

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “Estudio de la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciadas en Turismo

AUTORAS: Pantoja Hernández Lina Mishell
Quilumba Quilumba Erika Lizbeth
TUTOR: Ing. Bolaños Tobar Dennys A, MSc.

Tulcán, 2025.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que las estudiantes Pantoja Hernández Lina Mishell y Quilumba Quilumba Erika Lizbeth con el número de cédula 045014900-0 y 100502846-7 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Estudio de la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Ing. Bolaños Tobar Dennys A, MSc.

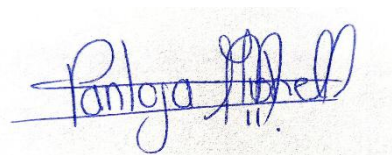
TUTOR

Tulcán, junio de 2025

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciadas en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Nosotras, Pantoja Hernández Lina Mishell y Quilumba Quilumba Erika Lizbeth con cédula de identidad número 045014900-0 y 100502846-7 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Pantoja Hernández Lina Mishell

AUTORA



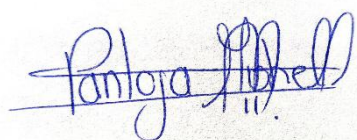
Quilumba Quilumba Erika Lizbeth

AUTORA

Tulcán, junio de 2025


ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotras Pantoja Hernández Lina Mishell y Quilumba Quilumba Erika Lizbeth declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Estudio de la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Pantoja Hernández Lina Mishell

AUTORA



Quilumba Quilumba Erika Lizbeth

AUTORA

Tulcán, junio de 2025

AGRADECIMIENTO

A mis padres, Argenis y Manuel un profundo agradecimiento por el apoyo incondicional en toda mi vida, por nunca dejarme sola, gracias a sus sacrificios y a su ejemplo hicieron posible la obtención de mi título universitario.

A mis hermanas, Suly, Nathy y Margarita, por sus consejos en momentos difíciles, por su ayuda cuando las cosas no salían como yo lo planeaba, por las risas en cada una de las tareas.

A mi pareja Carlos Daniel, por ser un pilar fundamental para poder culminar esta meta, gracias por su amor en cada momento por el apoyo incondicional, moral y por cada palabra de aliento para poder seguir adelante.

Finalmente, a mis compañeros de aula por cada una de las anécdotas, a mi Universidad Politécnica Estatal del Carchi, conjunto a sus profesores por el aprendizaje y los conocimientos brindados.

Nada de esto sería posible sin ustedes, Gracias por todo.

Pantoja Hernández Lina Mishell

Primeramente, a mí Erika, porque sé que este viaje ha sido un reto increíble, me agradezco por cada momento de esfuerzo y dedicación.

A mi pareja, Álvaro Arteaga gracias por ser ese apoyo incondicional, no solo has sido el motor principal en esta trayectoria, sino que también has sido mi pilar en los momentos más difíciles.

A mis padres, María y Pedro, gracias por cada sacrificio que han realizado, ustedes me han enseñado la importancia de la perseverancia y el valor de los sueños, sin su apoyo, este logro no sería posible.

A todos ustedes, gracias por ser parte de mi vida y por haber contribuido a que este sueño se haya hecho realidad, este logro no es solo mío, sino también de todos ustedes que han caminado a mi lado.

Quilumba Quilumba Erika Lizbeth

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo lo dedico especialmente a mí, Lina Mishell por tener el coraje y la paciencia para sobre salir durante todo este proceso de momentos felices y tristes.

A mis padres Argenis y Manuel quienes fueron los principales actores para que esto se pueda lograr.

A cada uno de los integrantes de mi familia, mis abuelitos, a mis hermanas, sobrinos por ser partícipes en cada y uno de los momentos de mi vida universitaria.

A mi pareja, Carlos Daniel por su apoyo emocional y por nunca dejarme caer cuando las cosas parecían difíciles.

A todos ustedes por formar parte de mi vida y de esta hermosa etapa tan importante para mí.

Lina Mishell Pantoja Hernández

Dedico esta tesis a mis padres, Pedro y María, quienes han sido mi mayor inspiración y apoyo a lo largo de todo este camino. Su amor y sus sacrificios han sido la base sobre el cual he construido mis metas, han estado conmigo en cada paso animándome a seguir adelante, gracias por enseñarme la importancia de la educación, por inculcarme valores que me acompañarán toda la vida y por creer en mí en cada etapa de este proceso.

A ti, Álvaro Arteaga, mi pareja y compañero de vida, tu apoyo ha sido indispensable en cada etapa de este proceso, gracias por tu constante aliento, por ser mi soporte y mi guía, por creer en mí y apoyar en mis sueños como si fueran los tuyos. Esta dedicación es un pequeño reflejo de la inmensa gratitud que siento por todo lo que has hecho y lo que significas para mí, sin tu amor y apoyo incondicional, este logro no hubiera sido posible. Te agradezco de todo corazón por ser mi compañero en este viaje.

Quilumba Quilumba Erika Lizbeth

ÍNDICE

RESUMEN	11
ABSTRAC	12
INTRODUCCIÓN	13
I. PROBLEMA	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo General	18
1.4.2. Objetivos Específicos	18
1.4.3. Preguntas de Investigación	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	19
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.2. MARCO TEÓRICO	20
2.2.1. Oferta turística	20
2.2.2. Demanda Turística	32
III. METODOLOGÍA	36
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	36
3.1.1. Enfoque cualitativo	36
3.1.2. Tipo de Investigación	36
3.2. IDEA A DEFENDER	37
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	38
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	39
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42

4.1. RESULTADOS	42
4.2. DISCUSIÓN	87
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.1. CONCLUSIONES	90
5.2. RECOMENDACIONES	91
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
VII. ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elementos de la oferta turística.....	21
Tabla 2. Clasificación de alojamiento turístico.....	21
Tabla 3. Clasificación de transporte turístico	23
Tabla 4. Reglamento turístico de alimentos y bebidas	23
Tabla 5. Factores que influyen en la demanda turística.....	33
Tabla 6. Variable independiente	37
Tabla 7. Variable dependiente.....	38
Tabla 8. Población mayor de edad provincia del Carchi.....	40
Tabla 9. Población rango de edad de la provincia del Carchi	40
Tabla 10. Oferta de atractivos turísticos de la provincia del Carchi.	43
Tabla 11. Atractivos Turísticos provincia del Carchi.	44
Tabla 12. Actividades turísticas	49
Tabla 13. Oferta de servicios de hospedaje de la provincia del Carchi.....	51
Tabla 14. Catastro de hospedaje provincia del Carchi.....	51
Tabla 15 Oferta de servicios de restauración de la provincia del Carchi.....	57
Tabla 16. Catastro de servicios turísticos provincia del Carchi	57
Tabla 17. Entrevista técnicos cantonales de la provincia del Carchi.....	64
Tabla 18. FODA de la provincia del Carchi.....	72
Tabla 19. Propuesta de mejoramiento para oferta.	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de atractivos turísticos cantón Tulcán	46
---	----

Figura 2. Mapa de atractivos turísticos cantón Montufar.....	47
Figura 3. Mapa de atractivos turísticos cantón San Pedro de Huaca.....	47
Figura 4. Mapa de atractivos turísticos cantón Mira	48
Figura 5. Mapa de atractivos turísticos cantón Bolívar	48
Figura 6. Mapa de hospedaje cantón Tulcán.....	54
Figura 7. Mapa de hospedaje cantón Montufar	54
Figura 8. Mapa de hospedaje cantón Mira.....	55
Figura 9. Mapa de hospedaje cantón San Pedro de Huaca	55
Figura 10. Mapa de hospedaje cantón Espejo.....	56
Figura 11. Mapa de restauración cantón Tulcán.....	59
Figura 12. Mapa de restauración cantón Montufar.....	60
Figura 13. Mapa de restauración cantón Mira.....	60
Figura 14. Mapa de restauración cantón San Pedro de Huaca.....	61
Figura 15. Mapa de restauración cantón Espejo.....	61
Figura 16. Mapa de restauración cantón Bolívar.....	62
Figura 17. Datos sociodemográficos.....	67
Figura 18. Preferencias de viaje.....	68
Figura 19. Interés de turistas.....	69
Figura 20. Motivaciones de los turistas.....	69
Figura 21. Medios de transporte de turistas.....	70
Figura 22. Temporalidad de los turistas.....	71
Figura 23. Entrevista GAD's Tulcán	107
Figura 24. Entrevista GAD's Espejo.....	107
Figura 25. Entrevista GAD's Montúfar.....	108
Figura 26. Entrevista GAD's Mira	108

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	95
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	97
Anexo 3. Validación de instrumentos para levantamiento de información	98
Anexo 4. Entrevista aplicada a técnicos de turismo de cada cantón	101
Anexo 5. Formato de encuesta aplicadas a turistas.....	103
Anexo 6. Fichas del catastro de atractivos turísticos del MINTUR	104
Anexo 7. Fichas de servicios de hospedaje turístico.....	105

Anexo 8. Fichas de servicios de restauración turística	106
Anexo 9. Evidencias del proceso de recolección de información.....	107

RESUMEN

El presente trabajo de investigación abarca el tema sobre la importancia de contar con un estudio de oferta y demanda turística en un determinado lugar para evitar posibles consecuencias en el sector turístico que pueden ir desde la pérdida de oportunidades de desarrollo comercial y crecimiento laboral hasta el deterioro en la calidad de los servicios turísticos. Por lo que el propósito de la investigación es estudiar la oferta y demanda turística actual de la provincia del Carchi. En esta investigación se utilizó como metodología, el tipo de investigación de campo, exploratoria y bibliográfica ya que se realizó la recolección de datos en el lugar donde ocurren los hechos e información de fuentes escritas como libros, revistas científicas e investigaciones de grado pasadas, por otra parte, se usó un enfoque cualitativo con el apoyo de instrumentos como la encuesta y la entrevista. En base a los aspectos teóricos y los resultados obtenidos se concluyó que el sector turístico en la provincia del Carchi aún carece de procesos estructurados que dinamicen y promuevan al sector turístico que poseen. Este hecho plantea la necesidad de realizar intervenciones conjuntas entre los actores públicos y privados para fortalecer la planificación y gestión del turismo en la provincia, asegurando así un mejor desarrollo turístico

Palabras Claves: Oferta turística, Demanda turística, Sector turístico, Atractivos turísticos, Servicios turísticos.

ABSTRAC

This research addresses the importance of conducting a tourism supply and demand study in a given location. This study might be done to avoid potential consequences for the tourism sector, which may range from lost opportunities for commercial development and job growth to a deterioration in the quality of tourism services. Therefore, the aim of this research is to study the current tourism supply and demand in the province of Carchi. This research employed exploratory and bibliographic field research methodology, as data were collected at the location where the events occurred, along with bibliographic sources such as books, scientific journals, and past undergraduate research. Additionally, a qualitative approach was employed, supported by instruments such as surveys and interviews. Based on the theoretical aspects and the results obtained, it was concluded that the tourism sector in the province of Carchi still lacks the structured processes needed to energize and promote its development. This fact raises the need for joint interventions between public and private stakeholders to strengthen tourism planning and management in the province, thus ensuring improved tourism development.

Keywords: Tourism supply, tourism demand, tourism sector, tourist attractions, tourist services.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo se ha consolidado como un sector estratégico para el desarrollo económico y social de muchas regiones a nivel mundial. La provincia del Carchi no es la excepción, ya que cuenta con un potencial significativo para atraer tanto a turistas nacionales como internacionales. Sin embargo, a pesar de tener una riqueza natural y cultural, la provincia enfrenta un problema crítico: la escasa planificación adecuada en la oferta de los atractivos turísticos. Esta carencia da lugar a una deficiencia en la promoción y difusión de sus recursos, limitando en consecuencia su demanda turística. En esta investigación se propuso abordar este fenómeno, explorando las dinámicas de oferta y demanda turística en la provincia del Carchi durante el periodo 2024.

La investigación se desarrolló mediante los siguientes capítulos:

En el primer capítulo se planteó y formuló el problema que se va a resolver, así como la justificación del porqué de esta problemática, lo que permitió plantear el objetivo general, los objetivos específicos y las preguntas de investigación a resolver en la investigación.

El segundo capítulo contempla los antecedentes que respaldan esta investigación a través de distintas metodologías de estudios realizados previamente por otros autores, se plantea el marco teórico que enriquece la comprensión de las variables de estudio que son la oferta y la demanda turísticas.

El tercer capítulo da a conocer la metodología que se empleó, así como el enfoque, los tipos de investigación usados, la idea que se defendió durante el desarrollo de la investigación, la operacionalización de variables a usar para la recolección de información y el análisis de datos.

En el cuarto capítulo se da a conocer los resultados que se obtuvo de toda la investigación realizada, y a su vez se discute si existió o no relación en cuanto a metodología usada en las investigaciones de los autores planteados en los antecedentes con la presente investigación.

En el quinto capítulo se plantea la conclusión a la que se llegó y se hace recomendaciones en caso de que esta investigación se la vaya a usar en estudios posteriores.

En el sexto capítulo se presenta todas las referencias bibliográficas que se usó en el trabajo de investigación y en el séptimo capítulo se muestra las evidencias mediante fotografías de todo lo que se hizo para la recolección de información.

Este estudio es importante porque a futuro permitirá fortalecer la planificación turística local, ya que proporciona un análisis de los recursos y atractivos de la provincia, alineando la oferta con las expectativas de los turistas y fomentando así el desarrollo económico, esta investigación ayuda a crear un marco estratégico que optimiza la promoción de los atractivos de la provincia del Carchi.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La provincia del Carchi presenta un escenario propicio para su impulso gracias a su riqueza natural y cultural. Sin embargo, a pesar de su potencial, la provincia enfrenta un problema significativo: la escasa planificación adecuada en la oferta turística, lo que resulta en una deficiencia en la promoción y difusión de estos, limitando su demanda.

Si bien se han realizado análisis relacionados con el turismo en Ecuador, las particularidades de la oferta y demanda turística en la provincia del Carchi no han sido abordadas de manera integral. Los estudios existentes muestran que estos suelen centrarse en regiones con mayor afluencia turística, dejando un vacío en el conocimiento específico sobre la provincia del Carchi, donde desafíos como la falta de infraestructura adecuada y la baja capacitación del personal turístico son evidentes (Ministerio de Turismo, 2022).

Parra y Beltrán (2017) mencionan que, hay estudios que señalan que la falta de estrategias de marketing efectivas y la ausencia de articulación entre los actores del sector turístico constituyen barreras que no son exploradas.

Investigaciones priorizadas en el período reciente apuntan a aspectos como la sostenibilidad y la diversificación de la oferta turística, pero no han explorado a fondo la relación dinámica entre la oferta actual y las expectativas de los turistas potenciales en esta provincia (Álava, 2024).

La falta de planificación estratégica se traduce en la ineficiencia de la oferta turística de la provincia. A menudo, los atractivos turísticos no son debidamente identificados ni promocionados, lo que resulta en una escasa visibilidad para los posibles visitantes. Esta situación se refleja en las cifras recientes de turismo en la provincia. Según el (Ministerio de Turismo del Ecuador), Carchi tuvo en 2024 alrededor de 95.474 entradas internacionales por la frontera Tulcán-Rumichaca y 117 entradas internacionales por la frontera Tulcán-Tufiño, una cifra que representa apenas un 8% del total de turistas

que visitan las diferentes regiones del país. A pesar de que se tiene un número exacto de entradas de turistas, no se tiene un número exacto de visitantes que se quedan en la provincia para realizar turismo lo que esto sigue siendo un desafío si no se implementan políticas adecuadas de promoción y desarrollo turístico.

El contexto geográfico y cultural del Carchi es un factor que debe considerarse. La provincia limita al norte con Colombia, lo que le otorga una ubicación estratégica para el turismo binacional. Sin embargo, la falta de infraestructura adecuada y de capacitación a los prestadores de servicios turísticos limita la capacidad de la provincia para ofrecer una experiencia atractiva para los visitantes.

En términos de oferta, se observa que la mayoría de los atractivos turísticos carecen de un enfoque comercial que contemple la creación de paquetes turísticos integrales que puedan ser promovidos en el mercado. Esto evidenció la necesidad de impulsar un desarrollo más dinámico que potencie la calidad de los servicios y la experiencia del visitante. La creación de sinergias entre el sector público y privado podría facilitar la modernización de la oferta turística y la diversificación de productos.

Por otro lado, la demanda turística en el Carchi también presenta características que requieren análisis. La tendencia de turismo de aventura y ecológico ha crecido considerablemente en los últimos años, lo que abre nuevas oportunidades para la oferta de actividades que conecten a los visitantes con la biodiversidad y la cultura local. Sin embargo, es importante destacar que, ante la falta de promoción, muchos potenciales turistas desconocen por completo los atractivos que la provincia tiene para ofrecer.

La escasa inversión en campañas de marketing turístico y el limitado uso de tecnologías digitales también contribuyen a la baja demanda. Ya que son muy pocas las empresas turísticas en Carchi que tienen presencia activa en redes sociales o plataformas digitales de promoción, lo que dificulta la captación de nuevos mercados. En el entorno actual, donde el turismo se mueve principalmente a través de canales digitales, esta situación es alarmante y debe ser enfrentada con urgencia. Por lo tanto, este estudio se propone analizar de manera detallada la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi, abordando las falencias en la planificación, promoción y comercialización de sus atractivos, así como proponiendo estrategias para mejorar su competitividad en el mercado turístico.

Según el (Ministerio de Turismo, 2024), la provincia del Carchi en el catastro de atractivos turísticos cuenta con 7 atractivos turísticos naturales y 23 atractivos turísticos culturales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La escasa planificación adecuada en la oferta turística de la provincia del Carchi hace que exista deficiencias en la promoción y difusión, limitando su demanda.

1.3. JUSTIFICACIÓN

En Ecuador la oferta y demanda de los atractivos turísticos naturales y culturales representan una gama de diversidad, identidad e historia que permiten afianzar la economía y actividad turística en el país contribuyendo a mejorar las condiciones de vida en general. (Carrera, Larrea, y Moncayo, 2019).

La oferta y demanda turística en la provincia del Carchi son insuficientemente desarrolladas y coordinadas, lo que ha llevado a una desalineación entre la oferta disponible y las expectativas de los visitantes. La falta de un enfoque estructurado en el desarrollo turístico ha generado problemas económicos y sociales, afectando tanto a los operadores turísticos como a las comunidades locales.

La implementación de este estudio busca disminuir estas disfunciones al proporcionar un análisis detallado que permite identificar oportunidades y desafíos en el sector.

Según datos del Ministerio de Turismo, Turismo (2023), durante los años previos a la pandemia, la provincia mostraba un crecimiento del 3,5% anual en el ingreso por turismo, lo cual indica un creciente interés por el destino. Sin embargo, se estima que la falta de infraestructura adecuada y una oferta diversificada ha llevado a que Carchi solo capture el 1,2% del total de visitantes a nivel nacional, lo que evidencia el desaprovechamiento de su potencial turístico.

Los beneficiarios de este estudio serán las instituciones gubernamentales, los empresarios del sector turístico de la provincia, así como las comunidades locales que dependen del turismo como fuente de ingresos. Al optimizar la oferta turística, se espera no solo aumentar la llegada de visitantes, sino también fomentar el desarrollo económico, generando empleo y mejorando la calidad de vida de sus residentes. Esto se convierte en beneficios económicos tangibles, como el aumento en la generación de ingresos y el impulso de emprendedores locales, así como la preservación de la cultura y el medio ambiente.

Con respecto a la viabilidad del estudio, se cuenta con los recursos humanos y técnicos necesarios para llevarlo a cabo. Se propone un equipo multidisciplinario que incluya economistas, sociólogos y expertos en turismo, quienes trabajarán en conjunto para recopilar datos cuantitativos y cualitativos. Además, la cooperación, entre el sector público y privado facilitará el acceso a información relevante, incluyendo estadísticas de flujo turístico, encuestas a visitantes y entrevistas a actores clave en el sector. Es fundamental mencionar que se garantizará la participación de la comunidad en este proceso, permitiendo escuchar sus necesidades.

Así que en base a lo mencionado se vuelve indispensable realizar este estudio de oferta y demanda para establecer estrategias de mejoramiento y poder fortalecer los recursos turísticos con los que cuenta la provincia del Carchi.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi, para identificar las fortalezas y debilidades, y así desarrollar estrategias de promoción y mejora que potencien el crecimiento del turismo, mediante la recopilación de datos a través de encuestas y entrevistas.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la oferta turística de la provincia del Carchi, para identificar sus fortalezas y debilidades, mediante el catastro de servicios turísticos y el inventario de atractivos turísticos del Ecuador.
- Determinar los factores de la demanda turística de la provincia del Carchi, con el fin de conocer el perfil de los visitantes, a través de encuestas a los turistas.
- Establecer estrategias de mejoramiento de la oferta turística de la provincia del Carchi, para incrementar la demanda, mediante proyectos que contengan actividades y acciones, a corto, mediano y largo plazo.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la situación actual de la oferta turística de la provincia del Carchi?
- ¿Qué factores intervienen en la demanda turística de la provincia del Carchi?
- ¿Qué estrategias de mejoramiento son necesarias para mejorar la oferta turística de la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la provincia del Carchi, se encuentra situado el cantón Espejo, mismo que posee algunos atractivos turísticos que permiten el dinamismo de la oferta y demanda en cada uno de estos espacios, Chalapud y Quiroz (2015) en su trabajo de grado titulado "Estudio de la oferta y la demanda turística en la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi" usaron como metodología el modelo descriptivo-propositivo, mediante la investigación de campo, bibliográfica y aplicada, la recopilación de información se hizo mediante instrumentos como: fichas de campo, registros de los turistas en los diferentes establecimientos turísticos, y mediante técnicas como: encuestas y entrevistas. Esta investigación tuvo como resultado, primero que no existe ningún seguimiento para el registro, evaluación y categorización de establecimientos en este cantón y segundo, en un análisis comparativo entre los años 2006 y 2013 sobre el flujo de turistas, se observa una baja llegada de visitantes, ya que el 80 % son solo transitorios, con una duración promedio de 12 horas. Además, no se han implementado políticas que promuevan el destino por parte de las entidades pertinentes. Sin embargo, se ha registrado un crecimiento en la afluencia de turistas entre 2011 y 2013, lo cual indica un avance en la ciudad de El Ángel. Esto sugiere que la demanda potencial es positiva, impulsada por nuevas tendencias turísticas y un creciente interés por la naturaleza como área de investigación ambiental en los alrededores. También hay un interés por el intercambio cultural, dado que existen numerosos vestigios históricos de los pastos, junto con actividades agrícolas que se integran en los procesos comerciales y los avances en infraestructura.

La limitada e inadecuada oferta que existe en un determinado lugar incide de manera directa en el progreso del turismo, Garrido y Lasso (2024), en la investigación "Facilidades y Oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo", aplico como metodología un enfoque mixto y los tipos de investigación, documental

y de campo para la recolección de datos, además se utilizó un diseño de investigación, no experimental, transversal y correlacional, donde se midió las variables en un momento específico, se utilizó técnicas de recolección, como la encuesta. La población de estudio fueron los habitantes del cantón, los encargados de establecimientos y alojamiento considerando las dimensiones e indicadores. Como resultado de la investigación se obtuvo que no hay una relación significativa entre las facilidades y la oferta turística, ya que las actividades disponibles son limitadas y, en algunos casos, no se llevan a cabo en su totalidad, lo que afecta de manera negativa a la actividad turística.

Los recursos turísticos son elementos importantes para que una ciudad, país o región sea reconocida por la demanda para hacer turismo, Calero (2023) magister en Economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú en su artículo científico "Factores determinantes de la demanda turística en la provincia de Huánuco, región Huánuco, Perú" aplicó metodologías mediante la investigación de tipo aplicada, adoptando un nivel descriptivo-correlacional, para la cual empleó un cuestionario de encuesta estructurado para recolectar datos y así poder determinar los componentes que establecen la demanda de los recursos turísticos de una muestra de 360 viviendas de la provincia de Huánuco, del que obtuvo como resultado de investigación dos análisis, el primero señala que los principales factores que influyen en la demanda de los recursos turísticos son: las condiciones económicas, las preferencias y gustos de los consumidores, así como la promoción de esos recursos turísticos. En segundo lugar, se encontró que existe una relación estadísticamente positiva entre estos factores y la demanda turística ya que en su mayoría las personas tienen buenos ingresos mensuales los cuales les permiten realizar actividades turísticas.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Oferta turística

Para Naranjo y Martínez (2022), la oferta turística es el "conjunto de productos en un destino determinado para su disfrute y su consumo". Así estos productos se manifiestan en diferentes bienes y servicios turísticos como alojamiento, alimentación y otros complementarios disponibles en el mercado, en otras palabras, la oferta turística consiste en una combinación de varios elementos como lo muestra la tabla 1.

Tabla 1. Elementos de la oferta turística

Elementos de la oferta turística	
Atractivos + Actividades + Servicios = Producto turístico	
Productos turísticos + Precio + Canales de distribución + Promoción + Información = Oferta turística	

Los elementos antes mencionados, son capaces de satisfacer necesidades, motivaciones y expectativas de un segmento de mercado turístico.

A continuación, se detallan todos los componentes de la oferta turística:

2.2.1.1. Planta turística

Es el conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen las necesidades del visitante, cumpliendo con estándares de calidad, estos servicios están regulados por entidades tanto nacionales como internacionales que supervisan su cumplimiento y mejora, basándose en acuerdos previos relacionados con el sector y la actividad comercial ofrecida (Bonilla, Gómez y Ruiz, 2022). Existen tres servicios básicos que intervienen en la planta turística que son:

2.2.1.1.1. Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje (Ley de Turismo, Reglamento general a la ley de turismo, 2015). La tabla 2 muestra la clasificación de alojamiento turístico con su descripción.

Tabla 2. Clasificación de alojamiento turístico

Clasificación de alojamiento turístico	
Hotel H	Ofrece el servicio de alojamiento en habitaciones completamente privadas, que ocupan el total del edificio o una parte del mismo, tiene servicio de alimentos y bebidas en un lugar específico como el restaurante o la cafetería, según la categoría. Deberá contar con mínimo 5 habitaciones.
Hostal HS	Ofrece el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.
Hostería HT	Ofrece el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.
Hacienda Turística HA	Es de valor patrimonial, histórico, cultural, tiene actividades que son del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto

	<p>directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.</p>
Lodge L	<p>Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.</p>
Resort RS	<p>Es un complejo turístico que ofrece el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.</p>
Refugio RF	<p>Ofrece el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.</p>
Campamento Turístico CT	<p>Ofrece el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.</p>
Casa de Huéspedes CH	<p>Ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de las Galápagos.</p>

Fuente: (Ley de turismo, 2015)

2.2.1.1.2. Transporte

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación (Ley de Turismo, Reglamento general a la ley de turismo, 2015). En la tabla 3 se presenta la clasificación de transporte turístico.

Tabla 3. Clasificación de transporte turístico

Clasificación de transporte turístico	
Transporte turístico aéreo	Consiste en la prestación del servicio de transporte aerocomercial con operación regular, para el desplazamiento de personas, que pueden ser o no turistas o excursionistas, dentro y fuera del país, en forma individual o en grupos homogéneos, en aeronaves motorizadas, debidamente certificadas por la autoridad aeronáutica competente.
Transporte turístico terrestre	Consiste en la prestación del servicio de transporte terrestre con fines comerciales, para el desplazamiento de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas en forma individual o en grupos homogéneos en vehículos terrestres motorizados debidamente habilitados por la autoridad competente en materia de tránsito.
Transporte turístico marítimo, fluvial y lacustre	Consiste en la prestación del servicio de transporte acuático con fines comerciales, para el desplazamiento de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas en forma individual o en grupos homogéneos por mar, ríos o lagos en embarcaciones turísticas motorizadas acondicionadas para el efecto, debidamente autorizadas por la autoridad marítima y fluvial competente. Se excluye de esta clasificación a las motos acuáticas en cualquiera de sus tipos.

Fuente: (Ley de Turismo, Reglamento del registro de turismo para el transporte turístico, 2022)

2.2.1.1.3. Alimentación

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento; (Ley de Turismo, Reglamento general a la ley de turismo, 2015). La tabla 4 presenta el reglamento turístico de alimentos y bebidas según la ley de turismo.

Tabla 4. Reglamento turístico de alimentos y bebidas

Reglamento turístico de alimentos y bebidas	
Cafetería	Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
Bar	Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.
Restaurante	Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.

Discoteca	Establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile.
Establecimiento móvil	Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, pudiendo ser fríos y/o calientes y bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Este tipo de establecimiento se caracteriza por prestar servicios itinerantes de alimentos y bebidas.
Plazas de comida	Son consideradas como los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no se encuentran dentro de un centro comercial.
Servicio de Catering	Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran.

Fuente: (Ley de Turismo, Reglamento turístico de alimentos y bebidas, 2018)

2.2.1.1.4. Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales (Ley de Turismo, Reglamento general a la ley de turismo, 2015).

2.2.1.3. Superestructura turística

Se conforma por organismos públicos y privados que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística como:

- Organismos locales: Municipios, Oficinas de gestión de turismo, OGD.
- Organismos nacionales: son aquellos que se integran dentro de la administración pública y los cuales corresponde realizar la política turística.
- Organismos regionales: Gobiernos regionales

2.2.1.4. Atractivos naturales

Los atractivos naturales se definen como aquellos elementos de la naturaleza que poseen cualidades estéticas, recreativas o de interés científico-cultural, que atraen la atención de los turistas y visitantes. (Arandis, 2018)

El Ministerio de turismo (2018) clasifica a los atractivos naturales de la siguiente manera:

2.2.1.4.1. Montaña

Las montañas son elevaciones naturales de la superficie terrestre. Se caracterizan por tener altitudes significativamente superiores a las áreas circundantes y pronunciadas pendientes (Enciclopedia Humanidades, 2016).

- Alta montaña: Son todas las elevaciones con alturas superiores a 4.800 m.s.n.m.
- Media montaña: Son todas las elevaciones con alturas superiores a 4.000 m.s.n.m., y menores a 4.800 m.s.n.m.
- Baja montaña: Son pequeñas y suaves elevaciones con una altura inferior a 4.000 m.s.n.m., que pueden presentarse aisladas o agrupadas.

2.2.1.4.2. Desiertos

Un desierto se define como un lugar que recibe menos de 25 centímetros de precipitación al año. Estos desiertos son parte de una categoría más amplia conocida como zonas áridas (National Geographic, 2022).

- Costero: Se encuentran cerca de la costa, ya sea con dunas o sin ellas.
- Del interior: Situados en el interior del país, especialmente entre la cordillera de los Andes, también pueden tener dunas o estar libres de ellas.

2.2.1.4.3. Ambientes lacustres

- Lago: Gran cuerpo de agua ubicado en amplias depresiones del terreno.
- Laguna: Masa de agua de menor tamaño en comparación con un lago.
- Pantano: Extensas áreas de tierra inundada o encharcada, que por lo general están parcialmente cubiertas de vegetación.
- Poza: Depresión donde se acumula agua, es el lugar donde el río presenta mayor profundidad.
- Humedal: Terrenos usualmente planos que están permanentemente o intermitentemente inundados.
- Vado: Sección de un río con un fondo firme, plano y poco profundo, que permite el paso a pie, a caballo o en vehículo.
- Playa de laguna: Orilla amplia formada por arenas en una superficie casi nivelada.

2.2.1.4.4. Ríos

Los ríos son corrientes de agua que se deslizan sobre la superficie terrestre, desaguando luego en un mar, lago u otro río, o bien, perdiéndose en el terreno, por filtración (Geografía Física, 2024).

- Río: Corriente de agua continua y con un caudal variable que desemboca en un lago o en el mar.
- Riachuelo: Pequeño río con poco caudal y profundidad que puede llegar a secarse.
- Rápido: Parte del curso de un río donde la inclinación del terreno o la reducción del ancho provocan un aumento en la velocidad del agua.
- Cascada: Caída de agua de un río u otra corriente desde una cierta altura, debido a un brusco desnivel del cauce.
- Ribera: Margen y orillas del río, así como el terreno adyacente, incluso si no están directamente en la orilla.
- Playa de río: Amplia ribera del río compuesta de arena en una superficie casi plana.
- Delta: Acumulación de sedimentos que se forma en la desembocadura de un río en el mar, abarcando el terreno situado entre los brazos del río en esa zona.

2.2.1.4.5. Bosques

El bosque es un territorio que tiene una alta densidad de árboles y arbustos (planta leñosa) de cierta altura. Estos ecosistemas forestales ocupan aproximadamente un tercio de la superficie terrestre de la tierra y son el hábitat perfecto para la vida animal (OVACEN, 2024).

- Paramo: Ecosistema de alta montaña que se encuentra entre los 3400 y 4.500 m.s.n.m. aunque puede aparecer a altitudes bajas como 2800 m, especialmente en el sur del país.
- Ceja de selva: Bosque que se encuentra en el borde de la Cordillera Oriental u Occidental, entre el páramo y el bosque nublado.
- Nublado: Tipo de bosque que se ubica entre 2.500 y 3.400 m.s.n.m. en la Cordillera Oriental u Occidental
- Montano bajo: Bosque montañoso situado entre 600 y 2.500 m.s.n.m. en la Cordillera Oriental u Occidental
- Húmedo tropical: Bosque húmedo que se encuentra en la región Amazónica o en la parte Occidental del Ecuador, hasta los 600 m.s.n.m.

- Manglar: Formaciones de plantas leñosas en las zonas costeras que están expuestas a la acción de las mareas, ubicadas en la desembocadura de los ríos.
- Seco: Bosque que recibe escasas lluvias y se caracteriza por tener baja humedad, localizado en el trópico al Occidente del país (Guayas y Manabí) y en la región Interandina.
- Petrificado: Bosque cuyos árboles han sido convertidos en piedra debido a la presión, en calor y la mineralización a lo largo del tiempo.
- Inundable/ inundado: Bosque comúnmente en la Amazonía, que poseen grandes áreas de árboles que pueden alcanzar más de 50 m de altura, donde el agua reemplaza al suelo firme, creando grandes y medianas lagunas.

2.2.1.4.6. Aguas subterráneas

Las aguas subterráneas se encuentran dentro de una formación geológica denominada acuífero, el cual es permeable y permite almacenar cierta cantidad de agua (Ferrovia, 2024).

- Manantial de agua mineral: Fuentes de agua que contienen minerales disueltos.
- Manantial de agua termal: Fuentes que emergen a temperaturas superiores a los 29 °C y que contienen minerales en disolución.

2.2.1.4.7. Fenómenos espeleológicos

Son cavidades generadas por procesos distintivos, donde el movimiento de la masa rocosa produce fracturas. (Espeleo Club Catello, 2017)

- Cueva o caverna: Espacios naturales o artificiales que pueden variar en tamaño, a menudo extendiéndose y ramificándose en sistemas más grandes, la lenta filtración de agua a través del carbonato de calcio da lugar a estalactitas y estalagmitas.
- Río subterráneo: Corrientes de agua que fluyen por debajo de la superficie terrestre.

2.2.1.4.8. Fenómenos geológicos

A pesar de no existir una definición concreta pueden ser considerados como acontecimientos naturales, sin cualquier intervención humana, éstos ocurren en la

superficie de la Tierra o incluso en su interior pudiendo ser benéficos o perjudiciales para la sociedad, así como para todos los seres vivos. (Enciclopedia Temática, 2015)

- Flujo de lava: Sitio por donde ha descendido o desciende una corriente de lava volcánica.
- Tubo de lava: Conducto formado por la lava que ha sido cubierto por cenizas tras una erupción, quedando enterrado y creando un túnel al enfriarse.
- Escarpa de falla: Pendiente o barranco formado por el movimiento de la corteza terrestre.
- Cañón: Paso estrecho o garganta profunda entre montañas elevadas, donde habitualmente fluyen ríos.
- Quebrada: Arroyo o riachuelo que fluye entre dos elevaciones con poca profundidad y caudal, frecuentemente utilizado para actividades recreativas y camping.
- Grieta: Hendidura alargada en la tierra o cualquier cuerpo sólido.

2.2.1.4.9. Costas o litorales

Es un área donde coexisten los sistemas terrestres y acuáticos, son ecosistemas muy dinámicos, en constante cambio y evolución (Enciclopedia, 2015).

- Playa: Ribera del mar compuesto por arena en una superficie casi plana.
- Acantilado: Pendiente escarpada en la costa que se erosiona continuamente por las olas.
- Golfo: Amplia extensión de mar que se adentra en la tierra entre dos cabos.
- Bahía: Entrada natural del mar en la costa, generalmente más pequeña que un golfo.
- Ensenada: Parte del mar que se introduce en tierra y que es menor en tamaño que una bahía.
- Canal: Conducto natural o artificial por donde circula el agua del mar, que puede ser navegable o no.
- Estuario: Desembocadura de un río caudaloso en el mar, con forma similar a un embudo, donde confluyen las aguas dulces y saladas, influidas por las mareas.
- Estero: Terreno pantanoso bajo que se inunda por lluvia o filtración de un río cercano, y donde abundan las plantas acuáticas.

2.2.1.4.10. Ambientes marinos

El ecosistema marino, origen de la vida y fuente de una gigantesca y a veces desconocida diversidad de regiones, plantas marinas, animales marinos, microorganismos y moléculas orgánicas. (Ecología Verde, 2019)

- Arrecife de coral: Estructura submarina compuesta de rocas, picos de roca o colonias de coral, que se encuentra casi en la superficie del agua, estos son acumulaciones de carbonato de calcio.
- Cueva marina: Cavidad o gruta creada por la erosión causada por el agua del mar.
- Cráter marino: Abertura volcánica situada en el océano.
- Acantilado marino: Formaciones en escalones o pendientes en el lecho marino.

2.2.1.4.11. Tierras insulares

Los medios insulares, son ecosistemas terrestres que permanecen aislados del continente por el mar, y cuya delimitación está perfectamente definida por la línea costera, característica que define su aislamiento con respecto a los continentes (Life Insular, 2024).

- Isla continental: Terrenos situados cerca de los continentes que emergen sobre la plataforma submarina, en su mayoría, estas islas estaban previamente conectadas a la tierra firme, por lo que comparten características similares con las tierras continentales.
- Isla oceánica: Terrenos que se encuentran mayormente alejados del continente o de otras tierras firmes. Su origen es principalmente volcánico o coralino, y suelen tener flora y fauna únicas. Estos grupos de islas se conocen como archipiélagos.
- Islote: Pequeña isla o peñasco que se encuentra rodeado de agua y que generalmente carece de vegetación.
- Roca: Peñasco que se eleva tanto en tierra como en el mar

2.2.1.5. Atractivos culturales

Cada sitio ofrece distintas actividades a sus visitantes que se pueden clasificar en 6 tipos: experiencias históricas y estéticas en espacios con arquitectura de época; experiencias religiosas; experiencias gastronómicas; experiencias socioculturales; experiencias artísticas y culturales; o experiencias mixtas (OSTELEA, 2020).

El Ministerio de turismo (2018), clasifica a los atractivos culturales de la siguiente manera:

2.2.1.5.1. Arquitectura

La arquitectura es el arte y la técnica de diseñar, proyectar y construir edificios y espacios públicos (CESUGA, 2024).

- **Histórica/ vernácula:** Se refiere a las obras arquitectónicas de carácter histórico y/o vernáculo, que incluyen iglesias, monasterios, conventos, edificaciones y estaciones de ferrocarril.
- **Infraestructura cultural:** Comprende museos, casas de música, centros culturales, teatros, cines, entre otros.
- **Infraestructura recreativa:** Incluye parques temáticos y recreativos.
- **Otras infraestructuras de arquitectura:** Se refiere a edificaciones contemporáneas, con o sin un diseño específico, como centros deportivos, educativos, administrativos, religiosos, cementerios, bibliotecas, estaciones de tren y autobuses, centros comerciales y edificios emblemáticos.
- **Sitios históricos:** Espacios que mantienen su coherencia arquitectónica de un período histórico determinado, donde aún se puede apreciar la escala y la unidad dimensional del lugar.
- **Área arqueológica:** Espacio que alberga restos de estatuas, tumbas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería y otras manifestaciones de culturas aborígenes. Puede representar parte de una civilización o ser un ejemplo aislado de una cultura.
- **Monumentos:** Construcciones arquitectónicas o escultóricas de grandes dimensiones, erigidas en conmemoración de una persona o de eventos memorables.
- **Espacio público:** Se refiere a los espacios de uso comunitario que no sea privada, donde las personas pueden transitar, salvo las restricciones legales. Entre los tipos de espacios públicos se incluyen calles, plazas, plazoletas, bulevares y parques, así como las fachadas de las viviendas.

2.2.1.5.2. Acervo cultural y popular

Son los conocimientos, tradiciones, valores y manifestaciones artísticas que una sociedad o grupo humano ha ido acumulando a lo largo del tiempo, es fundamental

para comprender la identidad y la historia de un pueblo, ya que representa la herencia cultural que se transmite de generación en generación (Pérez, 2024).

- Pueblo y/o nacionalidad (etnográfica): Se refiere a las comunidades que conservan rasgos culturales distintivos.
- Fiestas religiosas tradiciones y creencias populares: Hace alusión a las festividades religiosas, así como a las creencias, leyendas y mitos que forman parte de las características sociales de un asentamiento y que, por tradición, suelen transmitirse de forma oral.
- Artesanías y artes: Comprende los objetos que los habitantes de una región crean mayormente a mano, utilizando materiales locales.
- Medicina ancestral: Se refiere a la práctica de la medicina natural llevada a cabo por un chamán de una comunidad.
- Ferias y mercados: Son espacios de encuentro donde campesinos o indígenas de la zona exhiben periódicamente sus productos para su venta.
- Música y danza: En estas expresiones se emplean instrumentos y vestimenta típicos de la comunidad, que pueden haber sido heredados total o parcialmente de antepasados o colonizadores.
- Gastronomía: Se refiere a los alimentos típicos de cada región, preparados de acuerdo a recetas tradicionales que utilizan ingredientes locales.
- Realizaciones técnicas y científicas: Son aquellos que tienen sus cualidades únicas o especiales con interés turístico y son de actualidad.
- Obras de ingeniería: Incluyen construcciones funcionales de ingeniería, como puentes, hidroeléctricas, represas, acueductos, túneles y refinerías. En el caso de vías o líneas de ferrocarril, se tendrán en cuenta las condiciones específicas de su construcción.
- Centros astronómicos: Infraestructuras destinadas a la observación de cuerpos celestes.
- Centros de exhibición de flora y fauna: Instalaciones donde se pueden observar la vida y el comportamiento de especies botánicas y animales.
- Centros de rescate de fauna silvestres: Se refiere a aquellos centros especializados cuya principal actividad es el rescate de flora y fauna silvestre.
- Centros agropecuarios y pesqueros: Se refiere a campos o complejos de producción agrícola, ganadera o piscícola que poseen características notables y atraen visitantes.

- Centros industriales: Fábricas y complejos donde se transforma la materia prima en maquinaria, equipos, vestimenta, medicinas, vehículos, armamento.

2.2.1.5.3. Acontecimientos programados

Un evento programado ofrece en un mismo sitio diferentes actividades, como muestras artesanales, gastronómicas, espectáculo de bailes o música, entre otras. (Rosembra, 2020)

- Eventos artísticos: Actividades relacionadas con la música, el teatro, el cine, la pintura y la danza.
- Convenciones ferias (no artesanales) y congresos: Ferias donde se exhiben y/o venden productos según su especialidad, sector económico o área geográfica.
- Eventos deportivos: Competencias, campeonatos y encuentros entre equipos o países, así como olimpiadas que involucran diversas disciplinas deportivas.
- Eventos gastronómicos: Competencias y encuentros de carácter gastronómico.

2.2.2. Demanda Turística

La demanda turística es la cantidad de productos y/o servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por parte de los turistas, motivados por intereses varios como ocio, cultura o relajación (Turismo y Hotelería, 2024).

Al respecto González y Conde (2022), establecen que, la demanda turística se clasifica en:

2.2.2.1. Demanda turística efectiva

Se refiere al número actual de personas que efectivamente están involucradas en actividades turísticas como consumidores de servicios y que tienen tanto los recursos como el deseo de participar. Este grupo es fácil de medir y es el que aparece reflejado en las estadísticas globales.

2.2.2.2. Demanda turística latente

Este grupo está compuesto por aquellos que, por diversas razones, no están viajando ni participando en actividades turísticas, aunque podrían estar interesados si se dieran las condiciones adecuadas.

2.2.2.3. Demanda turística potencial

Se refiere a las personas que, por alguna razón, no han viajado hasta ahora, pero que podrían hacerlo en el futuro si las circunstancias cambian.

2.2.2.4. Demanda turística diferida

Incluye a aquellos que no han podido viajar debido a problemas relacionados con su entorno o dificultades en la oferta de servicios turísticos.

2.2.2.5. Factores que influyen en la demanda

La demanda está formada por factores como la elasticidad, la variación de precios, las políticas en el mercado y la economía global, a pesar de eso existen factores mucho más específicos que influyen directamente en la disminución, aumento o estacionalidad de la demanda turística (Hoteles, 2024). Los cuales se mencionan a continuación en la tabla 5.:

Tabla 5. Factores que influyen en la demanda turística

Factores que influyen en la demanda turística	
Factores económicos	Nivel de ingresos Distribución de los ingresos Política fiscal Controles de gasto en turismo Nivel general de precios Grado de competencia de la oferta Calidad de los productos turísticos
Factores culturales	Nivel cultural Costumbres estacionales Creencias ideológicas y religiosas Formas y estilos de vida
Factores sociales	Motivación Tiempo de ocio Disposición económica Disponibilidad del turista
Factores demográficos	Localización Clima Desarrollo económico local Calidad de recursos naturales Políticas públicas Estabilidad política Infraestructura turística

Fuente: (Hoteles, 2024)

Por otro lado, entre los componentes que conforman la demanda están:

2.2.2.6. Destino turístico

SERNATUR (2018) menciona que, “un destino turístico representa el núcleo geográfico de un territorio, es en donde los turistas pasan la noche y si así lo desean, también es

el punto de distribución de sus recorridos en un espacio más extenso que incluyen otros atractivos y destinos”.

2.2.2.7. Producto turístico

Para la ONU (2020), un producto turístico es la combinación de elementos tangibles e intangibles, tales como recursos naturales, culturales y artificiales, así como infraestructura, servicios y actividades turísticas, que se encuentran en un atractivo turístico, del cual se puede fijar un precio para sus posibles clientes.

2.2.2.8. Atractivo turístico

Carvajal y Lemoine (2018) afirman que, los atractivos turísticos son conjuntos de lugares, bienes, costumbres y eventos que tienen el potencial de transformarse en productos turísticos y a su vez de influir en el proceso de toma de decisiones del turista al momento de elegir un destino.

2.2.2.9. Infraestructura Turística

Centro de Políticas Públicas (2017), define a la infraestructura turística como el conjunto de recursos materiales y servicios esenciales disponibles en un territorio o área geográfica, los cuales facilitan la utilización y posibilitan la llegada de los turistas a los puntos de interés o destinos turísticos.

2.2.2.10. Servicios turísticos

Para la Universidad Estatal de Milagro (2019), los servicios turísticos comprenden las acciones y operaciones dirigidas a brindar experiencias personalizadas, que cubran las demandas del turista y fomenten la accesibilidad, proximidad, utilización y disfrute de los recursos turísticos.

2.2.2.11. Experiencia Turística

Para Fuentes, Gil, y Gonzáles (2015), la experiencia turística es la relación de la persona y su visión que tiene de un determinado destino con respecto al entorno que lo rodea, tomando en cuenta las emociones y sensaciones que el turista posee al momento de realizar todas las actividades del producto turístico que eligió.

2.2.2.12. Tendencias de la demanda turística

Para Baldeon, et. al. (2019), las tendencias turísticas son actividades que se convierten en atractivas para visitar ya que ofrecen actividades innovadoras que no

se habían desarrollado antes en ningún lugar, por esto empieza a crecer el interés y los turistas al visitarlo, se destacan algunas de las tendencias que son más populares:

- Turismo de Compras: Es donde el viajero puede consumir comprando.
- Turismo Cultural: Este tipo de turismo se centra en visitar lugares de interés cultural, como museos y sitios históricos, donde los visitantes pueden aprender sobre el patrimonio material e inmaterial de una comunidad.
- Turismo Rural: Se trata de actividades turísticas que se desarrollan fuera del entorno urbano, ofreciendo la oportunidad de participar en trabajos y experiencias propias del campo.
- Turismo Gastronómico: Este turismo se enfoca en dar a conocer las comidas locales, permitiendo que los visitantes prueben platos típicos y atractivos de la región.
- Ecoturismo: Se realiza en áreas naturales protegidas y está destinado a promover la conservación del medio ambiente.
- Agroturismo: En este tipo de turismo, los viajeros se alojan en zonas rurales y participan en actividades como la siembra y otros trabajos del campo.
- Turismo de aventura: Este turismo ofrece la posibilidad de practicar deportes extremos en locaciones poco exploradas, brindando una experiencia emocionante.
- Turismo Científico: El propósito principal de estos viajeros es investigar y documentar áreas específicas para enriquecer sus conocimientos.
- Turismo de Salud: Las personas buscan este tipo de turismo para visitar lugares como aguas termales que les ofrezcan beneficios para la salud, al tiempo que disfrutan de la experiencia turística.
- Turismo de Sol y playa: Este es un turismo muy popular, donde las personas se dirigen principalmente a las playas para relajarse y disfrutar del sol.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El enfoque metodológico hace referencia a las técnicas e instrumentos que se usarán en la presente investigación.

3.1.1. Enfoque cualitativo

Para llevar a cabo esta investigación, se aplicó un enfoque cualitativo, este enfoque permitió obtener una visión integral del estudio de la oferta y la demanda turística de la provincia del Carchi considerando tanto aspectos tangibles como intangibles, a su vez se pudo explorar a profundidad las percepciones, actitudes y experiencias tanto de los turistas como de los jefes de turismo de cada departamento cantonal, proporcionando información relevante que permitió interpretar la dinámica con la que se desenvuelve la provincia en el ámbito turístico.

3.1.2. Tipo de Investigación

Para el presente estudio los tipos de investigación que ayudaron a estudiar la oferta y demanda turística de la provincia fueron los siguientes:

3.1.2.1. Investigación de Campo

Para Escárcega (2022), "la investigación de campo es una metodología de investigación que implica la recopilación directa y la observación de datos en el lugar donde ocurre el fenómeno de estudio".

Este tipo de investigación dentro de este estudio implicó la recopilación directa de datos turísticos mediante una entrevista a los encargados de los departamentos o jefaturas de turismo en los GAD'S de cada cantón y a su vez en la aplicación directa de una encuesta a turistas en los diferentes atractivos de la provincia del Carchi, obteniendo de primera mano y de fuentes directas la información requerida.

3.1.2.2. Investigación Exploratoria

Según Fidias (2006), "la investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen

una visión aproximada de dicho objeto, es decir un nivel superficial de conocimiento".

Esta investigación en el presente estudio permitió explorar el contexto general del turismo en la provincia del Carchi, identificando los atractivos turísticos naturales y culturales, mediante los catastros del Ministerio de turismo, identificar la oferta con la cuenta la provincia mediante el catastro de servicios turísticos del Ministerio de Turismo, como a su vez las tendencias actuales en cuanto a demanda que tienen los turistas que visitan la provincia.

3.1.2.3. Investigación Bibliográfica

Para Matos (2020), "la investigación bibliográfica consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar".

Esta investigación en el presente estudio ayudó a recopilar y analizar información textual relevante sobre la oferta y demanda turística, de fuentes bibliográficas, bases de datos especializadas en turismo, libros y estudio de grado realizados anteriormente para fundamentar de manera textual el marco teórico en el que se basó la investigación.

3.2. IDEA A DEFENDER

¿El análisis adecuado de la oferta turística permitirá el mejoramiento de la toma de decisiones para la demanda turística?

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 6. Variable independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICAS	INSTRUMENTO
Oferta	Atractivos turísticos	- Clasificación de atractivos naturales	Catastro de atractivos turísticos Ministerio de turismo	de Fichas de atractivos actualizadas del ministerio de turismo
		- Clasificación de atractivos culturales		
Oferta	Recursos Turísticos	- Naturales	Entrevista	Cuestionario
		- Culturales		
Oferta	Infraestructura o planta turística	- Gastronomía	Entrevista	Cuestionario
		- Alojamiento		
Oferta	Infraestructura o planta turística	- Alimentación	Entrevista	Cuestionario
		- Transporte		
Oferta	Infraestructura o planta turística	- Servicios básicos	Entrevista	Cuestionario
		- Salud		
Oferta	Infraestructura o planta turística	- Seguridad	Entrevista	Cuestionario
		- Mercados		
Oferta	Infraestructura o planta turística	- Señalética	Entrevista	Cuestionario
		- Información turística		

Imagen marca turística	o	- Marketing - Publicidad
Accesibilidad y Conectividad		- Condición de las vías - Infraestructuras de transporte terrestre, aéreo, marítimo - Línea de transporte público y privado - Redes de comunicación móvil - Acceso a internet

Tabla 7. Variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Demanda	Socio demográfica	- Género - Nivel de estudios - Edad - Estado civil - Ocupación		
	Geográfica	- Temporalidad - Origen del turista (nacional/internacional)	Encuesta del Observatorio de la carrera de Turismo UPEC	Cuestionario
	Psicográfico	- Motivación - Preferencias de viaje - Intereses - Medio de transporte - Forma de vida		
	Económica	- Ingresos - Gastos		
	Políticas y Regulaciones	- Marco legal - Normativa ambiental - Licencia turística - Permisos de funcionamiento		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. OFERTA

Para el levantamiento de información, fue necesario validar los instrumentos utilizados en la investigación. Este proceso garantizó la fiabilidad y validez de los datos recopilados, asegurando que las herramientas de medición fueran apropiadas para los objetivos del estudio. (Anexo 1)

- **Fichas del MINTUR**

Las fichas de inventarios de atractivos naturales y culturales del Ministerio de Turismo permiten inventariar los atractivos turísticos que tiene la provincia.

- **Entrevista**

La entrevista es un proceso de comunicación directa con técnicos, gerentes o administradores con el objetivo de obtener información, opiniones, experiencias o puntos de vista sobre las condiciones de la oferta turística de la provincia.

3.4.2. DEMANDA

- **Encuesta**

De acuerdo a Falcón et al. (2019), "la encuesta es una técnica que se utiliza tanto para la investigación de tipo académica, como instrumento para la planificación tendiente a la acción o simplemente como herramienta de estudio para el análisis de cualquier evento social" (p.1).

Para determinar los factores de la demanda turística se usará la encuesta del Observatorio de Turismo del Carchi (ODETUR), de la carrera de turismo de la UPEC.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para la elaboración del proyecto de investigación se aplicó instrumentos de investigación que permitieron recabar información clara y fidedigna a través de la encuesta a turistas que arriban a la provincia del Carchi, esto con la finalidad de estudiar la demanda turística de la provincia.

Al no existir un registro de visitantes en todos los atractivos turísticos se opta por usar la fórmula infinita que es la siguiente:

N= Tamaño de la muestra = \hat{z}

Z= Nivel de confiabilidad 95% = 1,96

S²= Varianza = 0,25

e= Error de muestreo: 5% = 0,05

$$n = \frac{3,8414 * 0,25}{0,0025}$$
$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \sim 384$$

3.5.1. Densidad Poblacional

Según el INEC (2022) la población general con la que cuenta la provincia del Carchi es 172,828 habitantes. Para la presente investigación se tomará en cuenta a la población mayor de edad que es de 123.561 habitantes misma que se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 8. Población provincia del Carchi

Población mayor de edad provincia del Carchi	
TULCÁN	65.577
BOLÍVAR	11.208
ESPEJO	10.422
MIRA	9.457
MONTUFAR	21.209
SAN PEDRO DE HUACA	5.688
TOTAL POBLACIÓN	123.561

Fuente: (INEC, 2022)

Tabla 9. Población rango de edad de la provincia del Carchi

Población	Rango de edad	Número de población
Jóvenes	18 – 29 años	34.471
Adultas/os	30 – 64 años	70.639
Adultas/os mayores	65 años o mas	18.451
TOTAL POBLACIÓN		123.561

Fuente: (INEC, 2022)

En base a los datos de la densidad poblacional por cantón se hará la siguiente distribución de las 384 encuestas

Formula estratificada

$$nh = \frac{n * Nh}{N}$$

nh= es el tamaño de la muestra en el estrato h1

n= es el tamaño de la muestra total deseado

Nh= es el tamaño de la población en el estrato h1

N= es el tamaño total de la población

- **Tulcán nh1**

$$nh1 = \frac{384 * 65.577}{123,561}$$

$$nh1 = 204$$

- Bolívar nh2

$$nh2 = \frac{384 * 11,208}{123,561}$$

$$nh2 = 35$$

- Espejo nh3

$$nh3 = \frac{384 * 10,422}{123,561}$$

$$nh3 = 32$$

- Mira nh4

$$nh4 = \frac{384 * 9,457}{123,561}$$

$$nh4 = 29$$

- Montufar nh5

$$nh5 = \frac{384 * 21,209}{123,561}$$

$$nh5 = 66$$

- San pedro de Huaca nh6

$$nh6 = \frac{384 * 5.688}{123,561}$$

$$nh6 = 18$$

Total:

$$nh1 + nh2 + nh3 + nh4 + nh5 + nh6$$

$$= 384 \text{ encuestas}$$

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, los cuales son fundamentales para evaluar la idea planteada. A través del análisis de los datos recopilados, se organizan los hallazgos según los objetivos específicos de la investigación, permitiendo así una mejor comprensión de la información.

En primer lugar, para diagnosticar la situación actual de la oferta turística de la provincia del Carchi, se identificaron sus fortalezas y debilidades mediante el catastro de servicios turísticos y el inventario de atractivos turísticos del Ecuador.

En segundo lugar, con el propósito de determinar los factores de la demanda turística, se analizó el perfil de los visitantes a través de encuestas aplicadas a los turistas, permitiendo conocer sus preferencias, motivaciones y expectativas.

Finalmente, con base en los resultados obtenidos, se procedió a establecer estrategias de mejoramiento de la oferta turística, diseñando proyectos que incluyen actividades y acciones a corto, mediano y largo plazo para incrementar la demanda turística en la provincia.

Los resultados se presentan de manera clara, apoyados por gráficos y tablas que facilitan su comprensión. Estos hallazgos no solo cumplen con los objetivos de la investigación, sino que también aportan información valiosa para futuras investigaciones y la planificación estratégica del sector turístico en la región.

4.1.1. Oferta Turística

Describe la oferta turística de la provincia del Carchi, destacando sus 7 atractivos de naturaleza y 13 manifestaciones culturales, ubicados de la siguiente manera:

Atractivos de naturaleza en el cantón Tulcán se encuentran ubicadas Las aguas Hediondas, en el cantón Bolívar encontramos la Laguna La Encañada, en el cantón Montufar se encuentran dos atractivos de naturaleza que son la Gruta de la Paz y la Cascada de Paluz, y en el cantón San Pedro de Huaca están ubicados tres de ellos Cerro el Mirador, La Piscina, y El Bosque de la Reserva Guandera.

El análisis de la oferta turística del cantón Tulcán se estructuró en función de tres objetivos clave. Primero, se diagnosticó la situación actual del turismo en la provincia del Carchi, identificando fortalezas y debilidades a través del catastro de servicios y el inventario de atractivos. Luego, se determinó el perfil de los visitantes mediante encuestas, lo que permitió comprender los factores que influyen en la demanda turística. Finalmente, con base en estos hallazgos, se propusieron estrategias de mejora enfocadas en fortalecer la infraestructura, diversificar la oferta y promover un turismo sostenible y comunitario, alineado con tendencias globales.

4.1.1.1. Atractivos Turísticos

La identificación y clasificación de los atractivos turísticos es fundamental para evaluar el potencial de la provincia en el ámbito del turismo. En este sentido, la provincia del Carchi cuenta con una amplia variedad de atractivos que se encuentran registrados en el catastro de MINTUR mismos que reflejan su riqueza natural y cultural. La Tabla 11 detalla los principales atractivos turísticos con los que cuenta la provincia.

Tabla 10. Oferta de atractivos turísticos de la provincia del Carchi.

Cantón	Atractivos de naturaleza	Manifestaciones culturales
Bolívar	1	0
Mira	0	4
Montufar	2	0
San Pedro de Huaca	3	5
Tulcán	1	4

Fuente: (MINTUR, Catastro de atractivos turísticos el Ecuador, 2024)

La tabla 10 muestra la distribución de los atractivos de naturaleza y las manifestaciones culturales en los cantones de la provincia, destacando su diversidad. En total, se identifican 7 atractivos de naturaleza y 13 manifestaciones culturales, sumando 20 elementos que reflejan la riqueza de la provincia. A continuación, se desglosan los datos por cantón de los atractivos turísticos. (Véase el Anexo 6).

Tabla 11. Atractivos Turísticos provincia del Carchi.

Cantón	Parroquia	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Bolívar	García Moreno	Laguna La Encañada	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	II
Mira	Mira (Chontahuasi)	Parque Juan Montalvo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público	III
	Juan Montalvo (San Ignacio De Quil)	Piedra Chugchurrumi	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Histórica	III
	Juan Montalvo (San Ignacio De Quil)	Monumento Mirador El Cóndor	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Monumentos	III
	Mira (Chontahuasi)	Monumento Mirador Virgen de La Caridad	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Monumentos	III
Montúfar	González Suárez	Cascada De Paluz	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	II
	La Paz	Gruta de La Paz	Atractivos Naturales	Fenómenos Espeleológicos	Cueva O Caverna	II
	Huaca	Santuario de La Virgen de La Purificación	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica / Vernácula	II
	Huaca	Cerro El Mirador	Atractivos Naturales	Montañas	Media Montaña	II
	Huaca	Rincón de Las Orquídeas	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Y Científicas	Centros De Exhibición De Flora Y Fauna	II
	Huaca	El Jardín de Los Geranios	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Y Científicas	Centros De Exhibición De Flora Y Fauna	II
	Huaca	Juegos Carapaz	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	II
San Pedro De Huaca	Huaca	La Piscina	Atractivos Naturales	Aguas Subterráneas	Manantial De Agua Mineral	II
	Huaca	Museo Arqueológico y Religioso	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	II
	Huaca	Bosque de La Reserva Biológica Guandera	Atractivos Naturales	Bosques	En Páramo	I
	Huaca	Tufiño	Aguas Hediondas	Aguas Subterráneas	Manantial De Agua Termal	II

	González Suárez	Casa de Aduanas	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	II
Tulcán	González Suárez	Mercado Plaza Central	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructuras Sociales	III
	González Suárez	Teatro Lemarie	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	II
	Tulcán	Iglesia San Francisco	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica / Vernácula	II

Fuente: (MINTUR, Catastro de atractivos turísticos el Ecuador, 2024)

Los mapas juegan un papel fundamental en la planificación y promoción del turismo, ya que permiten visualizar de manera clara y precisa la ubicación de los atractivos turísticos dentro de un territorio específico. En este caso, se presentan mapas detallados por cantón, con el propósito de identificar la distribución geográfica de los atractivos turísticos de la provincia del Carchi.

En las figuras de la 1 a la 5 se facilita la orientación para turistas y para gestores del turismo, permitiendo un mejor acceso a la información y una planificación más eficiente de recorridos y estrategias de desarrollo.

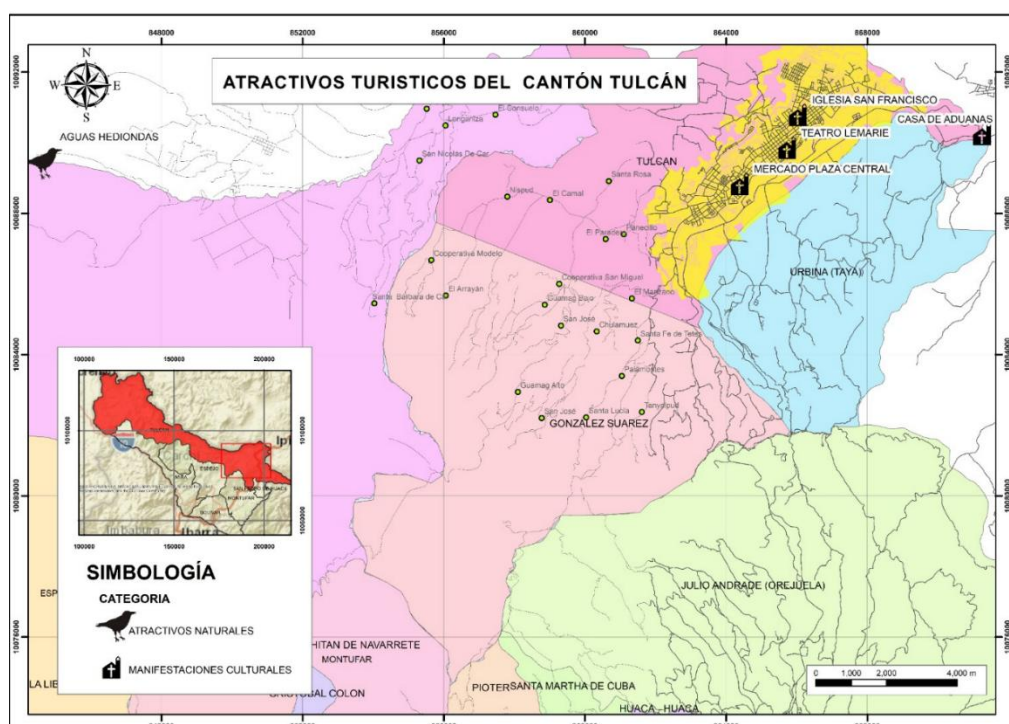


Figura 1. Mapa de atractivos turísticos cantón Tulcán

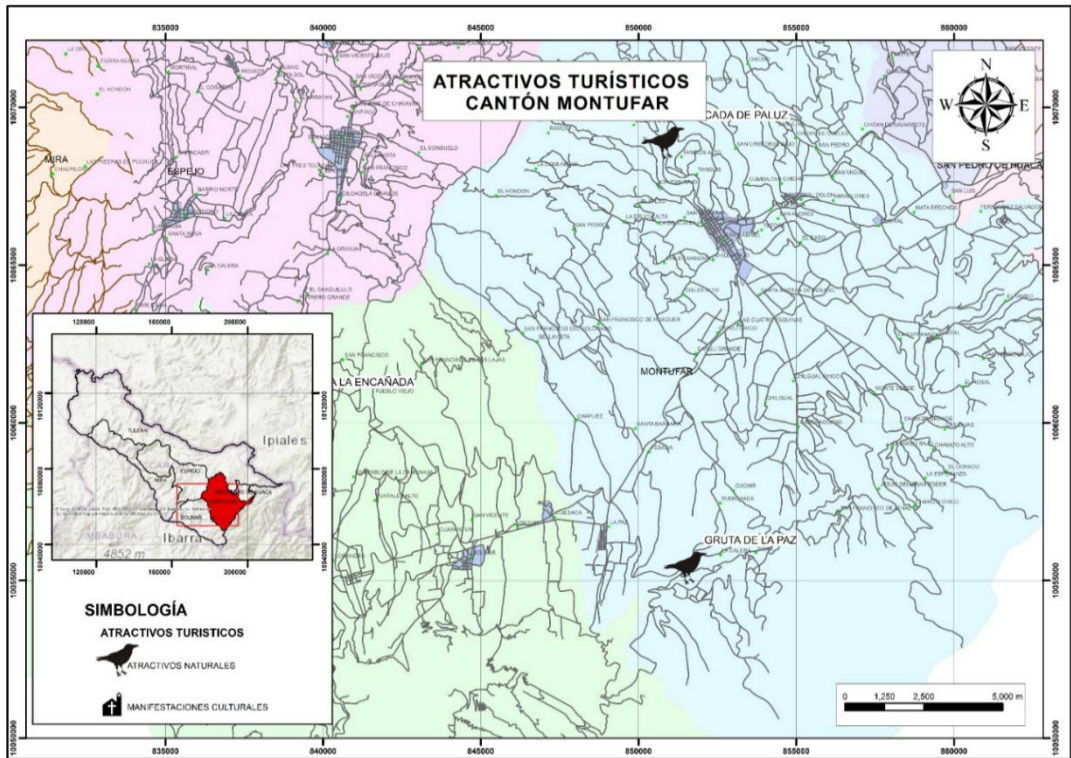


Figura 2. Mapa de atractivos turísticos cantón Montufar

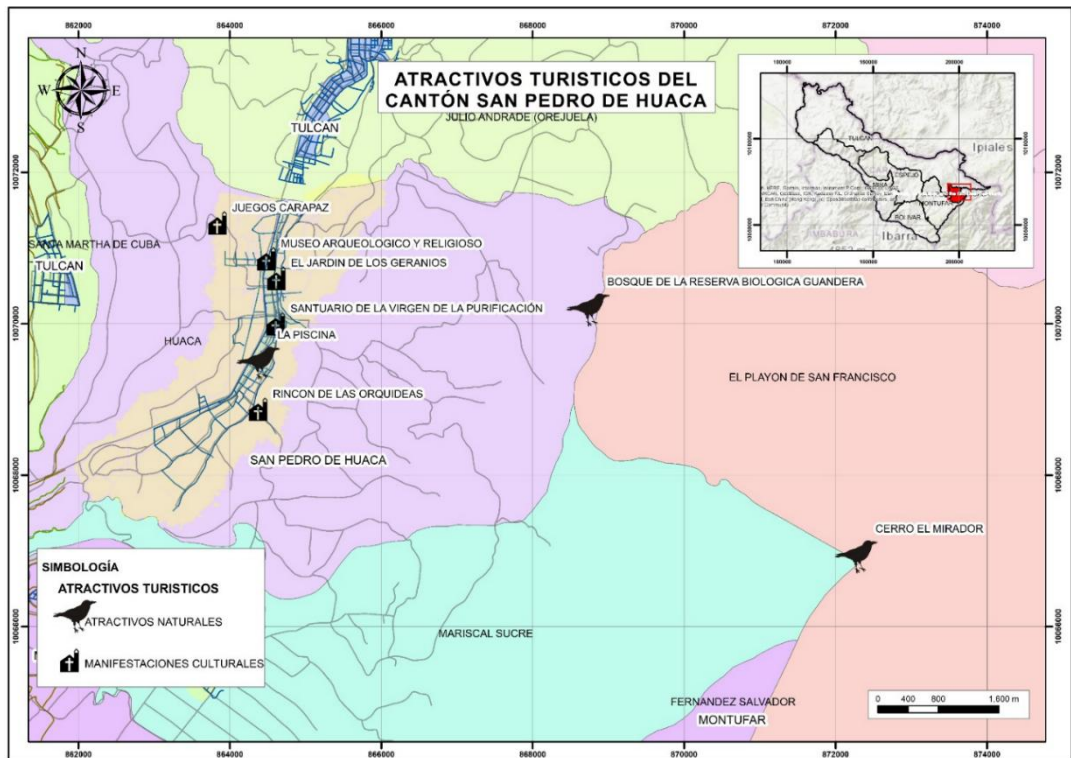


Figura 3. Mapa de atractivos turísticos cantón San Pedro de Huaca.

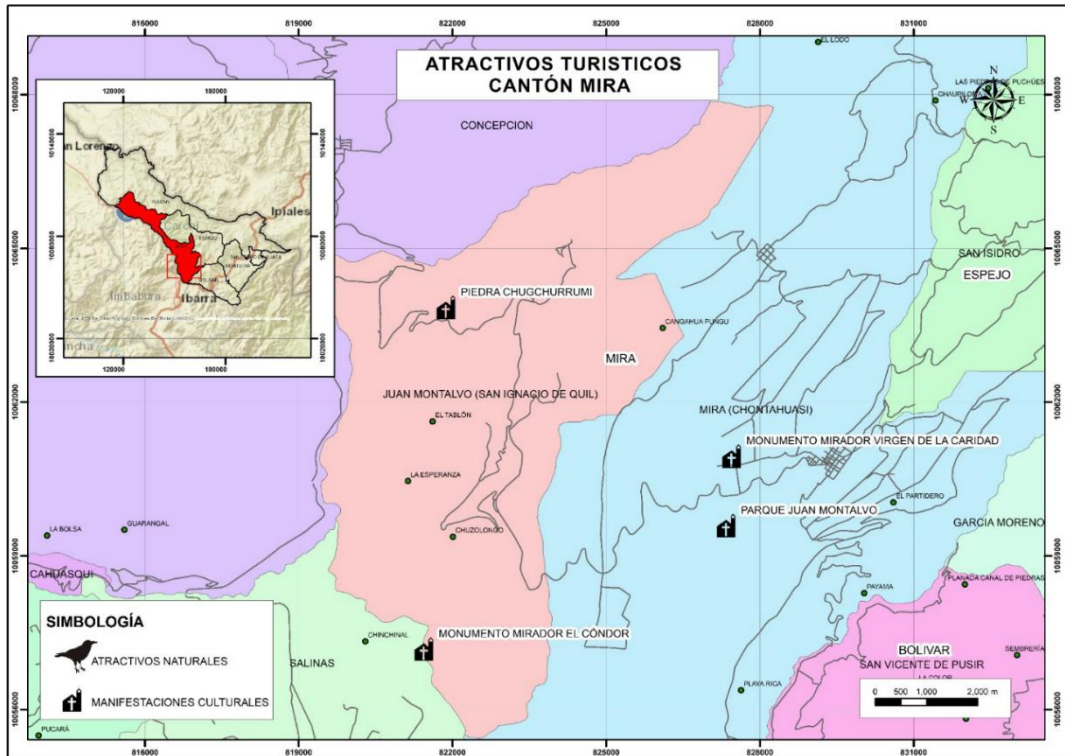


Figura 4. Mapa de atractivos turísticos cantón Mira

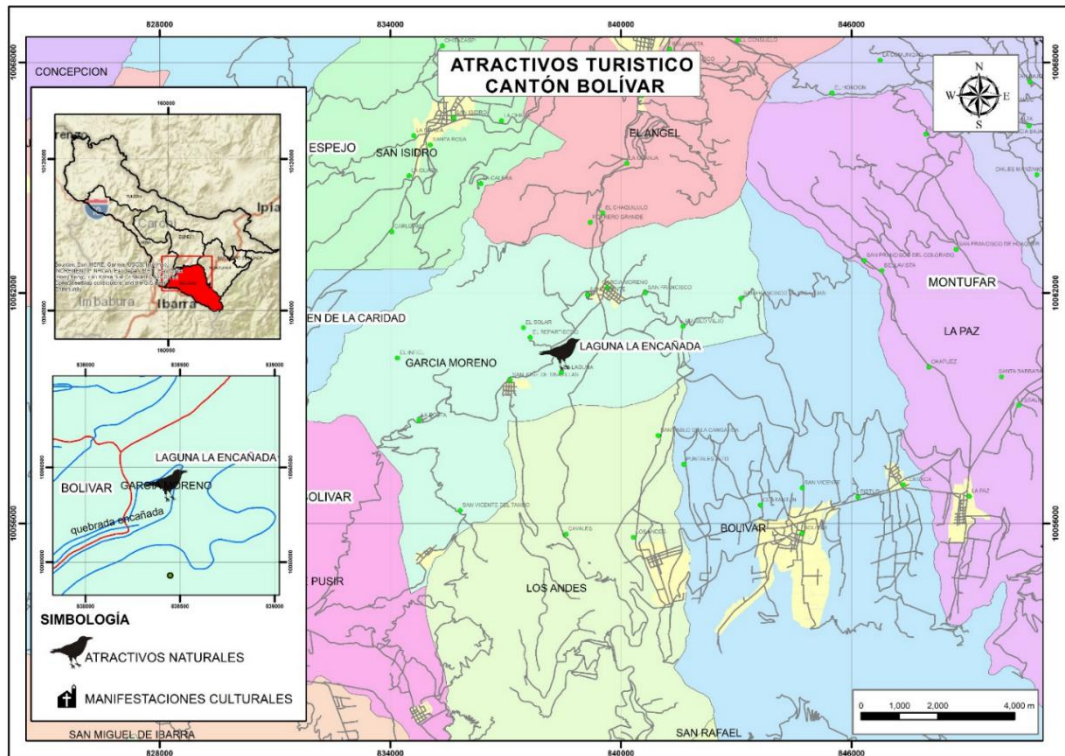


Figura 5. Mapa de atractivos turísticos cantón Bolívar

4.1.1.2. Actividades

El turismo de la provincia no solo se destaca por la diversidad de sus atractivos naturales y culturales, sino también por las actividades que los complementan,

promoviendo una experiencia integral para los visitantes. En la Tabla 12 se organiza las principales actividades relacionadas con cada atractivo turístico:

Tabla 12. Actividades turísticas

Atractivo Turístico	Actividades
Parque Juan Montalvo	Festivales culturales Presentaciones o representaciones en vivo Degustación de platos tradicionales Fotografía
Piedra Chugchurrumi	Presentaciones o representaciones en vivo Recorridos autoguiados Fotografía
Monumento Mirador El Cóndor	Degustación de platos tradicionales Convivencia Recorridos autoguiados Actividades vivenciales y/o lúdicas Fotografía
Monumento Mirador Virgen De La Caridad	Recorridos autoguiados Participación de la celebración Fotografía Compra de artesanías
Cascada De Paluz	Picnic Caminata
Gruta De La Paz	Picnic Caminata Fotografía Compra de artesanías
Santuario De La Virgen De La Purificación	Recorridos autoguiados Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. Participación de la celebración Fotografía
Rincón de las orquídeas	Recorridos guiados Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales Degustación de platos tradicionales Recorridos autoguiados Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. Fotografía Compra de artesanías
El jardín de los Geranios	Degustación de platos tradicionales Recorridos autoguiados Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. Participación de la celebración Fotografía
Juegos Carapaz	Recorridos guiados Degustación de platos tradicionales Convivencia Recorridos autoguiados Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. Participación de la celebración Fotografía

Museo Arqueológico Y Religioso	Recorridos guiados Recorridos autoguiados Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. Participación de la celebración Actividades vivenciales y/o lúdicas Fotografía
Bosque de la Reserva Ecológica Guandera	Montañismo Observación de flora y fauna Senderismo Observación de astros Caminata
Aguas Hediondas	Natación
Mercado Plaza Central	Degustación de platos tradicionales Recorridos guiados
Teatro Lemarie	Proyección de películas Recorridos guiados Eventos culturales
Iglesia San Francisco	Fotografía Recorridos guiados

Fuente: (MINTUR, Catastro de atractivos turísticos el Ecuador, 2024)

La tabla 12 presenta una variedad de actividades turísticas vinculadas a diferentes atractivos. En su análisis, se identifican 22 actividades únicas, lo que evidencia la diversidad de opciones que ofrece el cantón Tulcán. Además, se destaca las principales actividades que se puede realizar en cada atractivo, resaltando su potencial turístico.

- Análisis y conclusión:** En base a la entrevista aplicada a los directores de turismo de los diferentes cantones de la provincia, Carchi cuenta con una variedad de actividades turísticas que permiten a los visitantes disfrutar de experiencias culturales, recreativas y de contacto con la naturaleza. Estas actividades, en su mayoría organizadas en espacios urbanos y rurales, podrían contribuir al desarrollo del turismo local. Sin embargo, estas experiencias no se las ejecuta en su totalidad, las cuales se podrían fortalecer con una mejor organización por parte de los prestadores de servicios turísticos. La implementación de buenas prácticas, la capacitación constante de los operadores y una adecuada infraestructura son elementos clave para garantizar que las actividades ofrecidas cumplan con los estándares de calidad necesarios para satisfacer las expectativas de los turistas y fomentar su retorno.

4.1.1.3. Hospedaje

La oferta turística también incluye una evaluación de los servicios de hospedaje disponibles para los visitantes. En el siguiente cuadro se detalla los establecimientos de alojamiento que se encuentran en el Catastro de servicios turísticos del MINTUR (2024) jerarquizados de la siguiente manera. (Ver Anexo 7)

Tabla 13. Oferta de servicios de hospedaje de la provincia del Carchi

Cantón	Hostería	Hostal	Hotel	Casa de huésped	Campamento Turístico	Inmuebles Habitaciones	Total
Espejo	2	0	0	0	0	0	2
Mira	2	0	0	0	0	0	2
Montufar	0	2	0	0	0	0	2
San Pedro de Huaca	0	0	0	1	1	0	2
Tulcán	1	17	12	0	0	1	31

Fuente: (MINTUR, Catastro de servicios turísticos, 2024)

La tabla 13 presenta un análisis cuantitativo de los establecimientos turísticos de hospedaje, clasificados por cantón y categoría, donde se puede evidenciar una amplia oferta turística hotelera con 39 establecimientos en la provincia, tomando en cuenta que la mayor concentración de establecimientos se encuentra en Tulcán, destacándose especialmente la categoría de hostales con 17 en total.

El hospedaje es un elemento clave en el desarrollo turístico de cualquier lugar, ya que influye directamente en la experiencia de los visitantes. La Tabla 14 presenta un catastro detallado de los establecimientos de alojamiento en la provincia del Carchi, clasificándolos según su ubicación, categoría, número de estrellas y tipo de parroquia (urbana o rural).

Esta información permite comprender la oferta hotelera disponible y su distribución geográfica, facilitando la planificación de estrategias para fortalecer el sector turístico en la región.

Tabla 14. Catastro de hospedaje provincia del Carchi

Cantón	Parroquia	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Tipo de Parroquia
Espejo	La Libertad	Espeletia Lodge	Hostería	3 estrellas	Rural
	El Ángel	Polylepis Lodge	Hostería	4 estrellas	Urbana
Mira	Jijón Caamaño	Montenatura	Hostería	3 estrellas	Rural
	Jijón Y Caamaño	Hacienda Primavera	Hostería	4 estrellas	Rural
Montúfar	González Suárez	Gabrielita	Hostal	2 estrellas	Urbana

	González Suárez	San Francisco	Hotel	2 estrellas	Urbana
	González Suárez	Hotel San Martin	Hotel	2 estrellas	Urbana
	González Suárez	Black House Hostal	Hostal	3 estrellas	Urbana
San Pedro De Huaca	Huaca	Dante Campamento Mirador	Campamento Turístico	Categoría Única	Urbana
	Huaca	La Rueca	Casa De Huéspedes	Categoría Única	Urbana
	González Suárez	Hotel Flor De Los Andes	Hotel	2 estrellas	Urbana
	González Suárez	Castillo	Hostal	1 estrella	Urbana
	González Suárez	Hostal Casa Nova	Hostal	1 estrella	Urbana
	González Suárez	Espíndola	Hotel	3 estrellas	Urbana
	González Suárez	04	Hostal	2 estrellas	Urbana
	Tulcán	Bella Venecia	Hostal	3 estrellas	Urbana
	Tulcán	Mi Madrigal	Hostal	1 estrella	Urbana
	González Suárez	Hotel Palacio Imperial	Hotel	4 estrellas	Urbana
	Tulcán	Hotel San Miguel	Hotel	2 estrellas	Urbana
	Tulcán	Los Alpes	Hostal	2 estrellas	Urbana
	González Suárez	Golden Coral	Hotel	3 estrellas	Urbana
	Tulcán	Hotel Internacional Torres De Oro	Hotel	2 estrellas	Urbana
Tulcán	González Suárez	Hotel Machado	Hotel	2 estrellas	Urbana
	Julio Andrade	Hostal Naderik	Hostal	2 estrellas	Rural
	Julio Andrade	Los Pinos	Hostal	2 estrellas	Rural
	Tulcán	Royal Plaza	Hostal	2 estrellas	Urbana
	Tulcán	Hostal Junin	Hostal	1 estrella	Urbana
	Urbina	Carrizal El	Hostería	3 estrellas	Rural
	González Suárez	Hostal Quito	Hostal	1 estrella	Urbana
	Maldonado	Albita	Casa De Huéspedes	Categoría Única	Rural
	Tulcán	Hostal Karina	Hostal	1 estrella	Urbana
	González Suárez	Hotel Saenz	Hotel	2 estrellas	Urbana
	Tulcán	Hostal Alejandra	Hostal	2 estrellas	Urbana
	Tulcán	Park Hotel	Hotel	2 estrellas	Urbana
	González Suárez	One Season	Hotel	2 estrellas	Urbana
	Tulcán	Hotel Lumar	Hotel	2 estrellas	Urbana
Tufiño	J&S Asociados	Inmuebles Habitacionales	Categoría Única	Rural	

Fuente: (MINTUR, Catastro de servicios turísticos, 2024)

El conjunto de mapas que se presenta a continuación muestra la distribución de hospedajes en cada cantón, permitiendo una visualización clara de las opciones

disponibles, facilitando la comparación entre zonas y ayudando a identificar las áreas con mayor oferta turística.

Para brindar contexto, se incluye un mapa de referencia que permite ubicar cada cantón dentro del territorio general. Este mapa sirve como una guía visual para entender la ubicación relativa de cada zona, como se muestra en las figuras 6 hasta la 10.

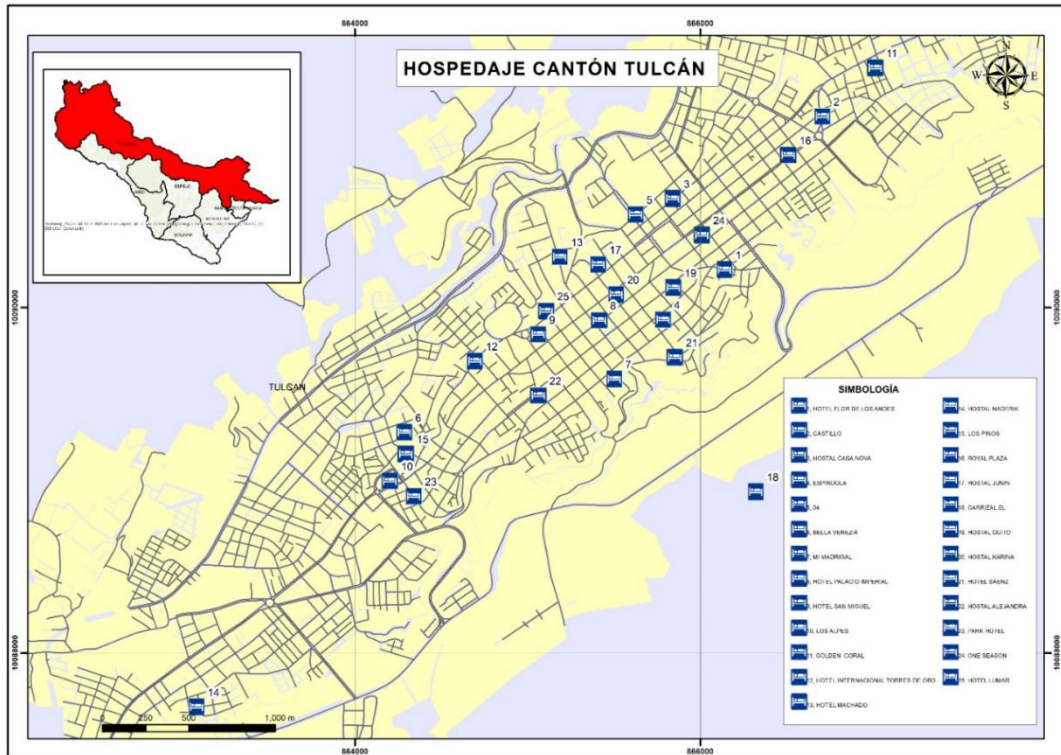


Figura 6. Mapa de hospedaje cantón Tulcán

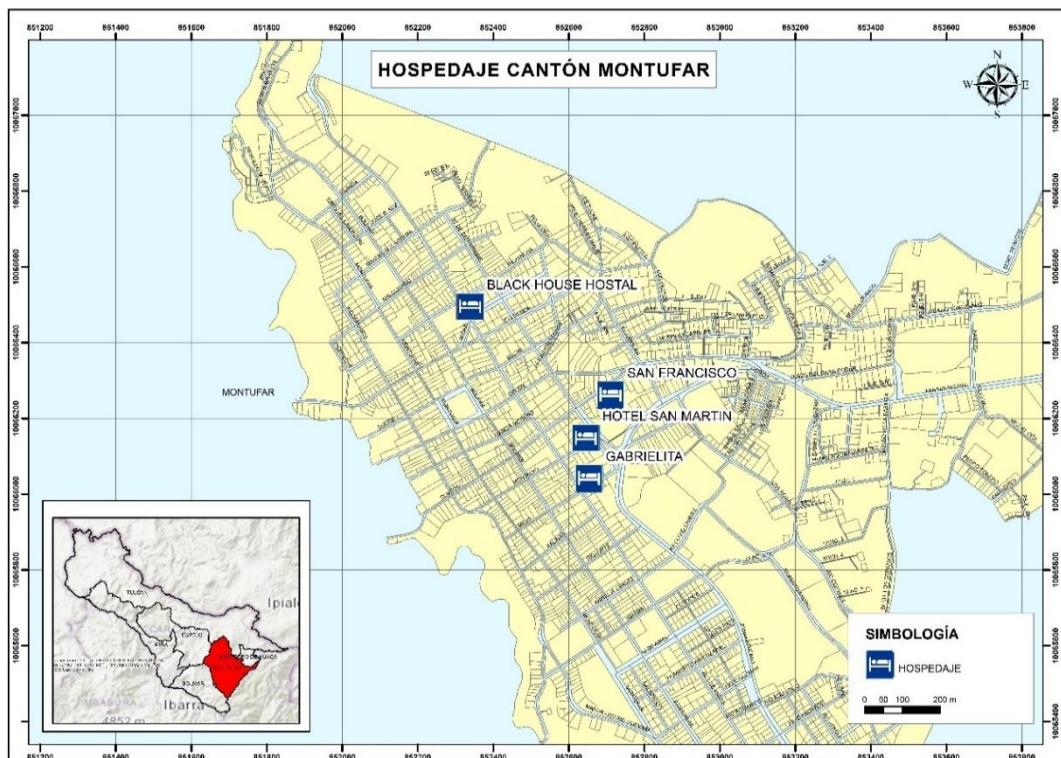


Figura 7. Mapa de hospedaje cantón Montufar

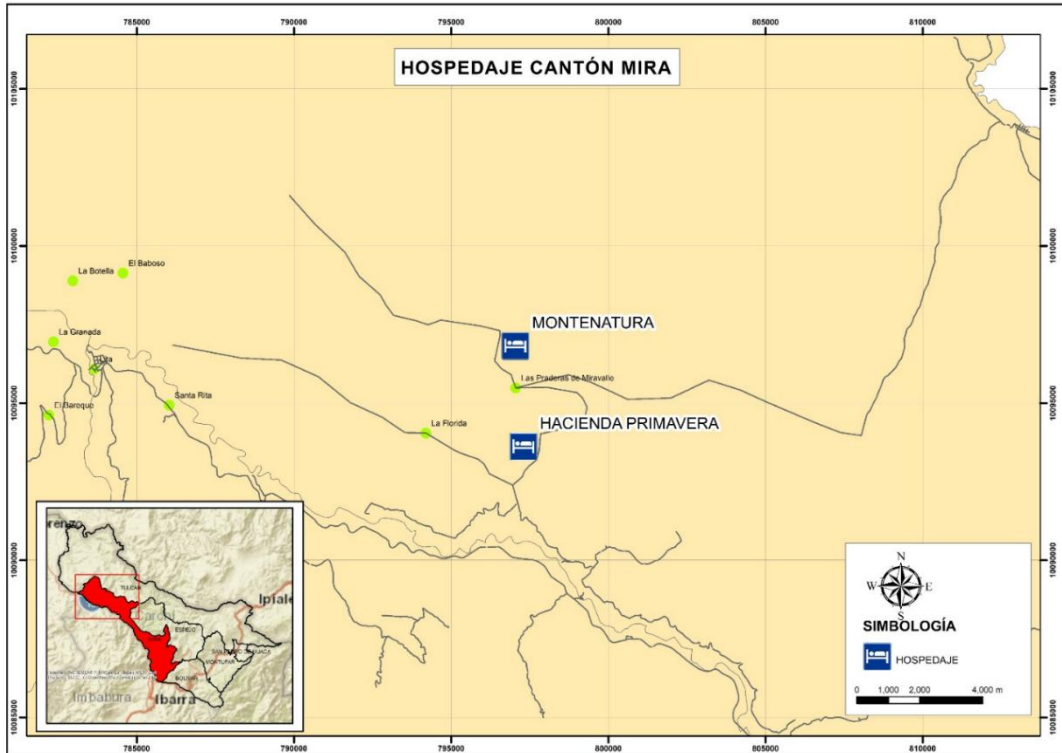


Figura 8. Mapa de hospedaje cantón Mira.

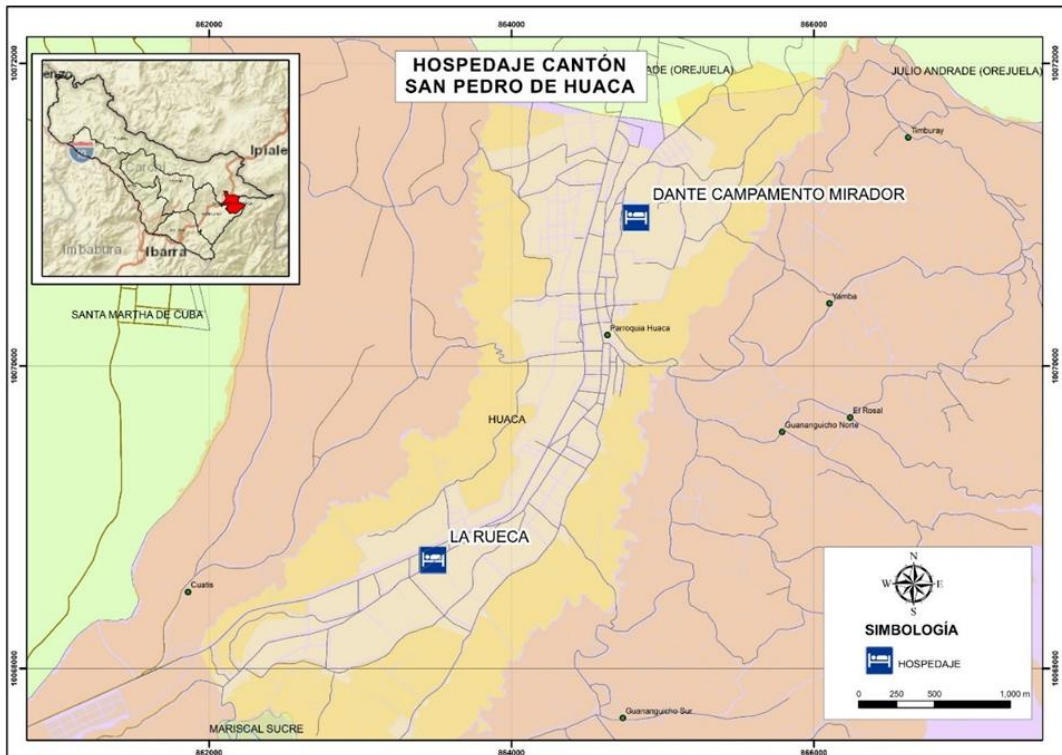


Figura 9. Mapa de hospedaje cantón San Pedro de Huaca

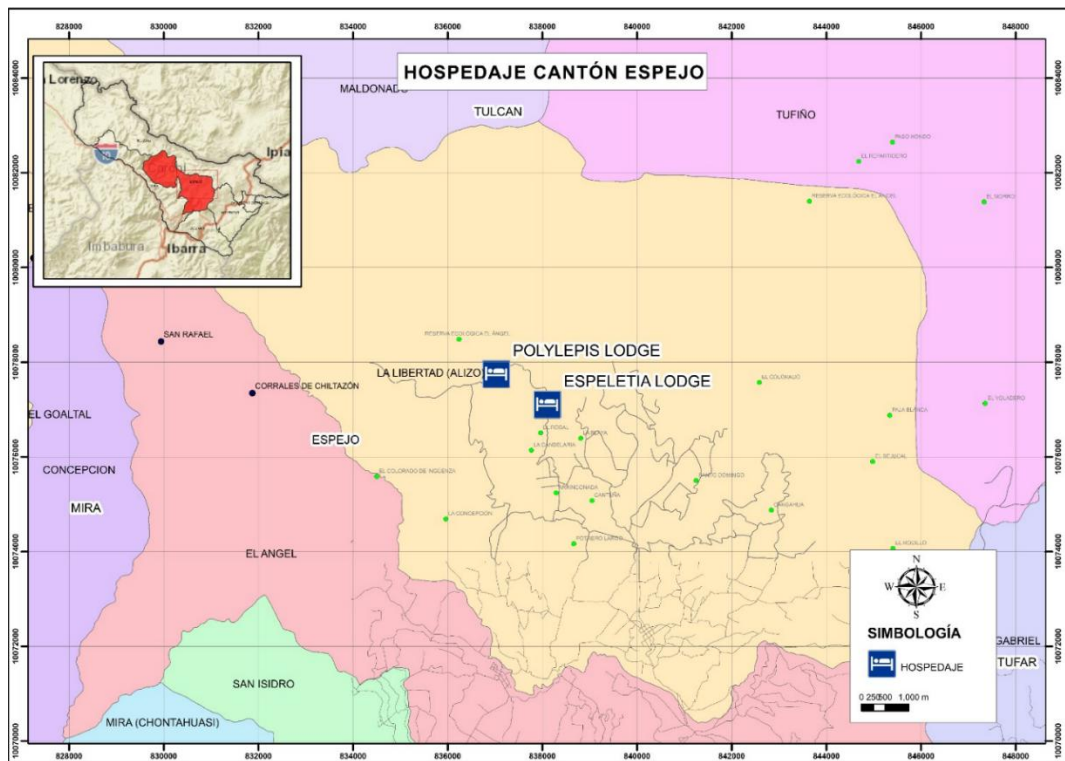


Figura 10. Mapa de hospedaje cantón Espejo.

La categorización de servicios de alojamiento permite saber de primera mano las condiciones de estos establecimientos de acuerdo con su categoría, lo que permite corroborar con los resultados de la entrevista en la pregunta 4: ¿Cómo describiría la variedad y condiciones de los alojamientos disponibles en el cantón para los turistas, considera que cumplen con las expectativas de comodidad y servicios para los visitantes? Obteniendo que los servicios de alojamiento cuentan con lo básico para la comodidad del turista siendo uno de los cantones con mayor número de plazas Tulcán, este resultado es esencial porque permite identificar las áreas de oportunidad en la infraestructura de alojamiento los mismos que se presenta en un mapa de georreferenciación por cantones.

- Análisis y conclusión:** En base a la entrevista aplicada a los directores de turismo de los diferentes cantones de la provincia, los servicios de alojamiento presentan una diversidad significativa, con establecimientos que varían en categoría y ubicación. Si bien Tulcán concentra la mayoría de las opciones de hospedaje, incluyendo hoteles y hostales, otros cantones como Mira y Espejo ofrecen alternativas rurales que enriquecen la experiencia turística. Sin embargo, el sector enfrenta desafíos relacionados con el control y regulación en lo que respecta a alojamientos informales. El Ministerio de Turismo ha

implementado normativas para regularizar estos servicios y mejorar la calidad, pero aún persisten áreas de mejora en infraestructura, ya que la mayoría de estos establecimientos cuentan solo con lo básico y para algunos turistas esto no satisface sus necesidades en cuanto a comodidad y descanso. Por otro lado, la formación del personal en atención al cliente es fundamental ya que, un turista que no es bien atendido no regresa en una próxima ocasión lo que a su vez repercutiría en reseñas negativas en lo que respecta a marketing y promoción del lugar. La participación de establecimientos como la Hostería Polylepis en premios de calidad turística indica un compromiso hacia la excelencia, pero es necesario un esfuerzo conjunto entre las entidades públicas a cargo y los prestadores de servicio de alojamiento para elevar los estándares en toda la provincia y garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes.

4.1.1.4. Restauración

La oferta de restauración desempeña un papel crucial, ya que satisface las necesidades básicas de los visitantes y contribuye a enriquecer su experiencia, para la investigación se usó la siguiente clasificación de los establecimientos de restauración de cada uno de los cantones obtenido de (MINTUR, Catastro de servicios turísticos, 2024).

Tabla 15 Oferta de servicios de restauración de la provincia del Carchi

Cantón	Restaurante	Cafetería	Bar
San Pedro de Huaca	1		
Montufar	2		
Mira	2	3	1
Tulcán	25	9	2
Bolívar	1		

Fuente: (MINTUR, Catastro de servicios turísticos, 2024)

La tabla 15 presenta un análisis de los establecimientos turísticos de restauración clasificados por cantón y categoría, donde se puede evidenciar una amplia oferta turística con 46 establecimientos en la provincia tomando en cuenta que la mayor concentración de establecimientos se encuentra en Tulcán, destacándose especialmente con 25 restaurantes. (Ver Anexo 8).

Tabla 16. Catastro de servicios turísticos provincia del Carchi

Cantón	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Tipo de Parroquia
San Pedro De Huaca	Don Quijote	Restaurante	Un Tenedor	Urbana

Montufar	Casa Arrayan	Restaurante	Dos Tenedores	Urbana
	San Nicolás De Mira	Cafetería	Una Taza	Urbana
Mira	Rincón Mireño	Restaurante	Dos Tenedores	Urbana
	Guanábana Republic	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Viejo Farol El	Bar	Una Copa	Urbana
	Mia Cafetería	Cafetería	Una Taza	Urbana
Bolívar	Kukawi	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Cafetería La Casa Nuestra	Cafetería	Una Taza	Urbana
	Cubichería 4 Ases	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Restaurante La Olla	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Comidas Típicas Mama Rosita	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Restaurante Cafetería Lumar	Restaurante	Dos Tenedores	Urbana
	La Clementina	Cafetería	Una Taza	Urbana
	Shoters Duff	Bar	Una Copa	Urbana
	El Korralito Del Pollo	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	KFC	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Wabi Sabi Sushi	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	El Marques	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Casa China Restaurante	Restaurante	Dos Tenedores	Urbana
	D 'mimos	Cafetería	Una Taza	Urbana
	Health Food Go	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Pits & Coffee	Cafetería	Una Taza	Urbana
	Fortunaz	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Los Cebiches De La Rumiñahui	Restaurante	Tres Tenedores	Urbana
	Extrapan # 2	Restaurante	Dos Tenedores	Urbana
	La Paradeta De Marta	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	La Tradición Del Sabor	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	D 'mimos 2	Cafetería	Una Taza	Urbana
	Los Pastos	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
Lenguaje Del Café	Cafetería	Una Taza	Urbana	
Tulcán	Chanul Restobar	Restaurante	Dos Tenedores	Urbana
	Chiles	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	El Mañanero Cafetería	Cafetería	Una Taza	Urbana
	La Rioja	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Fogan	Restaurante	Un Tenedor	Urbana
	Café Tulcán	Cafetería	Una Taza	Urbana
	El Ídolo	Restaurante	Un Tenedor	Rural
Sal Y Canela	Restaurante	Un Tenedor	Urbana	

Fuente: (MINTUR, Catastro de servicios turísticos, 2024)

Este conjunto de mapas muestra la distribución de establecimientos de restauración en cada cantón, proporcionando una visión detallada de la oferta gastronómica en la provincia, permitiendo identificar zonas con mayor concentración de restaurantes y otras opciones de comida, como se muestra en las figuras de la 11 a la 16.

Para complementar esta información, se incluye un mapa de referencia que ayuda a ubicar cada cantón dentro del territorio general. Este mapa facilita la interpretación de los datos y permite comparar la oferta gastronómica entre diferentes áreas.

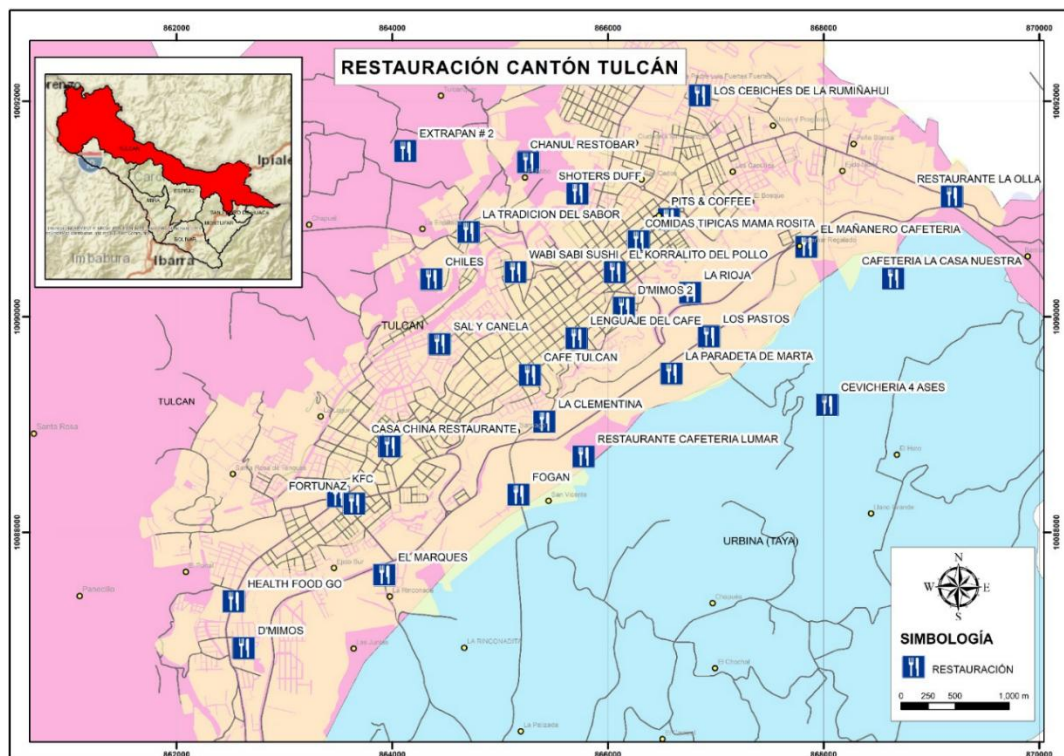


Figura 11. Mapa de restauración cantón Tulcán.



Figura 12. Mapa de restauración cantón Montufar.

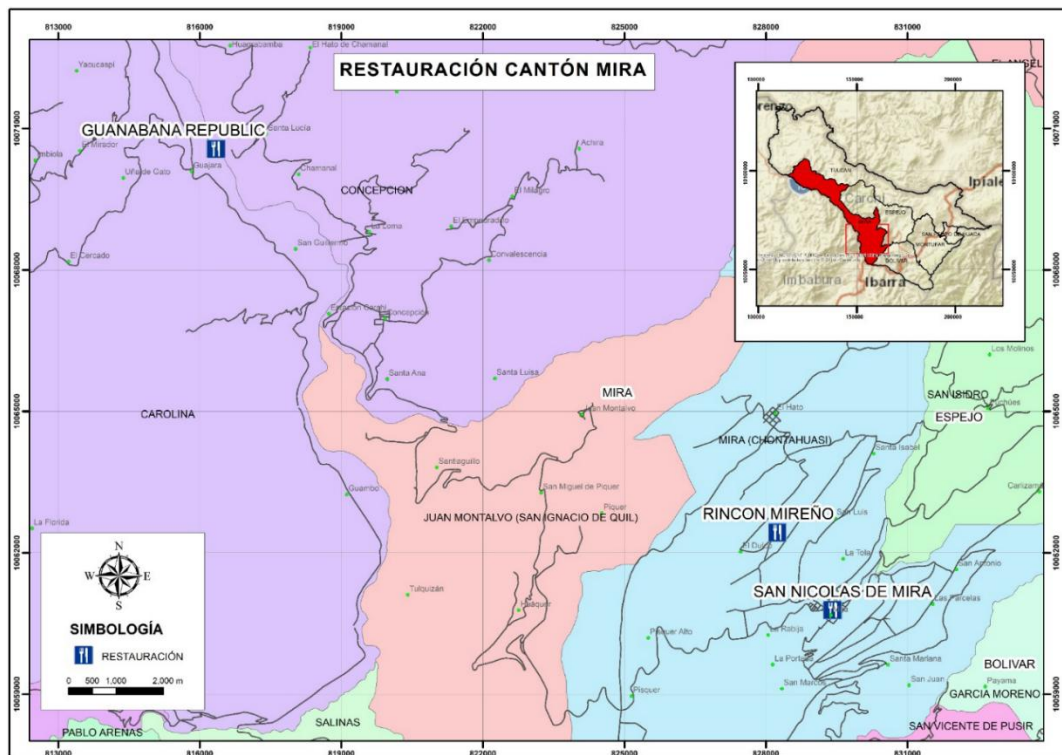


Figura 13. Mapa de restauración cantón Mira.

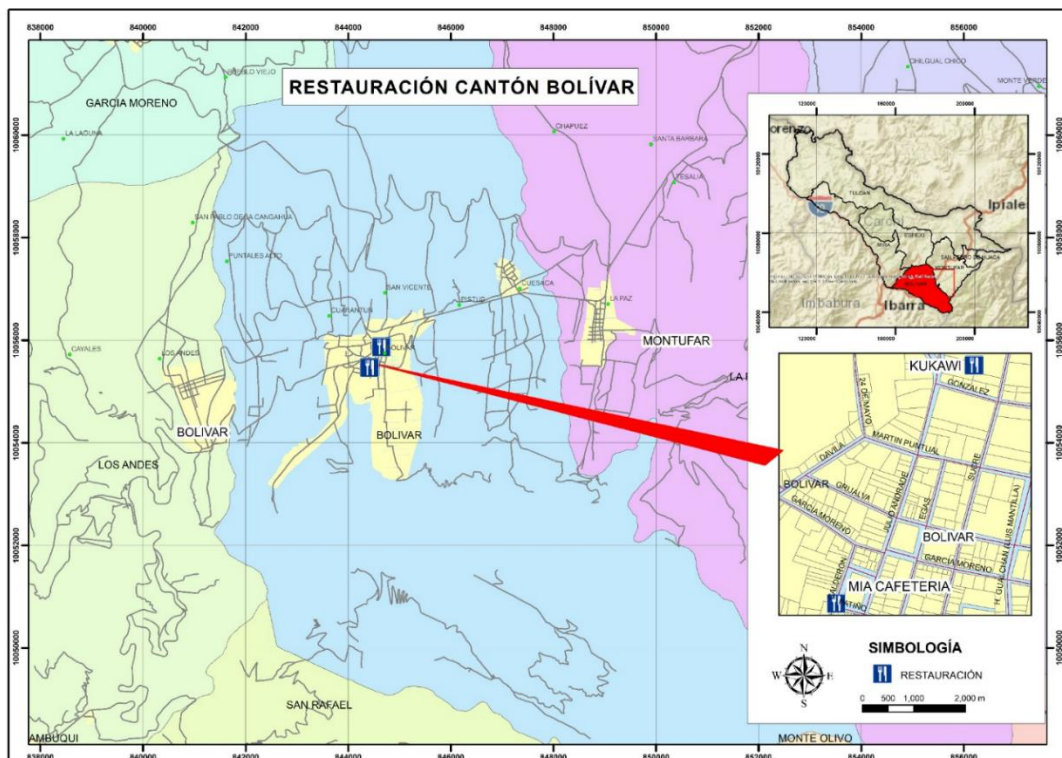


Figura 16. Mapa de restauración cantón Bolívar.

Esta clasificación permite destacar la oferta gastronómica local, promoviendo platos típicos y tradicionales que forman parte de la identidad cultural de la provincia Carchi. Aunque sus establecimientos son limitados, se corrobora lo obtenido en la pregunta 3: ¿Cuál es su opinión sobre la diversidad y calidad de la gastronomía local en el cantón para ofrecer a los turistas una experiencia culinaria auténtica y satisfactoria? De la entrevista a los entes públicos de la jefatura de turismo, que mencionan que la gastronomía no es variada y los platos tradicionales más destacados son el cuy asado, el hornado, el caldo de gallina criolla, tortillas de tiesto, mismos que se pueden encontrar en estas plazas de restauración, a su vez estos establecimientos se encuentran en el mapa de georreferenciación por cantones, para una mejor visualización.

- Análisis y conclusión:** En base a la entrevista aplicada a los directores de turismo de los diferentes cantones de la provincia, Carchi cuenta con 46 establecimientos de restauración registrados oficialmente, principalmente Tulcán alberga más de la mitad de ellos. La mayoría de estos locales se ubican en zonas urbanas y están clasificados en categorías básicas, como restaurantes de uno o dos tenedores y cafeterías de una taza. Aunque esta clasificación refleja una estructura formal y regulada, la calidad del servicio de restauración aún enfrenta desafíos relacionados con la

estandarización de procesos, atención al cliente e innovación culinaria, ya que a pesar de que se tiene un buen número de establecimientos que prestan los servicios de restauración, su gastronomía es limitada, lo que lleva a que los turistas no tengan opciones para degustar, si optan por permanecer más de un día en la provincia o en su mayoría las opciones gastronómicas con las que cuentan estos establecimientos, se los puede encontrar en otras ciudades del país, lo que influye negativamente en cuanto a identidad gastronómica del lugar, es por ello que para abordar estas áreas de mejora, el Ministerio de Turismo ha implementado programas de capacitación y asistencia técnica dirigidos a los prestadores de servicios turísticos, incluyendo al sector de alimentos y bebidas, para así mejorar la calidad del servicio ofrecido a los visitantes

4.1.1.5. Entrevista

El presente trabajo también incluye una entrevista a los directores de las unidades de turismo de la provincia, con el propósito de explorar toda la oferta turística que ofrecen cada uno de los cantones, complementando así el análisis con una visión integral de la oferta turística (Ver Anexo 4 y 9).

Tabla 17. Entrevista técnicos cantonales de la provincia del Carchi

Entrevista técnicos cantonales de la provincia del Carchi	
1. ¿Qué tipo de actividades naturales oferta el cantón?	En la provincia del Carchi, de los atractivos naturales que se encuentran registrados en el catastro turístico 2024 del MINTUR, las actividades de naturaleza que se realizan por los turistas son los siguientes: recorridos auto guiados, recorridos con interpretación, camping, senderismo, ciclismo, fotografía, avistamiento de aves y observación de flora y fauna.
2. ¿Qué tipo de actividades culturales oferta el cantón?	En lo que concierne a actividades culturales que se realizan en la provincia se encuentran: el carnaval del frailejón, fiesta de aniversario de cada cantón, baile de los inocentes, talleres de artesanía y danza, compra y venta de artesanías, y dentro de establecimientos culturales se realiza Guianzas y fotografía.
3. ¿Cuál es su opinión sobre la diversidad y calidad de la gastronomía local en el cantón para ofrecer a los turistas una experiencia culinaria auténtica y satisfactoria?	La gastronomía en la provincia del Carchi no es tan variada, por lo que lo más tradicional que se puede encontrar es: el cuy asado, el hornado, el caldo de gallina criolla, tortillas de tiesto, quesillo con miel, papas esmeriladas y el cumbalazo.
4. ¿Cómo describiría la variedad y condiciones de los alojamientos disponibles en el cantón para los turistas? ¿Considera que cumplen con las expectativas de comodidad y servicios para los visitantes?	A nivel provincial en cuanto a establecimientos de alojamiento que prestan buenas condiciones y servicios a los turistas y visitantes esta Tulcán, ya que presenta en gran mayoría buenos hoteles registrados, seguido de Espejo que cuenta con dos establecimientos Polylepis Lodge y Espeletia Lodge, en cuanto a Montufar y Mira cuentan con establecimientos que ofrecen servicios que son básicos para el disfrute y la buena experiencia del turista y el cantón Bolívar no cuenta con establecimientos de alojamiento para que el turista pueda pernoctar.
5. ¿Cómo evaluaría la calidad y disponibilidad de los servicios de transporte público y turístico en el cantón para satisfacer las necesidades de los visitantes?	En cuanto a transporte turístico ningún cantón tiene este servicio de transporte, por otro lado, si ofrecen servicios de transporte público adecuado como, transporte provincial, cantonal, cooperativas de taxis y cooperativas de camionetas, para que el turista pueda dirigirse al lugar que desee.
6. ¿De la línea de transporte público cuál de ellos llegan a los atractivos?	En la provincia el transporte que llega a los atractivos son las cooperativas de taxis y las cooperativas de camionetas, quien se encargan de ofrecer este servicio a los turistas.

-
7. ¿Desde su perspectiva como cree que se encuentra el mantenimiento de las áreas públicas del cantón, como parques, plazas, calles principales y servicios básicos?
- En todos los cantones de la provincia las áreas públicas en su mayoría se encuentran en buenas condiciones para el disfrute de los turistas y para el uso de sus ciudadanos, aunque cabe recalcar que así mismo hay algunas zonas un poco más vulnerables que si necesitan de algunas adecuaciones en estas áreas, pero su deterioro es mínimo.
8. ¿Qué opina sobre la accesibilidad, calidad y atención en los servicios de salud disponibles en el cantón?
- En Huaca, Montufar, Bolívar, Mira y Espejo son establecimientos básicos de salud, como dispensarios o centros de salud tipo B, que ofrecen lo necesario en cuanto a emergencias leves, el único cantón que tiene un buen sistema del área de la salud es el cantón Tulcán, ya que cuenta con hospitales más especializados para atender emergencias graves y ofrece mejores servicios a los pacientes.
9. ¿Cómo evaluaría la claridad y efectividad de la señalización turística en su cantón para orientar a los visitantes y mejorar su experiencia de viaje?
- En general en toda la provincia la señalización es una deficiencia, ya que no cuentan con señalización turística ni dentro, ni fuera de los atractivos, lo que se convierte en un problema ya que los turistas que llegan no saben cómo dirigirse a cada uno de los puntos que desea visitar.
10. ¿El cantón cuenta con puntos de información turística?
- Los puntos de información turística en Tulcán funciona en el cementerio José María Azael Franco, en Bolívar funciona dentro del museo Paleontológico, en Huaca funciona dentro del GAD cantonal, en Montufar funciona en la Casa museo, en Mira funciona dentro del GAD, mismos que están trabajando en planes para la creación de sus propios puntos de información para que ya no funcione dentro de los establecimientos ya mencionados, siendo Espejo el único cantón que cuenta con un espacio que es netamente de información turística.
11. ¿Considera que los puntos de información turística en el cantón ofrecen la información necesaria y están bien ubicados para ayudar a los turistas a disfrutar de su estadía?
- En cuanto a Espejo el punto de información está en una buena ubicación ya que se encuentra en el parque principal y ofrece toda la información necesaria que el turista necesite, en cuanto a los demás cantones, no se ofrece la información necesaria a los turistas, ya que al encontrarse dentro de otros establecimientos los turistas no visibilizan el punto de información y la mayoría de las veces piensan que en el cantón no existe este punto de información.
12. ¿Qué campañas o proyectos se realiza el cantón que permitan promocionar cada uno de los lugares turísticos del cantón?
- En todos los cantones de la provincia usan medios influyentes para promocionar sus atractivos turísticos para que sean visitados dentro de los cuales están, programas de televisión local y nacional, entrevistas en radios locales, asistencia a ferias nacionales, lo que les permite llegar a una demanda más amplia para que pueda visibilizarse más cada lugar turístico de cada uno de los cantones.
-

-
13. ¿Existe un plan de marketing para la imagen turística del cantón? Todos están trabajando en el plan de desarrollo turístico de cada uno, dentro del mismo se encuentra el plan de marketing para realizar en cada cantón.
14. ¿Qué actividades de promoción turística han realizado este año 2024? Las actividades de promoción que se han realizado en este año han sido, la creación de ferias de emprendedores, campañas en medios digitales, creación de programas para la promoción de actividades y de atractivos turísticos, mediante Tik tok, Facebook y páginas web.
15. ¿El cantón cuenta con una marca turística? En la actualidad ningún cantón cuenta con una marca turística que los identifique.
16. ¿Cómo considera que la imagen turística se encuentra actualmente? En general todos están trabajando para la creación de una marca turística dentro de su plan de desarrollo.
17. ¿Desde el municipio, qué marco legal se ha establecido para la gestión del turismo? (ordenanzas municipales) Para la gestión del turismo en todos los cantones trabajan con el COOTAD, la Ley de Turismo, Plan de desarrollo turístico y Ordenanzas municipales creadas por cada GAD.
18. ¿Los atractivos cuenta con permisos y licencias para su funcionamiento? (permisos municipales y del MINTUR) En cuanto a infraestructura turística todos los establecimientos que ofrecen servicios al turista y se encuentran en los catastros registrados, si cuentan con todos los permisos para su funcionamiento, tanto permisos municipales como permisos que otorga el MINTUR.
19. ¿Desde los GAD's, como analizan la demanda turística en el cantón? Me gustaría saber qué métodos y herramientas utilizan para evaluar el número y perfil de los visitantes, así como las tendencias y patrones de la actividad turística en el cantón. Para el análisis de la demanda ningún cantón cuenta con una herramienta o método para saber cuántos turistas visitan el cantón y cada uno de los atractivos.
-

Mediante la aplicación y los resultados obtenidos en la presente entrevista lo que se trata de obtener es contribuir al diseño de políticas y estrategias que promuevan el turismo sostenible y generen beneficios a largo plazo para la provincia del Carchi.

4.1.2. Demanda turística

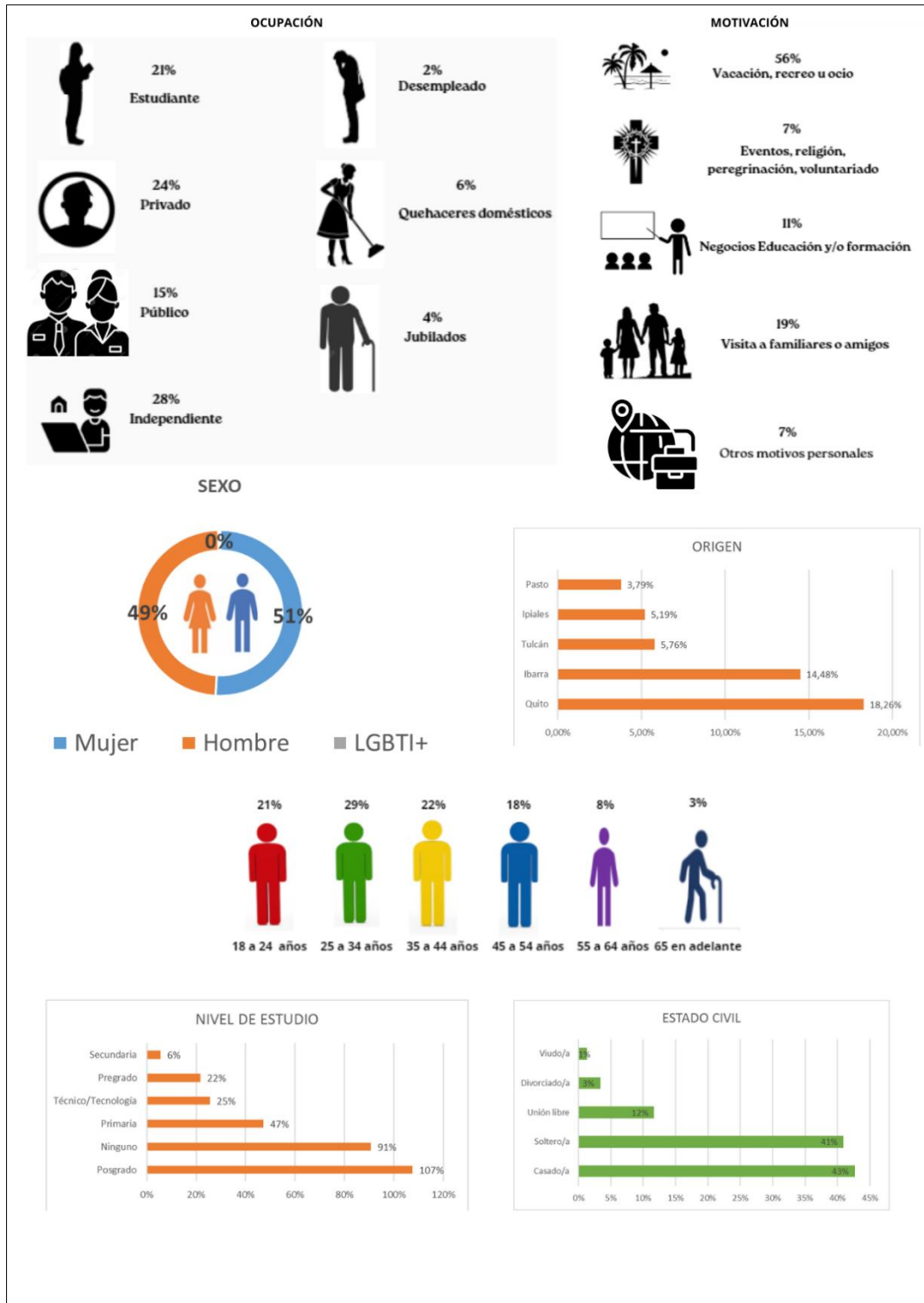


Figura 17. Datos sociodemográficos

El análisis estadístico de las encuestas realizadas a turistas que visitan la provincia del Carchi revela que el principal motivo de viaje es el turismo recreativo y de ocio con un 56%, seguido de visitas a familiares o amigos del 19%, lo que resalta el potencial de la provincia como un destino atractivo para el turismo interno, especialmente para quienes buscan relajación y conexión social.

La mayoría de los visitantes tienen un trabajo independiente con el 28% o empleados del sector privado con un mínimo del 24%, con un equilibrio en la distribución por género de 51% hombres y 49% mujeres y un predominio de personas con niveles educativos secundarios y superiores, predominando edades entre 25 y 34 años.

Además, en su mayoría son visitantes de Quito seguido de Ibarra, Tulcán, Ipiales y Pasto, en base a las encuestas realizadas a nivel provincial los datos arrojan en tercer puesto a Tulcán como uno de los destinos más visitados, lo que indica que existe turismo interno y local.

Con un 40% de personas solteras y un 43% de casados, las estrategias turísticas pueden dirigirse tanto a viajeros individuales como a familias.

Estos datos reflejan una oportunidad para diversificar la oferta turística del Carchi, priorizando actividades recreativas, culturales y sociales, así como mejorando la infraestructura para captar un público más amplio.

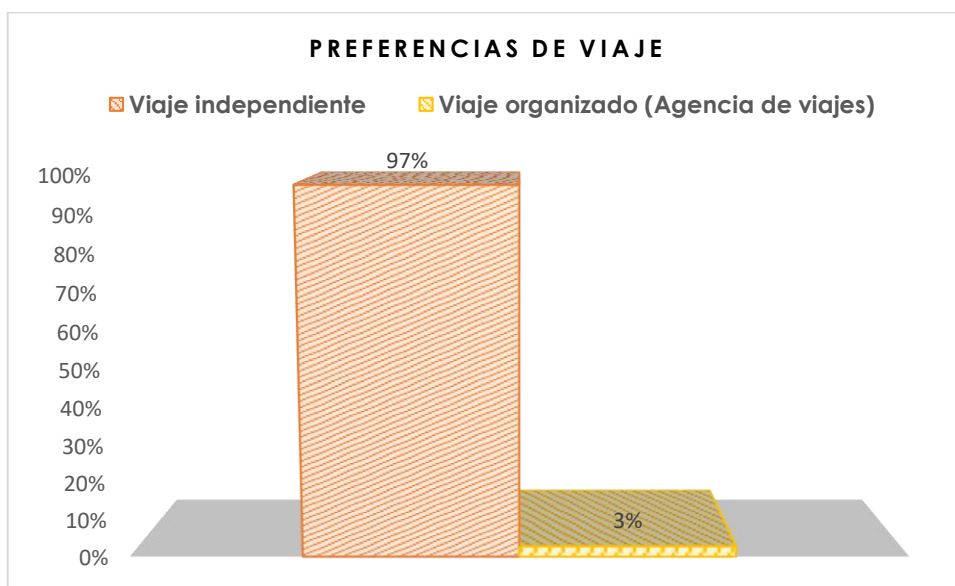


Figura 18. Preferencias de viaje.

En base a las encuestas se obtuvo como resultado que la mayoría absoluta de los turistas, prefieren planificar y realizar sus viajes por cuenta propia, mientras que la

minoría de turistas encuestados prefieren acudir a una agencia de viajes para la planificación de su viaje.



Figura 19. Interés de turistas.

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas se puede evidenciar que los intereses con mayor popularidad son actividades culturales lo que indica un mayor interés por explorar la cultura de la provincia del Carchi, por otra parte, las encuestas también indican que el consumo de gastronomía local también se vuelve un factor importante para la visita a la provincia. Se evidencia que existe una clara preferencia por las actividades culturales y gastronómicas en comparación a las otras actividades.

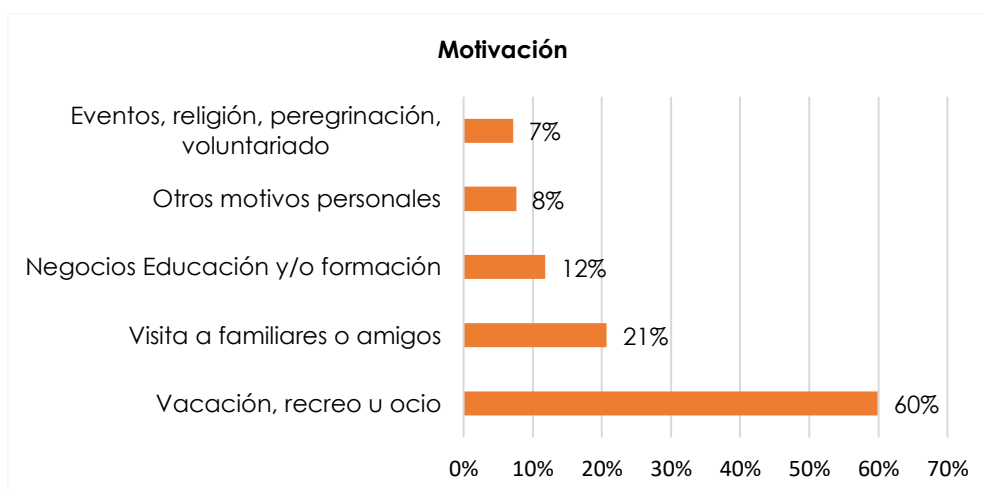


Figura 20. Motivaciones de los turistas.

De acuerdo en la encuesta la principal motivación de los turistas en su mayoría está motivados a vacaciones, recreo u ocio, mientras que otros turistas realizan su visita a la provincia para visita a familiares o amigos que son una razón importante para realizar turismo, indican que la categoría de negocio, eventos religiosos y motivos personales no son predominantes para realizar turismo.



Figura 21. Medios de transporte de turistas.

El transporte es otro de los temas principales para que los turistas puedan viajar es por eso por lo que de acuerdo con los encuestados la mayor parte de turistas lo realizan en vehículo propio considerando la comodidad y flexibilidad para sus viajes, mientras que otra parte de los turistas siendo minoría viajan en transporte público, siendo la segunda opción más común, probablemente por su accesibilidad y bajo costo en comparación con otras opciones.

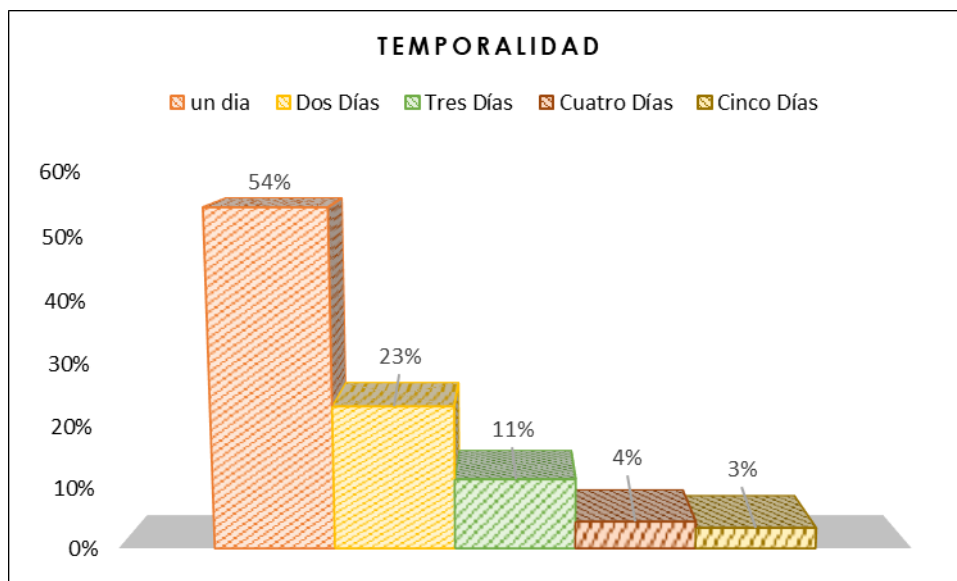


Figura 22. Temporalidad de los turistas

La grafica muestra que una mayoría de turistas no pernotan en la provincia, probablemente porque la provincia del Carchi tiene una infraestructura limitada, en comparación de los turistas que si lo hacen siendo un porcentaje reducido las personas que vienen por visitar a sus familiares teniendo como segunda opción el hacer turismo.

Como parte del levantamiento de información, se aplicó una encuesta diseñada para recopilar datos relevantes sobre el estudio de oferta y demanda turística en la provincia del Carchi. Esta encuesta fue validada previamente para asegurar su fiabilidad y consistencia. Véase en el (Anexo 5)

4.1.3. Estrategias de mejoramiento de la oferta turística de la provincia del Carchi.

Para establecer estrategias de mejora para la oferta turística primero se plantea un análisis FODA con los datos obtenidos en la recolección de información de la presente investigación, con la información, es posible establecer estrategias de mejora garantizando así un desarrollo turístico más integral y competitivo que beneficie a la provincia y atraiga a más turistas.

4.1.3.1. FODA

Tabla 18. FODA de la provincia del Carchi

FODA PROVINCIA DEL CARCHI	FORTALEZAS	DEBILIDADES
AMENAZAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversidad de actividades naturales como recorridos autoguiados, senderismo, ciclismo, avistamiento de aves y observación de flora y fauna. 2. Variedad de atractivos naturales. 3. Riqueza cultural reflejada en eventos tradicionales como el Carnaval del Frailejón y el Baile de los Inocentes. 4. Presencia de platos típicos que ofrecen una experiencia culinaria auténtica (cuy asado, hornado, tortillas de fiesto, etc.). 5. Disponibilidad de transporte público adecuado para llegar a los atractivos mediante cooperativas de taxis y camionetas. 6. Cantón Tulcán cuenta con una infraestructura de alojamiento y salud bien desarrollada, con hospitales especializados y numerosos hoteles registrados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cantones como Mira, Montúfar y Bolívar presentan infraestructura de alojamiento básica, y Bolívar no cuenta con establecimientos para pernoctar. 2. Deficiencia de transporte turístico especializado. 3. Deficiencia en la señalización turística tanto dentro como fuera de los atractivos. 4. Ausencia de herramientas y métodos para medir la demanda turística y el perfil de los visitantes. 5. Escasez de guías y personal que hable otros idiomas. 6. Ningún cantón cuenta con una marca turística definida. 7. Varias áreas públicas presentan deterioro, aunque leve, que requiere atención.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia de otras provincias con una oferta turística más diversa y consolidada. 2. Débil promoción y poca visibilidad de puntos turísticos en medios internacionales. 3. Vulnerabilidad de las áreas naturales a la falta de mantenimiento o preservación. 4. Escasa inversión en infraestructura y servicios turísticos en cantones menos desarrollados como Bolívar. 5. Poco interés en promover el turismo por los GAD provincial GAD`s cantonales. 6. Competencia de otras provincias con una oferta turística más diversa y consolidada. 	FO	DO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar la diversidad natural y cultural para crear experiencias únicas y sostenibles que atraigan a turistas nacionales e internacionales. 2. Impulsar campañas digitales con enfoque en platos típicos y eventos culturales para posicionar la identidad de la provincia. 3. Aprovechar la riqueza culinaria y cultural para crear rutas gastronómicas y culturales que incluyan platos típicos y eventos tradicionales, diferenciándose en el mercado turístico. 4. Promover actividades de senderismo y ciclismo como parte del turismo sostenible, utilizando la riqueza natural y la infraestructura existente en Tulcán y otros cantones. 5. Establecer alianzas con empresas turísticas nacionales para desarrollar paquetes que incluyan experiencias naturales y culturales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un plan de capacitación gastronómica para diversificar los menús ofrecidos por los establecimientos locales. 2. Crear un plan integral de señalización turística en colaboración con los GAD's y el sector privado. 3. Diseñar y ejecutar estudios de mercado para entender las tendencias y patrones de la demanda turística. 4. Fortalecer el sistema de alojamiento en cantones con infraestructura básica como Montúfar y Mira. 5. Modernizar la infraestructura de transporte y alojamiento en cantones con deficiencias, con el apoyo de alianzas estratégicas con inversores.

7. Poco presupuesto para proyectos turísticos.

OPORTUNIDADES

1. Crecimiento del turismo sostenible aprovechando las actividades naturales.
2. Potencial para desarrollar y posicionar marcas turísticas para cada cantón.
3. Inversión en infraestructura vial
4. Alianzas con empresas turísticas de otras provincias
5. Alianzas con medios de comunicación
6. Organización de competencias deportivas en la provincia para atraer a deportistas y aficionados

FA

1. Utilizar la infraestructura sólida en Tulcán y Espejo como base para atraer inversiones y visitantes a cantones menos desarrollados.
2. Implementar programas de conservación de áreas naturales que fortalezcan la oferta de turismo sostenible frente a la competencia.
3. Usar eventos culturales y tradiciones como diferenciadores frente a otras provincias.
4. Impulsar la creación de planes de manejo ambiental para garantizar la sostenibilidad de las áreas naturales, respondiendo a las amenazas ambientales.

DA

1. Enfrentar la falta de transporte turístico mediante alianzas con operadores privados y cooperativas locales
 2. Reforzar la promoción de los atractivos menos conocidos para distribuir la demanda turística y mejorar la competitividad.
 3. Promover programas de mantenimiento y mejora de áreas públicas con participación ciudadana y fondos municipales.
 4. Desarrollar campañas de promoción dirigidas a mercados internacionales y nacionales que presenten alta competencia, destacando elementos únicos como el Carnaval del Frailejón.
 5. Trabajar con los GAD's para generar proyectos de infraestructura turística, combatiendo la falta de recursos mediante la presentación de iniciativas sostenibles y participativas.
 6. Fomentar la creación de transporte especializado mediante incentivos a cooperativas locales, para atender la demanda turística en cantones menos desarrollados.
-

4.1.3.2. Propuesta de mejoramiento de la oferta

Se plantea en la siguiente tabla por cada una de las estrategias las actividades y acciones que se propone para fortalecer y mejorar la oferta turística en la provincia:

Tabla 19. Propuesta de mejoramiento para oferta.

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Aprovechar la diversidad natural y cultural para crear experiencias únicas y sostenibles que atraigan a turistas nacionales e internacionales.	Desarrollo de rutas ecoturísticas sostenibles	Mapear atractivos y senderos adecuados para recorridos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	2 - 3 meses
		Implementar señalización adecuada en los senderos con énfasis en flora y fauna.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	12 meses
		Diseñar folletos y guías digitales interactivas para los visitantes.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	1 mes
	Creación de rutas gastronómicas	Mapear los establecimientos que ofrecen platos típicos como cuy asado, Hornado y tortillas de fiesto.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	3 - 4 meses
		Organizar festivales gastronómicos para promover la riqueza culinaria de la provincia.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	2 - 3 meses
		Implementar talleres de cocina tradicional para turistas interesados en experiencias culturales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	3 meses
		Capacitar guías locales para identificar especies de aves y proporcionar información en varios idiomas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales Capacitadores	1 mes

Desarrollo de programas de avistamiento de aves	Creación de eventos de conteos de aves para todo público.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	2 meses
	Organizar recorridos guiados especializados en biodiversidad.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	1 mes

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Impulsar campañas digitales con enfoque en platos típicos y eventos culturales para posicionar la identidad de la provincia.	Producción de contenido visual atractivo	Crear videos cortos que muestren la preparación de platos típicos, narrados por chefs locales o personajes culturales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Personajes Culturales	2 meses
		Realizar sesiones fotográficas de alta calidad de los platos y eventos tradicionales para publicaciones en redes sociales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	2 - 3 meses
	Campañas de redes sociales	Diseñar publicaciones diarias con descripciones interesantes de los platos y eventos	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	Indefinido
		Implementar sorteos y concursos en redes sociales, como "Crea tu receta local" o "Descubre el evento más emblemático."	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	Indefinido
		Producción de guías	Diseñar una guía en formato PDF descargable con información sobre los mejores lugares para probar platos típicos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales

	gastronómicas digitales	Incluir recomendaciones de restaurantes, ferias y eventos, con enlaces directos a mapas y reservas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Agencias de Viajes Locales	1 mes
		Identificar los platos típicos y eventos culturales más representativos de cada cantón.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Personajes Culturales	2 meses
	Diseño de rutas temática	Crear mapas interactivos que combinen paradas gastronómicas con lugares culturales y turísticos destacados.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	2 - 3 meses
Aprovechar la riqueza culinaria y cultural para crear rutas gastronómicas y culturales que incluyan platos típicos y eventos tradicionales, diferenciándose en el mercado turístico.		Realizar ferias locales donde los turistas puedan degustar platos tradicionales y participar en actividades culturales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales	Indefinido
	Organización de festivales gastronómicos y culturales	Incluir demostraciones en vivo de la preparación de alimentos típicos y representaciones artísticas tradicionales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales	Indefinido
	Creación de paquetes	Diseñar paquetes que incluyan recorridos por mercados, talleres de cocina tradicional, y visitas a eventos culturales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Agencias de Viajes Locales	1 mes

	turísticos especializados	Ofrecer opciones de tours personalizados según los intereses del visitante (cocina, historia o arte).	Mishell Erika Pantoja Quilumba Agencias de Viajes Locales	1 mes
--	---------------------------	---	---	-------

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
		Crear itinerarios que combinen visitas a reservas naturales, eventos culturales y experiencias gastronómicas locales	Mishell Erika Pantoja Quilumba Agencias de Viajes	2 meses
	Diseño de paquetes turísticos integrales	Incluir actividades como senderismo, avistamiento de aves, talleres de artesanía y participación en festivales tradicionales.	Mishell Erika Pantoja Quilumba Agencias de Viajes	2 - 3 meses
Establecer alianzas con empresas turísticas nacionales para desarrollar paquetes que incluyan experiencias naturales y culturales.		Diseñar campañas de marketing digital y tradicional con participación de las empresas aliadas.	Mishell Erika Pantoja Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales	Indefinido
	Promoción conjunta de los paquetes turísticos	Compartir recursos promocionales, como videos, folletos y redes sociales, para maximizar el alcance de la oferta.	Mishell Erika Pantoja Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales	Indefinido
		Formar a guías turísticos y operadores en la narración de historias y la interpretación cultural.	Mishell Erika Pantoja Quilumba Agencias de Viajes Locales	Indefinido
	Capacitación y sensibilización conjunta	Ofrecer opciones de tours personalizados según los intereses del visitante (cocina, historia o arte).	Mishell Erika Pantoja Quilumba Agencias de Viajes Locales	Indefinido

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Crear un plan integral de señalización turística en colaboración con los GAD's y el sector privado.		Realizar un inventario de los puntos turísticos existentes y evaluar la situación actual de la señalización en cada uno.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	3 meses
	Diagnóstico inicial de necesidades de señalización	Identificar rutas principales, atractivos secundarios, y áreas críticas que carecen de señalización adecuada.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Agencias de Viajes	3 meses
		Realizar reuniones con los GAD's cantonales y parroquiales para coordinar esfuerzos y definir roles en la implementación.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales	6 meses
	Colaboración con los GAD's y el sector privado	Invitar a empresas locales y nacionales a patrocinar parte de la señalización a cambio de reconocimiento en las señales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales Empresas Locales y Nacionales	6 meses
		Lanzar una campaña de difusión que informe a los visitantes sobre las nuevas señales y las rutas que facilitan el recorrido.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Agencias de Viajes Locales	Indefinido
	Promoción de la señalización como atractivo	Organizar eventos de inauguración para las rutas señalizadas con actividades que destaquen a la provincia.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Agencias de Viajes Locales	Indefinido

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Diseñar y ejecutar estudios de mercado para entender las tendencias y patrones de la demanda turística.		Crear encuestas estructuradas con preguntas abiertas y cerradas para recoger información sobre preferencias, gastos y opiniones.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido
	Diseño del instrumento de recolección de datos:	Desarrollar entrevistas en profundidad para comprender motivaciones y expectativas de los turistas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido
		Usar encuestas digitales distribuidas a través de redes sociales, sitios web y correos electrónicos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido
	Selección de métodos de recolección de datos	Realizar encuestas presenciales en puntos estratégicos como terminales, hoteles y atractivos turísticos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido
		Implementar encuestas masivas durante un período determinado, aprovechando temporadas altas de turismo.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido
	Recopilación de datos a gran escala	Complementar con entrevistas y grupos focales para obtener información cualitativa.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Modernizar la infraestructura de transporte y alojamiento en cantones con deficiencias, con el apoyo de alianzas estratégicas con inversores.		Crear planos y propuestas detalladas para la construcción o renovación de terminales de transporte, accesos viales y hoteles.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Arquitectos Municipales	Indefinido
	Diseñar proyectos de modernización	Incorporar criterios de sostenibilidad y accesibilidad en los diseños de infraestructura.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	Indefinido
		Organizar foros de inversión para presentar los proyectos de modernización a empresarios y compañías del sector turístico.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Empresarios	Indefinido
	Establecer alianzas con inversores privados	Ofrecer incentivos fiscales o beneficios estratégicos para atraer financiamiento privado.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Empresarios	Indefinido
		Solicitar recursos a entidades gubernamentales como los GAD's provinciales y nacionales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Entidades públicas y privadas	Indefinido
	Gestionar fondos públicos y privados	Coordinar con bancos de desarrollo y organismos internacionales para acceder a créditos y donaciones.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Entidades públicas y privadas	Indefinido

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Utilizar la infraestructura sólida en Tulcán y Espejo como base para atraer inversiones y visitantes a cantones menos desarrollados.		Realizar un análisis exhaustivo de los recursos de infraestructura en Tulcán y Espejo, destacando (carreteras, alojamiento, servicios turísticos).	Mishell Pantoja Erika Quilumba Arquitectos Municipales	3- 4 meses
	Identificar y mapear puntos clave en Tulcán y Espejo	Crear mapas y guías interactivas que resalten estos puntos clave para facilitar el acceso de los turistas a cantones cercanos y menos desarrollados.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	3 - 4 meses
		Diseñar un plan de transporte integral que conecte de manera eficiente Tulcán y Espejo con los cantones menos desarrollados, asegurando rutas accesibles y cómodas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	5 meses
	Crear un plan de conexión entre cantones	Incorporar rutas turísticas entre estos cantones, aprovechando los atractivos naturales y culturales para crear un circuito turístico regional.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Agencias de viajes locales	5 meses
	Establecer alianzas estratégicas con	Coordinar con empresas de transporte y alojamiento para crear paquetes turísticos que conecten Tulcán y Espejo con los cantones menos desarrollados.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Agencias de viajes locales	4 meses

	operadores turísticos	Trabajar con operadores turísticos para ofrecer experiencias de calidad que abarquen todo el recorrido, desde las zonas más desarrolladas hasta las menos conocidas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Agencias de Viajes Locales	4 meses
--	-----------------------	--	---	---------

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
		Diseñar planes específicos para cada parque, reserva o área protegida, considerando su biodiversidad y características ecológicas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	3- 4 meses
Impulsar la creación de planes de manejo ambiental para garantizar la sostenibilidad de las áreas naturales, respondiendo a las amenazas ambientales.	Desarrollar un plan de manejo integral para cada área natural:	Incluir medidas preventivas y correctivas para reducir los impactos ambientales negativos, como la implementación de zonas de conservación y restauración.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial GAD's Cantonales	3 - 4 meses
		Identificar áreas degradadas dentro de las áreas naturales y diseñar planes para su restauración, como la reforestación o la recuperación de hábitats.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Empresarios	5 meses
	Desarrollar estrategias de restauración ecológica	Colaborar con organizaciones y voluntarios para llevar a cabo proyectos de restauración que involucren a la comunidad.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Empresarios	5 meses

	Promover la colaboración con organizaciones ambientales y gubernamentales	<p>Establecer alianzas con ONGs, universidades y organismos gubernamentales para obtener apoyo técnico y financiero en la implementación de los planes de manejo.</p> <p>Participar en redes nacionales e internacionales de conservación para compartir mejores prácticas y recursos.</p>	<p>Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial</p> <p>Mishell Pantoja Erika Quilumba Agencias de Viajes Locales GAD's Provincial</p>	<p>4 meses</p> <p>4 meses</p>
--	---	--	--	-------------------------------

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
		Realizar un estudio de campo para evaluar las principales rutas turísticas y las carencias de transporte en las zonas con mayor demanda.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	3- 4 meses
Enfrentar la falta de transporte turístico mediante alianzas con operadores privados y cooperativas locales.	Identificación de necesidades de transporte en las áreas turísticas	Determinar las características del transporte necesario (tipo de vehículos, capacidad, horarios de funcionamiento, etc.) para cada tipo de visitante.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Policía Nacional	3 - 4 meses
	Fomentar alianzas con operadores de transporte privado	Contactar a empresas de transporte privado (taxis, buses, vans) para establecer acuerdos que ofrezcan servicios turísticos en las rutas clave.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Empresas Privadas de transporte	5 meses

		Negociar tarifas preferenciales para turistas, con el fin de hacer accesible el transporte en las zonas más demandadas.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	5 meses
		Crear paquetes turísticos que incluyan transporte entre diferentes puntos de interés dentro de la región, integrando tanto transporte público como privado.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Agencias de viajes	4 meses
	Desarrollar paquetes turísticos con transporte incluido	Promocionar estos paquetes a través de agencias de viajes, plataformas digitales y en eventos turísticos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	4 meses

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
		Realizar un inventario de todos los atractivos turísticos en la provincia, enfocándose especialmente en aquellos que son menos conocidos pero que tienen un gran potencial.	Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial	3- 4 meses
Reforzar la promoción de los atractivos menos conocidos para distribuir la demanda turística y mejorar la competitividad.	Identificación y mapeo de atractivos menos conocidos	Crear un mapa interactivo o guía digital que resalte estos lugares y los detalles más atractivos de cada uno.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	3 - 4 meses
	Desarrollar contenido digital para	Crear videos, fotografías y blogs que muestren la belleza y singularidad de los atractivos menos conocidos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	5 meses

	promocionar estos lugares	Utilizar plataformas como Instagram, YouTube y TikTok para generar contenido visual atractivo que llegue a un público más amplio.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Influencers	5 meses
		Colaborar con influencers de viajes o creadores de contenido digital para que visiten los destinos menos conocidos y los promocionen en sus redes sociales.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Influencers	4 meses
	Establecer alianzas con influencers y creadores de contenido	Realizar visitas guiadas y generar experiencias inmersivas que los influencers puedan compartir con sus audiencias.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	4 meses

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	ACCIONES	INFORMANTE	TIEMPO
Realizar un diagnóstico conjunto con los GAD's sobre necesidades de infraestructura turística.		Organizar mesas de trabajo con los GAD's cantonales y provinciales para identificar las principales necesidades de infraestructura turística en la región.	Mishell Pantoja Erika Quilumba Arquitectos Municipales	6 meses
	Realizar un diagnóstico conjunto con los GAD's sobre necesidades de infraestructura turística.	Evaluar el estado actual de los recursos, como caminos, señalización, servicios básicos (agua, electricidad) y acceso a puntos turísticos.	Mishell Pantoja Erika Quilumba	3 - 4 meses

		<p>Crear planes para proyectos que utilicen materiales sostenibles y tecnologías ecológicas, como energía solar, reciclaje de aguas grises o construcción de edificios ecológicos.</p>	<p>Mishell Pantoja Erika Quilumba</p>	<p>5 meses</p>
Desarrollar proyectos de infraestructura	de	<p>Priorizar la construcción de infraestructura respetuosa con el medio ambiente, como senderos ecológicos, plataformas de observación de fauna y flora, y centros de interpretación.</p>	<p>Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial</p>	<p>5 meses</p>
		<p>Iniciar proyectos de rehabilitación de infraestructuras turísticas ya existentes, como senderos, miradores, o edificaciones, que necesiten ser actualizadas o restauradas.</p>	<p>Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial Entidades Públicas y Privadas</p>	<p>4 meses</p>
Implementar proyectos de mantenimiento de infraestructura turística existente	de	<p>Establecer un sistema de mantenimiento preventivo y regular para garantizar la durabilidad y funcionalidad de las infraestructuras turísticas.</p>	<p>Mishell Pantoja Erika Quilumba GAD's Provincial</p>	<p>4 meses</p>

4.2. DISCUSIÓN

En relación con el estudio realizado por Chalapud y Quiroz (2014), donde analizaron la oferta y la demanda turística en la ciudad de El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi, se identificó que no existe ningún mecanismo de seguimiento efectivo para el registro, evaluación y categorización de establecimientos turísticos en dicho cantón. Este hallazgo es un punto de partida relevante para la presente investigación, ya que evidencia una problemática estructural que se puede extender a otras localidades con características similares.

En concordancia con los resultados en esta investigación se confirma la falta de herramientas y procesos sistemáticos que permitan garantizar la calidad de la oferta turística. Durante la recolección de datos con entrevistas, encuestas y fichas de campo, se observó que la informalidad en la operación de establecimientos turísticos aún persiste, limitando no solo la adecuada prestación de servicios, sino también el desarrollo económico y social de la provincia.

Asimismo, este antecedente pone en evidencia la necesidad de implementar políticas públicas que permitan registrar, evaluar y categorizar de manera eficiente los establecimientos turísticos, con el fin de fomentar un mejor desarrollo turístico. La carencia de seguimiento identificada en esta investigación continúa siendo un desafío actual, lo cual refuerza la importancia de esta investigación al proponer mecanismos o estrategias que contribuyan a mejorar la oferta turística de la provincia del Carchi.

La comparación entre ambos estudios permite observar que, a pesar del tiempo transcurrido, el sector turístico aún carece de procesos estructurados de monitoreo y regulación. Este hecho plantea la necesidad de realizar intervenciones conjuntas entre los actores públicos y privados para fortalecer la planificación y gestión del turismo en la provincia, asegurando así un mejor desarrollo turístico.

El estudio realizado por Garrido y Lasso (2024) en la investigación "Facilidades y Oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo" identifica una problemática recurrente en destinos con potencial turístico bajo: la limitada e inadecuada oferta turística, cuya repercusión impacta directamente en el desarrollo del turismo. Adicionalmente, el estudio resalta la ineficiencia en la gestión y administración por parte de las autoridades locales, tanto predecesoras como

actuales, lo que evidencia la falta de planificación y liderazgo en la promoción y fortalecimiento de la oferta turística.

En cuanto a las conclusiones de la investigación, la ausencia de una relación significativa entre las facilidades y la oferta turística confirma que, aunque existan algunos recursos o facilidades, estos no se articulan adecuadamente para potenciar la oferta turística. Esta situación puede deberse a la falta de infraestructura, señalización, promoción y servicios complementarios, que son indispensables para el desarrollo de una oferta turística competitiva y atractiva. Además, el hecho de que las actividades ofertadas sean limitadas o, en algunos casos, no se desarrollen por completo, refleja una falta de compromiso y de visión estratégica por parte de los actores locales, lo cual incide directamente en la percepción del destino y en su capacidad para atraer visitantes.

Al relacionar estos hallazgos se observa una problemática similar, en la que la ineficiencia administrativa y la falta de planificación limitan el desarrollo integral del turismo. Esto evidencia que no basta con contar con recursos turísticos, sino que es necesario gestionar adecuadamente la infraestructura turística, señalética, marca para el cantón, y planta turística existente. Una adecuada administración de las facilidades, combinada con una oferta turística innovadora y completa, podría generar impactos positivos en el desarrollo económico y social de la provincia.

El estudio realizado por Calero (2023), titulado "Factores determinantes de la demanda turística en la provincia de Huánuco, región Huánuco, Perú", evidencia la importancia de factores económicos, gustos y preferencias, así como la promoción de los recursos turísticos como elementos clave que impulsan la demanda turística. Al analizar estos hallazgos en relación con la presente investigación, se observa que los factores económicos, el poder adquisitivo de los turistas y su predisposición a consumir productos turísticos son elementos esenciales para dinamizar el turismo en cualquier zona. Sin embargo, esta investigación resalta otro aspecto importante: la promoción de los recursos turísticos. Este hallazgo es crucial, ya que, aunque una región pueda contar con recursos turísticos, la falta de promoción limita su reconocimiento, reduciendo así la posibilidad de atraer turistas y dinamizar la economía local.

En el contexto de la investigación actual, los resultados obtenidos permiten reflexionar sobre cómo la promoción adecuada de los recursos turísticos puede contribuir a diversificar la oferta turística y satisfacer las preferencias del mercado. Los factores

económicos identificados como determinantes en el estudio también aplican en este caso, ya que, sin un ingreso adecuado por parte de la demanda, las visitas a destinos turísticos se ven limitadas, afectando directamente el desarrollo del sector.

Con la correlación positiva encontrada en la investigación entre la demanda y factores económicos sugiere que los gobiernos locales y actores turísticos deben implementar estrategias que no solo mejoren la oferta turística, sino también incentiven la participación económica de los visitantes, como mediante paquetes turísticos accesibles, promoción en mercados clave y creación de productos innovadores que respondan a los gustos y preferencias actuales.

Finalmente, los resultados del estudio refuerzan la idea de que un desarrollo integral del turismo no depende únicamente de los recursos disponibles, sino también de cómo se gestionan y promocionan estos en función de las necesidades del mercado.

El estudio ha evidenciado la diversidad de atractivos turísticos en la provincia del Carchi, así como la variedad de actividades y servicios de hospedaje disponibles. Se identificó que la oferta turística presenta un alto potencial de crecimiento, pero requiere estrategias efectivas de promoción y mejora en infraestructura para incrementar su competitividad.

Estos hallazgos son fundamentales para la toma de decisiones en el ámbito turístico, ya que permiten diseñar políticas y estrategias alineadas con las preferencias del consumidor y las condiciones económicas locales. La integración de estos factores contribuirá al fortalecimiento del sector turístico, incentivando una mayor demanda y generando un impacto positivo en la economía local.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Los resultados evidencian que el poder adquisitivo, los gustos y preferencias de los turistas, así como la accesibilidad de los servicios, son determinantes en el desarrollo de la demanda. Se identificó una relación positiva entre factores económicos y el interés turístico, lo que refuerza la necesidad de diseñar estrategias que incentiven la participación de los visitantes.
- Se constató que, aunque los destinos cuentan con atractivos turísticos relevantes, la ausencia de estrategias de promoción limita su reconocimiento en el mercado. Esta falta de visibilidad restringe tanto la demanda como el posicionamiento del destino.
- Se confirma la existencia de debilidades en infraestructura turística y planificación estratégica, lo que dificulta la experiencia de los visitantes y reduce la capacidad de atraer nuevos turistas.
- Se resalta la importancia de implementar proyectos y acciones que fortalezcan la promoción y accesibilidad del turismo en la provincia, asegurando su crecimiento sostenible a corto, mediano y largo plazo.
- Para fortalecer la planificación y gestión del turismo en la provincia del Carchi, se recomienda realizar intervenciones conjuntas entre los actores públicos y privados
- Se evidencia que la falta de estrategias de promoción limita el reconocimiento de los atractivos turísticos de la provincia del Carchi, lo que restringe tanto la demanda como el posicionamiento del destino.
- La escasa inversión en campañas de marketing turístico y el poco uso de tecnologías digitales dificultan la captación de nuevos mercados, ya que muchas empresas turísticas en Carchi no tienen presencia activa en redes sociales o plataformas digitales

5.2. RECOMENDACIONES

- Con base en los resultados de la investigación, se recomienda promover alianzas entre el sector público y privado para desarrollar proyectos específicos de inversión en infraestructura turística. Esto incluye la construcción y mejora de senderos, centros de información turística, accesibilidad para personas con movilidad reducida y modernización de servicios básicos en los principales atractivos.
- A partir de las entrevistas realizadas a jefes del departamento de turismo, se recomienda la implementación de señalización turística en los principales atractivos de la provincia. Esto debe incluir paneles informativos multilingües, mapas de orientación, señalética vial con distancias y tiempos estimados de llegada, así como códigos QR con información adicional sobre la historia y valor ambiental de los sitios.
- Se recomienda desarrollar una identidad visual y una marca turística para cada cantón, acompañada de una estrategia de promoción integral. Esto incluiría la difusión en redes sociales mediante campañas publicitarias segmentadas, la colaboración con influencers, la creación de contenido audiovisual atractivo y la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales para fortalecer el reconocimiento de la oferta turística de la provincia del Carchi.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álava, A. (2024). Turismo sostenible en Ecuador: Retos y oportunidades para un futuro resiliente. En A. Álava, *Turismo sostenible en Ecuador: Retos y oportunidades para un futuro resiliente*.
- Arandis, R. (22 de marzo de 2018). *Que es un recurso turístico un Analisis Delphi a la academia hispana*. Obtenido de Que es un recurso turístico un Analisis Delphi a la academia hispana: <file:///C:/Users/ACER/Downloads/Dialnet-QueEsUnRecursoTuristico-6913962.pdf>.
- Baldeon, F., Del Hierro, C., Fuentes, D., Game, N., Macías, C., Rivas, C., . . . Yáñez, D. (2019). Tendencias de turismo en el Ecuador. En *Tendencias de turismo en el Ecuador*. Samborondon.
- Bonilla, M., Gómez, R., & Ruiz, Y. (2022). *Planta turística*. Cartago.
- CESUGA. (2024). *¿Qué es la Arquitectura y sus características?* Obtenido de *¿Qué es la Arquitectura y sus características?*: <https://cesuga.com/que-es-la-arquitectura-y-sus-caracteristicas/>.
- Ecología Verde. (24 de octubre de 2019). *Ecosistema marino: qué es, características, flora y fauna*. Obtenido de *Ecosistema marino: qué es, características, flora y fauna*: <https://www.ecologiaverde.com/ecosistema-marino-que-es-caracteristicas-flora-y-fauna-2288.html>.
- Enciclopedia . (octubre de 04 de 2015). *Litoral*. Obtenido de Litoral: <https://www.significados.com/litoral/>.
- Enciclopedia Tematica . (2015). *Fenómeno Geológico*. Obtenido de Fenómeno Geológico: <https://knoow.net/es/ciencias-tierra-vida/geologia-es/fenomeno-geologico/>
- Escárcega, J. (2022). *Investigación de campo*.
- Espeleo Club Catello. (17 de noviembre de 2017). *Propuesta de la clasificación espeleogenética* . Obtenido de Propuesta de la clasificación espeleogenética :

:https://www.cuevascastellon.uji.es/articulos/berig17_clasificacionespeleogenetica.pdf.

Fidias, M. (2006). Tipo de investigación.

González, E., & Conde, E. (2022). Clasificación de la demanda turística. En M. Naranjo, & M. María, Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global.

Hoteles. (2024). Demanda turística. En Factores que influyen en la demnda turística.

INEC. (13 de Agosto de 2022). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.

Ley de turismo. (2015). Reglamento de alojamiento turístico. En Ley de turismo, Reglamento de alojamiento turístico (págs. 8-9).

Ley de Turismo. (2015). Reglamento general a la ley de turismo.

Ley de Turismo. (2018). Reglamento turístico de alimentos y bebidas. En Ley de Turismo, Reglamento turístico de alimentos y bebidas (págs. 7-8).

Ley de Turismo. (2022). Reglamento del registro de turismo para el transporte turístico. En Ley de Turismo, Reglamento del registro de turismo para el transporte turístico (págs. 4-6).

Life Insular . (2024). Las islas. Obtenido de Las islas: <https://www.lifeinsular.eu/cas/seccion/151/Ambitos-insulares.html>

Matos, A. (2020). Investigación Bibliográfica.

Ministerio de Turismo. (2022). Informe Anual de Turismo del Ecuador. En Ministerio de Turismo, Informe Anual de Turismo del Ecuador.

Ministerio de Turismo. (2023). Turismo en cifras.

Ministerio de Turismo. (2024).

Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). Turismo en Cifras. En Ministerio de Turismo del Ecuador, Turismo en Cifras.

MINTUR. (2024). Catastro de atractivos turísticos el Ecuador.

MINTUR. (2024). Catastro de servicios turísticos.

Naranjo, M., & Martinez, M. (2022). La oferta turística. En N. María, & M. María, La oferta turística.

National Geographic. (07 de julio de 2022). Que son los desiertos . Obtenido de Que son los desiertos : <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/desiertos>.

- OSTELEA. (OCTUBRE de 11 de 2020). Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos. Obtenido de Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-cultural-que-es-tipos-y-ejemplos>.
- Parra Meroño, M. C., & Beltran Bueno, M. A. (2017). Estrategias de marketing para destinos turísticos. En M. C. Parra Meroño, & M. A. Beltran Bueno, Estrategias de marketing para destinos turísticos.
- Perez, A. (2024). Explorando el acervo cultural: Concepto y significado en la cultura general. Obtenido de Explorando el acervo cultural: Concepto y significado en la cultura general: <https://antonioperezcarmona.es/acervo/>.
- Rosembla, F. (2020). Los Acontecimientos Programados como recurso turístico para la localidad de El Cóndor. Obtenido de Los Acontecimientos Programados como recurso turístico para la localidad de El Cóndor: <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5610/TEISIS%20ROSEMBLAT%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Un%20evento%20programado%20ofrece%20en,bailes%20o%20m%C3%BAsica%2C%20entre%20otras>.
- Santos, R. (2020). Turismo rural en Ecuador. En R. Santos, Turismo rural en Ecuador .
- Turismo y Hotelería. (2024). La demanda turística. En Turismo y Hotelería, La demanda turística.

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC

UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE:	PANTOJA HERNÁNDEZ LINA MISHELL	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0450149000
PERIODO ACADÉMICO:	2025A		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC.ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA	DOCENTE TUTOR:	MSC.JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE:	MSC.GUSTAVO ARMANDO LUCERO		
TEMA DEL TIC:	'ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL LA PROVINCIA DEL CARCHI'		


No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	8,00	Revisar la redacción del objetivo general y la pregunta de investigación 1
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,00	
3	METODOLOGÍA	7,67	Explicar de forma clara y coherente la metodología utilizada
4	RESULTADOS	7,00	Evidenciar los resultados del objetivo 1
5	DISCUSIÓN	1,00	No se explico la discusión
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	1,00	No se explicaron las conclusiones y recomendaciones
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,67	Exponer de forma técnica utilizando de manera adecuada el tiempo
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,67	

Obteniendo una nota de: **7,03** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitida por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **martes, 20 de mayo de 2025**


MSC.ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC.JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE TUTOR


MSC.GUSTAVO ARMANDO LUCERO
DOCENTE



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE:	QUILUMBA QUILUMBA ERIKA LIZBETH	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1005028467
PERIODO ACADÉMICO:	2025A		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC.ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA	DOCENTE TUTOR:	MSC.JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE:	MSC.GUSTAVO ARMANDO LUCERO LIMA		
TEMA DEL TIC:	"ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL LA PROVINCIA DEL CARCHI"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	8,00	Revisar la redacción del objetivo general y la pregunta de investigación 1
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,00	
3	METODOLOGÍA	7,67	Explicar de forma clara y coherente la metodología utilizada
4	RESULTADOS	7,00	Evidenciar los resultados del objetivo 1
5	DISCUSIÓN	1,00	No se explico la discusión
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	1,00	No se explicaron las conclusiones y recomendaciones
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,67	Exponer de forma técnica utilizando de manera adecuada el tiempo
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,67	

Obteniendo una nota de: **7,03** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **martes, 20 de mayo de 2025**


MSC.ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC.JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE TUTOR


MSC.GUSTAVO ARMANDO LUCERO LIMA
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND
NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Pantoja Hernández Lina Mishell y Quilumba Quilumba Erika Lizbeth				
DATE: Jueves, 22 de mayo de 2025				
Topic: "Estudio de la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o
Investigación.**

Autor: Pantoja Hernández Lina Mishell y Quilumba Quilumba Erika Lizbeth

Fecha de recepción del abstract: Jueves, 22 de mayo de 2025

Fecha de entrega del informe: Jueves, 22 de mayo de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.



Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente

MA. Martha Viveros
Docente responsable del
CIDEN

Anexo 3. Validación de instrumentos para levantamiento de información

	 POLITÉCNICA DEL CARCHI <small>EDUCAMOS PARA TRANSFORMAR EL MUNDO</small>
FORMATO PARA LA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS	
PARTE I: DATOS DEL EVALUADOR	
EVALUADOR (A):	Jairo Mauricio Guevara Rosero
GRADO ACADÉMICO:	Cuarto nivel
ESPECIALIDAD:	Planificación y Desarrollo de Destinos Turísticos
PARTE II: INFORMACIÓN SOBRE LA INVESTIGACIÓN	
AUTOR/ES:	Pantoja Hernández Lina Mishell Quilumba Quilumba Erika Lisbeth
TÍTULO DEL TRABAJO:	Estudio de la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi
OBJETIVO GENERAL:	Analizar la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none">• Diagnosticar la situación actual de la oferta turística de la provincia del Carchi.• Determinar los factores de la demanda turística de la provincia del Carchi.• Establecer estrategias de mejoramiento de la oferta turística de la provincia del Carchi.
PROPÓSITO DEL INSTRUMENTO:	Diagnosticar la situación actual de la oferta turística de la provincia del Carchi.
INSTRUCCIONES:	
1.- Realice las observaciones que correspondan al instrumento	
2.- Certifique su constancia de validación	
Calle Antisana y Av. Universitaria Telf: (06) 2980837 - 2984435 info@upec.edu.ec www.upec.edu.ec Tulcán - Ecuador	



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Jairo Guera con número de cedula 0401400940, de profesión Ing. en Turismo y Hotelería y grado académico de 4to. Nivel en Desarrollo de destinos Turísticos, ejerciendo actualmente como Docente en la Carrera de Turismo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento de investigación, a los efectos de su aplicación para el desarrollo del trabajo de investigación: Estudio de oferta y demanda, diseñado por el/los investigador/es Pantiga H + Quimbamba E. y luego de hacer las observaciones pertinentes, considero que la validez de este instrumento es:



	Alta con casi ningunas correcciones
<input checked="" type="checkbox"/>	Solo se logra realizando los cambios sugeridos antes de su aplicación
<input type="checkbox"/>	Muy baja, por lo que no se recomienda su aplicación

En Tulcan, a los 28 días del mes de Junio del 2024

Firma del experto/a

Calle Antisana y Av. Universitaria
Telf: (06) 2980837 - 2984435
info@upec.edu.ec
www.upec.edu.ec
Tulcán - Ecuador

Anexo 4. Entrevista aplicada a técnicos de turismo de cada cantón



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE TURISMO

Instrumento de Recolección de Información

Dirigido a: Técnico de turismo del GAD's cantonal *Entrevista*

Reciba un cordial saludo de Mishell Pantoja y Erika Quilumba estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi nos encontramos realizando el trabajo de integración curricular con enfoque en investigación de tema: Estudio de la oferta y demanda turística de la provincia del Carchi. *Objetivo de la entrevista.*

Estructura del Instrumento
- Objetivos
- Nombre del entrevistado

La presente entrevista se la realizará con el fin de recolectar información de la oferta turística del cantón, para dar cumplimiento a nuestro objetivo general y objetivos específicos.

1. ¿Qué tipo de actividades naturales oferta el cantón? ✓
2. ¿Qué tipo de actividades culturales oferta el cantón? ✓
3. ¿Cuál es su opinión sobre la diversidad y calidad de la gastronomía local en el cantón para ofrecer a los turistas una experiencia culinaria auténtica y satisfactoria? ✓
4. ¿Cómo describiría la variedad y condiciones de los alojamientos disponibles en el cantón para los turistas? ¿Considera que cumplen con las expectativas de comodidad y servicios para los visitantes? ✓
5. ¿Cómo evaluaría la calidad y disponibilidad de los servicios de transporte público y turístico en el cantón para satisfacer las necesidades de los visitantes? ✓
6. ¿De la línea de transporte público cuál de ellos llegan a los atractivos? ✓
7. ¿Desde su perspectiva como cree que se encuentra el mantenimiento de las áreas públicas del cantón, como parques, plazas, calles principales y servicios básicos? ✓
8. ¿Qué opina sobre la accesibilidad, calidad y atención en los servicios de salud disponibles en el cantón? ✓
9. ¿Cómo evaluaría la claridad y efectividad de la señalización turística en su cantón para orientar a los visitantes y mejorar su experiencia de viaje? ✓
10. ¿El cantón cuenta con puntos de información turística? ✓
11. ¿Considera que los puntos de información turística en el cantón ofrecen la información necesaria y están bien ubicados para ayudar a los turistas a disfrutar de su estadía? ✓
12. ¿Qué campañas o proyectos se realiza ^{en} el Cantón que permitan promocionar cada uno de los lugares turísticos del cantón? ✓

Calle Antisana y Av. Universitaria
Telf: (06) 2980837 - 2984435
info@upec.edu.ec
www.upec.edu.ec
Tulcán - Ecuador

- no.- Cómo promocionan cómo ustedes hacen conocer los lugares turísticos para que los turistas puedan llegar, y estos sean conocidos?

13. ¿Existe un plan de marketing para la imagen turística del cantón? ✓

¿Qué presupuesto anual está designado? *? para promoción*

14. ¿Qué actividades de promoción turística han realizado este año 2024?

15. ¿El cantón cuenta con una marca turística?

en el periodo de gobierno

- Si. - explique como es

- No. - han pensado crear una ?

16. ¿Cómo considera que la imagen turística se encuentra actualmente?

17. ¿Desde el municipio que marco legal se ha establecido para la gestión del turismo? (ordenanzas municipales) ✓

→ 18. Los atractivos cuenta con permisos y licencias para su funcionamiento? (permisos municipales y del MINTUR) *EUT - LUAF*

Servicios

19. ¿Desde los GAD's cómo analizan la demanda turística en el cantón? Me gustaría saber qué métodos y herramientas utilizan para evaluar el número y perfil de los visitantes, así como las tendencias y patrones de la actividad turística en el cantón.

Estimado (nombre del entrevistado), agradecemos por dedicar su valioso tiempo para responder esta entrevista.

20. ¿Cuentan con un registro de visitantes?

Anexo 5. Formato de encuesta aplicadas a turistas

The image shows a screenshot of a Microsoft Forms survey titled "Perfil del turista que visita la provincia del Carchi 2023". The survey is marked as "Obligatorio" (Mandatory). The current question is "12. Este viaje principalmente, ¿con quién lo realizó?" (This trip primarily, with whom did you travel?). The options are: Solo, Amigos, Pareja, and Familia. The next question is "13. ¿Cómo fue su forma de viaje?" (How was your mode of travel?), with the option "Viaje organizado (Agencia de viajes)". The survey is displayed in a browser window with the URL "forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=yb5CCitz0UWXfTuNOsmMK4z5-3PJaB1Og7Ccas6sQG5URUZKQV/NQOU1VExCMkJaS...". The Windows taskbar at the bottom shows the search bar, task view, and several open applications including a browser, a document titled "TIC_Mishell_y_Erika...", and a file named "tesis". The system tray shows the language set to "ESP" and the time as "16:41".

Perfil del turista que visita la provincia del Carchi 2023
* Obligatorio

Preferencias de viaje

12. Este viaje principalmente, ¿con quién lo realizó? *

Solo

Amigos

Pareja

Familia

13. ¿Cómo fue su forma de viaje? *

Viaje organizado (Agencia de viajes)

Anexo 7. Fichas de servicios de hospedaje turístico

Autoguardado ATRACTIVOS

Archivo Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Automatizar Programador Ayuda

Comentarios Compartir

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición Complementos

A1 Cantón

Cantón	Parroquia	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Tipo de Parroquia	Dirección	Referencia de Dirección
ESPEJO	LA LIBERTAD	ESPELETIA LODGE	HOSTERÍA	3 Estrellas	rural	PRINCIPAL, bosque polytepis, km 14	SECTOR EL CAUCHO EN EL BOSQUE
ESPEJO	EL ÁNGEL	POLYLEPIS LODGE	HOSTERÍA	4 Estrellas	urbana	PRINCIPAL, N/A, S/N	A SEIS KILOMETROS DE LA IGLESIA JE
MIRA	JIJÓN Y CAAMAÑO	MONTENATURA	HOSTERÍA	3 Estrellas	rural	CASERIO LA PRIMAVERA, VIA A CHICAL	SECTOR LA PRIMAVERA A 700M DE U
MIRA	JIJÓN Y CAAMAÑO	HACIENDA PRIMAVERA	HOSTERÍA	4 Estrellas	rural	PRINCIPAL, SN	A CUATRO CUADRAS DE LA ESCUELA
MONTUFAR	GONZÁLEZ SUÁREZ	GABRIELITA	HOSTAL	2 Estrellas	urbana	MEJIA, LOS ANDES, S/N	A UNA CUADRA DEL TERMINAL TERR
MONTUFAR	GONZÁLEZ SUÁREZ	SAN FRANCISCO	HOTEL	2 Estrellas	urbana	27 DE SEPTIEMBRE, MONTALVO, S/N	FRENTE AL TERMINAL TERRESTRE
MONTUFAR	GONZÁLEZ SUÁREZ	HOTEL SAN MARTIN	HOTEL	2 Estrellas	urbana	CARRERA MONTUFAR, MEJIA, S/N	A UNA CUADRA Y MEDIA DE LA ESCU
MONTUFAR	GONZÁLEZ SUÁREZ	BLACK HOUSE HOSTAL	HOSTAL	3 Estrellas	urbana	Av. Ulpiano Roeso, Los Andes, S/N	Frente Casa Barrial Santa Clara, fe
SAN PEDRO	HUACA	DANTE CAMPAMENTO MIRADOR	CAMPAMENTO TURÍSTICO	Categoría única	urbana	VIA CERRO MIRADOR, S/N, S/N	JUNTO AL CERRO MIRADOR
SAN PEDRO	HUACA	LA RUECA	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	urbana	8 DE DICIEMBRE, COLON, SN	DIAGONAL A LA ESCUELA SANTA MAI
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	HOTEL FLOR DE LOS ANDES	HOTEL	2 Estrellas	urbana	SUCRE, JUNIN, 0	A UNA CUADRA DEL PARQUE CENTR
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	CASTILLO	HOSTAL	1 Estrella	urbana	AVENIDA MANABI, GUATEMALA, SN	JUNTO AL COMANDO DE POLICIA
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	HOSTAL CASA NOVA	HOSTAL	1 Estrella	urbana	Panama, Sucre, Sn	Junto a los Taxis de Rumichaca
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	ESPINDOLA	HOTEL	3 Estrellas	urbana	SUCRE, AYACUCHO, SN	FRENTE A LA DIRECCION DE SALUD
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	04	HOSTAL	2 Estrellas	urbana	CHIMBORAZO, SUCRE, S/N	FRENTE CENTRO COMERCIAL POPUL
TULCÁN	TULCÁN	BELLA VENEZIA	HOSTAL	3 Estrellas	urbana	CENTENARIO, JUAN RAMON ARELLAN	JUNTO AL TERMINAL
TULCÁN	TULCÁN	MI MADRIGAL	HOSTAL	1 Estrella	urbana	Vicente Roca fuerte, Sucre, 040102	Al frente del Parqueadero San Migu
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	HOTEL PALACIO IMPERIAL	HOTEL	4 Estrellas	urbana	SUCRE, PICHINCHA, Sin numero	DIAGONAL A LA IGLESIA CATEDRAL
TULCÁN	TULCÁN	HOTEL SAN MIGUEL	HOTEL	2 Estrellas	urbana	SUCRE, ROCAFUERTE, S/N	A DOS CUADRAS DE LA IGLESIA LA CA
TULCÁN	TULCÁN	LOS ALPES	HOSTAL	2 Estrellas	urbana	AV. JUAN RAMON ARELLANO, AV. VEIN	FRENTE AL TERMINAL TERRESTRE
TULCÁN	GONZÁLEZ SUÁREZ	GOLDEN CORAL	HOTEL	3 Estrellas	urbana	AV. CORAL, ENTRE ARGENTINA Y CHIL	A CIEN METROS DEL AKI

ATRACTIVOS ACTIVIDADES HOSPEDAJE RESTAURACION

Listo Accesibilidad: todo correcto

14°C 16:55

Anexo 8. Fichas de servicios de restauración turística

A	B	C	D	E	F	G
Cantón	Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Tipo de Parroquia	Dirección	Referencia de Dirección
1	SAN PEDRO DE HUACA	RESTAURANTE	(1) Un tenedor	urbana	PANAMERICANA NORTE, JUAN MONTALVO, S/N	FRENTE A LA ESCUELA MANUEL MARIA VELASCO
2	MONTUFAR	RESTAURANTE	(2) Dos tenedores	urbana	RIO CHAMBO, RIO BABAHOYO, S/N	
3	MIRA	CAFETERIA	(1) Una taza	urbana	EUGENIO ESPEJO, CHONTAHUASI, sn	A UNA CUADRA DEL MUNICIPIO
4	MIRA	RESTAURANTE	(2) Dos tenedores	urbana	LUIS OSWALDO PEREZ, GALO ROSERO, s/n	FRENTE A LA UNIDAD JUDICIAL MULTICOMPETENTE
5	MIRA	RESTAURANTE	(1) Un tenedor	urbana	PRINCIPAL	COMUNIDAD CHINANBI A OCHOCIENTOS METROS DE LA IGLESIA DE ROCAFUERTE
6	ESPEJO	BAR	(1) Una copa	urbana	JOSE BENIGNO GRIJALVA Y AV ESPEJO	
7	BOLIVAR	CAFETERIA	(1) Una taza	urbana	SUCRE, PATINO, S/N	FRENTE AL COLISEO JULIO CESAR ROBLES CASTILLO
8	BOLIVAR	RESTAURANTE	(1) Un tenedor	urbana	BUENOS AIRES, CUAYACUIL, sn	A DOS CUADRAS DEL PARQUE PRINCIPAL
9	TULCAN	CAFETERIA LA CASA NUESTRA	(1) Una taza	urbana	BOYACA, MALDONADO, 170	A MEDIA CUADRA DEL COLEGIO SACRADO CORAZON DE JESUS
10	TULCAN	CEVICHERIA 4 ASES	(1) Un tenedor	urbana	PANAMA, COTOPAXI, SN	A 50 METROS DE LA CASA DE LA CULTURA
11	TULCAN	RESTAURANTE LA OLLA	(1) Un tenedor	urbana	PANAMERICANA NORTE E35, KM 1, S/N	A 1 KM DEL PUENTE INTERNACIONAL RUMICHACA
12	TULCAN	COMIDAS TIPICAS MAMA ROSITA	(1) Un tenedor	urbana	AV. CORAL, ROBERTO GRIJALVA, S/N	A MEDIA CUADRA DEL COMERCIAL AKI
13	TULCAN	RESTAURANTE CAFETERIA LUMAR	(2) Dos tenedores	urbana	PICHINGHA, ROCAFUERTE, SN	EN EL HOTEL LUMAR
14	TULCAN	LA CLEMENTINA	(1) Una taza	urbana	10 DE AGOSTO, COLON, S/N	FRENTE A LA DIRECCION DE EDUCACION
15	TULCAN	SHOTERS DUFF	(1) Una copa	urbana	AV. CORAL Y BRASIL	
16	TULCAN	EL KORRALITO DEL POLLO	(1) Un tenedor	urbana	AV CORAL, BOLIVIA, SN	DIAGONAL AL PARQUE BOLIVIA
17	TULCAN	IFC	(1) Un tenedor	urbana	AV VEINTIMILLA, AV ANDRES BELLO, SN	FRENTE A ECU 911
18	TULCAN	WABI SABI SUSHI	(1) Un tenedor	urbana	10 DE AGOSTO, ESMERALDAS, 11A53	A UNA CUADRA DEL SUBCENTRO DE SALUD
19	TULCAN	EL MARQUES	(1) Un tenedor	urbana	RIO APAQUIL, RIO BOBO, S/N	A CIEN METROS DE BODEGAS TRANSBOLIVARIANA
20	TULCAN	CASA CHINA RESTAURANTE	(2) Dos tenedores	urbana	VEINTIMILLA, PASAJE ATAHUALPA, s/n	A UNA CUADRA DEL REDONDEL DEL CIVISMO
21	TULCAN	D'MIMOS	(1) Una taza	urbana	AV VEINTIMILLA, SAN MARCOS, SN	A MEDIA CUADRA DE CUARTEL GALO MOLINA
22	TULCAN	HEALTH FOOD GO	(1) Un tenedor	urbana	BOYACA, ENTRE RAFAEL ARELLANO Y BOLIVIA, SN	A MEDIA CUADRA DEL MERCADO CENTRAL
23	TULCAN	PITS & COFFEE	(1) Una taza	urbana	AV. CORAL, GONZALEZ SUAREZ, SN	JUNTO AL SUPERMERCADO GRAN AKI
24	TULCAN	FORTUNAZ	(1) Un tenedor	urbana	AV. VEINTIMILLA, AV. ANDRES BELLO, S/N	FRENTE AL REDONDEL DEL MINGUERO
25	TULCAN	LOS CEJICHES DE LA RUMINAHUI	(3) Tres tenedores	urbana	CALDERON, CHILE, sn	A UNA CUADRA DEL GRAN AKI
26	TULCAN	EXTRAPAN # 2	(2) Dos tenedores	urbana	AV. CORAL Y RICARDO DEL HIERRO	
27	TULCAN	LA PARADETA DE MARTA	(1) Un tenedor	urbana	Avenida Coral, Paraguay, S/N	A 150 metros del Mercado Ceplia

Anexo 9. Evidencias del proceso de recolección de información



Figura 23. Entrevista GAD's Tulcán



Figura 24. Entrevista GAD's Espejo



Figura 25. Entrevista GAD's Montúfar

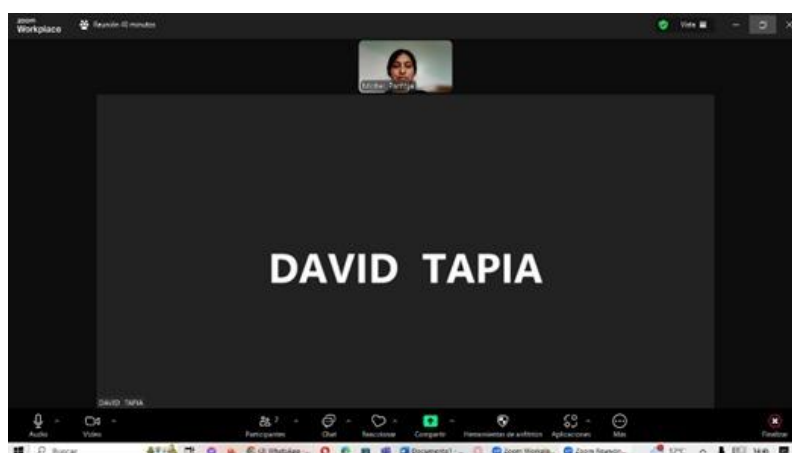


Figura 26. Entrevista GAD's Mira