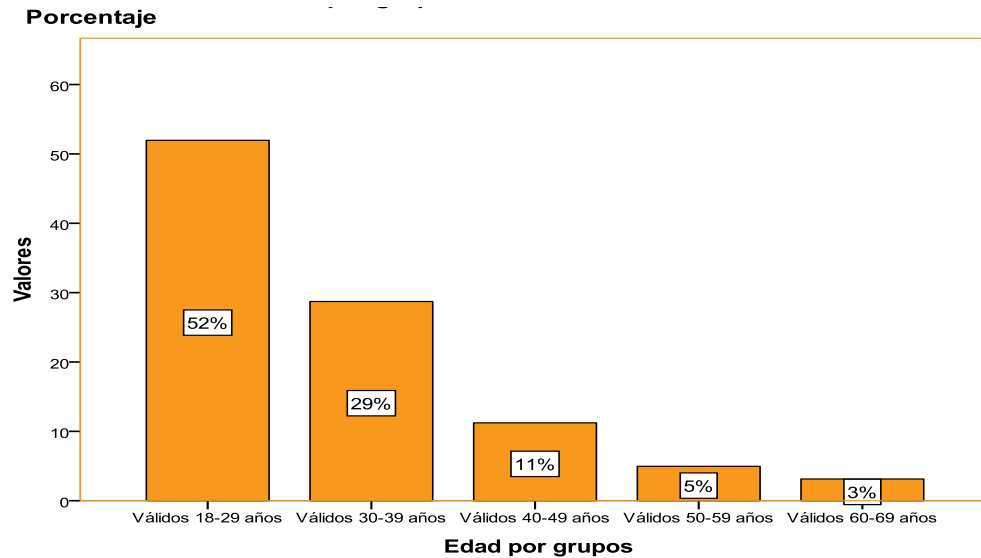
fundamentalmente la mujer se despeña líberamente notándose así su afluencia hacia este destino.

Tabla 3 Identificación Edad por Grupos

Edad por grupos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
18-29 años	199	52.0	52.0	52.0
30-39 años	110	28.7	28.7	80.7
40-49 años	43	11.2	11.2	91.9
50-59 años	19	5.0	5.0	96.9
60-69 años	12	3.1	3.1	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 4 Identificación Edad por Grupos



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

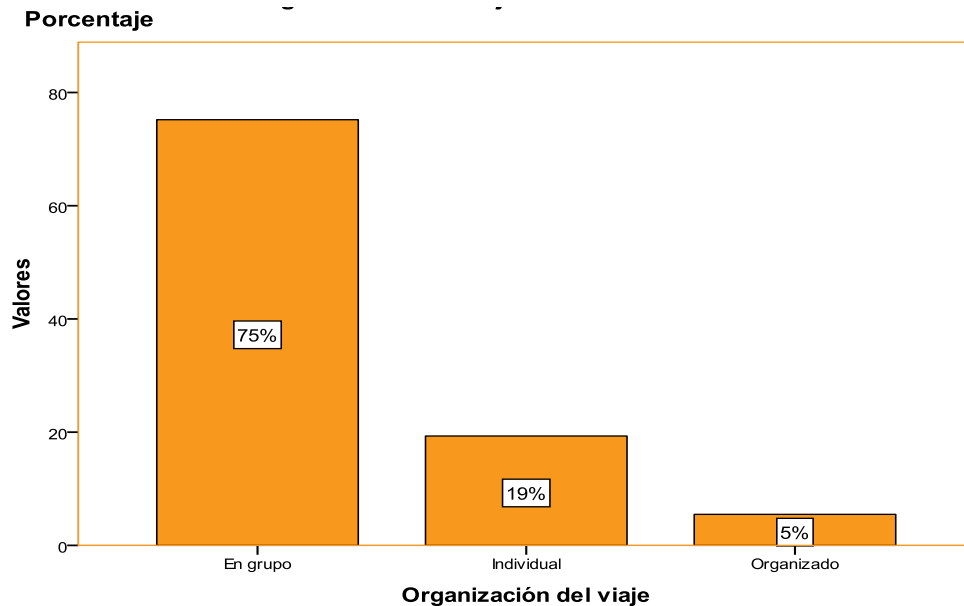
Muchos aplicados al turismo señalan que el sectorizar a la demanda por edades es mejor para la conducción de los mismos, las personas de la edad adulta temprana mantiene gran potencial para el desarrollo intelectual, emocional e incluso físico por lo que buscan ampliar sus conocimientos.

Tabla 4 Identificación Organización del Viaje

Organización del Viaje	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
En grupo	288	75.2	75.2	75.2
Individual	74	19.3	19.3	94.5
Organizado	21	5.5	5.5	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 5 Identificación Organización del Viaje



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

Según las técnicas de diagnóstico e investigación turística, el viaje se lo puede organizar de diferentes maneras, como son los viajes en grupo que conllevan varios beneficios, entre estos los descuentos que se obtienen en la mayoría de servicios; el viaje programado de manera solitaria es otra forma de organizar el viaje, en este desarrolla más aptitudes sociales que muy pocos se lo pueden dar, en este último el turista debe de ser capaz de planificar muy bien sus actividades para aprovechar el disfrute de su viaje como turista.

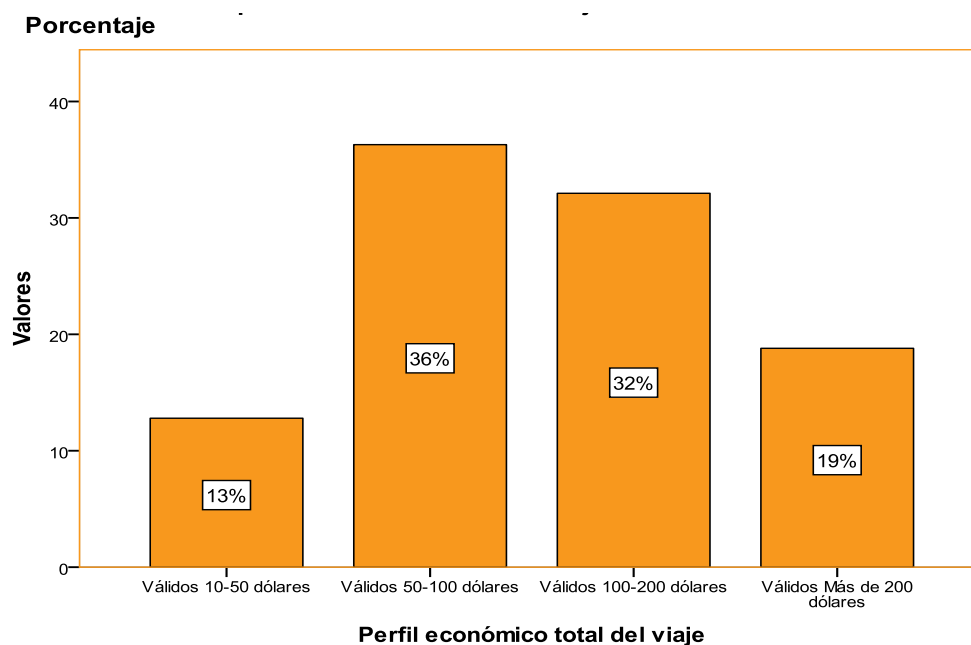
Tabla 5 Identificación Perfil Económico Total del Viaje

<b>Perfil Económico total del viaje</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
10-50 dólares	49	12.8	12.8	12.8
50-100 dólares	139	36.3	36.3	49.1
100-200 dólares	123	32.1	32.1	81.2
Más de 200 dólares	72	18.8	18.8	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 6 Identificación Perfil Económico Total del Viaje



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

El Ecuador ha experimentado un gran proceso económico desde el 2007 las mejoras se pueden ver en los sectores sociales con la implementación de una nueva política, con tratos equitativos e igualitarios para todos estos sectores, todas estas acciones permiten a la población proyectarse hacia sus horizontes y tener un estilo de vida diferente.

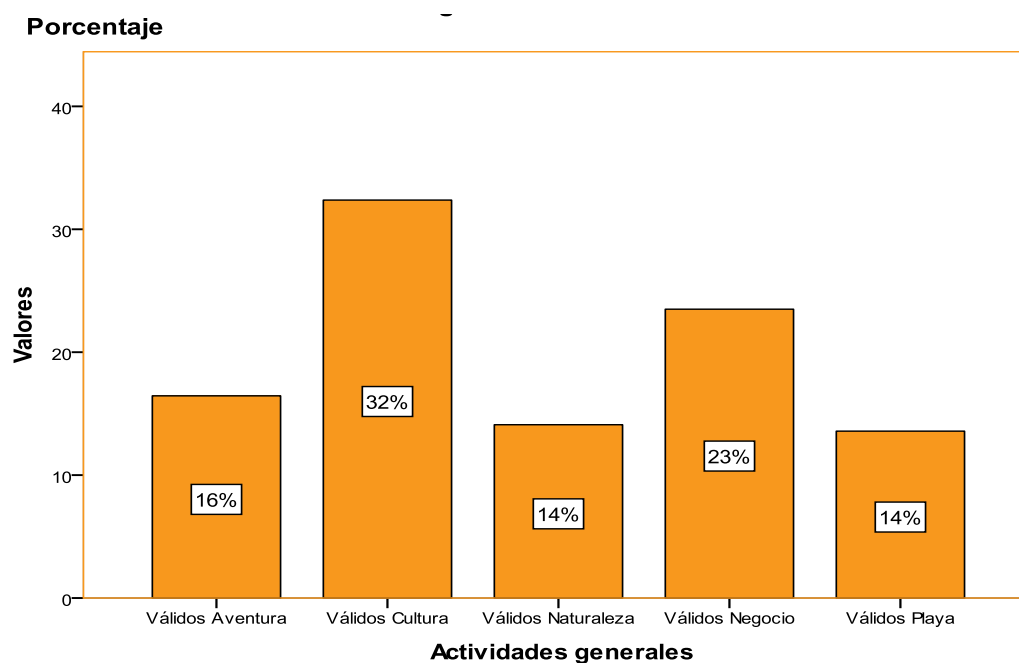
Tabla 6 Identificación Actividades General

Actividades Generales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aventura	63	16.4	16.4	16.4
Cultura	124	32.4	32.4	48.8
Naturaleza	54	14.1	14.1	62.9
Negocio	90	23.5	23.5	86.4
Playa	52	13.6	13.6	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 7 Identificación Actividades General



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

Las motivaciones de las personas que realizan un viaje son variadas, la cultura esta como principal actividad turística, luego está el aspecto del negocio seguido por la aventura, la naturaleza y la playa. Estos aspectos son importantes como oferta turística de la ciudad que es la de destacar la cultura que posee, sin olvidar que el negocio de los lugareños que invierten en esta actividad para el turista tiene su fuerte debido a la posición limítrofe de la ciudad.

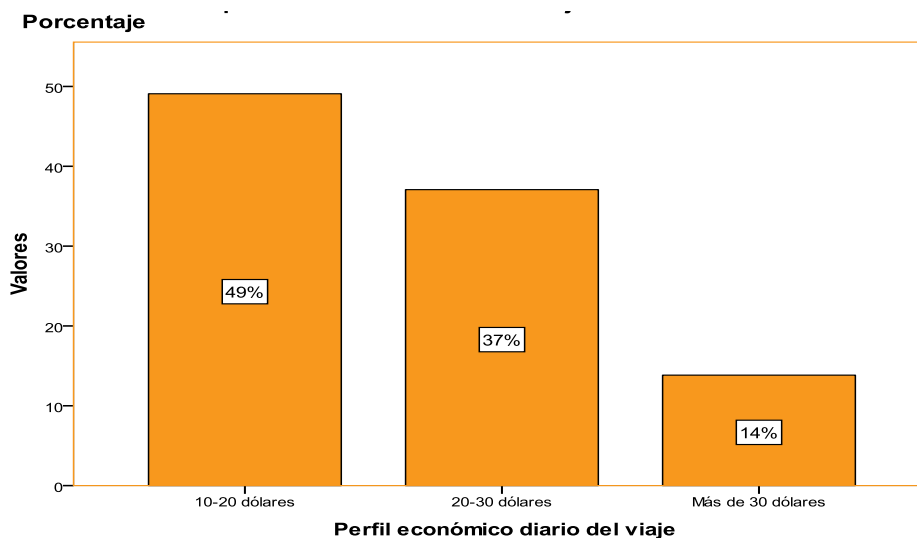
Tabla 7 Identificación Perfil Económico Diario del Viaje

Perfil Económico Diario del viaje	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
10-20 dólares	188	49.1	49.1	49.1
20-30 dólares	142	37.1	37.1	86.2

Más de 30 dólares	53	13.8	13.8	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 8 Identificación del Perfil Económico Diario del Viaje



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

Desde el año 2007 el Ecuador ha pasado por varios cambios en su economía, dando a la población nuevas oportunidades de inversión económica y la posibilidad de crear nuevos negocios. La ciudad de Tulcán como parte de estudio es una localidad comercial a simple vista, por ser el límite con Colombia, muchos de los visitantes se ven atraídos por esta actividad lo que genera en los pobladores ingresos para el sustento familiar.

Tabla 8 Ha Visitado anteriormente la Ciudad de Tulcán

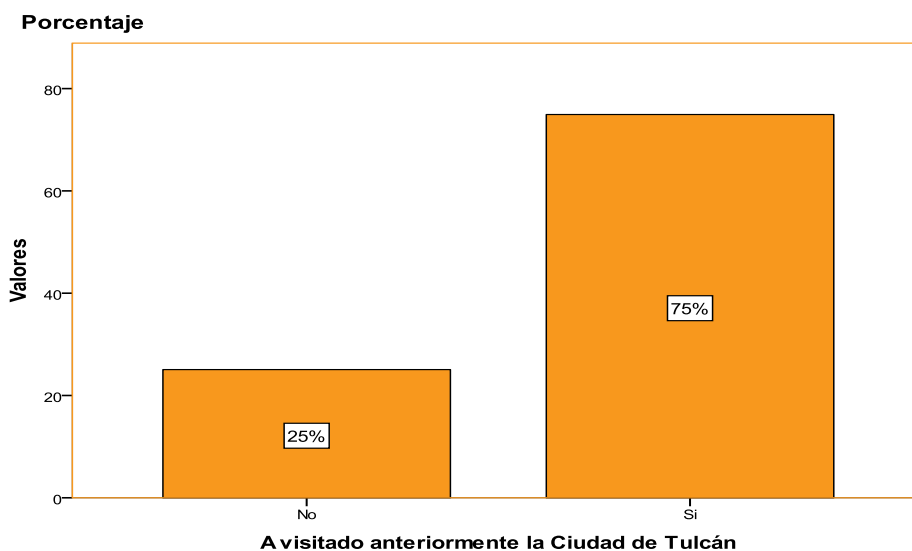
Ha visitado anteriormente la ciudad de Tulcán	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
No	96	25.1	25.1	25.1
Si	287	74.9	74.9	100.0



Ha visitado anteriormente la ciudad de Tulcán	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
No	96	25.1	25.1	25.1
Si	287	74.9	74.9	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 9 Ha visitado anteriormente la Ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

El desarrollo del turismo en una localidad, se da paulatinamente y más aún si es un sitio urbano, cabe recalcar que en este sitio se encuentra un atractivo de gran popularidad como es el cementerio, pero aún no se encuentran los mecanismos para desarrollar el potencial en la ciudad, y los gobiernos actuales poco a poco contribuyen a este desarrollo, algo muy importante son la AA.VV. y TT.OO. quienes se encargan de ofrecer los destinos, con la nula promoción de este lugar, difícilmente las personas extranjeras tendrán noción del lugar. La

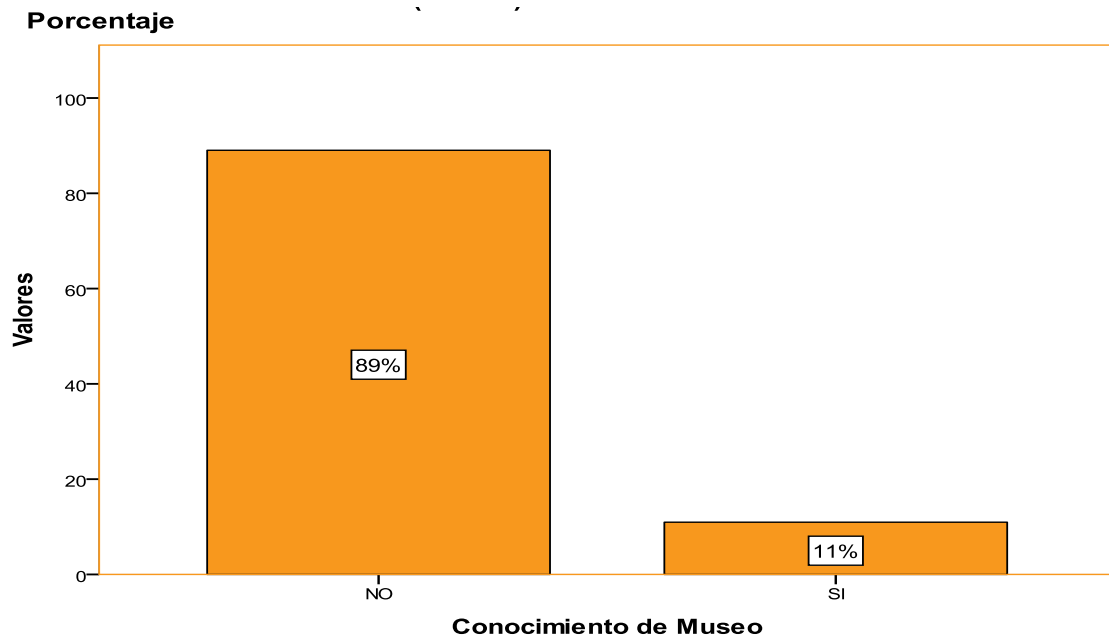
mayoría de las personas conocen el lugar porque de pasada les mostraron o miran en la TV los conflictos que existen.

Tabla 9 Conocimiento del Atractivo (Museo)

Conocimiento de Museo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
	341	89.0	89.0	89.0
	42	11.0	11.0	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 10 Conocimiento de Atractivo (Museo)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

Las empresas turísticas no tienen como oferta este sitio y además al ser una ciudad limítrofe esta actividad no es tan visible.

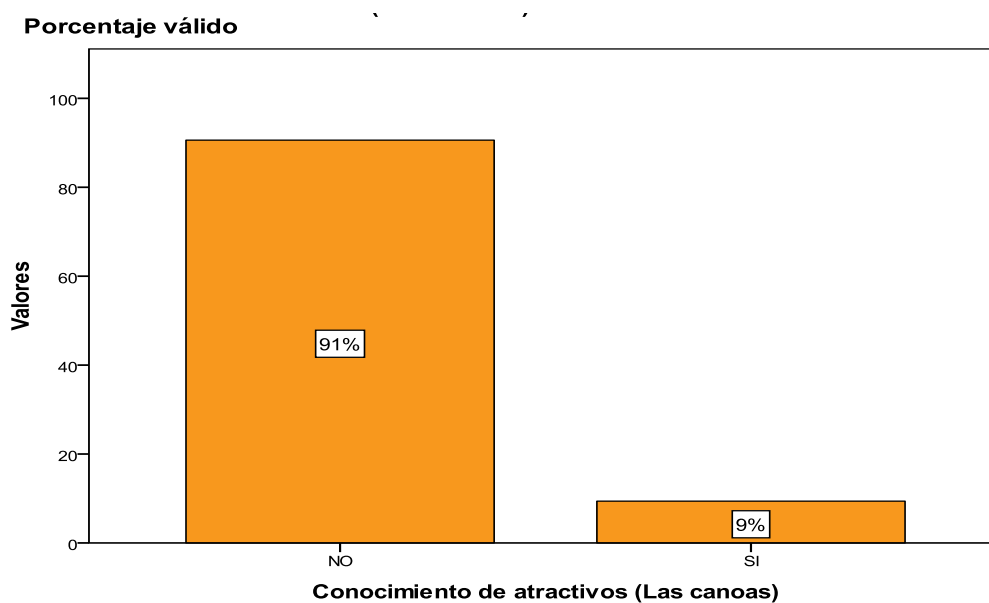
Tabla 10 Conocimiento de Atractivo (Las Canoas)

<b>Conocimiento del atractivo (Las Canoas)</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
NO	347	90.6	90.6	90.6
SI	36	9.4	9.4	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 11 Conocimiento del Atractivo (Las Canoas)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

### Análisis:

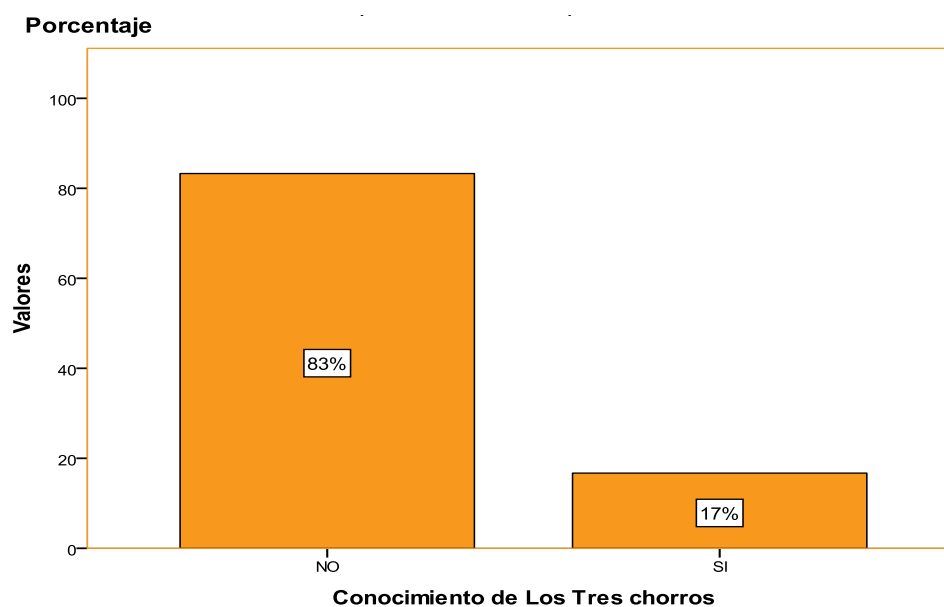
La ciudad por su ubicación a simple vista da a notar como si fuere una ciudad de paso, por lo que los lugares que están en las afueras son menos conocidos. Más aun de que este sitio no está bien conservado y mucho menos con el mantenimiento apropiado debido a que este es de propiedad privada.

Tabla 11 Conocimiento del Atractivo (Los Tres Chorros)

Conocimiento de los Tres chorros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	319	83.3	83.3	83.3
SI	64	16.7	16.7	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
 Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 12 Conocimiento del Atractivo (Los Tres Chorros)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
 Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

Este sitio es muy conocido por los lugareños en fines de semana y feriados pero no es promocionado por lo cual no es tan visitado por personas extranjeras.

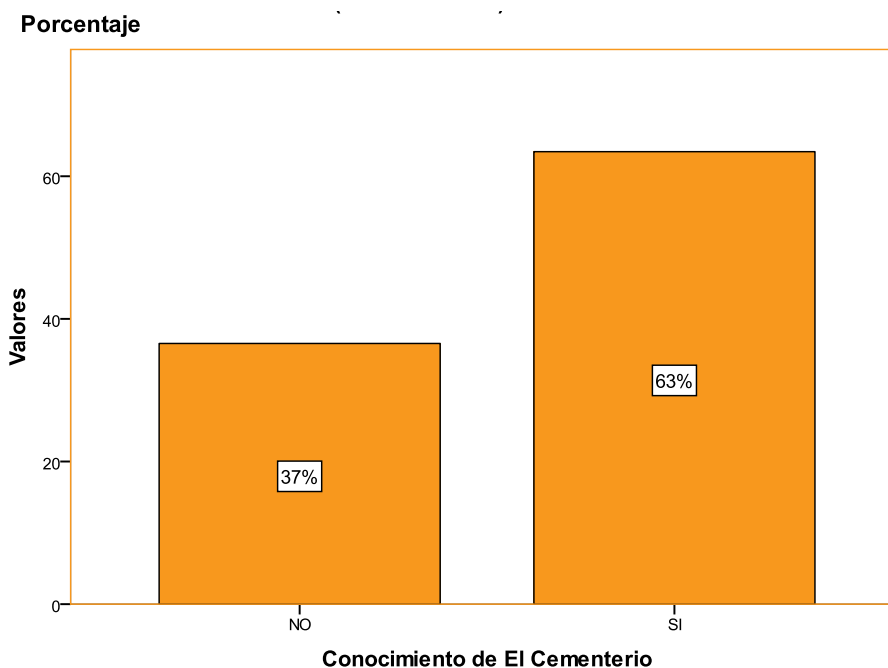
Tabla 12 Conocimiento del Atractivo (El Cementerio)

Conocimiento del Cementerio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	140	36.6	36.6	36.6
SI	243	63.4	63.4	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 13 Conocimiento del Atractivo (El Cementerio)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

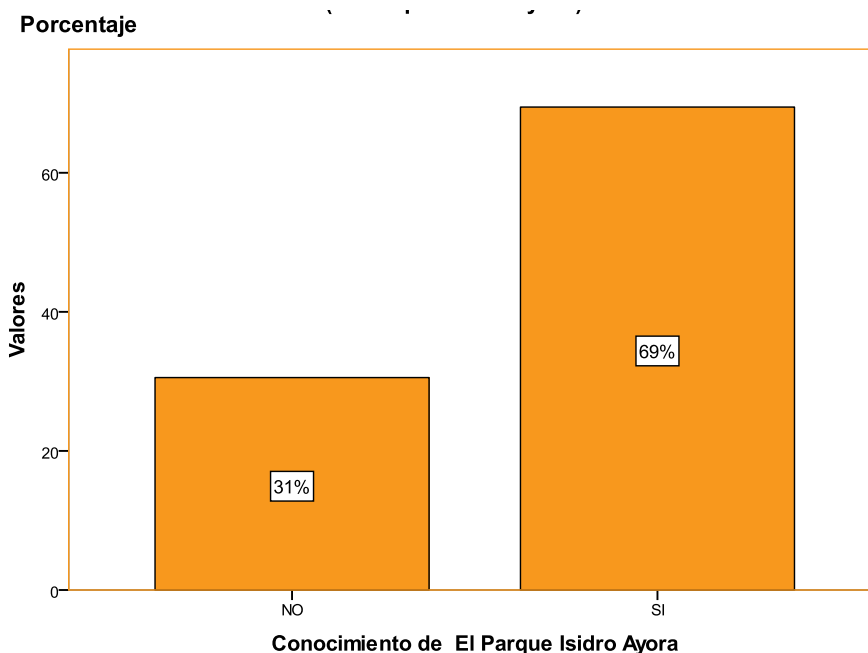
Este es uno de los atractivos más sobresalientes de la ciudad y el país en sí, por su riqueza cultural que encierra en sus figuras, se puede deducir que gran parte de la población visitante conoce del lugar, pero a la vez no es un número elevado la contraparte no se queda atrás, esto dice mucho de la promoción.

Tabla 13 Conocimiento del Atractivo (Parque Isidro Ayora)

Conocimiento del Parque Isidro Ayora	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	117	30.5	30.5	30.5
SI	266	69.5	69.5	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
 Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 14 Conocimiento del Atractivo (Parque Isidro Ayora)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
 Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

Este lugar es más concurrido por turistas nacionales y extranjeros debido a que en este sitio se encuentra el transporte que lleva hacia la frontera y viceversa por lo que es más conocido en referencia a los demás después del cementerio.

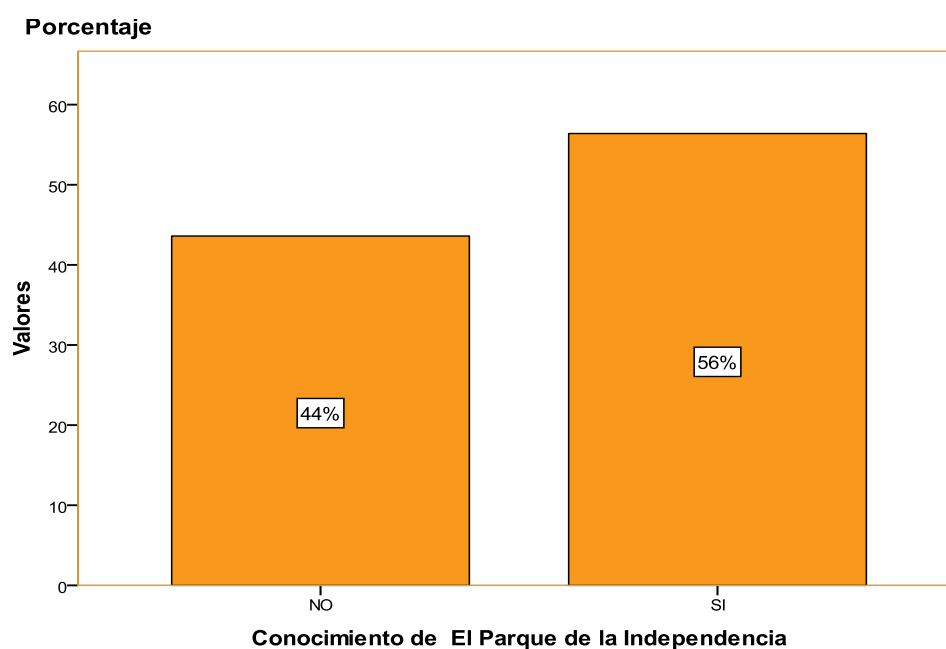
Tabla 14 Conocimiento del Atractivo (Parque de la Independencia)

Conocimiento del Parque de la Independencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	167	43.6	43.6	43.6
SI	216	56.4	56.4	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 15 Conocimiento del Atractivo (Parque de la Independencia)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

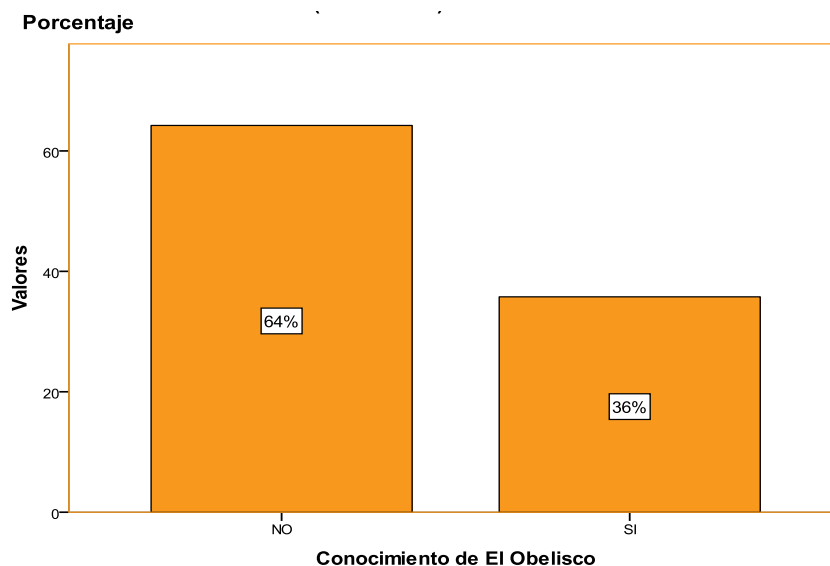
Este sitio se encuentra en el centro de la ciudad, este es conocido debido a las instituciones que se encuentran allí y guarda toda la historia de este pueblo que es de gran importancia para la población, pero aun no es lo suficiente para las personas visitantes que conozcan de él.

Tabla 15 Conocimiento del Atractivo (El Obelisco)

Conocimiento del Obelisco	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	246	64.2	64.2	64.2
SI	137	35.8	35.8	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
 Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 16 Conocimiento del Atractivo (El Obelisco)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
 Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

Este sitio fue creado recientemente, en su muro engloba toda la esencia del pueblo, no es muy conocido este se ubica en el sector sur de la ciudad y no es muy divulgado.



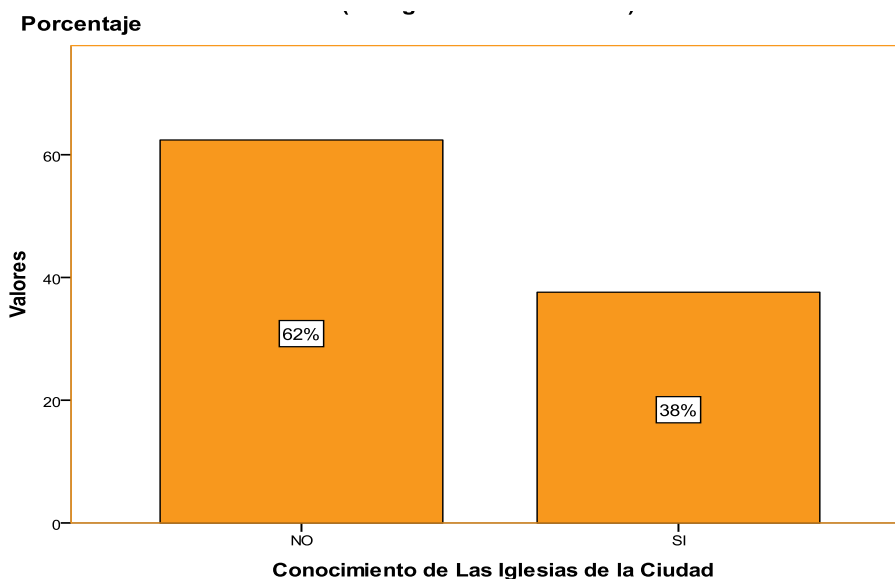
Tabla 16 Conocimiento del Atractivo (Iglesia de la Ciudad de Tulcán)

Conocimiento de las Iglesias de la ciudad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	239	62.4	62.4	62.4
SI	144	37.6	37.6	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 17 Conocimiento del Atractivo (Iglesia de la Ciudad de Tulcán)



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

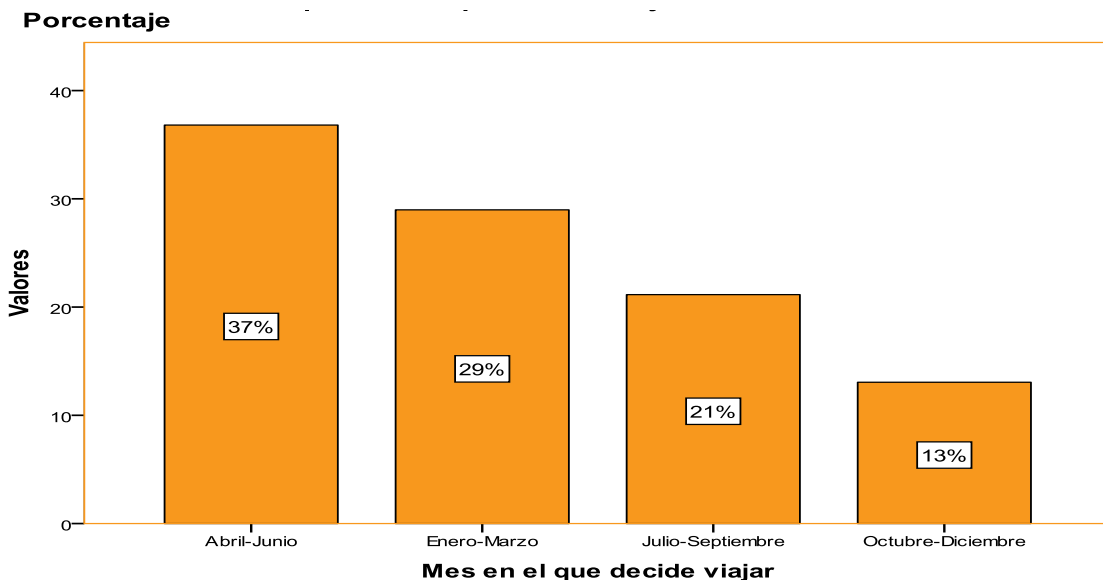
Lo más importante de la ciudad de Tulcán y de todos los pueblos es, su riqueza cultural su trascendencia es la particularidad, poco a poco está siendo desarrollada para que sea ente potencial, juntamente con los demás atractivos.

Tabla 17 Identificación de la época en el que decide viajar

Mes en el que decide viajar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Abril-Junio	141	36.8	36.8	36.8
Enero-Marzo	111	29.0	29.0	65.8
Julio-Septiembre	81	21.1	21.1	86.9
Octubre-Diciembre	50	13.1	13.1	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 18 Identificación de la época en el que decide viajar



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

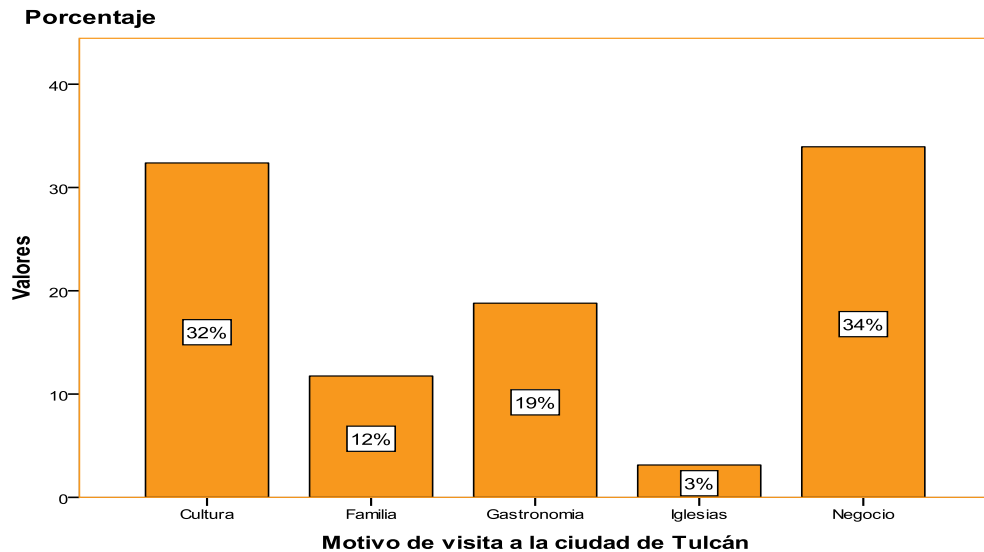
Un aspecto muy importante a tener en consideración es la estacionalidad del ingreso de turistas a la ciudad, teniendo como temporada alta los meses de Abril A Junio y le sigue de Enero A Marzo y teniendo flujo de turistas cambiante los demás meses del año. Esta temporada para los turistas resulta más agradable su visita ya que el clima de la zona no es tan agresivo.

Tabla 18 Identificación del motivo de visita a la ciudad de Tulcán

Motivo de visita a la ciudad de Tulcán	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Cultura	124	32.4	32.4	32.4
Familia	45	11.7	11.7	44.1
Gastronomía	72	18.8	18.8	62.9
Iglesias	12	3.1	3.1	66.1
Negocio	130	33.9	33.9	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 19 Identificación del motivo de visita a la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

El emprender un viaje implica muchas actividades las cuales deben estar previamente planificadas y así tendrá razón y un destino, un objetivo para el viaje. Todo está en las preferencias de cada individuo, para ampliar sus conocimientos con experiencias, la mayoría de las personas que a menudo

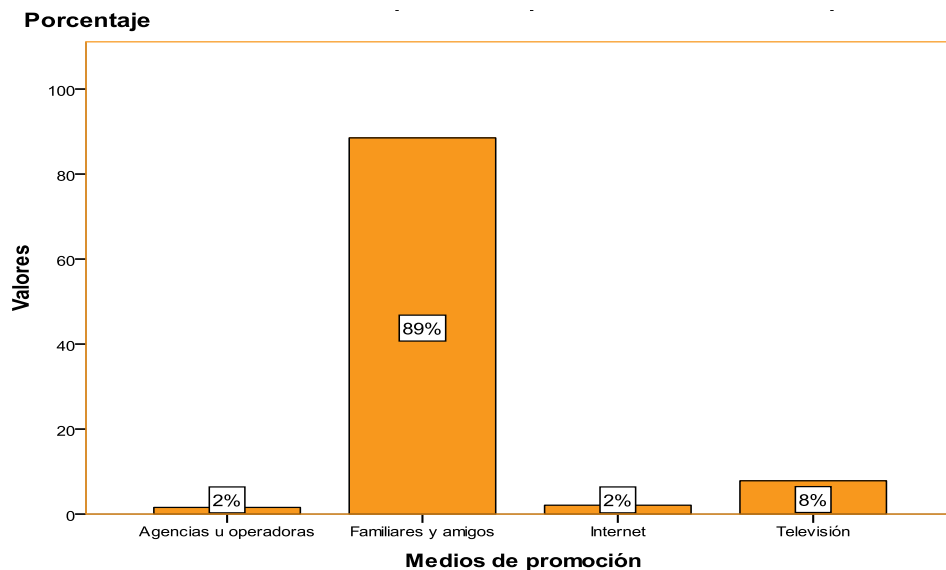
viaja lo hace para fortalecer alianzas en su trabajo. Las personas que disfrutan de viajar y vivir la plenamente porque de esta manera se conoce uno mismo y es más responsable, conoce cosas que jamás pensó por estar sentado en la comodidad de su casa, esta es una nueva ideología de los turistas que les fascina viajar porque quien no viaja no disfruta de la vida conociendo nuevos mundos.

Tabla 19 Identificación de los medios de promoción por los cuales conoció la ciudad de Tulcán

Medios de promoción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Agencias u operadoras	6	1.6	1.6	1.6
Familiares y amigos	339	88.5	88.5	90.1
Internet	8	2.1	2.1	92.2
Televisión	30	7.8	7.8	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 20 Identificación de los medios de promoción por los cuales conoció la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

Los medios por los cuales se puede dar a conocer el producto son muchos y variados, el medio que mayoritariamente ha hecho contacto es por medio de familiares y amigos y muy atrás le sigue la televisión, notándose que las operadoras turísticas y agencias de viajes, no ofrecen en sus paquetes como destino turístico a Tulcán.

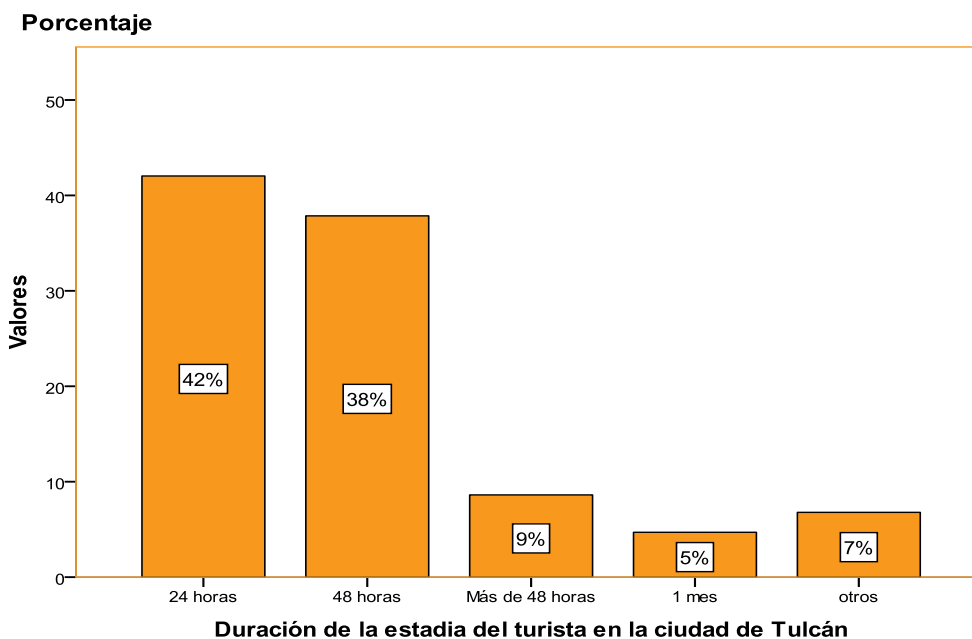
Tabla 20 Duración de la estadía del turista en la ciudad de Tulcán

<b>Duración de la estadía del turista en la ciudad de Tulcán</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
24 horas	161	42.0	42.0	42.0
48 horas	145	37.9	37.9	79.9
Más de 48 horas	33	8.6	8.6	88.5
1 mes	18	4.7	4.7	93.2
Otros	26	6.8	6.8	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 21 Duración de la estadía del turista en la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

Para ser considerado a una persona que viaja como turista, según la OMT se necesita que permanezca 24 horas como mínimo y 365 días como máximo. En el gráfico se observa que las personas que visitan la ciudad de Tulcán, pueden ser consideradas como turistas, el tiempo mínimo de su visita es de 24 horas.

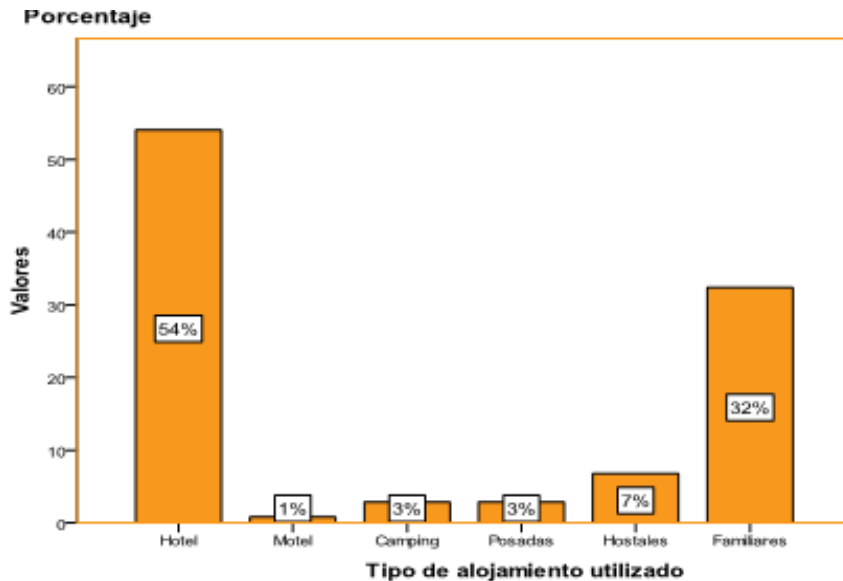
Tabla 21 Identificación del tipo de alojamiento utilizado

Tipo de alojamiento utilizado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Hotel	207	54.0	54.0	54.0
Motel	3	.8	.8	54.8
Camping	11	2.9	2.9	57.7
Posadas	11	2.9	2.9	60.6
Hostales	26	6.8	6.8	67.4
Familiares	124	32.4	32.4	99.7
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 22 Identificación del tipo de alojamiento utilizado



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Análisis:

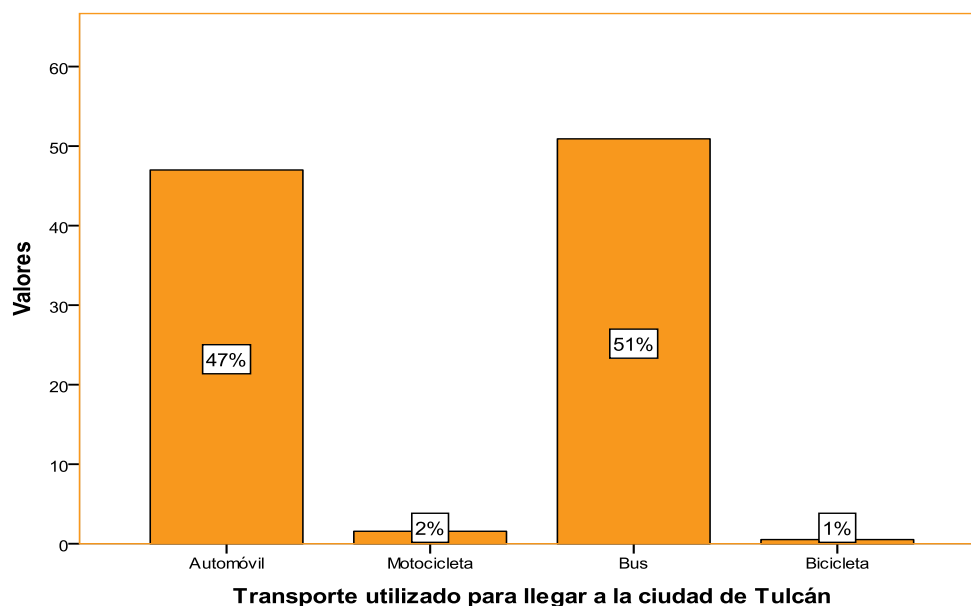
Los establecimientos hoteleros en la ciudad son muy variados, el de mayor demanda por los turistas es el hotel, debido a que este posee gran parte de los servicios de calidad que se ofrece en la ciudad, otro sitio de hospedaje muy usado es donde los familiares, la mayoría de los visitantes conoce una u otra persona donde quedarse la noche, sin descartar que los otros establecimientos si son usados pero por menos visitantes.

Tabla 22 Identificación del medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán

<b>Transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Automóvil	180	47.0	47.0	47.0
Motocicleta	6	1.6	1.6	48.6
Bus	195	50.9	50.9	99.5
Bicicleta	2	.5	.5	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 23 Identificación del medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

**Análisis:**

Con el tiempo los medios de transporte y las vías han mejorado notablemente por lo que así es más rápido y cómodo para viajar, los medios de transporte interprovincial han mejorado su servicio con nuevas unidades y horarios.

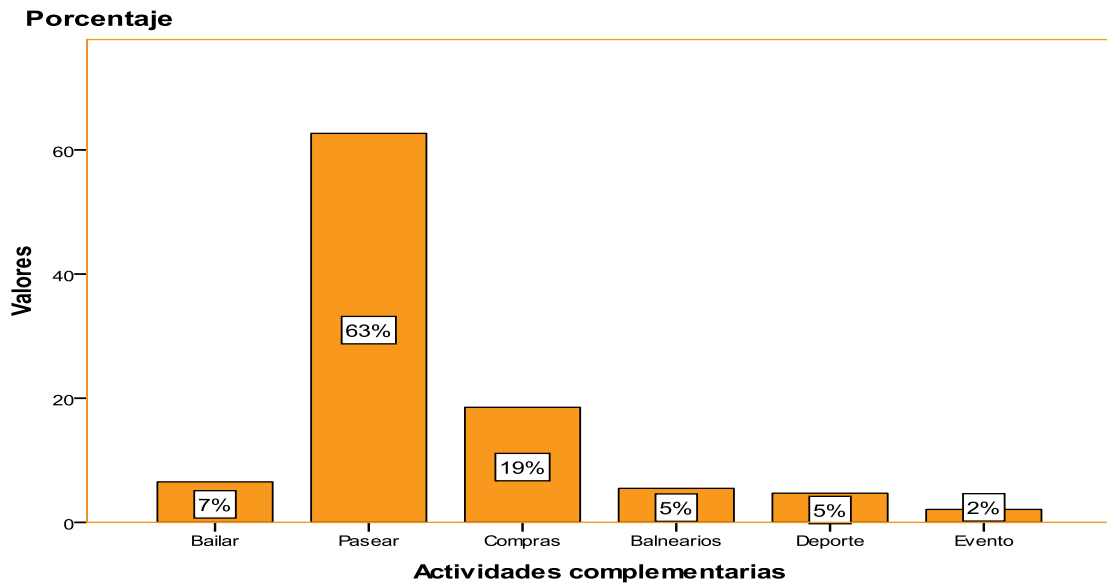
Tabla 23 Identificación de actividades complementarias que realiza el turista durante su estadía en la ciudad de Tulcán

Actividades complementarias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Bailar	25	6.5	6.5	6.5
Pasear	240	62.7	62.7	69.2
Compras	71	18.5	18.5	87.7
Balnearios	21	5.5	5.5	93.2
Deporte	18	4.7	4.7	97.9
Evento	8	2.1	2.1	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán



Grafico 24 Identificación de actividades complementarias que realiza el visitante durante su estadía en la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

Al finalizar las actividades programadas previamente por los turistas, estos prefieren realizar actividades que complementen su día, como distraerse caminando en la ciudad y conocer su cultura.

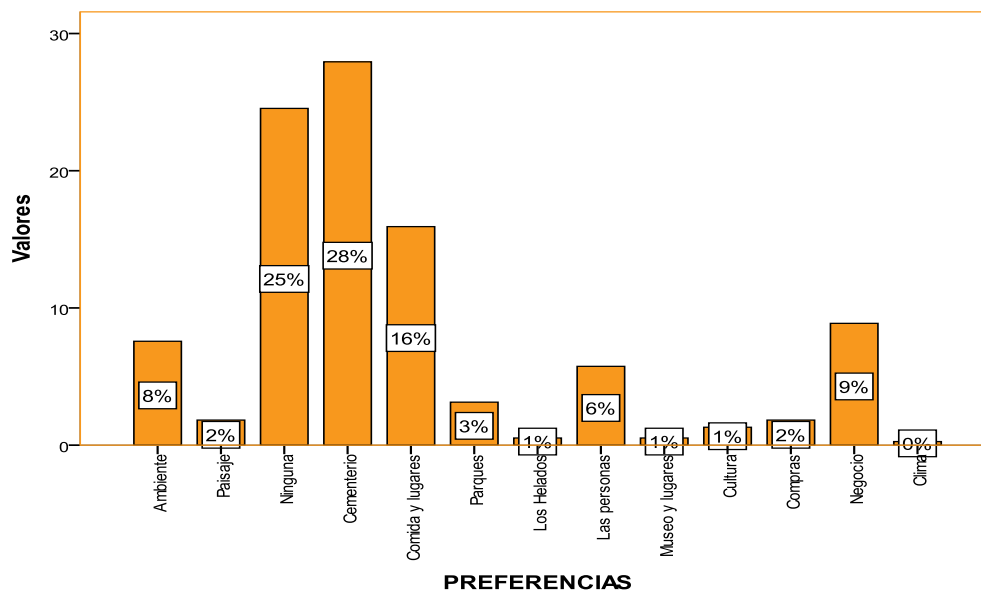
Tabla 24 Que le gusta de la ciudad de Tulcán

Preferencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ambiente	29	7.6	7.6	7.6
Paisaje	7	1.8	1.8	9.4
Ninguna	94	24.5	24.5	33.9
Cementerio	107	27.9	27.9	61.9
Comida y lugares	61	15.9	15.9	77.8
Parques	12	3.1	3.1	80.9
Los Helados	2	.5	.5	81.5
Las personas	22	5.7	5.7	87.2
Museo y lugares	2	.5	.5	87.7
Cultura	5	1.3	1.3	89.0

Compras	7	1.8	1.8	90.9
Negocio	34	8.9	8.9	99.7
Clima	1	.3	.3	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 25 Que le gusta de la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

### Análisis

En este grafico podemos encontrar datos absolutamente inesperados, las preferencias que en él aparecen son las ideas, pensamientos que el visitante expreso como lo es el Cementerio.

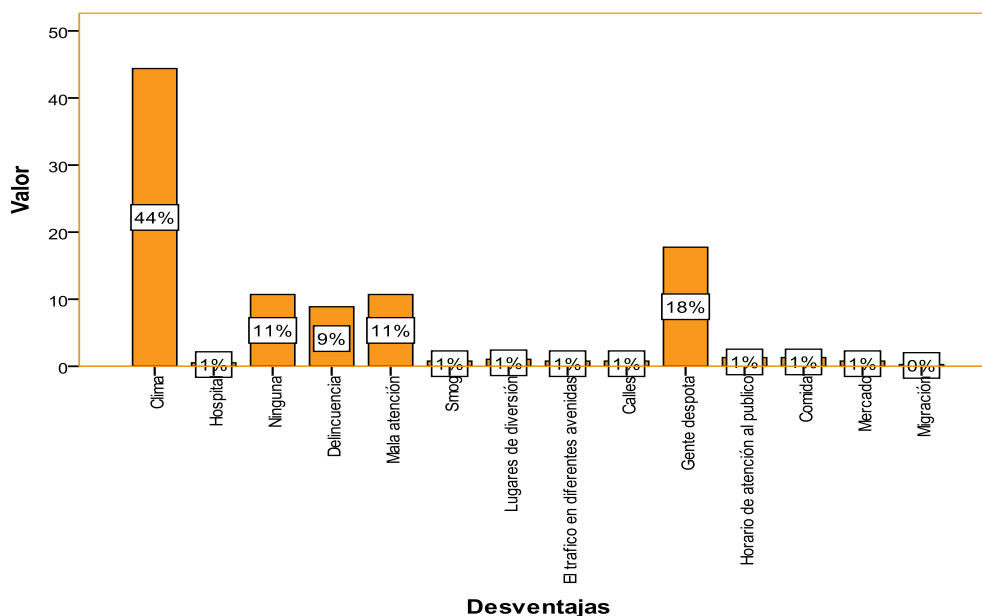
Tabla 25 Que no le gusta de la ciudad de Tulcán

Desventajas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Clima	170	44.4	44.4	44.4
Hospital	2	.5	.5	44.9
Ninguna	41	10.7	10.7	55.6
Delincuencia	34	8.9	8.9	64.5
Mala atención	41	10.7	10.7	75.2
Smog	3	.8	.8	76.0

Lugares de diversión	4	1.0	1.0	77.0
El tráfico en diferentes avenidas	3	.8	.8	77.8
Calles	3	.8	.8	78.6
Gente déspota	68	17.8	17.8	96.3
Horario de atención al público	5	1.3	1.3	97.7
Comida	5	1.3	1.3	99.0
Mercado	3	.8	.8	99.7
Migración	1	.3	.3	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Gráfico 26 Que no le gusta de la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez  
Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

En cuanto a las características de la ciudad de Tulcán que no le agradan al visitante se tiene como primer lugar el clima, para la mayoría de los visitantes es muy frío, otra de las desventajas que le sigue muy atrás es el trato que le dan al visitante lo denominan así gente déspota.

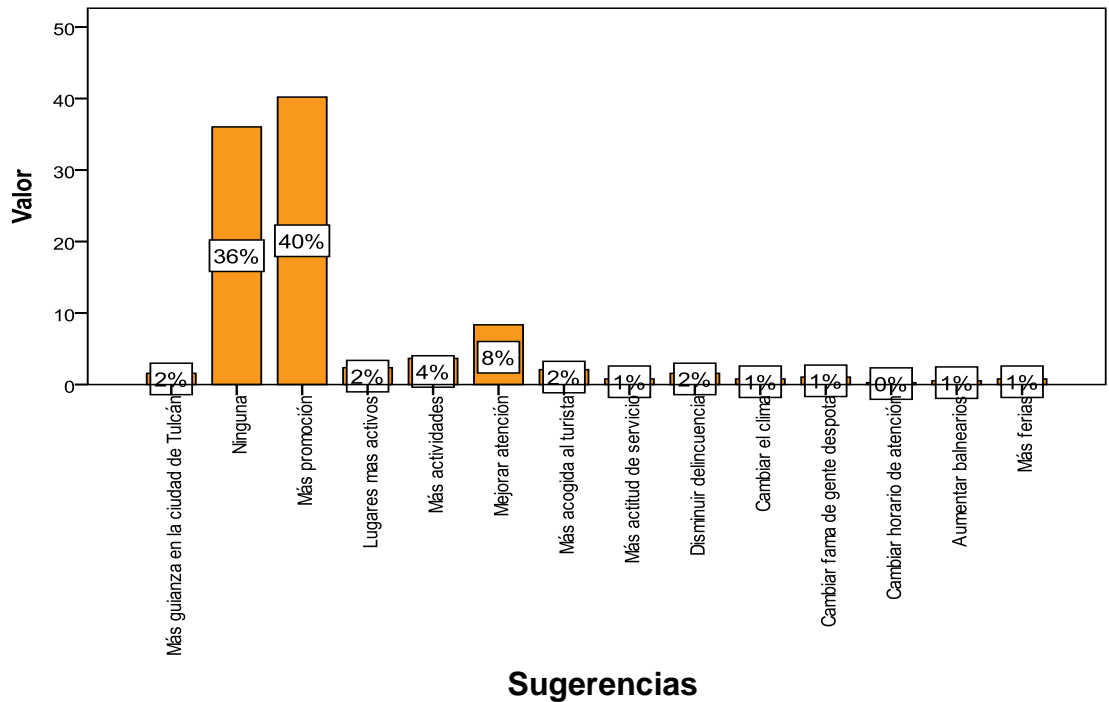
Tabla 26 Sugerencia que le gustaría que se mejore en la ciudad de Tulcán

<b>Sugerencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Más Guianza en la ciudad de Tulcán	6	1.6	1.6	1.6
Ninguna	138	36.0	36.0	37.6
Más promoción	154	40.2	40.2	77.8
Lugares más activos	9	2.3	2.3	80.2
Más actividades	14	3.7	3.7	83.8
Mejorar atención	32	8.4	8.4	92.2
Más acogida al turista	8	2.1	2.1	94.3
Más actitud de servicio	3	.8	.8	95.0
Disminuir delincuencia	6	1.6	1.6	96.6
Cambiar el clima	3	.8	.8	97.4
Cambiar fama de gente déspota	4	1.0	1.0	98.4
Cambiar horario de atención	1	.3	.3	98.7
Aumentar balnearios	2	.5	.5	99.2
Más ferias	3	.8	.8	100.0
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

Grafico 27 Sugerencia que le gustaría que se mejore en la ciudad de Tulcán



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuesta dirigida a las personas que visitan la ciudad de Tulcán

#### Análisis:

De las varias sugerencias que dieron los visitantes predominaron dos: más promoción y la siguiente es la opción de ninguna la misma que engloba un desinterés en el tema como también de que se sienten muy bien.

#### 3.6.1.2. Diagnostico FODA

- Planificación y gestión
- Territorio y destino
- Producto
- Promoción, comunicación y comercialización

Cuadro 7 Diagnostico FODA Planificación y Gestión

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creciente voluntad política en reconocer al turismo como prioritario para el desarrollo del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Se presenta como un lugar no seguro</li> <li>➤ Turismo discontinuo, se concentra en fines de semana y feriados</li> <li>➤ La planificación y gestión de los diferentes atractivos de la ciudad de Tulcán están en manos de diferentes actores, con pareceres contrapuestos y falta de consenso</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Importantes índices de masificación y saturación en otros espacios turísticos mundiales</li> <li>➤ Potencialidad de la ciudad de Tulcán de atraer turistas especializados en cultura y naturaleza, debido a su riqueza biológica y cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elevado grado de competencia de otras zonas turísticas con respecto a la ciudad de Tulcán.</li> <li>➤ Inseguridad, delincuencia común, ruido y accidentes en las carreteras.</li> <li>➤ Inseguridad en los países vecinos.</li> </ul>

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 8 Diagnostico FODA de territorio y destino

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Existe un marco legal específico para él seguridad y protección del patrimonio natural y cultural de la ciudad de Tulcán</li> <li>➤ Ubicación geográfica cercana al puente internacional de Rumichaca</li> <li>➤ Buena accesibilidad terrestre y aérea (ruta y transporte)</li> <li>➤ La ciudad posee un importante patrimonio cultural tangible, reconocido a nivel nacional e internacional por sus figuras talladas en ciprés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alteración y agresión al paisaje por la presencia de numerosas edificaciones ajenas al contexto propio del lugar.</li> <li>➤ Escasa y deficiente evaluación de los impactos negativos sociales, económicos y ambientales que genera la actividad turística en la ciudad de Tulcán</li> <li>➤ Falta de desarrollo e implementación de planes de ordenamiento territorial que determinen la ocupación y usos del suelo en función de los recursos y potencialidades en cada destino.</li> <li>➤ Falta de concientización, educación y capacitación turística y ambiental.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creciente participación del GAD Tulcán en el desarrollo de una actividad sostenible para la conservación del patrimonio.</li> <li>➤ Proceso de zonificación ecológica, económica y ordenamiento territorial en marcha.</li> <li>➤ Mayor interés por promover la conservación cultural a través del turismo</li> <li>➤ Potencialidad de la ciudad de Tulcán como sede de eventos deportivos</li> <li>➤ Destino original</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Afectación de los destinos turísticos por el cambio climático.</li> <li>➤ Comienza a ser un problema la contaminación visual.</li> <li>➤ Contaminación.</li> </ul>

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 9 Diagnostico FODA de producto

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gran variedad y calidad de recursos turísticos (naturales, culturales y paisajísticos).</li> <li>➤ Conciencia de la necesidad de capacitación por parte de instituciones públicas para desarrollar un turismo más rentable y sostenible</li> <li>➤ Concientización institucional cada vez más arraigada sobre los valores que representan el patrimonio cultural y natural</li> <li>➤ Existe en la localidad más instituciones, principalmente universidades, con especialidad en turismo</li> <li>➤ Aumento de la autoestima en las comunidades generado por el turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Incumplimiento de la normativa vigente por parte de los prestadores de servicios turísticos.</li> <li>➤ Concentración de la oferta turística en el país vecino.</li> <li>➤ Señalización turística de los atractivos turísticos de la ciudad de Tulcán es deficiente e insuficiente</li> <li>➤ Irregular nivel de calidad de los servicios turísticos en la ciudad de Tulcán.</li> <li>➤ Falta de innovación en la conformación de la oferta turística.</li> <li>➤ Escasa conciencia turística en la población tulcanense y falta de responsabilidad social empresarial</li> <li>➤ Poco desarrollo de negocios inclusivos en turismo.</li> <li>➤ Falta de mayor percepción sobre el aprovechamiento económico de la actividad turística en la ciudad</li> <li>➤ Falta de capacitación y asesoramiento sobre la gestión de sus negocios turísticos a los empresarios que prestan servicios turísticos.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sector atractivo para un conjunto de la población joven y capacitada como generador de empleos a nivel local.</li> <li>➤ Tendencia del mercado al turismo activo, gastronómico y de bienestar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mayor competencia en el mercado internacional por la existencia de productos con mejor calidad y bajo costo.</li> <li>➤ Dificultades para retener profesionales calificados en las actividades relacionadas con el turismo.</li> <li>➤ Falta de conocimiento real sobre las necesidades de la demanda para generar acciones formativas específicas.</li> <li>➤ Falta de adaptación a las innovaciones tecnológicas y a las nuevas estructuras de mercado en la capacitación turística.</li> </ul>

Elaborado por: María Fernanda Enríquez



Cuadro 10 Diagnostico FODA promoción, comunicación y comercialización

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La ciudad de Tulcán es un lugar turístico capaz de atraer visitantes sin contar con una estrategia de comunicación promocional.</li> <li>➤ El cementerio José María Azael Franco es un icono turístico de reconocimiento mundial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de promoción</li> <li>➤ Visión del turista receptivo orientada principalmente a los circuitos turísticos tradicionales</li> <li>➤ La percepción del turista receptivo principalmente asocia a la ciudad de Tulcán con el Cementerio</li> <li>➤ Escaso compromiso en calidad y profesionalización empresarial para la comercialización de los productos turísticos de la ciudad de Tulcán</li> <li>➤ Existe el desconocimiento de los procesos de marketing por los empresarios, lo que supone una inadecuada comercialización de los productos turísticos</li> <li>➤ Falta de homogeneidad de la promoción, comunicación y comercialización de la ciudad</li> <li>➤ Escasa articulación de la información y estadística turística, que actualmente se encuentra fragmentada y dispersa en el territorio.</li> <li>➤ Sobre el turismo interno (en comparación con el receptivo), no existen mecanismos eficientes para la recolección de información con los que se puedan desarrollar políticas concretas de trabajo.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El uso de las nuevas tecnologías permitirá la reducción de costos en la promoción.</li> <li>➤ El turismo de congresos y eventos es un elemento a utilizar para la construcción de la nueva identidad de destino en Tulcán</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La inseguridad y los problemas sociales puede desalentar la demanda actual y potencial, dirigiéndola hacia otros mercados posicionados como más confiables.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La actividad turística de la ciudad de Tulcán se encuentra todavía por debajo de su desarrollo potencial</li> <li>➤ Creciente interés por el turismo vivencial o turismo basado en experiencias.</li> <li>➤ Destino no masificado.</li> </ul>	
--	--

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### 3.6.2. Interpretación de datos.

En la encuesta realizada a las personas que visita la ciudad de Tulcán se obtuvo diferentes mismo que se plasman a continuación:

Cuadro 11 Lugar de procedencia

N°	País	%
1	Argentina	2%
2	Colombia	41%
3	Alemania	1%
4	Ecuador	53%
5	España	1%
6	Perú	1%
7	Venezuela	2%

N°	País	%
2	Ecuador	53%
4	Colombia	41%

Elaborado por: María Enríquez

Los visitantes de la ciudad de Tulcán son de diversos mercados emisores, notándose mayor afluencia del visitante interno, en los países en consideración se obtuvo dos países que sobrepasan el 40%, y son cercanos a la ciudad.

Cuadro 12 Identificación de género

N°	Genero	%
1	Femenino	56%
2	Masculino	44%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Desde que se inició la lucha por la igualdad de género para un mejor bienestar de la mujer, el tiempo y otros procesos van logrando los objetivos, hoy

fundamentalmente la mujer se despeña plácidamente notándose así su afluencia hacia este destino. Los datos obtenidos demuestran que el género femenino debido a que supera el 50%.

Cuadro 13 Identificación de la edad por grupos

N°	Edad	%
1	18-29	52%
2	30-39	29%
3	40-49	11%
4	50-59	5%
5	60-69	3%

N°	Edad	%
1	18-29	52%
2	30-39	29%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Muchos aplicados al turismo señalan que el sectorizar a la demanda por edades es mejor para la conducción de los mismos, las personas de la edad adulta temprana mantiene gran potencial para el desarrollo intelectual, emocional e incluso físico por lo que buscan ampliar sus conocimientos y por ende son los más preponderantes en esta enunciado sobrepasando el 20%.

Cuadro 14 Identificar la organización del viaje

N°	VIAJE	%
1	En Grupo	75%
2	Individual	19%
3	Organizado	5%

N°	VIAJE	%
1	En Grupo	75%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Según las técnicas de diagnóstico e investigación turística, un viaje se lo puede organizar de diferentes maneras, como un viaje en grupo, que conlleva varios beneficios como descuentos en la mayoría de servicios, otros también desarrollan más aptitudes sociales al interactuar; al viajar solo es otro tipo de placer, que muy pocos se lo pueden dar, debe de ser capaz de planificar muy

bien y tener una mente abierta en si todos dejan muchas experiencias el dato obtenido es muy evidente debido a que sobre pasa el 50%, los visitantes prefieren viajar en grupo.

Cuadro 15 Perfil Económico del viaje

N°	USD	%
1	10-50 USD	16%
2	50-100USD	36%
3	100-200USD	32%
4	+200USD	19%

N°	USD	%
2	50-100USD	36%
3	100-200USD	32%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

El Ecuador ha experimentado un gran proceso económico desde el 2007 y una recuperación dramática tras la recesión del 2009, el país está en constante desarrollo mejorando los sectores sociales con el implemento de nueva política, todas estas acciones permiten a la población ampliar sus horizontes y un estilo de vida diferente los enunciados 2 y 3 superan 30%.

Cuadro 16 Identificación de las actividades generales

N°	ACTIVIDAD	%
1	Aventura	16%
2	Cultura	32%
3	Naturaleza	14%
4	Negocio	23%
5	Playa	14%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Las motivaciones de las personas que realizan un viaje son variadas, la cultura esta como principal motivación debido a que muchos de los visitantes desean enriquecerse culturalmente estos son aspectos importantes este preponderado

sobrepasa el 30% los resultados que le siguen no están muy atrás como el negocio que supera el 20% la ciudad tiene esa ventaja de ser ciudad fronteriza.

Cuadro 17 Identificación del perfil económico diario del viaje

<b>N°</b>	<b>USD</b>	<b>%</b>
1	10-20 USD	49%
2	20-30USD	37%
3	+30USD	14%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Desde el año 2007 el Ecuador ha sufrido varios cambios en su economía, dando las posibilidades a la población de nuevas oportunidades. La ciudad de Tulcán localidad comercial a simple vista, por ser el límite con Colombia, muchos de los visitantes son atraídos por esta actividad y tienen la percepción de sus egresos el nivel de gasto que sale a relucir supera el 30% dando como resultado el resultado 1 y 2.

Cuadro 18 Ha visitado anteriormente la ciudad de Tulcán

<b>N°</b>	<b>ENUNCIADO</b>	<b>%</b>
1	NO	25%
2	SI	75%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

El enunciado 2 supera el 50% del puntaje de mostrando que el 75% de los visitantes han estado previamente en la ciudad de Tulcán.

Cuadro 19 Identificación de conocimiento de atractivos

<b>N°</b>	<b>ATRACTIVO</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>
1	Museo Germán Bastidas	89%	11%
2	Las Canoas	91%	9%

3	Los tres chorros	83%	17%
4	Cementerio José María Azaél Franco	37%	63%
5	Parque Isidro Ayora	31%	69%
6	Parque de la Independencia	44%	56%
7	El Obelisco	64%	36%
8	Iglesias de la Ciudad de Tulcán	62%	38%

N°	ATRACTIVO	NO	SI
4	Parque Isidro Ayora	31%	69%
5	Cementerio José María Azaél Franco	37%	63%
6	Parque de la Independencia	44%	56%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Estos son los atractivos más conocidos superan el 50% del puntaje (SI), considerando que en estos sitios existe movimiento comercial además de que en estos parques existen entidades muy importantes y en el Cementerio José María Azaél Franco es un sitio turístico muy conocido.

Cuadro 20 Identificación de la época en el que decide viajar

N°	MESES	%
1	Abril-Junio	37%
2	Enero-Marzo	29%
3	Julio-Septiembre	21%
4	Octubre-Diciembre	13%

N°	MESES	%
1	Abril-Junio	37%
2	Enero-Marzo	29%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Un aspecto muy importante a tener en consideración es la estacionalidad del ingreso de turistas a la ciudad, teniendo como temporada alta los meses de Abril A Junio y le sigue de Enero A Marzo y teniendo flujo de turistas cambiante los demás meses del año. Esta temporada para los turistas resulta más agradable su visita, el clima de la zona no es tan agresivo. Los dos enunciados son los más preponderantes porque su puntaje sobrepasa el 25%.

Cuadro 21 Identificación del motivo de visita a la Ciudad de Tulcán

N°	MOTIVO	%
1	Cultura	32%
2	Familia	12%
3	Gastronomía	19%
4	Iglesias	3%
5	Negocio	34%

N°	MOTIVO	%
1	Cultura	32%
5	Negocio	34%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

El emprender un viaje implica muchas actividades las cuales deben estar previamente planificadas así tendrá una razón y un destino, un objetivo para el viaje. Todo está en las preferencias de cada individuo, para ampliar sus conocimientos con experiencias, la mayoría de las personas que a menudo viaja lo hace para fortalecer alianzas en su trabajo. Las personas que disfrutan de viajar y vivirla plenamente porque de esta manera se conoce uno mismo y es más responsable, conoce cosas que jamás pensó por estar sentado en la comodidad de su casa, esta es una nueva ideología de los turistas que les fascina viajar porque quien no viaja no disfruta de la vida conociendo nuevos mundos. Los dos datos obtenidos sobrepasan el 30% en la puntuación 1 y 5.

Cuadro 22 Identificación de los medios de promoción por los cuales conoció el producto

N°	MEDIO PROMOCION	DE	%
1	Agencias Operadoras	u	2%
2	Familiares y amigos		89%
3	Internet		2%
4	Televisión		8%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Los medios por los cuales se puede dar a conocer el producto son muchos y variados, el medio que mayoritariamente ha hecho contacto es por medio de familiares y amigos con una puntuación de 50% y muy atrás le sigue la televisión, notándose que las operadoras turísticas y agencias de viajes, no ofrecen en sus paquetes como destino turístico a Tulcán.

Cuadro 23 Duración de la estadía en la ciudad de Tulcán

N°	Tiempo	%
1	24 horas	42%
2	48 horas	38%
3	+ 48 horas	9%
4	1 mes	5%
5	Otros	7%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Para ser considerado a una persona que viaja como turista, según la OMT se necesita que permanezca 24 horas como mínimo y 365 días como máximo. El visitante son personas que pueden estar en un lugar menos de 24 horas. Los dos resultados sobrepasan el 30% de la puntuación.



Cuadro 24 Tipo de alojamiento utilizado

N°	ALOJAMIENTO	%
1	Hotel	54%
2	Motel	1%
3	Camping	3%
4	Posadas	3%
5	Hostales	7%
6	Familiares	32%

N°	ALOJAMIENTO	%
1	Hotel	54%
6	Familiares	32%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Los establecimientos hoteleros en la ciudad son muy variados, el de mayor demanda por los turistas es el hotel, debido a que este posee gran parte de los servicios de calidad que se ofrece en la ciudad, otro sitio para pasar la noche muy usado es los familiares, la mayoría de los visitantes conoce una u otra persona donde quedarse la noche, sin descartar que los otros establecimientos si son usados pero por menos visitantes. Los resultados obtenidos sobrepasan el 30% de la puntuación.

Cuadro 25 Identificación del medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán

N°	MEDIO DE TRANSPORTE	%
1	Automóvil	47%
2	Motocicleta	2%
3	Bus	51%
4	Bicicleta	1%

N°	MEDIO DE TRANSPORTE	%
1	Automóvil	47%
3	Bus	51%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Con el tiempo los medios de transporte y las vías han mejorado notablemente por lo que así es más rápido y cómodo para viajar, los medios de transporte interprovincial han mejorado su servicio con nuevas unidades y horarios. Los datos obtenidos sobrepasan el 40% de la puntuación dando como resultado 1 y 3.

Cuadro 26 Identificación de actividades complementarias

N°	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	%
1	Bailar	7%
2	Pasear	63%
3	Compras	19%
4	Balnearios	5%
5	Deporte	5%
6	Evento	2%

N°	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	%
2	Pasear	63%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Al finalizar las actividades programadas previamente por los visitantes, estos prefieren realizar actividades que complementen su día, como distraerse caminando en la ciudad y conocer su cultura. El dato obtenido pasa el 50%.

Cuadro 27 Identificación de lo que más le gusta al visitante de la ciudad de Tulcán

N°	Preferencias	%
1	Ambiente	8%
2	Paisaje	2%
3	Ninguna	25%
4	Cementerio	28%
5	Comida y lugares	16%
6	Parques	3%
7	Los Helados	1%
8	Las personas	6%
9	Museo y lugares	1%
10	Cultura	1%
11	Compras	2%
12	Negocio	9%
13	Clima	0%

N°	Preferencias	%
3	Ninguna	25%
4	Cementerio	28%
5	Comida y lugares	16%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Las características de la ciudad de Tulcán que más le agrada al visitante y que sobrepasa el 10% son el Cementerio José María Azael Franco, la comida o gastronomía es algo muy representativo de la ciudad de Tulcán.

Cuadro 28 Identificación de lo que no le gusta al visitante de la ciudad de Tulcán

N°	Desventajas	%
1	Clima	44%
2	Hospital	1%
3	Ninguna	11%
4	Delincuencia	9%
5	Mala atención	11%
6	Smog	1%
7	Lugares de diversión	1%
8	El tráfico en diferentes avenidas	1%
9	Calles	1%
10	Gente déspota	18%
11	Horario de atención al público	1%
12	Comida	1%
13	Mercado	1%
14	Migración	0%

N°	Desventajas	%
1	Clima	44%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

La característica que les disgusta al visitante es el clima dato que supera el 40%, últimamente el clima ha cambiado poco, pero con esto lo que se podría es compensarlo con algo y volverlo en apoyo.

Cuadro 29 Sugerencias del visitante

N°	Sugerencias	%
1	Más Guianza en la ciudad de Tulcán	2%
2	Ninguna	36%
3	Más promoción	40%
4	Lugares más activos	2%
5	Más actividades	4%

N°	Sugerencias	%
3	Más promoción	40%

6	Mejorar atención	8%
7	Más acogida al turista	2%
8	Más actitud de servicio	1%
9	Disminuir delincuencia	2%
10	Cambiar el clima	1%
11	Cambiar fama de gente déspota	1%
12	Cambiar horario de atención	0%
13	Aumentar balnearios	1%
14	Más ferias	1%

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

La sugerencia del visitante es muy notoria el turista tan solo conoce sitios donde hay movilización de cualquier situación pero no conoce los lugares turísticos de la ciudad de Tulcán.

### Información de las actividades más predominantes

Al realizar la interpretación de los datos obtenidos y para dar lugar a la interrogante del problema a tratar se obtuvo la información predominante de las actividades que sobresalieron independientemente de las demás como son:

Cuadro 30 Información de las actividades más predominantes

<b>Pregunta</b>	<b>Actividad Cultura</b>	<b>Actividad Negocio</b>
País de origen	Ecuador	Colombia
Edad	18-29	18-29
Organización del viaje	En grupo	En grupo
Tiempo de estadía	24Horas	24-48Horas
Tipo de alojamiento	Hotel	Hotel y familiares
Actividades complementarias	Pasear	Pasear

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Fuente: Encuestas realizadas a las personas que visitan la ciudad de Tulcán.

De los atractivos de la ciudad Tulcán se ha tomado 11 atractivos prudenciales que han sido jerarquizado realizándoles una evaluación donde se toma en

cuenta tres variables las mismas que engloban factores relacionados a: ubicación, acceso, entorno, conservación del lugar, servicios y el grado de conocimiento que tiene la gente sobre el mismo arrojando como resultado que el 60% de los atractivos de la ciudad tomados en cuenta son de jerarquía tres.

Cuadro 31 Análisis atractivos turísticos de la ciudad de Tulcán

<b>NOMBRE</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>JERARQUIA</b>
Museo Germán Bastidas Vaca	Cultural	3
Las Canoas y Balneario El Martínez	Natural	1
Balneario Los tres chorros	Natural	2
Cementerio José María Azaél Franco	Cultural	4
Parque Isidro Ayora	Natural	3
Parque al Civismo Carchense. El Obelisco	Natural	3
Iglesia La Catedral	Cultural	3
Iglesia San Francisco	Cultural	3
Casa de Aduanas	Cultural	3
Teatro Lemarie	Cultural	3
Parque de la Independencia	Natural	2

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Una de las percepciones de los resultados obtenidos es que los atractivos no son dados a conocer, les falta más promoción, en cuanto a los demás servicios que se necesita son cubiertos debido a que se encuentran en una zona urbana, alrededor del 10% son atractivos que no se está conservando su identidad.

### 3.6.3. Validación de la idea a defender.

Con la identificación de actividades de las personas que visitan la ciudad de Tulcán, se elabora Itinerarios turísticos sobre actividades turísticas y permita planificar el turismo e la ciudad de Tulcán. Mediante la investigación realizada se argumenta que al identificar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán se puede tener conocimiento sobre los intereses que tiene el visitante. Al ver estos resultados se puede manifestar que los itinerarios turísticos son viables y que incidan en el desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán.

Una vez identificadas las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, así como también realizada la verificación de los recursos turísticos y atractivos turísticos que la ciudad puede ofrecer al visitante, y confirmar el estado de los mismos, se obtuvo los elementos necesarios para poder realizar Itinerarios turísticos mismos que permitirán organizar mejor el turismo en la ciudad de Tulcán.

## **IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **4.1. CONCLUSIONES.**

- 4.1.1 Al sustentar bibliográficamente las actividades turísticas se obtuvo poca información referente al tema en sitios urbanos, en cuanto al desarrollo turístico las fuentes bibliográficas fundamentan como avanza el turismo a través de los años, no se puede definir un modelo de desarrollo del mismo debido a que cada país lo despliega de manera diferente.
- 4.1.2 No existe registro de datos confiable sobre las actividades que los visitantes realizan durante su estancia en la ciudad de Tulcán, la única fuente de donde se obtuvo la información fue a través del diseño y ejecución de la encuesta a los visitantes, donde se recolectó la información de las actividades que realizan durante su estancia en la ciudad de Tulcán demostrando que la Cultura y el Negocio son más predominantes para el visitante a la hora de viajar.
- 4.1.3 Gran parte de los visitantes no realizan actividades turísticas debido al bajo conocimiento de lugares donde pueden visitar.
- 4.1.4 Al visitante no le gusta el clima de la ciudad de Tulcán es muy frío para ellos y no tienen conocimiento de los lugares que existen en esta ciudad falta promoción de los sitios de diversas maneras.

### **4.2. RECOMENDACIONES.**

- 4.2.1 Las autoridades seccionales deben definir el modelo de desarrollo del Turismo que sea factible para la ciudad de Tulcán.

4.2.2 Se debe implementar un estudio a nivel nacional sobre encuestas a los movimientos turísticos en frontera cada año.

4.2.3 Se debería promocionar los atractivos turísticos que posee la ciudad de Tulcán para que puedan hacer uso de ellos por ejemplo por medio de paneles informativos en lugares estratégicos.

4.2.4 Desarrollar estrategias para que el clima sea aliado y no una desventaja.

4.2.5 Desarrollar un estudio sobre la prestación de servicios al visitante en la ciudad de Tulcán.



## **V. PROPUESTA.**

### **5.1. TÍTULO.**

Itinerarios turísticos para la ciudad de Tulcán - Carchi.

### **5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.**

Ciudad de Tulcán localidad fronteriza ubicada entre los países de Ecuador y Colombia. El movimiento turístico en ciudades fronterizas es más sobresaliente, el turismo asegura la economía de estas ciudades, estas normalmente ofrecen propuestas de todo tipo culturales, religiosas en si variadas, con el tiempo van realizando cambios en beneficio propio y lo complementan con seguridad pública y privada este es ejemplo de una de las tantas ciudades que son fronterizas que para no ser ambiguos se trata de las ciudades que se sitúan en la frontera sur de Ecuador. Es demasiado clara la situación que se presenta en la frontera sur en cambio en la frontera Norte no se tiene ese tipo de precedentes al contrario un turista en un comentario dice "la ciudad de Tulcán una ciudad gris, lo único que tiene es el cementerio" para complementar los medios de comunicación difunden que en esta ciudad existe mucha delincuencia, asalto a turistas, muerte de las personas que dedican a cambiar pesos.

En el año 2011 por el departamento de Migración ingresaron al país 187.870 visitantes la interrogante surge cuando se observa cómo pasan los visitantes al Ecuador pero que hacen cuando están en la ciudad de Tulcán, tienen obligatoriamente que ingresar debido a que el terminal terrestre se encuentra dentro de la localidad. Para tener una idea más acertada se procedió a realizar encuestas dirigidas a los visitantes en donde salió a relucir muchas ideas no conocidas obteniendo de esta manera información suficiente, la misma que fue analizada, procesada e interpretada para sacar de resultado que los visitantes

están aquí por conocer más sobre la cultura y también el negocio conjuntamente a esto salió a relucir ciertas características que la ciudad de Tulcán no posee y que debería implementarse. Con la información obtenida se propone realizar Itinerarios turísticos que contribuyan al desarrollo del turismo.

### **5.3. JUSTIFICACIÓN.**

Con el diseño de los Itinerarios turísticos se lograra organizar de mejor manera el turismo que existe en la ciudad de Tulcán, idea que pretende ayudar a contribuir al desarrollo del turismo en la misma. Al hablar de turismo es tratar en tema muy amplio se basa en el movimiento de personas y la utilización de servicios para lograr la estancia agradable en un lugar, en si servicios que la ciudad ofrece son varios como el servicio de alojamiento, alimentación, transporte etc., al desglosar elemento por elemento siempre saldrá algo más quienes se benefician de esta actividad, se pretende organizar actividades que sean de agrado para el visitante y sobre todo que este dentro de sus expectativas.

Es viable la propuesta porque económicamente el turismo es una actividad que ayuda al desarrollo de la economía y al progreso de los pueblos, el contingente humano se tendrá que adaptar a algún cambio necesario, para avanzar y progresar hay que adaptarse y para ello en la Ciudad de Tulcán existe una Universidad que ofrece formar a profesionales en ese ámbito, enrola a la población en este tema y para también hay muchas ventajas como lo es de preservar las costumbres por las cuales el visitante se traslada hasta esta ciudad.

#### **5.4. OBJETIVOS.**

Diseñar Itinerarios turísticos en base a las matrices de operatividad sobre las actividades turísticas para con su ejecución apoyar al desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán.

#### **5.5. FUNDAMENTACIÓN.**

Humano.- En el diseño de itinerarios turísticos en base a las matrices de operatividad sobre las actividades más representativas que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, se organizan diferentes acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán involucrando a todos los prestadores de servicios en la misma.

Social.- El turismo es una actividad muy beneficiosa para el desarrollo de los pueblos, para su impulso se necesitan varios elementos llamados Planta Turística, se abrirán nuevas alternativas y oportunidades con la ejecución de los itinerarios turísticos, la población buscara una formación formal e informal, de esta manera, el nivel de educación será más elevado, reflejándose en la atención al cliente.

Económico.- La actividad económica en la ciudad de Tulcán es más comercial debido a su ubicación fronteriza con el país vecino de Colombia, lo único que se mueve de un país a otro es la actividad comercial formal e informal, según el cambio de moneda. Todo gira en cuanto al comercio y el decrecimiento de la economía en la población, es por el cambio de moneda. La incorporación de los itinerarios turísticos impulsaran el turismo en la ciudad, la localidad se acoplara poco a poco a los cambios para brindar mejor servicio.

Ambiental.- Se lograra una mejor calidad ambiental que se proporcionara al visitante con los principios aplicados y a la vez se conservara el patrimonio cultural y natural para que futuras generaciones puedan disfrutarlas de igual manera.

## **5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.**

### 5.6.1 Matrices operativas

Es una planilla que contiene el resumen de un proyecto, se componen en general por columnas y filas en donde pueden contener varias celdas. El objetivo de las matrices es mostrar de manera muy simple la información de un plan, sin importar lo grande o complicado que sea, también sirve como instrumento diseñado para gestionar proyectos.

Cuadro 32 Matriz operativa para la actividad de la Cultura.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>META</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>MESES DE PREFERENCIA DE VISITA DEL TURISTA</b>	<b>NIVEL DE GASTO</b>	<b>TEMPORALIDAD DE ACTIVIDAD EN LA PROVINCIA</b>
NEGOCIO	Relacionar el turismo de la provincia del Carchi con la actividad del negocio para que fortalezca la actividad turística.	Dar a conocer los principales puntos de compra - venta en la provincia del Carchi y sitios para conferencias en la ciudad de Tulcán.	Dar a conocer los centros comerciales más sobresalientes de la provincia del Carchi.	Enero a Marzo	100 a 200 dólares 10 a 30 dólares diarios	Todo el año

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 33 Matriz operativa para la actividad de la Cultura.

ACTIVIDAD	OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	MESES DE PREFERENCIA DE VISITA DEL TURISTA	NIVEL DE GASTO	TEMPORALIDAD DE ACTIVIDAD EN LA PROVINCIA
CULTURA	Mostrar la cultura latente de la provincia del Carchi a las personas que visiten la ciudad de Tulcán para que avive y fortalezca el turismo cultural.	Recuperar el orgullo de la población Carchense en cuento a sus tradiciones y costumbres para que sus pobladores conserven y transmitan al turista sus raíces y mostrar su cultura fortaleciendo el Turismo Cultural.	Vivenciar las costumbres y tradiciones de la provincia del Carchi con lugares que conserven su origen.	Abril a Junio	50 hasta 200 dólares 10 a 30 dólares diarios	Todo el año

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 34 Matriz de propuesta de alternativa turística para las actividades turísticas seleccionadas.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ALTERNATIVA TURISTICA</b>	<b>OBJETIVO DE LA ALTERNATIVA</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>
NEGOCIO	Tulcán de compras	Organizar la actividad turística conjuntamente con la actividad del negocio.	Promoción del tour por Tv, radio, folletos de información trípticos.	Captar el 70% de las personas que visitan la ciudad de Tulcán.	Registros de visita, itinerarios
CULTURA	Tulcán legado Cultural.	Establecer vínculo entre la actividad turística y la actividad cultural de la Provincia del Carchi para fortalecer el turismo cultural.	Promoción del tour por Tv, radio, folletos de información trípticos, postales, Cd, videos.	Captar el 60% de las personas que visitan la ciudad de Tulcán.	Registros de visita, itinerarios.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 35 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán, Legado Cultural.

<b>ALTERNATIVA TURISTICA</b>	<b>LUGARES DE EJECUCION</b>	<b>LUGARES ESPECIFICOS DE EJECUCIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIPO DE TURISTA</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
Tulcán, Legado Cultural	Ciudad de Tulcán	Casa de Aduana	Tour Guide	Todo tipo de Turista	Itinerario
		Cementerio José María Azael Franco			
		Museo Germán Bastidas Vaca			
		Iglesia San Francisco			
		Parque de la Independencia			

Elaborado por: María Fernanda Enríquez



Cuadro 36 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán de compras.

<b>ALTERNATIVA TURISTICA</b>	<b>LUGARES DE EJECUCION</b>	<b>LUGARES ESPECIFICOS DE EJECUCIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIPO DE TURISTA</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
Tulcán de compras	Ciudad de Tulcán	Terminal terrestre ciudad de Tulcán	Tour Guide	Todo tipo de Turista	Itinerario
		Mercado San Miguel			
		Iglesia La Catedral			
		Mercado Popular			
		Cementerio José, María Azael Franco			
		Museo Germán Bastidas Vaca			

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 37 Matriz de identificación de atractivos para la alternativa turística Tulcán de compras II

<b>ALTERNATIVA TURISTICA</b>	<b>LUGARES DE EJECUCION</b>	<b>LUGARES ESPECIFICOS DE EJECUCIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIPO DE TURISTA</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
Tulcán de compras II	Ciudad de Tulcán	Iglesia La Catedral	Tour Guide	Todo tipo de Turista	Itinerario
		Mercado Popular			
		Cementerio José María Azael Franco			
		Parroquia Julio Andrade			
		Iglesia San Francisco			
		Balneario Aguas Hediondas			
		Parroquia Tufiño			

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

## 5.6.2 Itinerarios

A continuación se presentan los itinerarios organizados en base a las matrices de operatividad sobre las actividades más preponderantes que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán.

### 5.6.2.1 Itinerario “TULCÁN LEGADO CULTURAL”

Datos Generales:

Nº Itinerario: 1/1

Objetivo General: Dar a conocer al visitante la riqueza cultural mediante la organización de un itinerario turístico que recoge las costumbres.

Duración: 8 Horas

Punto de Encuentro: Parque Isidro Ayora

Recorrido: A pie y transporte privado.

Días de salida: Todos los días.

Cuadro 38 Operativo del itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL

HORA	ACTIVIDAD	DETALLES DE ACTIVIDAD	COSTOS	RESPONSABLE
09H00	Concentración	Casa de Aduanas	\$0.00	Tour Guide
09H05	Entrada a la Casa de Aduanas	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bienvenida.</li> <li>➤ Observación.</li> <li>➤ Fotografías.</li> <li>➤ Explicación histórica del lugar.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
09H25	Salida hacia el cementerio	Transporte privado.		Tour Guide
09H40	Llegada al cementerio José María Azaél Franco	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorrido por la avenida principal.</li> <li>➤ Descripción de las figuras.</li> <li>➤ Fotografías.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
10H20	Visita a la sala de exposiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Visita a la sala de exposiciones.</li> <li>➤ Explicación de las fotografías de la ciudad de Tulcán antigua.</li> <li>➤ Observación por el mirador.</li> <li>➤ Fotografías.</li> <li>➤ Box lunch típico (cosas finas )</li> </ul>	\$1.50	Tour Guide
10H50	Salida al Museo Germán Bastidas Vaca	Recorrido a pie		Tour Guide
10H57	Llegada al Museo Germán Bastidas Vaca	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Explicación de cada una de las salas.</li> <li>➤ Demostración de los juegos típicos.</li> <li>➤ Fotografías de los juegos.</li> <li>➤ Entrega de información acerca del Museo.</li> </ul>	\$1.00	Tour Guide
11H40	Salida hacia la Iglesia San Francisco	Recorrido a pie.		Tour Guide
11H50	Llegada a la Iglesia San Francisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Visita.</li> <li>➤ Explicación de la historia de la historia de la Iglesia.</li> <li>➤ Recorrido por el lugar</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide

		y explicación. ➤ Fotografías.		
12H10	Salida hacia el parque de la Independencia	Recorrido a pie		Tour Guide
12H30	Llegada al parque de la Independencia	➤ Explicación de la historia del lugar. ➤ Edificaciones importantes	\$0.00	Tour Guide
12H50	Salida hacia el Restaurante	Recorrido a pie		Tour Guide
12H55	Llegada al restaurante	➤ Almuerzo (Restaurante Lumar ) ➤ Conversatorio	\$3.00	Tour Guide
14H40	Salida hacia la casa de la juventud	Recorrido a pie		Tour Guide
14H47	Llegada a la casa de la juventud	➤ Programa especial (Presentación, Baile, músicos )		Tour Guide
15H30	Box lunch típico	➤ Leyendas. ➤ Tortillas con café de taraxaco o morocho con leche. ➤ Bufanda Artesanal	\$6.50	Tour Guide
17h00	Fin del Tour			Tour Guide

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 39 Inventario vial del Itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL

DESDE	HASTA	TIPO DE VIA	CARACTERISTI CAS DE LA VIA	NOMBRE DE LA VIA	KM	TIEMPO APROXIMADO	ESTADO DE LA VIA
Casa de Aduanas	Cementerio José María Azael Franco	Vía urbana	Asfaltada Adoquinada	Calle Guatemala, Av. Coral y Calle Cotopaxi	6km con 650m	15min	Buena
Cementerio José María Azael Franco	Museo Germán Bastidas Vaca	Vía urbana	Adoquinada	Calle Cotopaxi	200m	7min	Buena
Museo Germán Bastidas Vaca	Iglesia San Francisco	Vía urbana	Adoquinada y la calle Bolívar de concreto	Calle Cotopaxi, Calle Panamá y Calle Bolívar	440m	15min	Buena

Iglesia San Francisco	Parque de la Independencia	Vía urbana	De concreto Adoquinada	Calle Bolívar y Calle Ayacucho	300m	20min	Buena
Parque de la Independencia	Restaurante	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre	150m	5min	Buena
Restaurante	Casa de la Juventud	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre	200m	7min	Muy Buena

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

## Itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL

09:00 Concentración en la Casa de Aduanas, bienvenida.

09:05 Visita a la Casa de Aduanas, entrada al lugar observación, explicación de la historia que contiene el lugar y fotografías del lugar.

09:25 Traslado hacia el Cementerio José María Azael Franco en transporte privado de la agencia.

09:40 Llegada al Cementerio José María Azael Franco, recorrido por la avenida principal del cementerio, descripción de cada una de las figuras y su representación, fotografías.

10:20 Visita a la sala de exposiciones del Cementerio José María Azael Franco, explicación de las fotografías de la ciudad de Tulcán en sus años de inicio, observación en el mirador, fotografías y box lunch típico a la salida del Cementerio (cosas finas y un jugo natural)

10:50 Salida hacia el Museo Germán Bastidas Vaca con un recorrido a pie hasta el lugar.

10:57 Llegada al Museo, explicación de cada una de las salas que contienen piezas arqueológicas, tradiciones y leyendas y la sala de arte contemporáneo demostración de los juegos típicos, fotografías y entrega de información del museo.

11:40 Traslado hacia la Iglesia San Francisco con un recorrido a pie, observando el parque Isidro Ayora.

11:50 Llegada a la Iglesia, visita, explicación e información de la historia de la iglesia, fotografías.

12:10 Salida hacia el parque de la Independencia, recorrido a pie.



12:30 Llegada al parque, explicación de la historia del lugar, edificaciones más importantes.

12:50 Salida hacia el restaurante, recorrido a pie.

12:55 Llegada al restaurante, almuerzo, conversatorio.

14.40 Salida Casa de la Juventud, recorrido a pie.

14:47 Llegada a la Casa de la juventud, programa especial.

15:30 Box lunch típico, tortillas de tiesto con café o morocho con leche y entrega de bufanda artesanal.

Cuadro 40 Costos del itinerario turístico 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL

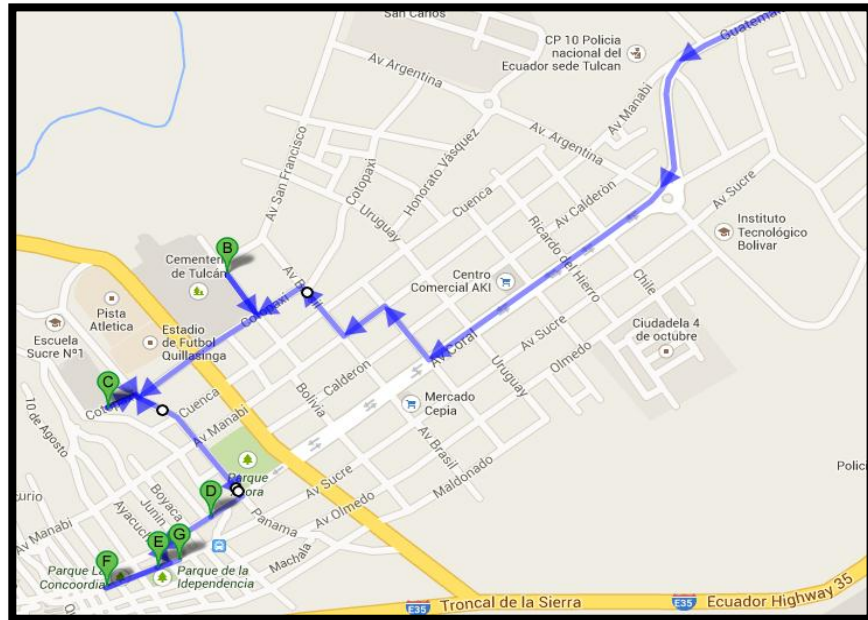
<b>Rubro/ actividad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>N° veces</b>	<b>Total</b>
Almuerzo	\$3.00	1	\$3.00
Box lunch	\$1.50	2	\$3.00
Bufanda artesanal	\$5.00	1	\$5.00
Transporte	\$3.33	1	\$3.33
Guía	\$1.33	1	\$1.33
Otros	\$4.00	1	\$4.00
Subtotal			<b>\$19.67</b>
Visitante		15	\$295.00
Imprevistos y utilidad		30%	88.5
Total			<b>\$383.50</b>
Por visitante			<b>\$25.57</b>

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

	<b>Por día</b>	<b>Por Visitante</b>
Guía	20	\$1.33
Transporte	50	\$3.33
Otros	60	\$4.00

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Mapa 1 Recorrido del Itinerario 1/1 TULCÁN LEGADO CULTURAL



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### 5.6.2.2 Itinerario “TULCÁN DE COMPRAS “

Datos Generales:

Nº Itinerario: 1/2

Objetivo General: Dar a conocer al visitante los locales comerciales de la ciudad de Tulcán, mediante la organización de un itinerario turístico que comprende un recorrido por los puntos de compra de artículos y más en la ciudad de Tulcán.

Duración: 8 horas 40 minutos

Punto de Encuentro: Terminal Terrestre de la ciudad de Tulcán.

Recorrido: A pie y transporte privado.

Días de Salida: Días Jueves y Domingo

Cuadro 41 Operativo de actividades del Itinerario 1/2 TULCÁN DE COMPRAS

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Detalles de Actividad</b>	<b>Costos</b>	<b>Responsable</b>
09H00	Concentración	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Terminal terrestre de la ciudad de Tulcán.</li> <li>➤ Bienvenida e indicaciones.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
09H10	Salida hacia el Mercado San Miguel	Transporte privado		Tour Guide
09H15	Llegada al Mercado San Miguel	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Indicaciones del lugar e información.</li> <li>➤ Compra de prendas de vestir de lana hechas a mano.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
09H50	Salida del Mercado San Miguel por la calle sucre	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorrido a pie</li> <li>➤ Box lunch típico en la cafetería de la calle Olmedo y Tarqui jugo natural con buñuelo</li> <li>➤ Compra de prendas de vestir.</li> </ul>	\$1.50	Tour Guide
11H00	Llegada a la Iglesia La Catedral	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Visita a la iglesia</li> <li>➤ Explicación de la historia de la iglesia.</li> <li>➤ Observación de las imágenes.</li> <li>➤ Observación de la cúpula.</li> <li>➤ Fotografías.</li> <li>➤ Visita a la plazoleta la Concordia con la explicación del monumento a Bolívar.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide

11H40	Salida al Mercado Popular	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorrido a pie.</li> <li>➤ Explicación del parque de la Independencia su historia y edificaciones importantes.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
12H05	Llegada al Mercado Popular	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Compra de artículos.</li> <li>➤ Compra de prendas de vestir.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
12H50	Salida hacia el Restaurante el Rancho	Transporte privado		Tour Guide
13H00	Llegada al Restaurante el Rancho	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Almuerzo</li> <li>➤ Conversatorio</li> </ul>	\$3.00	Tour Guide
14H30	Salida hacia el Cementerio de Tulcán	Transporte privado		Tour Guide
14H35	Llegada al Cementerio José María Azaél Franco	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorrido por la avenida principal.</li> <li>➤ Observación de cada una de las figuras.</li> <li>➤ Explicación de las figuras y su significado.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
15H20	Entrada a la Sala de exposiciones del Cementerio	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Observación y explicación de las fotografías de la ciudad de Tulcán en años pasados.</li> <li>➤ Observación de los volcanes en el mirador y fotografías.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
16H00	Salida hacia el Museo Germán Bastidas Vaca	Recorrido a pie.		Tour Guide
16H05	Llegada al Museo Germán Bastidas Vaca	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Explicación de cada una de las salas.</li> <li>➤ Demostración de</li> </ul>	\$1.00	Tour Guide

		los juegos típicos. ➤ Fotografías de los juegos. ➤ Entrega de información acerca del Museo. ➤ Entrega de Bufanda Artesanal.		
17H00	Salida hacia la cafetería	Recorrido a pie	\$1.50	Tour Guide
17H05	Llegada a la cafetería	➤ Box lunch típico café con empanadas		Tour Guide
17H40	Fin del tour.			

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 42 Inventario vial itinerario TULCÁN DE COMPRAS

Desde	Hasta	Tipo de vía	Características de la vía	Nombre de la vía	Km	Tiempo aproximado	Estado de la vía
Terminal terrestre de la ciudad de Tulcán	Mercado San Miguel	Vía urbana	Asfaltada Adoquinada	Calle Bolívar Calle Sucre	600m	10min	Buena
Mercado San Miguel	Iglesia La Catedral	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre	400m	15 min	Buena
Iglesia La Catedral	Mercado Popular	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre	400m	15min	Buena
Mercado Popular	Restaurante El Rancho	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre, Calle Bolivia, Av. Manabí, Av. Brasil.	500m	10min	Buena
Restaurante El Rancho	Cementerio José María Azael Franco	Vía urbana	Adoquinada	Av. Brasil y Calle Cotopaxi	200m	5min	Buena
Cementerio José María Azael Franco	Museo Germán Bastidas Vaca	Vía urbana	Adoquinada	Calle Cotopaxi	200m	5min	Buena
Museo Germán Bastidas Vaca	Cafetería	Vía urbana	Adoquinada	Calle Cotopaxi y Calle Panamá	50m	5min	Buena

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

## Itinerario 1/2 TULCÁN DE COMPRAS

09:00 Concentración en el terminal terrestre de la ciudad de Tulcán, bienvenida e indicaciones, traslado en transporte privado hacia el Mercado San Miguel.

09:15 Llegada al Mercado San Miguel, indicaciones del lugar a visitar e información, compra de prendas de vestir de lana hechas a mano.

09:50 Salida del Mercado San Miguel con un recorrido a pie se dirige hacia la cafetería para disfrutar de un box lunch típico de jugo natural con un buñuelo, recorrido a pie por la calle Sucre visitando local para realizar compras de prendas de vestir.

11:00 Llegada a la Iglesia La Catedral, visita al lugar, explicación de la historia, observación de imágenes, observación y explicación de la cúpula, fotografías, visita a la plazoleta de la Concordia, explicación del monumentos a Simón Bolívar.

11:40 Salida con dirección al Mercado Popular, recorrido a pie, explicación de la historia del parque de la Independencia junto con sus edificaciones importantes.

12:05 Llegada al Mercado Popular, compra de artículos, compra de prendas de vestir y luego salida hacia el restaurante con transporte privado.

13:00 Llegada al restaurante el Rancho y deleite de un delicioso almuerzo, conversatorio.

14:30 Salida hacia el cementerio de Tulcán en transporte privado.

14:35 Llegada al Cementerio José María Azael Franco, recorrido por la avenida principal, observación y explicación de cada una de las figuras talladas en ciprés.

15:20 Entrada a la sala de exposición de fotografías de la ciudad de Tulcán en años pasados, observación de los dos volcanes Chile y Cumbal por el mirador y fotografías.

16:00 Salida hacia el Museo Germán Bastidas Vaca con un recorrido a pie.

16:05 Llegada al Museo Germán Bastidas Vaca, explicación de cada una de las salas, demostración de juegos típicos de la zona, fotografías, entrega de información acerca del Museo, entrega de una bufanda artesanal.

17:00 Salida hacia la cafetería con un recorrido a pie.

17:05 Llegada a la cafetería, degustación de un buen café con empanadas y fin del tour.

Cuadro 43 Costos del itinerario turístico TULCÁN DE COMPRAS

<b>RUBRO/ ACTIVIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>N° VECES</b>	<b>TOTAL</b>
ALMUERZO	\$3.00	1	\$3.00
BOX LUNCH	\$1.50	2	\$3.00
BUFANDA ARTESANAL	\$5.00	1	\$5.00
TRANSPORTE	\$3.33	1	\$3.33
GUIA	\$1.33	1	\$1.33
OTROS	\$1.00	1	\$1.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$16.67</b>
<b>PAX</b>		<b>15</b>	<b>\$250.00</b>
<b>IMPREVISTOS Y UTILIDAD</b>		<b>30%</b>	<b>\$75.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$325.00</b>
<b>POR PAX</b>			<b>\$21.67</b>

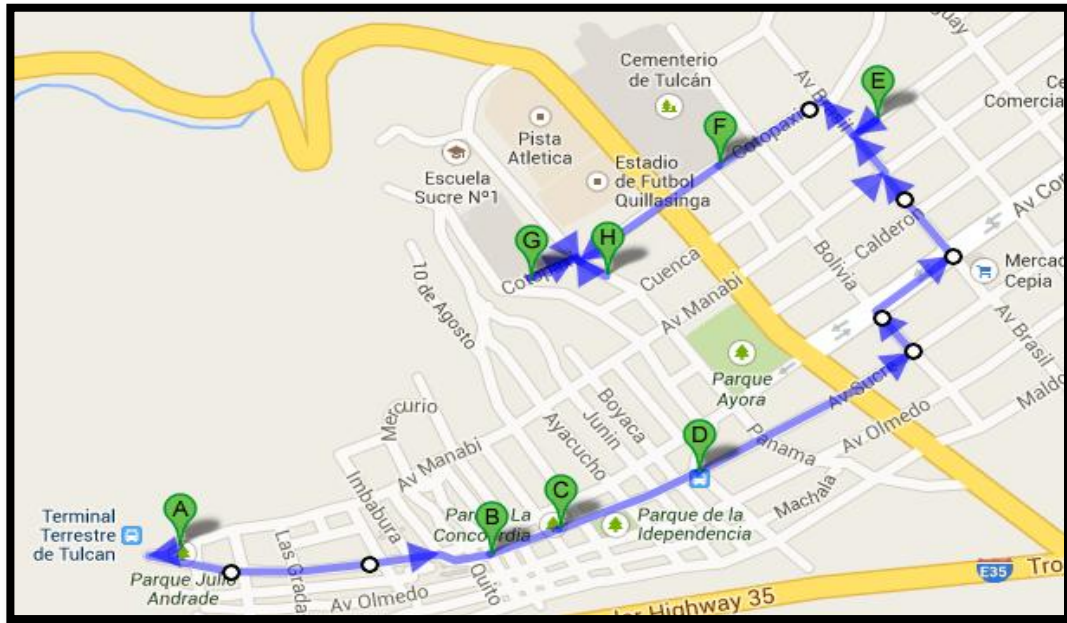
Elaborado por: María Fernanda Enríquez

	<b>POR DIA</b>	<b>POR PAX</b>
GUIA	20	\$1.33
TRANSPORTE	50	\$3.33

Elaborado por María Fernanda Enríquez



Mapa 2 Itinerario 1/2 TULCÁN DE COMPRAS



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### 5.6.2.3 ITINERARIO “TULCÁN DE COMPRAS “

Datos Generales:

Nº Itinerario: 2/2

Objetivo General: Dar a conocer al visitante los locales comerciales de la ciudad de Tulcán, mediante la organización de un itinerario turístico que comprende un recorrido por los puntos de compra de artículos y más en la ciudad de Tulcán.

Duración: 2 días 1 noche

Punto de Encuentro: Parque de la Independencia

Recorrido: A pie y transporte privado.

Días de Salida: Todos los días

Cuadro 44 Operativo del itinerario 2/2 TULCÁN DE COMPRAS

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Detalles de actividad</b>	<b>Costos</b>	<b>Responsable</b>
09H00	Concentración	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hotel Lumar</li> <li>➤ Check in</li> <li>➤ Bienvenida</li> </ul>		Tour Guide
09H30	Salida hacia la Iglesia la Catedral	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorrido a pie</li> <li>➤ Compras de prendas de vestir</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide
10H10	Llegada a la Iglesia La Catedral	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Observación de las imágenes.</li> <li>➤ Observación de la cúpula.</li> <li>➤ Explicación de la historia del lugar</li> <li>➤ Fotografías</li> <li>➤ Visita a la plazoleta de la Concordia y el monumento a Simón Bolívar y box lunch típico cosas finas y jugo natural</li> </ul>	\$1.50	Tour Guide
10H50	Salida hacia el Mercado Popular	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorrido a pie</li> <li>➤ Explicación breve del parque de la independencia su historia y edificaciones importantes.</li> <li>➤ Compra de artículos.</li> </ul>	\$0.00	Tour Guide

11H30	Llegada al Mercado Popular	➤ Compra de prendas de vestir y artículos.	\$0.00	Tour Guide
12H50	Salida hacia el Restaurante	Transporte privado		Tour Guide
13H00	Llegada al restaurante el Rancho	➤ Almuerzo ➤ Conversatorio	\$3.00	Tour Guide
14H30	Salida hacia el Cementerio José María Azael Franco	Transporte privado		Tour Guide
14H35	Llegada al Cementerio	➤ Recorrido por la avenida principal del cementerio. ➤ Explicación de cada una de las figuras talladas en ciprés ➤ Fotografías.	\$0.00	Tour Guide
15H20	Salida hacia la parroquia de Julio Andrade	Transporte privado		Tour Guide
15H50	Llegada a la parroquia de Julio Andrade	➤ Traslado al Restaurante Mindalae	\$0.00	Tour Guide
16H00	Llegada al Restaurante Mindalae	➤ Box Lunch Típico ➤ Presentación. ➤ Cantantes	\$1.50	Tour Guide
17h30	Programa especial	➤ Compra de artesanías ➤ Leyendas de la zona.	\$0.00	Tour Guide
19H00	Cena especial	➤ Cena con productos de la zona habas, mellocos, ocas, ají y		Tour Guide

		cuy asado o caldo de gallina		
20H30	Baile y cantantes	Baile, cantantes y bebida de la zona.	\$0.00	Tour Guide
21H30	Salida hacia la ciudad de Tulcán	Transporte privado		Tour Guide
22H10	Llegada al Hotel	Fin del día		Tour Guide

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

#### DIA 2

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Detalles de actividad</b>	<b>Costo</b>	<b>Responsable</b>
08H00	Desayuno	➤ Desayuno en el Hotel		Tour Guide
09H00	Salida hacia la Iglesia San Francisco	➤ Recorrido a pie por la calle Bolívar y compra de prendas de vestir	\$0.00	Tour Guide
09H50	Llegada a la Iglesia San Francisco	➤ Visita, explicación de la historia de la Iglesia ➤ Fotografía	\$0.00	Tour Guide
10H20	Salida hacia los tres chorros	Transporte privado		Tour Guide

10H25	Llegada a los tres chorros	➤ Explicación del lugar, origen de sus aguas naturales y demás servicios que ofrece.	\$0.00	Tour Guide
10H35	Salida hacia el balneario las Aguas Hediondas	Transporte privado		Tour Guide
11H30	Llegada a las aguas hediondas	➤ Explicación de la historia del lugar y el origen de sus aguas termales y beneficios medicinales ➤ Piscina de aguas termales.	\$1.50	Tour Guide
13H00	Salida hacia la parroquia de Tufiño	Transporte privado		Tour Guide
13H30	Llegada a la Parroquia de Tufiño	➤ Almuerzo	\$2.50	Tour Guide
14H30	Salida hacia la ciudad de Tulcán	Transporte privado		Tour Guide
15H00	Llegada al Hotel	➤ Aseo ➤ Check out ➤ Fin del Tour ➤ Entrega de chocolatera Pasto	\$10.00	Tour Guide

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Cuadro 45 Inventario vial del itinerario 2/2 TULCÁN DE COMPRAS II

DESDE	HASTA	TIPO DE VIA	CARACTERISTICAS DE LA VIA	NOMBRE DE LA VIA	KM	TIEMPO APROXIMADO	ESTADO DE LA VIA
Hotel Lumar	Iglesia La Catedral	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre	100m	5min	Buena
Iglesia La Catedral	Mercado Popular	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre	400m	15min	Buena
Mercado Popular	Restaurante El Rancho	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre, calle Bolivia, Calle Manabí, y Av. Brasil	500m	10min	Buena
Restaurante El Rancho	Cementerio José María Azael Franco	Vía urbana	Adoquinada	Av. Brasil y Calle Cotopaxi	200m	5 min	Buena
Cementerio José María Azael Franco	Parroquia Julio Andrade	Vía urbana Vía de primer orden	Adoquinada Asfaltada	Calle Cotopaxi, Calle Rafael Arellano, E35	23km	30min	Buena

Parroquia Julio Andrade	Ciudad de Tulcán	Vía de primer orden	Asfaltada	E35	23km	30min	Buena
Hotel Lumar	Iglesia San Francisco	Vía urbana	Adoquinada	Calle Sucre, pasaje San Francisco, calle Bolívar	600m	20min	Buena
Iglesia San Francisco	Balneario tres chorros	Vía urbana	Adoquinada Asfaltada	Calle Bolívar, calle García Moreno, Calle Roberto Sierra	700m	5min	Buena
Balneario tres chorros	Balneario Aguas Hediondas	Vía de segundo orden	Asfaltada	Vía Tufiño Chical	20km	1 hora	Buena
Balneario Aguas Hediondas	Parroquia Tufiño	Vía de tercer orden	Asfaltada	Vía Tufiño Chical	6km	30min	Buena
Parroquia Tufiño	Ciudad de Tulcán	Vía de segundo orden	Asfaltada	Vía Tufiño Chical	14km	30min	Buena

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

## Itinerario turístico 2/2 TULCÁN DE COMPRAS

09:00 Concentración en el Hotel Lumar, Check in, bienvenida.

09:30 Salida hacia la Iglesia La Catedral con un recorrido a pie, y compras.

10:10 Llegada a la Iglesia La Catedral, observación de la cúpula y explicación de la historia del lugar, fotografías, visita a la plazoleta de la concordia y el monumento a Simón Bolívar y disfrute de un delicioso box lunch de cosas finas y jugo natural.

10:50 Salida hacia el Mercado Popular con un recorrido a pie, explicación breve de la Independencia su historia y edificaciones importantes, compra de artículos.

11:30 Llegada al Mercado Popular, compra de prendas de vestir y artículos.

12:50 Salida hacia el Restaurante en transporte privado.

13:00 Llegada al restaurante el Rancho, almuerzo comida típico, conversatorio.

14:30 Salida hacia el Cementerio José María Azael Franco con transporte privado.

14:35 Llegada al Cementerio José María Azael Franco, Recorrido por la Avenida principal explicando cada una de las figuras talladas en ciprés, fotografías.

15:20 Salida hacia la parroquia Julio Andrade en transporte privado dando a conocer las leyendas del lugar.

15:50 Llegada a la parroquia Julio Andrade, traslado al restaurante Mindalae, disfrute de un delicioso Box lunch típico de Café de taraxaco con tortillas de tiesto o morocho con leche y panela, presentación de cantantes locales.

17:30 Programa especial, compra de artesanías, relato de leyendas de la zona.

19:00 Cena especial con productos cocidos de la zona, habas, mellocos, ocas con ají y cuy asado con papas o caldo de gallina.



20:30 Baile y cantantes junto con una bebida del restaurante, y retorno al hotel en la ciudad de Tulcán.

## Día 2

08:00 Luego de disfrutar un delicioso desayuno a las 09:00 salida hacia la Iglesia San Francisco con un recorrido a pie por la calle Bolívar y compras.

09:50 Llegada a la Iglesia San Francisco, visita, explicación de la historia de la Iglesia, fotografía.

10:20 Salida hacia los tres chorros en transporte privado, explicación del lugar, el origen de sus aguas naturales y demás servicios que ofrece y salida hacia el balneario de las aguas hediondas.

11:30 Llegada a las aguas hediondas, explicación de la historia del lugar y origen de sus aguas termales y beneficios medicinales.

13.00 Salida hacia la parroquia de Tufiño en transporte privado para disfrutar de un delicioso almuerzo y retornar a la ciudad de Tulcán a las 03:00pm para el check out.

Cuadro 46 Costos del itinerario turístico Tulcán de compras II

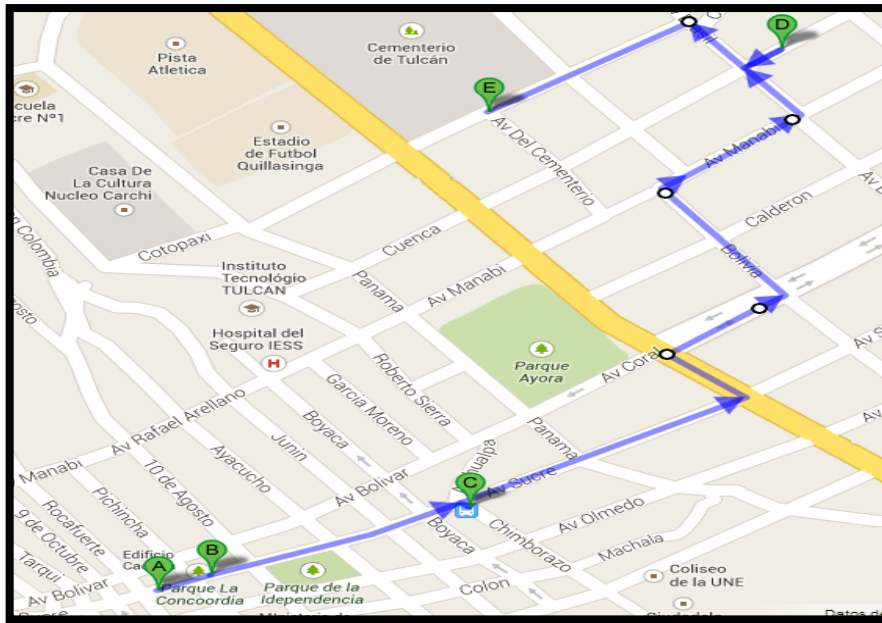
<b>Rubro/ actividad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>N° veces</b>	<b>Total</b>
Desayuno	\$2.50	1	\$2.50
Almuerzo	\$5.50	1	\$5.50
Box lunch	\$1.50	2	\$3.00
Cena	\$10.00	1	\$10.00
Transporte	\$3.33	1	\$3.33
Guía	\$1.33	1	\$1.33
Otros / chocolatera	\$19.43	1	\$19.43
SUBTOTAL			\$45.10
Pax		15	\$676.50
Imprevistos y utilidad		30%	\$202.95
Total			\$879.45
Por pax			\$58.63

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

	<b>POR DIA</b>	<b>POR PAX</b>
GUIA	20	\$1.33
TRANSPORTE	50	\$3.33
OTROS	291.5	\$19.43

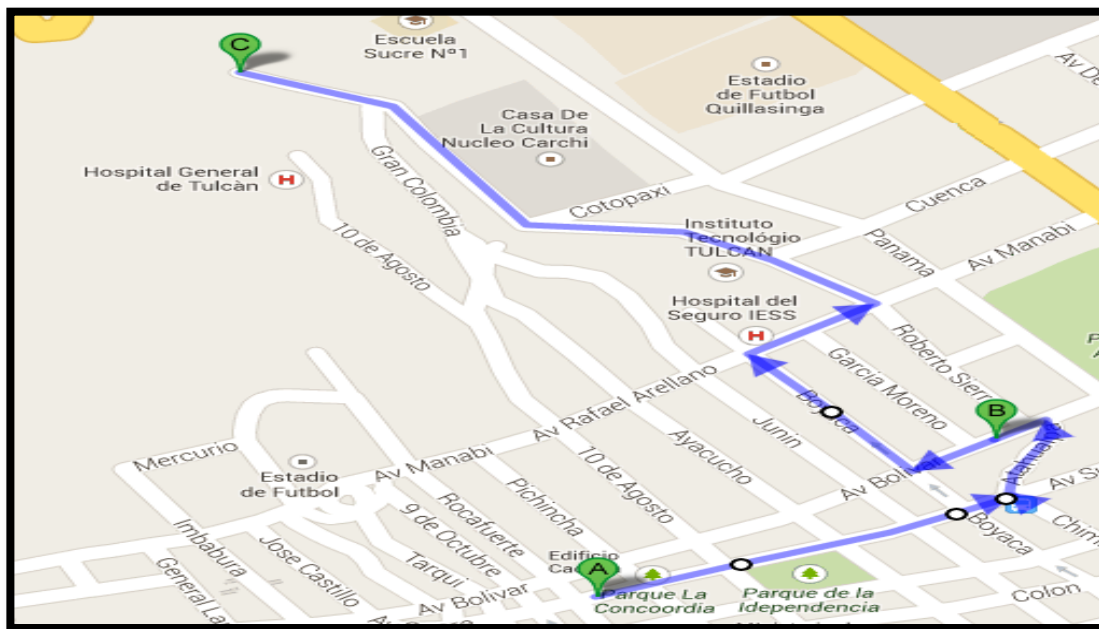
Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Mapa 3 Itinerario 2/2 Día uno TULCÁN DE COMPRAS



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Mapa 4 Itinerario 2/2 Día dos TULCÁN DE COMPRAS



Elaborado por: María Fernanda Enríquez

## VI. BIBLIOGRAFÍA.

Boullón. R, 2009, "*Las Actividades Turísticas y Recreacionales*", Trillas, México, México.

Cárdenas. Fabio, 2009, "*Proyectos Turísticos Localización e Inversión*", Trillas, México, México.

Cárdenas, Fabio, 2010, "*Comercialización del Turismo*", Trillas, México, México.

Ejarque. J, 2005, "*Destinos turísticos de éxito*", Pirámide, Madrid, España.

García. 2007, "*Marketing del Turismo Rural*", Pirámide, Madrid, España.

Hernández. E. 2008, "*Proyectos turísticos. Formulación y evaluación*", Trillas, México, México.

Hernández. R, Fernández. C, Baptista. P, 2007, "*Metodología de la Investigación*", TheMcGram-Hill, México D.F. México.

Lickorish. L. y Jenkis. C, 2010, "*Una Introducción al Turismo*", Síntesis S.A., Madrid, España.

Pineda. E, Alvarado. E, 2008, "*Metodología de la Investigación*", OPS, Washington, D.C.

Posso. M, 2009, "*Metodología Para El Trabajo De Grado, Tesis Y Proyectos*", Grafico Nina, Ibarra, Ecuador.

Ramírez. E, 2006,"*Turismo de Negocios*", Trillas, México, México D.F.

Rosero. I, 2008, "*Informe Final Del Proyecto Profesional De Grado*", Quito, Ecuador.

Saltos. G, 2009, "*Ecuador su Realidad*", Quito, Ecuador.

Wallingre. N & Toyos. M, 2010, "*Diccionario De Turismo, Hotelería Y Transportes*", Trillas, México.

Zamorano. F, 2009, "*Turismo Alternativo*" Trillas, México, México D.F.

Fuentes De La Presente Edición De La Ley De Turismo

1.- Ley 2002-97 (Suplemento del Registro Oficial 733, 27-XII-2002)

2.- Mandato Constituyente 8 (Suplemento del Registro Oficial 330, 6-V-2008).

## LINKOGRAFÍA

“Aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo” Recuperado el 7 de Junio 2013 de (Turismo)

Barrios, L.A.” Turismo Definiciones de Turismo” Recuperado el 1de Julio 2012 de <http://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo>

Botero, J., Ramon, M., Camaño, T., & Murcia, M. (2009). [www.historia-antigua.es](http://www.historia-antigua.es). Recuperado el 15 de enero de 2013, de [www.historia-antigua.es](http://www.historia-antigua.es): [http://www.historia-antigua.es/pdf/articulos/turismo\\_urbano\\_y\\_cultural.pdf](http://www.historia-antigua.es/pdf/articulos/turismo_urbano_y_cultural.pdf)

IET, (2011), “Informe Anual 2011- Encuesta de Movimientos Turísticos en frontera y Encuesta de Gasto Turístico”. Recuperado el 12 de Octubre 2013 de <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20%28Frontur%29%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20%28Egatur%29%202011.pdf>

“Itinerarios turísticos del Mundo”, Recuperado el 22 de agosto 2013 de [http://es.slideshare.net/annieburbano/itinerarios-tursticos-del-mundo-colombia-itinerarios?from\\_search=3](http://es.slideshare.net/annieburbano/itinerarios-tursticos-del-mundo-colombia-itinerarios?from_search=3)

[www.ministeriopatrimonio.gob.ec](http://www.ministeriopatrimonio.gob.ec)

[Yepes.V, \(2000\), "Los Itinerarios Tematicos como elementos diferenciadores del producto turisticos global". Recuperado el 3 de Octubre 2013 de http://es.slideshare.net/vyepesp/los-itinerarios-temticos-como-elementos-diferenciadores-del-producto-turstico-global-presentation?from\\_search=2](http://es.slideshare.net/vyepesp/los-itinerarios-temticos-como-elementos-diferenciadores-del-producto-turstico-global-presentation?from_search=2)

Campesino, A. (2013). *www.aecit.org*. Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de *www.aecit.org*:

[http://www.aecit.org/img/portada/turismo%20de%20frontera\\_1\\_Antonio\\_Campesino-1.pdf](http://www.aecit.org/img/portada/turismo%20de%20frontera_1_Antonio_Campesino-1.pdf)

*es.slideshare.net*. (s.f.). Recuperado el 3 de Mayo de 2013, de *s.slideshare.net*:  
<http://es.slideshare.net/ChefLuis/turismo-gastronomico-en-panam>

Guevara, J. (10 de Abril de 2012). *www.upec.edu.ec*. Recuperado el 10 de Octubre de 2012, de *www.upec.edu.ec*:  
[http://www.upec.edu.ec/citte/archivos/publicaciones/SATHIRI\\_2.pdf](http://www.upec.edu.ec/citte/archivos/publicaciones/SATHIRI_2.pdf)

OMT. (7 de Octubre de 1998).

[http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo\\_etica/](http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo_etica/). Recuperado el 22 de Agosto de 2012, de

[http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo\\_etica/](http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo_etica/):  
*www.tyhturismo.com*

Turismo, A. d. (s.f.). *www.tyhturismo.com*. Recuperado el 7 de Junio de 2013, de *www.tyhturismo.com*:  
[http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo\\_etica/](http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo_etica/)

*www.scribd.com*. (s.f.). Recuperado el 13 de octubre de 2012, de *www.scribd.com*: <http://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo>

Zizaldra, I. (2009). *www.tdx.cat*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2013, de *www.tdx.cat*:

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/7961/tizh.pdf;jsessionid=B3E2858FFCD8940644BE31CF7FBD99B4.tdx2?sequence=1>

## VII. ANEXOS.

### Anexo 1 Ficha Atractivo Museo Germán Bastidas Vaca

Código	1
Nombre	Museo Germán Bastidas Vaca
Ubicación	Calle Cotopaxi y Panamá (Tulcán)
Categoría	Cultural
Jerarquía	3
Descripción	Es un área reciente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo del Carchi, inaugurado el 8 de diciembre del 2006. El museo refleja la esencia y las características de la cultura carchense, mantiene 740 piezas arqueológicas correspondientes al per-file cultural de los pueblos que habitaron Carchi, se ha dividido en salas: Sala de ubicación Geográfica, Sala de Tradiciones y Leyendas, Sala de Arte Contemporáneo.
Observaciones	Ninguna.
Estado y uso Actuales	En constante mantenimiento y conservación / Cursos y Concursos de Pintura.
Disponibilidad temporal	Lunes a Viernes de 9h00 a 17h00 sábado y Domingo no hay atención.
Accesibilidad	Vía terrestre, adoquinado en buen estado.
Uso turístico actual	Exposición permanente e itinerante.
Uso turístico potencial	Cultural y Arqueológico.
Titularidad	Público.
Capacidad de Carga	60 personas.
Cercanía a centros turísticos	Cercano al Cementerio de Tulcán y al Parque Isidro Ayora.
Repercusión social	Contribuye al rescate de tradiciones e identidad local.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez



Anexo 2 Ficha Atractivo Las Canoas

Código	2
Nombre	Las Canoas y Balneario El Martínez
Ubicación	(Tulcán)
Categoría	Natural
Jerarquía	1
Descripción	Es un complejo natural, data del año 1953 y se ubica a 1,5 Km. del lado occidental de Tulcán, lugar muy atractivo permite que los visitantes se recrean remando en canoas. El lugar se complementa con el balneario el Martínez que posee piscina de agua termal de agradable temperatura. En la actualidad este lugar se encuentra en deterioro debido a una calamidad natural donde el rio tomo otro rumbo.
Observaciones	Ninguna.
Estado y uso Actuales	Balneario en deterioro, sin mantenimiento, nuevo rumbo del rio inhabilito la infraestructura / Paseos ecológicos, picnic, excursiones.
Accesibilidad	Vía terrestre
Uso turístico actual	Ninguno.
Uso turístico potencial	Naturaleza y ecoturismo.
Complementariedad con otros recursos	Ninguna.
Cercanía a centros turísticos	Cercano al balneario tres chorros.
Repercusión social	
Contexto institucional	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Anexo 3 Ficha Atractivo Balneario Los Tres Chorros

Código	3
Nombre	Balneario Los tres chorros
Ubicación	(Tulcán)
Categoría	Natural
Jerarquía	2
Descripción	Dentro del perímetro urbano, en la vía que dirige a Tufiño, se encuentra la piscina de Los Tres Chorros, con aguas semi temperadas y un chorro de agua medicinal, sauna, turco, vestidores y baño es un sitio ideal para la recreación y esparcimiento a orillas del río Bobo.
Observaciones	Ninguna.
Estado y uso Actuales	Poco mantenimiento /en funcionamiento.
Disponibilidad temporal	7am a 6pm
Accesibilidad	Vía terrestre en buen estado.
Uso turístico actual	Balneario, sauna, turco.
Uso turístico potencial	Deportivo y aventura.
Titularidad	Público.
Capacidad de Carga	
Complementariedad con otros recursos	Ninguna.
Cercanía a centros turísticos	Cercano al balneario Las Canoas y balneario El Martínez.
Repercusión social	Generación de empleo local.
Intervenciones necesarias	
Nivel de intraversión	
Contexto institucional	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Anexo 4 Ficha Atractivo Cementerio José María Azael Franco

Código	4
Nombre	Cementerio José María Azael Franco
Ubicación	Calle Cotopaxi y Av. Del Cementerio (Tulcán)
Categoría	Cultura
Jerarquía	4
Descripción	Después del terremoto ocurrido en 1923, se trasladó al noroeste de la ciudad, época que se exigía que estos estuviesen fuera de las zonas pobladas para evitar epidemias. El nuevo cementerio es una "Escultura en verde" única en su género, creada por el señor Azaél Franco en 1936. Sus figuras tienen variadas formas representativas de la flora y fauna del Ecuador y de las culturas romanas, griega, inca, azteca y egipcia, divididas en dos zonas: la primera ubicada en la parte frontal del cementerio, conocida como "Parque de los Recuerdos" y la segunda ubicada en la parte posterior bautizada con el nombre de Altar de Dios.
Observaciones	El 28 de mayo de 1984, fue declarado como Patrimonio Arquitectónico Cultural del Estado por el Instituto de Patrimonio Cultural. El 23 de agosto de 1984, la Dirección Nacional de Turismo lo declara Sitio Natural de Interés Turístico Nacional.
Estado y uso Actuales	En permanente conservación y mantenimiento, podada cada 2 o 3 meses. / Servicios higiénicos, fotografía, zona del jardín derecho es destino para presentaciones culturales.
Disponibilidad temporal	De Lunes a Domingo de 7h30 a 20h00
Accesibilidad	Vía terrestre en buen estado.
Uso turístico actual	Guianza, i tour, exposición de sala de fotografía.
Uso turístico potencial	Cultural y arquitectónico.
Titularidad	Público.
Capacidad de Carga	No se ha estimado.
Cercanía a centros turísticos	Cercano al Museo Germán bastidas Vaca y al Parque Isidro Ayora.
Repercusión social	Posibilidad de incorporar a población local como parte beneficiaria del aprovechamiento turístico del recurso. Generación de empleo local.
Intervenciones necesarias	Sala Arqueológica/ Declaración de Patrimonio cultural a todo el Cementerio/ Bulevar de la paz.
Contexto institucional	Inventario general de las figuras en verde.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### Anexo 5 Ficha Atractivo Parque Isidro Ayora

Código	5
Nombre	Parque Isidro Ayora
Ubicación	Tulcán
Categoría	Natural
Jerarquía	3
Descripción	En la antigüedad tras los terremotos que soportaba la zona, la ciudad de Tulcán se reedificó y el Presidente Provisional de la República, Isidro Ayora, ayudo al cumplimiento de este sueño que llevaría el mismo nombre; el uruguayo Gilberto Gato Sobral fue el arquitecto que planificó el parque, mientras que el escultor del monumento de Abdón Calderón a caballo fue el colombiano Marceliano Vallejo, Dentro del parque existió una hermosa laguna sobre la cual pequeñas barcas paseaban a los ciudadanos, años más tarde se cambiaron por piletas. En el centro del parque también reposa un reloj de sol que marca la hora, su diseño original se conserva a pesar de las remodelaciones que durante medio siglo se dieron en estos espacios.
Observaciones	Ninguna.
Estado y uso Actuales	Remodelado en los últimos años, constante mantenimiento/
Disponibilidad temporal	Abierto al público las 24 horas.
Accesibilidad	Vía terrestre pavimentada en buen estado.
Uso turístico actual	Visita, observación, recreación.
Uso turístico potencial	Deportivo y de aventura.
Titularidad	Público.
Capacidad de Carga	No se ha estimado.
Complementariedad con otros recursos	Ninguna.
Cercanía a centros turísticos	Cercano Al Cementerio De Tulcán Y Al Museo Germán Bastidas Vaca.
Repercusión social	Posibilidad de incorporar a la población local como parte beneficiaria del aprovechamiento turístico del recurso.
Intervenciones necesarias	Ninguna por el bajo presupuesto del estado.
Nivel de intraversión	Ninguna.
Contexto institucional	Recuperación de la Concha Acústica.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### Anexo 6 Ficha Atractivo Parque Del Civismo

Código	6
Nombre	Parque al Civismo Carchense. El Obelisco
Ubicación	Expreso Oriental y Av. Veintenilla.(Tulcán)
Categoría	Natural.
Jerarquía	3
Descripción	En 1978 se constituyó el directorio del Comité Cívico Pro fiestas Centenario del Carchi, con la finalidad de planificar y financiar el proyecto de construcción del monumento que exalta al valor cívico del pueblo carchense. Para la construcción de la obra se realizó un concurso donde el Presidente de la República, Abg. Jaime Roldós Aguilera dio un premio de 100.000 sucres, el que resultó ganador fue el arquitecto Vicente Bracho Landázuri. El monumento tiene un área de 3.208 metros cuadrados. Una longitud de 23 m. En su base un tambor amurallado en forma de pentágono y en cada uno de sus lados contiene un mural en referencia a: El Heroísmo; El Deporte; El Cooperativismo; La Cultura; El Trabajo; se inauguró el 20 de Noviembre de 1981.
Observaciones	Ninguna.
Estado y uso Actuales	En buen estado y conservación/ Recreacional
Disponibilidad temporal	Abierto al público las 24 horas.
Accesibilidad	Vía terrestre en buen estado.
Uso turístico actual	Parque
Uso turístico potencial	Naturaleza y ecoturismo.
Titularidad	Público.
Capacidad de Carga	No se ha estimado.
Repercusión social	Contribución al rescate de tradiciones e identidad local.
Intervenciones necesarias	Ninguna.
Nivel de intraversión	Ninguna.
Contexto institucional	Mejoramiento del sistema de iluminación LED recientemente con postes ornamentales.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Anexo 7 Ficha Atractivo Iglesia La Catedral

Código	7
Nombre	Iglesia La Catedral.
Ubicación	Calle Sucre y Pichincha esquina. (Tulcán)
Categoría	Cultural.
Jerarquía	3
Descripción	Data del siglo XVIII, se ha pintado como mármol, del mismo modo, se usa extensivamente los estucados en los tumbados y en ciertas paredes. La antigua iglesia Matriz de San Miguel de Tulcán, conocida por grabado de 1875 fue la misma que destruyó el terremoto de Cumbal, el P. Luis E. Miño a quién se le debió la pintura y el dorado del templo y la instalación del reloj. El reloj funcionaria por unos diez años. El P. Pedro Huberto Bruning, arquitecto religioso lazarista, diseño la fachada y la construcción de la cúpula neoclásica con el crucero y el ábside en el 200 de realizo una total restauración de la Catedral, la iglesia cuenta con un piso nuevo de porcelanato, el anterior era de madera y ya estaba muy deteriorado.
Observaciones	Se encuentra en buenas condiciones
Estado y uso Actuales	La ultima restauración culmino en el 2000, en buen estado, constante mantenimiento/ se realizan sacramentos, confesiones, eucaristía.
Disponibilidad temporal	Días de Lunes a Viernes de 5h30 a 9h00 y de 15h00 a 15h30 Sábado de 7h00 a 12h30 y de 15h00 a 18h00 Domingo de 5h30 a 12h00 y de 16h00 a 20h00
Accesibilidad	Vía urbana en buen estado.
Uso turístico actual	Semana santa, ordenaciones sacerdotales, nacimiento de Jesús, día de difuntos.
Uso turístico potencial	Cultural y Arqueológico.
Titularidad	Comunitaria.
Capacidad de Carga	300 personas.
Cercanía a centros turísticos	Cercano al Parque de la Independencia.
Repercusión social	Contribución al rescate de tradiciones e identidad local.
Intervenciones necesarias	Capilla de adoración perpetua.
Nivel de intraversión	No se ha estimado.
Contexto institucional	Existe un consejo quien ayuda a la Iglesia con las mejoras que se realizan.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Anexo 8 Ficha Atractivo Iglesia San Francisco

Código	8
Nombre	Iglesia San Francisco
Ubicación	Calle Bolívar y García Moreno( Tulcán)
Categoría	Cultural
Jerarquía	3
Descripción	En el año 1875 se emprendió la construcción del convento y la iglesia de San Francisco de Asís, de la cual su patrona era la "Divina Pastora". En este convento regían los padres Capuchinos. Se realizó la adquisición del reloj de campana que se trajo desde Europa y se ubicó en la torre principal de la iglesia que en la actualidad está destruido. En el año 1999, se empezó con la remodelación de algunos de los espacios de la iglesia entre ellos: el techo de la iglesia, el techo de las torres, el altar mayor, el presbiterio, los altares, los accesorios y los vitrales; además se remodeló el Convento en su totalidad, en ella se fusionan varios estilos como el neoclásico, y el neogótico
Observaciones	Ninguna
Estado y uso Actuales	La última remodelación fue en el 2005/ Misas y reuniones.
Disponibilidad temporal	Días de Lunes a Viernes de 6h30 a 12h00 y de 15h00 a 20h00
Accesibilidad	Vía Urbana en buen estado.
Uso turístico actual	Misas de Lunes a Sábado de 7h00 y de 19h00, Domingos a las 7h00, 9h00, 17h30 y 19h00
Uso turístico potencial	Cultural y Arqueológico.
Titularidad	Comunitaria.
Capacidad de Carga	300 personas.
Complementariedad con otros recursos	Ninguna.
Cercanía a centros turísticos	Cercana al Parque Isidro Ayora.
Repercusión social	Contribución al rescate de tradiciones e identidad local.
Intervenciones necesarias	Ninguna.

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### Anexo 9 Ficha Atractivo Casa de Aduanas

Código	9
Nombre	Casa de Aduanas
Ubicación	Frontera Norte
Categoría	Cultural
Jerarquía	3
Descripción	Rumichaca en voz quichua significa puente de piedra. Es un puente natural, estructurado por HuaynaCápac para el paso de sus tropas sobre el río Carchi. Desde 1880, es Aduana Nacional y se ubica en la frontera colombo-ecuatoriana, a 7 kilómetros de Tulcán. Sobre el puente natural se levantan las casas de aduanas de Colombia y Ecuador, construidas hacia 1933, y 1936 respectivamente. Al interior se construyeron pasarelas de comunicación entre dos pabellones y una cornisa. Se realizó una remodelación donde la cubierta de los pabellones es de hormigón armado, cubierta central de vidrio trabajado, puertas y ventanas en madera. Su estilo es ecléctico con influencia del neoclásico, aplicado a la arquitectura tradicional ecuatoriana propia de comienzos del siglo XX, en la actualidad es un Centro Binacionales de Cultura y Turismo, donde se promueve la integración entre las dos naciones
Observaciones	
Estado y uso Actuales	En buen estado y constante mantenimiento/
Disponibilidad temporal	No estimado
Accesibilidad	Vía terrestre en buen estado.
Uso turístico actual	Zona de información, cultura y entretenimiento.
Uso turístico potencial	Cultural y arqueológico.
Titularidad	Publico
Capacidad de Carga	No estimada
Complementariedad con otros recursos	Ninguno.
Cercanía a centros turísticos	Cercano al Complejo Rumichaca.
Repercusión social	Contribución al rescate de tradiciones e identidad local.
Intervenciones necesarias	

Elaborado por: María Fernanda Enríquez



### Anexo 10 Ficha Atractivo Teatro Lemarie

Código	10
Nombre	Teatro Lemarie
Ubicación	Calle Sucre y 10 de Agosto (Tulcán)
Categoría	Cultural
Jerarquía	3
Descripción	La sala de teatro y el hotel adjunto Granados fueron diseñados por personas de Florencia Italia, en toda la construcción predomina la piedra cortada en forma rectangular, en la cima de la fachada se esculpieron 2 sirenas en Torno a un arpa y un violín, en la parte central se localizan dos ventanas con balcones, en la parte inferior se visualizaba 4 puertas de ingreso y en el medio una ventanilla que funcionaba como boletería. La construcción termino en el año de 1936. Actualmente este sitio está en reconstrucción debido a su valor arquitectónico. El teatro será intervenido desde la cubierta con toda la tecnología patrimonial para que se asegure la conservación total por efectos de la humedad, en la parte interior se presentara un gran hall donde se encuentran las boleterías, el acceso al teatro y un bar interior, su capacidad está para 400 personas entre la primera platea, segunda planta y la galería, contara con un escenario multifuncional, cabinas de proyección y camerino.
Observaciones	Ninguna
Estado y uso Actuales	En reconstrucción / Ninguna
Disponibilidad temporal	No determinada
Accesibilidad	Vía terrestre en buen estado
Uso turístico actual	Ninguno
Uso turístico potencial	Cultural y Arqueológico
Titularidad	Publico
Capacidad de Carga	400 personas
Complementariedad con otros recursos	Ninguno
Cercanía a centros turísticos	Cercano al Parque de la Independencia y a la Iglesia La Catedral.
Repercusión social	Contribución al rescate de tradiciones e identidad local
Intervenciones necesarias	Ninguna
Nivel de intraversión	Ninguna
Contexto institucional	Rehabilitación Teatro Lemarie

Elaborado por. María Fernanda Enríquez

### Anexo 11 Ficha Atractivo Parque de la Independencia

Código	11
Nombre	Parque de la Independencia
Ubicación	Calle Sucre y 10 de Agosto (Tulcán)
Categoría	Natural
Jerarquía	2
Descripción	El parque central y el monumento a la libertad se inauguraron el 6 de enero de 1919. La estatua en honor a la independencia fue donada por el ejército y entregada a Tulcán por el comandante Manuel María Ballesteros. En tiempos de la independencia y de la república, los tulcanes y carchenses pusieron muchos hombres para las tropas gran colombianas para que Tulcán fuera reconocido como Cantón el 11 de abril de 1851. Ha venido transformando sus estructuras sociales, culturales, económicas, urbanísticas, etc. Circundan en el Parque central los edificios del Municipio, Gobernación, Seguro Social, bancos, entre otros.
Observaciones	Ninguna
Estado y uso Actuales	En constante conservación y mantenimiento/
Disponibilidad temporal	Abierto al público la 24h00
Accesibilidad	Vía terrestre en buen estado.
Uso turístico actual	
Uso turístico potencial	
Titularidad	Publico
Capacidad de Carga	No se ha estimado
Complementariedad con otros recursos	Ninguna
Cercanía a centros turísticos	Cercano a la Iglesia La Catedral y al Teatro Lemarie
Repercusión social	Ninguna
Intervenciones necesarias	Ninguna
Nivel de intraversión	Ninguna
Contexto institucional	Ninguna

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Anexo 12 Establecimientos de Alojamiento Hostales

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Teléfono</b>
Machado	Ayacucho 4-03 y Bolívar	Primera	2984221
Torres De Oro Internacional	Sucre y Roca fuerte	Primera	2984660
Las Acacias	Av. J.R. Arellano y Centenario	Tercera	2982501
Los Alpes	Av. J.R. Arellano y Veintenilla	Tercera	2982235
Oasis	sucre y 10 de agosto	Tercera	2980342
Lucero Princess	Sucre y Chimborazo	Tercera	2981523
Bella Venecia	Av. Centenario	Tercera	2962973
San Miguel de Tulcán	Sucre y Rocafuerte	Segunda	2986595
Alejandra	Sucre y Quito	Segunda	2981784
Lumar	Sucre y Roca fuerte	Segunda	2980402
Park	Bolívar s/n y Juan Rafael Arellano	Segunda	
Royal Plaza	Sucre y Machala	Segunda	2987677
Sáenz Internacional	Sucre y Roca fuerte Esq.	Segunda	2981916
Casa Grande	Chimborazo 4-035 y Colón	Tercera	2983433
Frailejón	Sucre y Roca fuerte	Tercera	2981129
España	Sucre y Pasaje La Concordia	Tercera	2983860
Florida La	Sucre 50-077 y 10 De Agosto	Tercera	2983849
Internacional Mina De Oro	Chimborazo s/n y Sucre	Tercera	2986931
Karina	Sucre y 10 De Agosto	Tercera	2984930
San Andrés	Sucre 48-062 y Roca fuerte	Tercera	2984306
San Sebastián	Rafael Arellano s/n y Carabobo	Tercera	2988904b
Flor De Los Andes	Sucre s/n y Junín	Primera	2962390
Palacio Imperial	Sucre s/n y Pichincha Esq.	Primera	2982713
Sara Espíndola	Sucre y Ayacucho (Esq.)	Segunda	2960071
Azteca	Bolívar y Atahualpa	Segunda	2980481

Cabañas Génesis	Av. Expreso Oriental s/n	Segunda	2987647
California	Av. Expreso Oriental Norte	Segunda	2985611
Luz De Luna	Panamericana Norte y Av. Victoria	Segunda	84605508
Las Palmas Del Brinco	Av. 24 De Mayo , Sector El Barrial	Segunda	2962880
Lesly Salomé	Av. San Francisco y Pablo Vela	Segunda	2986519
Plaza	Bolívar s/n García Moreno	Tercera	2984295
Hostalito	Manabí s/n y Guatemala	Tercera	2980456

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

Anexo 13 Establecimientos de Alimentación

<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Teléfono</b>
Comida Típica	Comida Típica Mamá Rosita	Sucre y Chimborazo	Tercera	062961192
Comida Típica	Los secos De Las Dos Calles	Bolívar Y Sucre	Tercera	062982542
Comida Típica	Tradición Del Sabor	Bolívar y García Moreno	Tercera	062984490
Comida Típica	Los Pastos	E35 Panamericana Norte	Tercera	
Comida Típica	Fritadas Mama Miche	Bolívar y Pichincha	Tercera	069278904
Comida Típica	Comedor Doña Marina	Rafael Arellano	Tercera	062983928
Restaurantes	Antojitos Express	Sucre y Ayacucho	Segunda	062981584
Restaurantes	Casa China	Av. Veintenilla 31-107	Segunda	062984699
Restaurantes	Extrapan	Bolívar y García Moreno	Segunda	062985944
Restaurantes	Lucky	Manabí y Guayaquil	Segunda	0692167968
Restaurantes	Patio De Comida San Francisco	Junín s/n y Bolívar	Segunda	062980750
Restaurantes	Típico El Taita	10 De Agosto s/n y Sucre	Segunda	062980350
Restaurantes	Arrieros Los	Bolívar 51-053 y Ayacucho	Tercera	062980772
Restaurantes	Bucattos D Italia	Av. Coral y Panamá	Tercera	062985800
Restaurantes	Casa Fu Yuan	Roberto Sierra s/n y Bolívar	Tercera	062962400
Restaurantes	Centenario Internacional	Av. Centenario y J.R. Arellano	Tercera	062981738
Restaurantes	Don Diego	Av. Veintimilla y Juan	Tercera	062983473
Restaurantes	Lumar	Sucre s/n y Pichincha	Tercera	062981764

Restaurantes	Patio El	Bolívar 5-47 y Pichincha	Tercera	062984872
Restaurantes	El Placer De La Carne	Av. Corla 3 y Brasil	Tercera	062981144
Restaurantes	Punto Rico	Bolívar 51-49 Entre Ayacucho y 10 de Agosto	Tercera	062918129
Restaurantes	Rancho San Antonio De Tulcán	Cuenca s/n y Uruguay	Tercera	0694227238
Restaurantes	El Rancherito	Panamá y Sucre	Tercera	
Restaurantes	Doña Pepita	Colón 10-50 y Chimborazo	Cuarta	062980027
Restaurantes	Tentadero	Bolívar s/n y 10 de Agosto	Cuarta	062986441
Restaurantes	Rancherito El # 2	Av. Bolívar y Boyacá	Cuarta	0699884469
Restaurantes	San Luis	Av. Veintimilla s/n y Juan Ramón Arellano	Cuarta	062982878
Restaurantes	Saborik El Terminal	Rafael Arellano s/n y Juan Ramón Arellano	Cuarta	062985785
Broster	Kroky Broaster Chicken	Bolívar s/n y Juan Ramón Arellano	Segunda	0699588149
Broster	Broster Center	9 De Octubre 3-38 y Sucre	Tercera	062980712
Broster	Broster Chicken	Bolívar y Av. J.R. Arellano	Tercera	062982345
Broster	Broster House	Sucre 48-043 y Roca Fuerte	Tercera	062983889
Broster	Broster Chicken Sabory	Sucre Y Roca Fuerte	Tercera	062982393
Broster	Fried Chicken	Bolívar 43-19 y 9 de Octubre	Tercera	062982701
Asadero	Pollos Alf	Venezuela s/n y Calderón	Tercera	062981247
Asadero	Pollo Caliente	Ayacucho 2-76 y Sucre	Tercera	062980420

Asadero	Pollo Riko	Av. Veintimilla y Arellano	Tercera	062980579
Asadero	Matt Pollo	Sucre y Tarqui	Tercera	
Asadero	Rico Fried Chicken	Bolívar s/n y 9 de Octubre	Tercera	062982701
Asadero	Anpaley Asadero	Bolívar s/n y Ayacucho	Tercera	062988319
Asadero	Brasa La	Ayacucho 3-61 y Sucre	Tercera	062980968
Asadero	Asadero La Fogata	Bolívar s/n y Junín	Cuarta	062983533
Asadero	Bongo Chicken	Av. Rafael Arellano y García Moreno	Cuarta	062982598
Asadero	Pikoteo	Av. Veintimilla y Juan Ramón Arellano	Cuarta	062982492
Comida rápida	Magburguer	Olmedo y 9 de Octubre	Cuarta	062982100
Comida rápida	Magburguer # 2	Manabí y Bolívar	Cuarta	062982100
Cevichería	Marisquería Un Solo Toque	Calderón s/n y Panamá	Cuarta	062982212
Cevichería	Cevichería Cuatro Ases	Manabí s/n y Guatemala	Cuarta	062988636
Cevichería	Miramar	Av. Veintimilla s/n	Tercera	062984719
Cevichería	Marisquería Rincon Costeño	Av. Centenario y JR Arellano		098544872 9
Cevichería	Delicias del Mar	Bolívar y Ecuador	Cuarta	099107538 1

Elaborado por: María Fernanda Enríquez

### Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Museo Germán Bastidas Vaca

Nombre de la Provincia: Carchi - Tulcán

#### Anexo 14 Ficha de Jerarquización Museo

1 a 25 JERARQUIA I			
26 a 50 JERARQUIA II			
51 a 75 JERARQUIA III		X	
76 a 100 JERARQUIA IV			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS	
Calidad	a) Valor intrínseco	15	12
	valor extrínseco	15	10
	b) Entorno	10	8
	c) Estado de conservación y/o organización.	10	9
		50	39
Apoyo	a) Acceso	10	10
	b) Servicios	10	10
	c) Asociación con otros atractivos.	5	1
			25
Significado	a) Local	2	2
	b) Provincial	4	0
	c) Nacional	7	0
	d) Internacional	12	0
			25
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>62</b>

Análisis:

Este lugar se encuentra en jerarquía tres por la puntuación lograda al considerar cada uno de los aspectos, donde resalta el potencial que tiene el atractivo y además este se encuentra en una zona que presta los servicios indispensables para el turista y también se puede mencionar que este no ha sido muy difundido a nivel nacional como internacional.



### Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Las Canoas

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

#### Anexo 15 Ficha Jerarquización Las Canoas

1 a 25 JERARQUIA I		X	
26 a 50 JERARQUIA II			
51 a 75 JERARQUIA III			
76 a 100 JERARQUIA IV			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS	
Calidad	a) Valor intrínseco	15	3
	valor extrínseco	15	4
	b) Entorno	10	3
	c) Estado de conservación y/o organización.	10	0
		50	10
Apoyo	a) Acceso	10	4
	b) Servicios	10	10
	c) Asociación con otros atractivos.	5	0
		25	14
Significado	a) Local	2	1
	b) Provincial	4	0
	c) Nacional	7	0
	d) Internacional	12	0
		25	1
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>25</b>

Análisis:

Este atractivo se encuentra en jerarquía uno debido a que por su falta de conservación carece de valor cultural, artístico, en él no se puede apreciar la majestuosidad ni la magnitud del lugar. El medio de transporte está en buenas condiciones y ayuda a llegar a un sendero que no se encuentra en buenas condiciones y no cuenta con señalización, por lo que además falta más publicidad a nivel nacional e internacional.

### Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Los tres Chorros

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

#### Anexo 16 Ficha Jerarquización Los Tres Chorros

1 a 25 JERARQUIA I			
26 a 50 JERARQUIA II		X	
51 a 75 JERARQUIA III			
76 a 100 JERARQUIA IV			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS	
Calidad	a) Valor intrínseco	15	4
	valor extrínseco	15	5
	b) Entorno	10	1
	c) Estado de conservación y/o organización.	10	3
		50	13
Apoyo	a) Acceso	10	9
	b) Servicios	10	10
	c) Asociación con otros atractivos.	5	0
			25
Significado	a) Local	2	2
	b) Provincial	4	0
	c) Nacional	7	0
	d) Internacional	12	0
			25
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>34</b>

Análisis:

Este atractivo esta en jerarquía dos porque no tiene gran valor cultural, artístico, monumental y majestuosito, no posee un buen mantenimiento, el medio de transporte está en buenas condiciones, aun no es muy socializado a nivel nacional e internacional.

Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Cementerio José María Azael Franco

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

Anexo 17 Ficha Jerarquización Cementerio

1 a 25 JERARQUIA I			
26 a 50 JERARQUIA II			
51 a 75 JERARQUIA III			
76 a 100 JERARQUIA IV		X	
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS	
Calidad	a) Valor intrínseco	15	13
	valor extrínseco	15	15
	b) Entorno	10	7
	c) Estado de conservación y/o organización.	10	10
		50	45
Apoyo	a) Acceso	10	8
	b) Servicios	10	10
	c) Asociación con otros atractivos.	5	1
		25	19
Significado	a) Local	2	2
	b) Provincial	4	4
	c) Nacional	7	5
	d) Internacional	12	10
		25	21
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>85</b>

Análisis:

Este es uno de los atractivos que posee su potencial casi desarrollado, encierra un alto nivel cultural, artístico, escénico y hasta científico. La magnitud de su majestuosidad y monumentalidad hacen que este atractivo sea de jerarquía cuatro, aún falta algunos puntos que haya que mejorar sin importancia.

Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Parque Isidro Ayora

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

Anexo 18 Ficha Jerarquización Parque Isidro Ayora

1 a 25 JERARQUIA I		
26 a 50 JERARQUIA II		
51 a 75 JERARQUIA III		X
76 a 100 JERARQUIA IV		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	15 12
	valor extrínseco	15 10
	b) Entorno	10 5
	c) Estado de conservación y/o organización.	10 9
		50 36
Apoyo	a) Acceso	10 7
	b) Servicios	10 10
	c) Asociación con otros atractivos.	5 1
		25 18
Significado	a) Local	2 2
	b) Provincial	4 3
	c) Nacional	7 2
	d) Internacional	12 5
		25 12
	<b>TOTAL</b>	<b>100 66</b>

Análisis:

Este atractivo se ubica en jerarquía tres debido a que es divulgado en este y otros territorios por su ubicación y punto de partida hacia la frontera con Colombia, pero en cuanto al interés propio que debería despertar en el visitante es bajo, además este puede estar opacado por ser una zona más comercial que turística.

Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Parque al Civismo Carchense El Obelisco

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

Anexo 19 Ficha Jerarquización El Obelisco

1 a 25 JERARQUIA I		
26 a 50 JERARQUIA II		
51 a 75 JERARQUIA III		X
76 a 100 JERARQUIA IV		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	15 10
	valor extrínseco	15 10
	b) Entorno	10 5
	c) Estado de conservación y organización.	10 8
		50 33
Apoyo	a) Acceso	10 8
	b) Servicios	10 10
	c) Asociación con otros atractivos.	5 0
		25 18
Significado	a) Local	2 2
	b) Provincial	4 4
	c) Nacional	7 1
	d) Internacional	12 0
		25 7
	<b>TOTAL</b>	<b>100 58</b>

Análisis:

Este atractivo se encuentra en jerarquía dos debido a que posee gran valor cultural, artístico y escénico, se puede apreciar su monumentalidad y magnitud, se encuentra en buen estado. Los medios de transporte están en buenas condiciones, este atractivo es un poco alejado de la ciudad en el sector sur puerta de entrada a la ciudad y tal vez por esto no es muy difundido a nivel nacional como internacional.

Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Iglesia La Catedral

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

Anexo 20 Ficha Jerarquización Iglesia La Catedral

1 a 25 JERARQUIA I			
26 a 50 JERARQUIA II			
51 a 75 JERARQUIA III		X	
76 a 100 JERARQUIA IV			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS	
Calidad	a) Valor intrínseco	15	13
	valor extrínseco	15	7
	b) Entorno	10	5
	c) Estado de conservación y organización.	10	9
		50	34
Apoyo	a) Acceso	10	8
	b) Servicios	10	10
	c) Asociación con otros atractivos.	5	4
			25
Significado	a) Local	2	2
	b) Provincial	4	3
	c) Nacional	7	2
	d) Internacional	12	1
			25
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>64</b>

Análisis:

Se ubica en jerarquía tres debido a que guarda mucha historia y tiene gran valor cultural, artístico y su monumentalidad. Se ha conservado y mejorando varios sectores de la mismo, a su alrededor pasee servicios que brinda al turista y se podría difundir a nivel nacional como internacional.

Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Iglesia San Francisco

Nombre de la Provincia: Carchi – Tulcán

Anexo 21 Ficha Jerarquización Iglesia San Francisco

1 a 25 JERARQUIA I		
26 a 50 JERARQUIA II		
51 a 75 JERARQUIA III		X
76 a 100 JERARQUIA IV		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	15 13
	valor extrínseco	15 7
	b) Entorno	10 5
	c) Estado de conservación y organización.	10 8
		50 33
Apoyo	a) Acceso	10 7
	b) Servicios	10 10
	c) Asociación con otros atractivos.	5 3
		25 20
Significado	a) Local	2 2
	b) Provincial	4 3
	c) Nacional	7 1
	d) Internacional	12 0
		25 6
	<b>TOTAL</b>	<b>100 59</b>

Análisis:

Este atractivo esta en jerarquía tres debido a que encierra mucha cultura e historia, a parte de su monumentalidad, con el tiempo se ha estado conservando y mejorando, el medio de transporte es excelente, se podría divulgar un poco más a nivel nacional como internacional.

## Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Casa de Aduanas

Nombre de la Provincia: Carchi - Tulcán

### Anexo 22 Ficha Jerarquización Casa de Aduanas

1 a 25 JERARQUIA I		
26 a 50 JERARQUIA II		
51 a 75 JERARQUIA III		X
76 a 100 JERARQUIA IV		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	15 11
	valor extrínseco	15 11
	b) Entorno	10 5
	c) Estado de conservación y organización.	10 9
		50 36
Apoyo	a) Acceso	10 5
	b) Servicios	10 10
	c) Asociación con otros atractivos.	5 0
Significado	a) Local	2 2
	b) Provincial	4 2
	c) Nacional	7 1
	d) Internacional	12 5
<b>TOTAL</b>		<b>100 61</b>

Análisis:

Este atractivo se encuentra en jerarquía tres debido a que posee una gran valor cultural, artístico, monumental, magnitud y además de que guarda mucha historia del pueblo, se encuentra en buena conservación, el medio de transporte está en buenas condiciones se podría difundir a nivel nacional e internacional.



Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Teatro Lemarie

Nombre de la Provincia: Carchi - Tulcán

Anexo 23 Ficha Jerarquización Teatro Lemarie

1 a 25 JERARQUIA I		
26 a 50 JERARQUIA II		
51 a 75 JERARQUIA III		X
76 a 100 JERARQUIA IV		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	15 12
	valor extrínseco	15 14
	b) Entorno	10 5
	c) Estado de conservación y organización.	10 0
		50 31
Apoyo	a) Acceso	10 9
	b) Servicios	10 10
	c) Asociación con otros atractivos.	5 4
		25 23
Significado	a) Local	2 1
	b) Provincial	4 0
	c) Nacional	7 0
	d) Internacional	12 0
		25 1
<b>TOTAL</b>		<b>100 55</b>

Análisis:

Este atractivo de gran magnitud, monumentalidad, y majestuosidad se encuentra en jerarquía dos debido a que se encuentra en reconstrucción gracias al Gobierno Municipal de Tulcán, por mucho años pasó desapercibido y no se le dio la importancia que se merece, en lo demás todo se está reestructurando y se lo ha jerarquizado de esta manera, con el tiempo se podrá difundir de mejor manera a nivel nacional como internacional.

### Ficha de Evaluación de Atractivos

Nombre del Atractivo: Parque de la Independencia

Nombre de la Provincia: Carchi - Tulcán

#### Anexo 24 Ficha Jerarquización Parque de la Independencia

1 a 25 JERARQUIA I			
26 a 50 JERARQUIA II		X	
51 a 75 JERARQUIA III			
76 a 100 JERARQUIA IV			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS	
Calidad	a) Valor intrínseco	15	6
	valor extrínseco	15	4
	b) Entorno	10	4
	c) Estado de conservación y organización.	10	7
			50
Apoyo	a) Acceso	10	8
	b) Servicios	10	10
	c) Asociación con otros atractivos.	5	1
			25
Significado	a) Local	2	2
	b) Provincial	4	3
	c) Nacional	7	0
	d) Internacional	12	0
			25
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>45</b>

Análisis:

Este atractivo se encuentra en jerarquía dos debido a que encierra gran valor histórico para la ciudad, posee un valor monumental y está en constante conservación, tiene todas las facilidades, este parque no tiene tanta popularidad como el Parque Isidro Ayora y es conocido por las instituciones que se encuentran a su alrededor, por lo que debería ser difundido a nivel nacional e internacional.

Anexo 25 Bombonera Pasto



Anexo 26 Encuesta

Género: M F País De Procedencia: .....

Edad: a) 18-29 b) 30-39 c) 40-49 d) 50-59 e) 60-69

1. ¿Cuándo viaja le gusta ir?

a) Individual b) En grupo c) Organizado

2. ¿Su presupuesto total al viajar es?

a) 10-50 b) 50-100 c) 100-200 d) 200+

3. ¿Qué Actividades prefiere?

a) Aventura b) Cultural c) Naturaleza d) Negocio c) Playa

4. ¿Cuál es tu gasto medio por día?

a) 10-15 b) 16-20 c) +20

5. ¿A visitado anteriormente la ciudad de Tulcán?( Si contestación es si, continúe y si es no salte a la pregunta 6)

Sí No

6. ¿Qué lugares conoce en la ciudad de Tulcán?

a) Museo de la Casa de la Cultura e) Parque Isidro Ayora  
b) Las Canoas f) Parque de la Independencia  
c) Los tres chorros g) El Obelisco  
d) Cementerio de Tulcán h) Iglesias

7. ¿Qué temporada prefiere para viajar a la ciudad de Tulcán?

a) Enero-Marzo b) Abril-Junio c) Julio- Septiembre d) Octubre - Diciembre

8. ¿Qué le motivo visitar la ciudad de Tulcán?

a) Negocio b) Cultura c) Gastronomía d) Iglesias  
e) Familia f) Aventura g) Naturaleza

9. ¿A través de que medio conoció la ciudad de Tulcán?  
a) Internet      b) Familiares y amigos      c) Agencias u operadoras
10. ¿Cuánto tiempo durara tu estancia y recorrido en este lugar?  
a) 24 horas      b) 48 horas      c) + de 48      d) 1 mes
11. ¿Qué tipo de alojamiento es utilizado durante su estancia?  
a) Hotel b) Moteles c) Camping d) Posadas e) Hostal f) Familiares
12. ¿Medio de transporte utilizado?  
a) Automóvil      b) Motocicleta      c) Bus      d) Bicicleta
13. ¿Cuáles son las actividades complementarias que realiza?  
a) Bailar b) pasear c) Compras d) Balnearios
14. ¿Qué le gusta a Ud. de la ciudad de Tulcán?  
\_\_\_\_\_
15. ¿Qué no le gusta de la ciudad de Tulcán?  
\_\_\_\_\_
16. ¿Sugerencia para que mejore la ciudad de Tulcán?

Anexo 27 Certificado Meridian Tours



Oficio **0145**  
Quito, 12 de noviembre de 2013

**Señores**  
**Universidad Politécnica Estatal del Carchi**  
**Presentes.-**

De nuestras consideraciones:


Por medio del presente, la Agencia de Viajes MERIDIANTOURS, tiene el agrado de certificar su complacencia y apoyo al trabajo y profesionalismo mostrado por la Srta. María Fernanda Enríquez, ciudadana ecuatoriana con documento No. 040158822-3, estudiante de su importante centro académico, de quien damos fe de su capacidad y don de gentes, demostrado a través de su vinculación como parte del Proyecto de Corporación CODESTAAE, Circuito Turístico del Carchi para el Mundo, una Verdadera Frontera de Paz.

En este marco, hemos tenido el gusto de aportar y recibir su entusiasmo, para la definición de los itinerarios: **Tulcán Legado Cultural y Tulcán de compras**, los mismos que constituyen base para el trabajo de Tesis de ésta destacada futura profesional, bajo el título de **IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE, REALIZAN LAS PERSONAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE TULCÁN, PARA MEJORAR EL DESARROLLO DEL TURISMO.**

Le deseamos el mejor de los éxitos a María Fernanda, y nos comprometemos a apoyar su futuro ejercicio profesional como abanderada de la promoción turística del Carchi y esa Frontera ecuatoriano-colombiana que tanto amamos.

Con sentimientos de consideración y estima,

Atentamente,

  
**Myriam Baquero Carrillo**  
**GERENTE GENERAL**

## Anexo 28 Certificado CODESTAAE



CORPORACIÓN DE DESARROLLO Y SERVICIOS TÉCNICOS DE APOYO Y ACOMPAÑAMIENTO EMPRESARIAL

Oficio 0171-PIC

Tulcán, 12 de noviembre de 2013

Señores  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi  
Presentes.-

De nuestras consideraciones:

Luego de saludarlos muy cordialmente, hacemos propicia la oportunidad para dejar constancia de nuestro apoyo y satisfacción por el trabajo desplegado por la Srta. María Fernanda Enríquez portadora de la cédula de Identidad #040158822-3, estudiante de su prestigiosa institución y futura profesional de la República del Ecuador, quien viene desempeñándose como colaboradora de nuestra entidad y con quien hemos desarrollado una muy positiva iniciativa de promoción de nuestro territorio, a través de la definición de circuitos turísticos y su articulación al frente de Gestión Cultural Binacional Pasto, que lideramos en el frente Carchi-Nariño, base que sustenta su trabajo de Tesis, titulada **IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LAS PERSONAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE TULCÁN, PARA MEJORAR EL DESARROLLO DEL TURISMO.**

Estamos seguros que esta nueva profesional, aportará grandemente a nuestra provincia y certificamos el que su trabajo destacado en el desarrollo de los itinerarios: **Tulcán Legado Cultural** y **Tulcán de compras**, son ejemplos de lo que nuestro talento humano carchense, formado en el Alma Mater de la UPEC, puede crear en compromiso con el desarrollo de su provincia y el país.

Felicitamos y nos enorgullece, apoyar y respaldar a la Srta. María Fernanda Enríquez, así como le auguramos el mejor de los éxitos en su proceso de acreditación y defensa profesional.

Atentamente,

**STEVE VERGARA  
PRESIDENTE EJECUTIVO  
CORPORACIÓN CODESTAAE**

Corporación CODESTAAE: Bolívar S/N y Ayacucho, Tulcán-Carchi-Ecuador  
corporacioncodestaae@gmail.com, Teléfono: (5939) 96377-396

## **Identificación de las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad, para mejorar el desarrollo del turismo**

María Fernanda Enríquez Mayanger  
Escuela de Turismo y Ecoturismo (ETE)  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)  
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana  
Tulcán-Ecuador  
ferchaabril@yahoo.es

### **Resumen**

*Esta investigación se dio lugar en la ciudad de Tulcán Provincia del Carchi con el afán de indagar las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán, basándose en un conjunto de actividades predeterminadas por el autor en base al turismo, las actividades más representativas que sobresalieron a flote son la cultura y el negocio mismas que se usan para determinar una alternativa que puede ofrecer la ciudad de Tulcán, mediante la organización de diversas actividades.*

*Con los análisis se determinó que la ciudad de Tulcán tiene potencial turístico el mismo que se manifiesta en sus costumbres, tradiciones, gastronomía, los mismos que de apoco se encuentran mejorando con la intervención de las entidades gubernamentales, los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS) y algunas organizaciones no gubernamentales.*

*Con toda esta información se plantea una alternativa de proponer itinerarios turísticos, que considera e incluye todos los sectores involucrados en la actividad turística, y los organiza para brindar un mejor servicio al turista.*

**Palabras Claves:** *Turismo, Actividades, Alternativa, Itinerario turístico.*

### **Abstract**

*This investigation was done this Carchi Province, in Tulcán; in end inquire activities that realize the people by visitor to Tulcán, based on a predetermined that by the author which involves, to determine which activities alternatives can offer Tulcán, by organizing various activities.*

*With analysis it was determined that the city have tourism potential because of their customs, traditions, cuisine, as they are improving with the participation of government agencies, the autonomous governments (GADS) and some NGOs.*

*With all this information arises an alternative tour package that considers and includes all sectors involved in tourism, and organized to provide better service to tourists.*

**Keywords:** *Tourism, activities, alternatives, tour package.*



## 1. Introducción

Para Linkorish y Jenkis en el 2010 el turismo se ha convertido en una industria sin chimeneas muy significativa, al desarrollarse ha creado muchos segmentos de mercado, compañías que se dedican brindar servicios a esta actividad han crecido y con los adelantos de la ciencia han contribuido a que esta se desarrolle aún más; varias son las actividades que destacan como el creciente volumen del turismo internacional, que es fortalecido por los países desarrollados que generan divisas fuertes. (pag.24)

El turismo urbano se ha convertido en uno de los ejes del desarrollo económico de las ciudades, han logrado posesionar productos turísticos a nivel nacional e internacional. Existen ciudades de frontera cuya principal actividad económica está basada en el intercambio comercial, dejando de lado los atractivos turísticos naturales y culturales, bien llamada una “pobre visión turística”, convirtiéndose en ciudades de paso; existen otras en cambio, que han aprovechado estas potencialidades y que, junto con el comercio, destacan sus atractivos y los promocionan.

“El turismo no es una industria claramente definida, debido a la fragmentación del producto turístico. Este requiere servicios de alojamiento, transporte, atractivos, de hospitalidad, etc. Que son proporcionados por diversas industrias.” (García, 2007, p.17)

La ciudad de Tulcán es un lugar donde está creciendo el turismo de a poco, que necesita empuje y que la guíen por el camino de lo sustentable y sostenible para preservar los recursos naturales y culturales. Los pobladores poco a poco se organizan con paso firme. Todos deberían apoyar a mantener el ambiente en el que se encuentran.

## 2. Materiales y Métodos

Los tipos de investigación que se emplearon son:

2.1 Investigación Descriptiva: Se utiliza este tipo de investigación porque permite recoger información de manera independiente y conjunta sobre los conceptos a los que se refiere.

2.2 Investigación Explicativa: Las investigaciones explicativas son más rigurosas y complejas que las demás clases de estudio, además de proporcionar un sentido al fenómeno que hace referencia.

2.3 Investigación Bibliográfica: La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema.

Se utiliza este tipo de investigación debido a que permite recolectar la información documental y poder cumplir con el primer objetivo.

## 2.4 Técnicas y Materiales

### 2.4.1 Encuesta

Para esto se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Nd^2z^2}{(N - 1)E^2 + d^2z^2}$$

DONDE:

$$n = \text{muestra} = ?$$

N= Población =187.870

$d^2 = 0.5$

E= error = 0.04

Z= nivel de confianza 95%= 1.96

$$n = \frac{(187.870)(0,5^2)(1,96^2)}{((187.870-1)(0,04^2)+(0,5^2)(1,96^2))}$$

$$n = \frac{(46961,5)(3,8416)}{(300,5904 + 0,9604)}$$
$$n = 383$$

Se elaboró de acuerdo al cálculo de la muestra un total de 383 encuestas a los visitantes en la ciudad de Tulcán.

### 2.4.2 Observación Cualitativa

Es una técnica de recolección de datos que tiene como propósitos explorar y describir ambientes. (Hernández, Fernández, Baptista, 2004)

### 2.4.3 Materiales.

El programa software estadístico SPSS

Materiales informáticos y de oficina.

### 3. Resultados y discusión

Después de realizada la encuesta a las personas que visitan la ciudad de Tulcán en Mayo 2011- Mayo 2012 y después de contrastar los datos obtenidos en la encuesta se pudo llegar a determinar que las actividades que realizan los visitantes son: Cultura y Negocio.

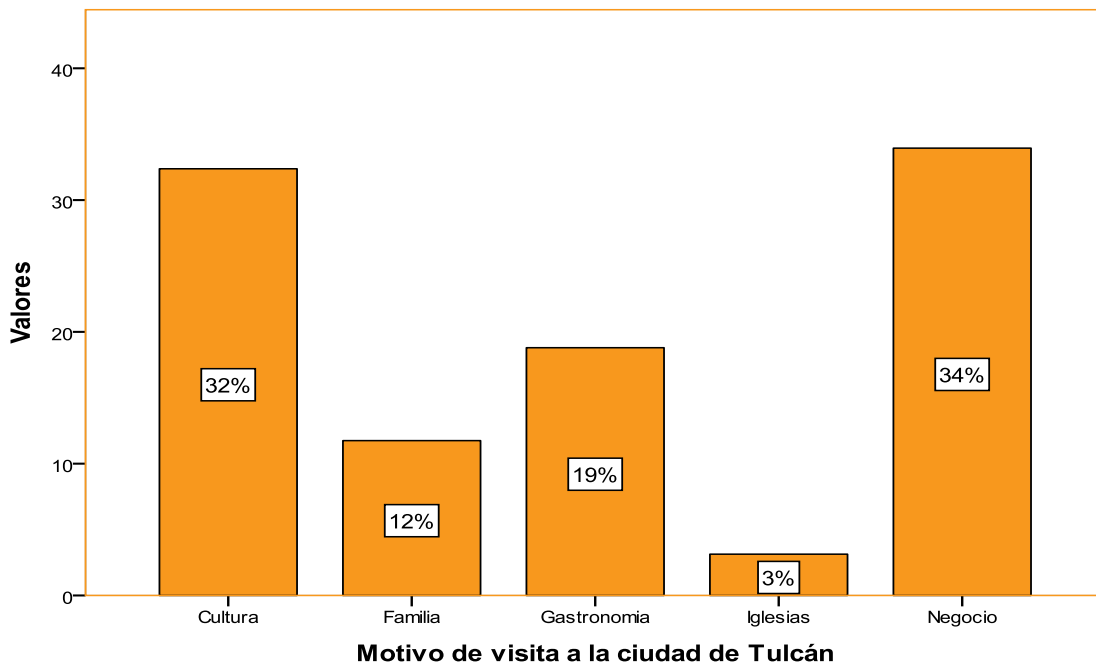
La ciudad de Tulcán es una ciudad fronteriza y puerta de entrada y salida de visitantes donde el 85% de los pobladores se dedica al comercio con el país vecino de Colombia, esta ciudad es muy conocida gracias a que en ella se encuentra el Cementerio José María Azael Franco mismo que es un sitio de interés turístico con algunos galardones a nivel nacional, lugar donde el turismo de la ciudad de Tulcán se centra.

La falta de información turística de las actividades que se pueden realizar en esta ciudad hace apreciar que la ciudad de Tulcán es una ciudad de paso, debido a que los visitantes llegan al puente de Rumichaca y se transportan directamente hacia el terminal terrestre para salir de la ciudad con rumbo a otros destinos. Ejemplos como paneles informativos en lugares estratégicos renovaría la situación. La poca cultura existente repercute en la organización del turismo en la ciudad de Tulcán.

Para contribuir al desarrollo del turismo en la ciudad de Tulcán se opta por diseñar itinerarios turísticos que organizan actividades turísticas para ser ofertadas al visitante, estos se basan en la información recabada con la encuesta aplicada.

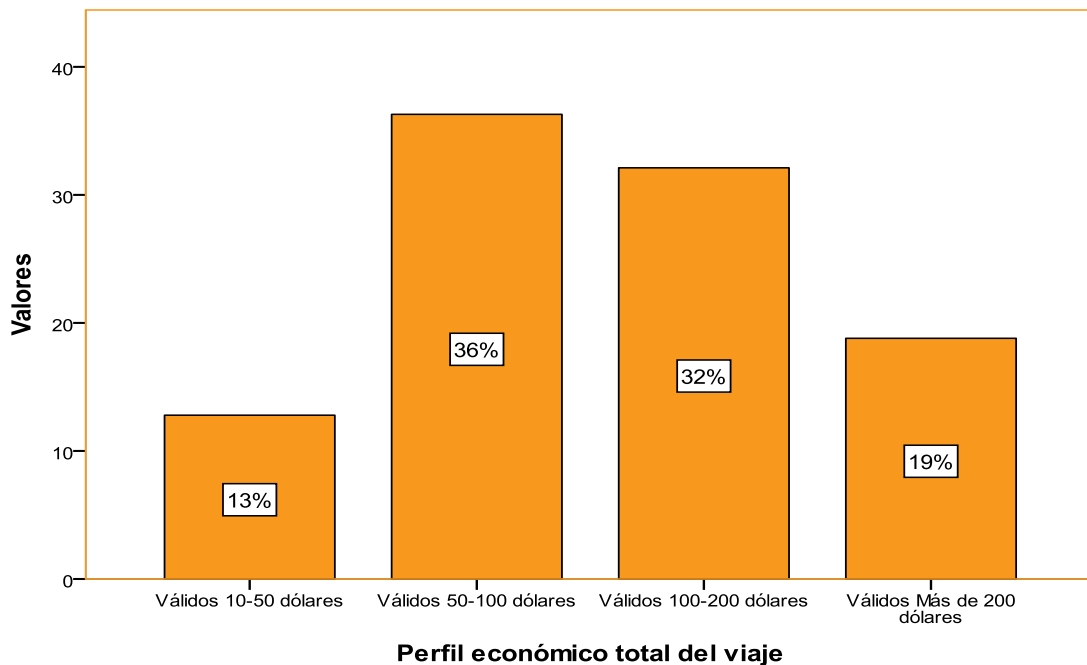
### 4. Figuras

**Identificación del motivo de visita, a la ciudad de Tulcán**  
Porcentaje



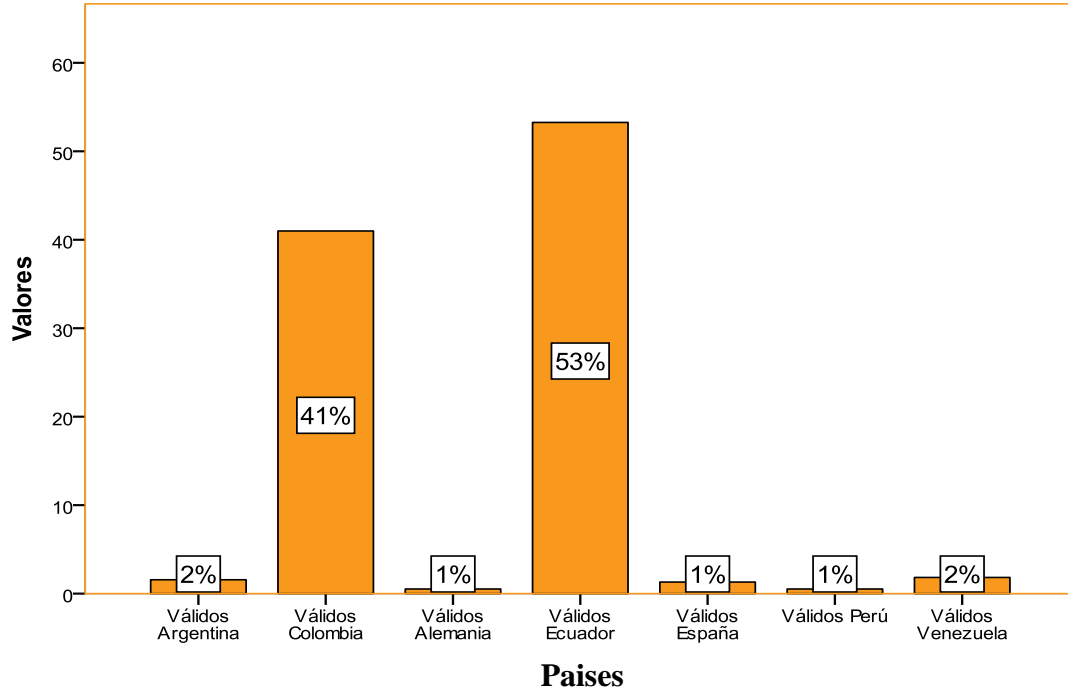
El emprender un viaje implica muchas actividades las cuales deben estar previamente planificadas ya que así tendrá una razón y un destino, un objetivo para el viaje. Todo está en las preferencias de cada individuo, para ampliar sus conocimientos con experiencias, la mayoría de las personas que a menudo viaja lo hace para fortalecer alianzas en su trabajo. Las personas que disfrutan de viajar y vivir la plenamente porque de esta manera se conoce uno mismo y es más responsable, conoce cosas que jamás pensó por estar sentado en la comodidad de su casa, esta es una nueva ideología de los turistas que les fascina viajar porque quien no viaja no disfruta de la vida conociendo nuevos mundos.

**Identificación del perfil económico total del viaje  
Porcentaje**



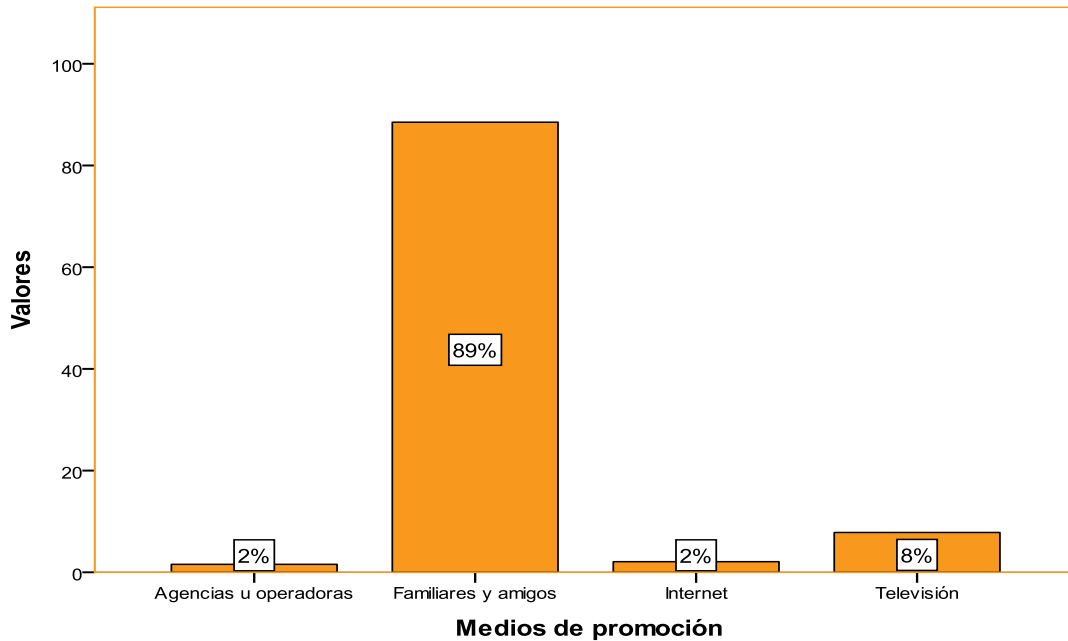
El país está en constante desarrollo mejorando los sectores sociales con el implemento de una nueva política, todas estas acciones permiten a la población ampliar sus horizontes y un estilo de vida diferente.

**Identificación del lugar de procedencia  
Porcentaje**



Los visitantes de la ciudad de Tulcán son de diversos mercados emisores, notándose mayor afluencia del turista interno, seguido por personas tanto de América del Sur como de Europa.

**Identificación de los medios de promoción por los cuales conocio el producto  
Porcentaje**



Los medios por los cuales se puede dar a conocer el producto son muchos y variados, el medio que mayoritariamente ha hecho contacto es por medio de familiares y amigos y muy atrás le sigue la televisión, notándose que las operadoras turísticas y agencias de viajes, no ofrecen en sus paquetes como destino turístico a Tulcán.

## 5. Tablas

### Identificación Organización del Viaje

N°	VIAJE	%
1	En Grupo	75%
2	Individual	19%
3	Organizado	5%

N°	VIAJE	%
1	En Grupo	75%

Según las técnicas de diagnóstico e investigación turística, un viaje se lo puede organizar de diferentes maneras, como un viaje en grupo, que conlleva varios beneficios como descuentos en la mayoría de servicios, otros también desarrollan más aptitudes sociales al interactuar; al viajar solo es otro tipo de placer, que muy pocos se lo pueden dar, ya que debe de ser capaz de planificar muy bien y tener una mente abierta en si todos dejan muchas experiencias el dato obtenido es muy evidente debido a que sobre pasa el 50%, los visitantes prefieren viajar en grupo.

### Identificación Perfil Económico Diario del Viaje

N°	USD	%
1	10-20 USD	49%
2	20-30USD	37%
3	+30USD	14%

N°	USD	%
1	10-20 USD	49%
2	20-30USD	37%

Desde el año 2007 el Ecuador ha sufrido varios cambios en su economía, dando las posibilidades a la población de nuevas oportunidades. La ciudad de Tulcán es una localidad comercial a simple vista, por ser el límite con Colombia, muchos de los visitantes son atraídos por esta actividad y tienen la percepción de sus egresos el nivel de gasto que sale a relucir supera el 30% dando como resultado el resultado 1 y 2.

### Identificación de conocimiento de atractivos

N°	ATRACTIVO	NO	SI
1	Museo Germán Bastidas	89%	11%
2	Las Canoas	91%	9%
3	Los tres chorros	83%	17%
4	Cementerio José María Azael Franco	37%	63%

5	Parque Isidro Ayora	31%	69%
6	Parque de la Independencia	44%	56%
7	El Obelisco	64%	36%
8	Iglesias de la Ciudad de Tulcán	62%	38%

N°	ATRACTIVO	NO	SI
4	Parque Isidro Ayora	31%	69%
5	Cementerio José María Azaél Franco	37%	63%
6	Parque de la Independencia	44%	56%

Estos son los atractivos más conocidos superan el 50% del puntaje (SI), considerando que en estos sitios existe movimiento comercial además de que en estos parques existen entidades muy importantes y en el Cementerio José María Azaél Franco es un sitio turístico muy conocido.

#### Identificación Época que decide viajar

N°	MESES	%
1	Abril-Junio	37%
2	Enero-Marzo	29%
3	Julio-Septiembre	21%
4	Octubre-Diciembre	13%

N°	MESES	%
1	Abril-Junio	37%
2	Enero-Marzo	29%

Un aspecto muy importante a tener en consideración es la estacionalidad del ingreso de turistas a la ciudad, teniendo como temporada alta los meses de Abril A Junio y le sigue de Enero A Marzo y teniendo un flujo de turistas cambiante los demás meses del año. Esta temporada para los turistas resulta más agradable su visita ya que el clima de la zona no es tan agresivo. Los dos enunciados son los más preponderantes porque su puntaje sobrepasa el 25%.

#### Duración de la estadía en la ciudad de Tulcán

N°	TIEMPO	%
1	24 horas	42%
2	48 horas	38%
3	+ 48 horas	9%
4	1 mes	5%
5	Otros	7%

N°	TIEMPO	%
1	24 horas	42%
2	48 horas	38%

Para ser considerado a una persona que viaja como turista, según la OMT se necesita que permanezca 24 horas como mínimo y 365 días como máximo. El visitante es una persona que puede estar en un lugar menos de 24 horas. Los dos resultados sobrepasan el 30% de la puntuación.

#### Tipo de alojamiento utilizado

N°	ALOJAMIENTO	%
1	Hotel	54%
2	Motel	1%
3	Camping	3%
4	Posadas	3%
5	Hostales	7%
6	Familiares	32%

N°	ALOJAMIENTO	%
1	Hotel	54%
6	Familiares	32%

Los establecimientos hoteleros en la ciudad son muy variados, el de mayor demanda por los turistas es el hotel, debido a que este posee gran parte de los servicios de calidad que se ofrece en la ciudad, otro sitio para pasar la noche muy usado es los familiares, ya que la mayoría de los visitantes conoce una u otra persona donde quedarse la noche, sin descartar que los otros establecimientos si son usados pero por menos visitantes. Los resultados obtenidos sobrepasan el 30% de la puntuación.

#### Identificación Medio de Transporte utilizado para llegar a la ciudad de Tulcán

N°	MEDIO DE TRANSPORTE	%
1	Automóvil	47%
2	Motocicleta	2%
3	Bus	51%
4	Bicicleta	1%

N°	MEDIO DE TRANSPORTE	%
1	Automóvil	47%
3	Bus	51%

Con el tiempo los medios de transporte y las vías han mejorado notablemente por lo que así es más rápido y cómodo para viajar, los medios de transporte interprovincial han mejorado su servicio con nuevas unidades y horarios. Los datos obtenidos sobrepasan el 40% de la puntuación dando como resultado 1 y 3.

#### Identificación de actividades complementarias

N°	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	%
1	Bailar	7%
2	Pasear	63%
3	Compras	19%
4	Balnearios	5%
5	Deporte	5%
6	Evento	2%

N°	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	%
2	Pasear	63%



Al finalizar las actividades programadas previamente por los visitantes, estos prefieren realizar actividades que complementen su día, como distraerse caminando en la ciudad y conocer su cultura. El dato obtenido pasa el 50%.

#### Identificación Preferencias de lo que más le gusta al visitante

N°	PREFERENCIAS	%
1	Ambiente	8%
2	Paisaje	2%
3	Ninguna	25%
4	Cementerio	28%
5	Comida y lugares	16%
6	Parques	3%
7	Los Helados	1%
8	Las personas	6%
9	Museo y lugares	1%
10	Cultura	1%
11	Compras	2%
12	Negocio	9%
13	Clima	0%

N°	PREFERENCIAS	%
3	Ninguna	25%
4	Cementerio	28%
5	Comida y lugares	16%

Las características de la ciudad de Tulcán que más le agrada al visitante y que sobrepasa el 10% son el Cementerio José María Azael Franco, la comida o gastronomía es algo muy representativo de la ciudad de Tulcán.

#### Identificación Desventajas, lo que no le gusta al visitante de la ciudad de Tulcán

N°	DESVENTAJAS	%
1	Clima	44%
2	Hospital	1%
3	Ninguna	11%
4	Delincuencia	9%
5	Mala atención	11%
6	Smog	1%
7	Lugares de diversión	1%
8	El tráfico en diferentes avenidas	1%
9	Calles	1%
10	Gente déspota	18%
11	Horario de atención al público	1%
12	Comida	1%
13	Mercado	1%
14	Migración	0%

N°	DESVENTAJAS	%
1	Clima	44%

La característica que les disgusta al visitante es el clima dato que supera el 40%, últimamente el clima ha cambiado un poco, pero con esto lo que se podría es compensarlo con algo y volverlo un apoyo.

#### Sugerencias del visitante

N°	SUGERENCIAS	%
1	Más Guianza en la ciudad de Tulcán	2%
2	Ninguna	36%
3	Más promoción	40%
4	Lugares más activos	2%
5	Más actividades	4%
6	Mejorar atención	8%
7	Más acogida al turista	2%
8	Más actitud de servicio	1%
9	Disminuir delincuencia	2%
10	Cambiar el clima	1%
11	Cambiar fama de gente déspota	1%
12	Cambiar horario de atención	0%
13	Aumentar balnearios	1%
14	Más ferias	1%

N°	SUGERENCIAS	%
3	Más promoción	40%

La sugerencia del visitante es muy notoria el turista tan solo conoce sitios donde hay movilización de cualquier situación pero no conoce los lugares turísticos de la ciudad de Tulcán.

La información obtenida con esta investigación ha permitido plantear las matrices de operatividad que contienen información referente a las actividades que realizan las personas que visitan la ciudad de Tulcán para de esta manera con procedimientos técnicos se han planteado itinerarios turísticos que organizan la actividad turística existente en la ciudad.

Las condiciones con las que se desarrolla el turismo en la ciudad de Tulcán son muy parecidas a otras ciudades fronterizas, con algunos problemas que son un desafío para seguir adelante.

## 6. Conclusiones

- Al sustentar bibliográficamente las actividades turísticas se obtuvo poca información referente al tema en sitios urbanos, en cuanto al desarrollo turístico las fuentes bibliográficas fundamentan como avanza el turismo a través de los años, no se puede definir un modelo de desarrollo del mismo debido a que cada país lo despliega de manera diferente.

- No existe un registro de datos confiable sobre las actividades que los visitantes realizan durante su estancia en la ciudad de Tulcán, la única fuente de donde se obtuvo la información fue a través el diseño y ejecución de la encuesta a los visitantes, donde se recolectó la información de las actividades que realizan durante su estancia en la ciudad de Tulcán demostrando que la Cultura y el Negocio son más predominantes para el visitante a la hora de viajar.
- Gran parte de los visitantes no realizan actividades turísticas debido al bajo conocimiento de lugares donde pueden visitar.
- Al visitante no le gusta el clima de la ciudad de Tulcán es muy frío para ellos y no tienen conocimiento de los lugares que existen en esta ciudad falta promoción de los sitios de diversas maneras.

## 7. Recomendaciones

- Las autoridades seccionales deben definir el modelo de desarrollo del Turismo que se factible para la ciudad de Tulcán.
- Se debe implementar un estudio a nivel nacional sobre encuestas a los movimiento turísticos en frontera cada año.
- Se debería promocionar los atractivos turísticos que posee la ciudad de Tulcán para que puedan hacer uso de ellos por ejemplo por medio de paneles informativos en lugares estratégicos.
- Desarrollar estrategias para que el clima sea un aliado y no una desventaja.
- Desarrollar un estudio sobre la prestación de servicios al visitante en la ciudad de Tulcán.

## 8. Referencias bibliográficas

### 8.1 Bibliografía

- Boullón. R, 2009, “*Las Actividades Turísticas y Recreacionales*”, Trillas, México, México.
- Cárdenas. Fabio, 2009, “*Proyectos Turísticos Localización e Inversión*”, Trillas, México, México.
- Cárdenas, Fabio, 2010, “*Comercialización del Turismo*”, Trillas, México, México.
- Ejarque. J, 2005, “*Destinos turísticos de éxito*”, Pirámide, Madrid, España.
- García. 2007, “*Marketing del Turismo Rural*”, Pirámide, Madrid, España.
- Hernández. E. 2008, “*Proyectos turísticos. Formulación y evaluación*”, Trillas, México, México.
- Hernández. R, Fernández. C, Baptista. P, 2007, “*Metodología de la Investigación*”, TheMcGram-Hill, México D.F. México.
- Lickorish. L. y Jenkis. C, 2010, “*Una Introducción al Turismo*”, Síntesis S.A., Madrid, España.
- Pineda. E, Alvarado. E, 2008, “*Metodología de la Investigación*”, OPS, Washington, D.C.

Posso. M, 2009, “*Metodología Para El Trabajo De Grado, Tesis Y Proyectos*”, Grafico Nina, Ibarra, Ecuador.

Ramírez. E, 2006, “*Turismo de Negocios*”, Trillas, México, México D.F.

Rosero. I, 2008, “*Informe Final Del Proyecto Profesional De Grado*”, Quito, Ecuador.

Salto. G, 2009, “*Ecuador su Realidad*”, Quito, Ecuador.

Wallingre. N & Toyos. M, 2010, “*Diccionario De Turismo, Hotelería Y Transportes*”, Trillas, México.

Zamorano. F, 2009, “*Turismo Alternativo*” Trillas, México, México D.F.

Fuentes De La Presente Edición De La Ley De Turismo

1.- Ley 2002-97 (Suplemento del Registro Oficial 733, 27-XII-2002)

2.- Mandato Constituyente 8 (Suplemento del Registro Oficial 330, 6-V-2008).

## LINKOGRAFÍA

“Aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo” Recuperado el 7 de Junio 2013 de (Turismo)

Barrios, L.A.” Turismo Definiciones de Turismo” Recuperado el 1 de Julio 2012 de <http://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo>

Botero, J., Ramon, M., Camaño, T., & Murcia, M. (2009). [www.historia-antigua.es](http://www.historia-antigua.es). Recuperado el 15 de enero de 2013, de [www.historia-antigua.es: http://www.historia-antigua.es/pdf/articulos/turismo\\_urbano\\_y\\_cultural.pdf](http://www.historia-antigua.es/pdf/articulos/turismo_urbano_y_cultural.pdf)

IET, (2011), “Informe Anual 2011- Encuesta de Movimientos Turísticos en frontera y Encuesta de Gasto Turístico”. Recuperado el 12 de Octubre 2013 de <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20%28Frontur%29%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20%28Egatur%29%202011.pdf>

“Itinerarios turísticos del Mundo”, Recuperado el 22 de agosto 2013 de [http://es.slideshare.net/annieurbano/itinerarios-tursticos-del-mundo-colombia-itinerarios?from\\_search=3](http://es.slideshare.net/annieurbano/itinerarios-tursticos-del-mundo-colombia-itinerarios?from_search=3)  
[www.ministeriopatrimonio.gob.ec](http://www.ministeriopatrimonio.gob.ec)

Yepes. V, (2000), “Los Itinerarios Tematicos como elementos diferenciadores del producto turisticos global”. Recuperado el 3 de Octubre 2013 de [http://es.slideshare.net/vyepesp/los-itinerarios-temticos-como-elementos-diferenciadores-del-producto-turstico-global-presentation?from\\_search=2](http://es.slideshare.net/vyepesp/los-itinerarios-temticos-como-elementos-diferenciadores-del-producto-turstico-global-presentation?from_search=2)

Campesino, A. (2013). *www.aecit.org*. Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de *www.aecit.org*:

[http://www.aecit.org/img/portada/turismo%20de%20frontera\\_1\\_Antonio\\_Campesino-1.pdf](http://www.aecit.org/img/portada/turismo%20de%20frontera_1_Antonio_Campesino-1.pdf)

*es.slideshare.net*. (s.f.). Recuperado el 3 de Mayo de 2013, de *s.slideshare.net*:

<http://es.slideshare.net/ChefLuis/turismo-gastronomico-en-panam>

Guevara, J. (10 de Abril de 2012). *www.upec.edu.ec*. Recuperado el 10 de Octubre de 2012, de *www.upec.edu.ec*: [http://www.upec.edu.ec/citte/archivos/publicaciones/SATHIRI\\_2.pdf](http://www.upec.edu.ec/citte/archivos/publicaciones/SATHIRI_2.pdf)

OMT. (7 de Octubre de 1998).

[http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo\\_etica/](http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo_etica/). Recuperado el 22 de Agosto de 2012, de [http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo\\_etica/](http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo_etica/):

*www.tyhturismo.com*

Turismo, A. d. (s.f.). *www.tyhturismo.com*. Recuperado el 7 de Junio de 2013, de *www.tyhturismo.com*: [http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo\\_etica/](http://www.tyhturismo.com/data/capacitacion/codigo_etica/)

*www.scribd.com*. (s.f.). Recuperado el 13 de octubre de 2012, de *www.scribd.com*: <http://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo>

Zizaldra, I. (2009). *www.tdx.cat*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2013, de *www.tdx.cat*: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/7961/tizh.pdf;jsessionid=B3E2858FFCD8940644BE31CF7FBD99B4.tdx2?sequence=1>