

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “Oferta y demanda turística en el ACUS Chinambí”

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

AUTORA: Batallas Ramírez Joselin Anabel

TUTOR: Ing. Lucero Lima Gustavo A, MSc.

Tulcán, 2026.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Batallas Ramírez Joselin Anabel con el número de cédula 1005027188 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Oferta y demanda Turística en el ACUS Chinambi"

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. Lucero Lima Gustavo A, MSc.

TUTOR

Tulcán, marzo de 2026

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Batallas Ramírez Joselin Anabel con cédula de identidad número 1005027188 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Batallas Ramírez Joselin Anabel

AUTORA

Tulcán, marzo de 2026

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Batallas Ramírez Joselin Anabel declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Oferta y demanda turística en el ACUS Chinambi" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Batallas Ramírez Joselin Anabel

AUTOR

Tulcán, marzo de 2026

AGRADECIMIENTO

A Dios, por concederme el don de la vida, por brindarme la fortaleza espiritual, la esperanza y la oportunidad de despertar cada día con la motivación necesaria para continuar y volver a empezar con buena actitud.

A mi familia, por ser el pilar fundamental de mi vida, por su apoyo incondicional, comprensión, paciencia y amor constante.

A mis docentes, que han aportado con su profesionalismo hacia la realización de este proyecto y a mi vida profesional.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de manera directa o indirecta, aportaron con su tiempo, consejos y apoyo para culminación de este trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, de manera especial, a mi familia, quienes han sido el pilar fundamental de mi vida y el mayor apoyo en cada etapa de mi formación académica. En especial, a mi padre, Pablo Batallas, a quien considero uno de los mejores padres del mundo y a mi madre, Doris Ramírez una mujer responsable, luchadora y perseverante, cuyo apoyo y enseñanzas han sido fundamentales para alcanzar este logro.

A mis cinco hermanos, Jonathan, Kevin, Winston, Belén y Jennifer, quienes han sido y siempre serán una parte esencial de mi vida, brindándome motivación, compañía y fortaleza para seguir adelante en los momentos de mayor dificultad.

Asimismo, dedico este trabajo a mis docentes, quienes me han impartido conocimientos sólidos y valores que no solo contribuyen a mi formación como profesional del turismo, sino también a mi crecimiento como persona.

ÍNDICE

RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
I. EL 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	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. MARCO TEÓRICO	22
2.2.1. Mercado turístico.....	22
2.2.2. Oferta turística.....	23
2.2.3. Oferta en áreas protegidas.....	25
2.2.4. Demanda turística.....	25
2.2.5. Estructura del mercado turístico.....	26
2.2.6. ACUS.....	27
2.2.7. ACUS de Chinambí	27
2.2.8. Plan de mejora	28
III. METODOLOGÍA	29
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	29
3.1.1. Enfoque.....	29

3.1.2. Tipo de Investigación.....	29
3.2. IDEA A DEFENDER	31
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	32
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	33
3.4.1. Técnicas.....	33
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	34
3.5.1. Población y muestra	34
3.5.2. Instrumentos de investigación	35
3.5.3. Procesamiento y análisis de datos.....	36
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
4.1. RESULTADOS	37
4.1.1. Resultados de la matriz de control de los servicios de alojamiento.....	37
4.1.2. Análisis e interpretación de resultados	38
4.1.3. Resultados de las fichas de categorización de atractivos turísticos.....	39
4.1.4. Resultados de las entrevistas a actores comunitarios	41
4.1.5. Resultados de las encuestas a turistas del ACUS Chinambí.....	46
4.1.6. FODA del ACUS Chinambí.....	59
4.1.7. Plan de mejora basado en el análisis de oferta y demanda.....	61
4.2. DISCUSIÓN	62
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
5.1. CONCLUSIONES.....	64
5.2. RECOMENDACIONES.....	65
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
VII. ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	32
Tabla 2. Matriz de control resumida sobre los servicios	37
Tabla 3. Porcentajes de cumplimiento/incumplimiento	38
Tabla 4. Resultados resumidos de las fichas de categorización	40
Tabla 5. Triangulación de las entrevistas a actores comunitarios.....	42
Tabla 6. Análisis FODA ACUS Chinambí	60
Tabla 7. Cruce del FODA ACUS Chinambí.....	60
Tabla 8. Propuesta de plan de mejora del ACUS Chinambí.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de explicación de la creación de oferta turística	24
Figura 2. País de residencia actual.....	46
Figura 3. Ciudad de residencia actual	47
Figura 4. Género	47
Figura 5. Nivel de estudios	48
Figura 6. Edad.....	48
Figura 7. Estado civil.....	49
Figura 8. Ocupación actual.....	49
Figura 9. Número de personas que conviven en su hogar	50
Figura 10. Con quién realizó el viaje	50
Figura 11. Forma de viaje.....	51
Figura 12. Motivo del viaje	51
Figura 13. Principales actividades.....	52
Figura 14. Actividades de naturaleza y turismo rural realizadas	52
Figura 15. Medio de transporte	53
Figura 16. Días de permanencia visitando Carchi	53
Figura 17. Tipo de alojamiento	54
Figura 18. Gasto promedio diario por persona.....	54
Figura 19. Gasto promedio por persona en transporte.....	55
Figura 20. Gasto promedio diario en actividades turísticas	55
Figura 21. Calificación como destino turístico	56
Figura 22. Calificación de la infraestructura.....	56
Figura 23. Calificación de indicadores del destino turístico	57

Figura 24. Calificación de indicadores de la imagen turística	57
Figura 25. Ingreso económico	58
Figura 26. Gasto promedio diario por persona en Hospedaje	58
Figura 27. Visita a la provincia del Carchi	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	71
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas	72
Anexo 3. Ficha de requisitos en establecimientos turísticos.....	74
Anexo 4. Ficha de categorización de recursos turísticos.....	76
Anexo 5. Resultados de evaluación.....	78

RESUMEN

El documento actual analiza la oferta y demanda turística del Área de Conservación y Uso Sustentable (ACUS) Chinambí, con el fin de elaborar un plan de mejora que aporte a la actividad turística sostenible territorial. La metodología aplicada tiene un enfoque mixto al incluir encuestas para turistas, entrevistas hacia actores de la comunidad, fichas de categorización de los atractivos y matrices de control de establecimientos turísticos. Los resultados arrojaron que, el ACUS Chinambí tiene un potencial alto a nivel de sitio turístico natural y comunitario, sin embargo, la oferta turística tiene falencias de fondo, sobre todo en aspectos como la infraestructura, señalética, servicios de alojamiento y accesibilidad, ya que la mayor parte de los establecimientos únicamente cumplen de manera parcial con los requerimientos turísticos, lo que puede limitar la calidad de los servicios demandados por los turistas. Así también, los atractivos de mayor importancia son la Ruta de las Cascadas y el Festival de Anfibios, y otros sitios como la Cascada de la Finca el Refugio son menos concurridos por la falta de accesibilidad y difusión publicitaria. Así también, se observó que, la demanda se integra por turistas jóvenes que les gusta la naturaleza, sin embargo, no se encuentran del todo satisfechos por las limitaciones antes mencionadas. Se concluye que, el desarrollo turístico del ACUS Chinambí necesita una pronta intervención integral que ayude a la mejora de la calidad de servicios, diversificación de actividades y fomento promocional de aumento de la demanda turística para lograr la sostenibilidad en el sector.

Palabras Claves: oferta, demanda, turismo, plan mejora, intervención integral.

ABSTRACT

This document analyzes the tourism supply and demand of the Chinambí Conservation and Sustainable Use Area (ACUS) to develop an improvement plan that contributes to sustainable tourism in the region. The methodology employed is a mixed-methods approach, including tourist surveys, interviews with community stakeholders, attraction categorization forms, and monitoring matrices for tourism establishments. The results indicate that the Chinambí ACUS has high potential as a natural and community-based tourism site. However, the tourism offerings have fundamental shortcomings, particularly in areas such as infrastructure, signage, lodging services, and accessibility. Most establishments only partially meet tourism requirements, which can limit the quality of services demanded by tourists. Furthermore, the most important attractions are the Waterfall Route and the Amphibian Festival, while other sites, such as the Finca el Refugio Waterfall, are less frequented due to a lack of accessibility and advertising. It was also observed that the demand is comprised of young tourists who enjoy nature; however, they are not entirely satisfied due to the aforementioned limitations. It is concluded that the tourism development of the Chinambí Sustainable Urban Conservation Area (ACUS) requires prompt and comprehensive intervention to improve service quality, diversify activities, and promote increased tourism demand in order to achieve sustainability in the sector.

Keywords: supply, demand, tourism, improvement plan, comprehensive intervention.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades productivas de diversos países, que se clasifica en un paradigma de ocio siendo este en pleno siglo XXI un objeto de consumo. Por lo tanto, el turismo es un aspecto que se ha fomentado en los últimos tiempos, principalmente desde la segunda mitad del siglo XX, pues se forma por instituciones que ofertan bienes y servicios a turistas.

Por otro lado, una oferta turística es la mezcla de productos y servicios que consideran al cliente que requiere una visita turística. El fin de la oferta de turismo es lograr satisfacer los requerimientos de un turista, por cuanto, se debe crear un paquete de servicios para ver las necesidades reales del turista y hacer que lo que se le ofrece esté acorde con ello (Naranjo y Martínez, 2022). En la actualidad, por motivos de la globalización, según Carrillo (2020) los turistas necesitan de una oferta especializada, donde se amplíen los servicios y no solo sea un entorno monocultural. Por esto, la oferta de turismo actualmente oferta diversos productos y servicios, así como actividades variadas, en los cuales el visitante es quien toma la decisión del tiempo y las actividades que puede realizar. Por otra parte, se encuentra la demanda turística, constituida un instrumento base para decidir dentro del entorno turístico, además permite el desarrollo económico de las naciones. Por lo tanto, la demanda turística debe entenderse desde su planteamiento, enfoque, modelo de pronóstico, segmentos, impactos, además de las nuevas tendencias de los últimos tiempos. Es de esta forma que, el turismo tiene relevancia con relación a cómo se comporta la demanda y cómo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, pues hay aspectos clave en la actividad de servicios, que han de adaptarse a la cantidad y la calidad de los servicios para dar una adecuada experiencia a los visitantes.

En el caso del Ecuador, la demanda de profesionales turísticos tiene diversas entradas, pero actualmente se dispone un aproximado de 83.635 puestos de trabajo para profesionales de turismo (CEUPE, 2020). Por otro lado, en la pandemia hubo una reducción significativa de la demanda turística, pero en post pandemia habido una recuperación de la demanda turística fortaleciéndose como un destino de crecimiento en Sudamérica, lo que incrementa tanto a turistas nacionales como internacionales. En el ACUS Chinambí se han intervenido actualmente predios de

comunidades como la de San Patricio y San Jacinto para trabajar y restaurar el lugar para que sea más atractivo al sector turístico (Fundación Altropico, 2025).

Por lo tanto, se hace indispensable hablar de la oferta y demanda turística del ACUS Chinambí con la idea de entender tanto la percepción del turista sobre los servicios recibidos, así como la de los comuneros del lugar para ver su punto de vista sobre la oferta turística actual y qué hace falta por mejorar para incrementar la demanda de visitantes.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las zonas protegidas han sido reconocidas globalmente como instrumentos esenciales para la preservación de la biodiversidad y la salvaguardia de ecosistemas en peligro. De acuerdo con la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN) y Dudley (2008) definen a las áreas protegidas como "un espacio geográfico claramente delimitado, reconocido, dedicado y administrado, a través de medios legales u otros, para lograr la conservación a largo plazo de la naturaleza con servicios ecosistémicos asociados y valores culturales". A lo largo de las últimas décadas, se ha incrementado la atención hacia estos territorios no solo por su importancia en la conservación ambiental, sino también por su rol en el desarrollo de un turismo sostenible. Sin embargo, el desarrollo turístico dentro de las áreas protegidas plantea una serie de retos inherentes relacionados con la oferta y demanda turística, la capacidad de carga, y la capacidad de las administraciones locales para equilibrar la conservación con la explotación económica.

Por otro lado, en América Latina, las áreas protegidas como el Parque Nacional Galápagos en Ecuador y el Parque Nacional Torres del Paine en Chile han logrado consolidarse como destinos turísticos internacionales, demostrando el potencial de las áreas protegidas para atraer a turistas interesados en la naturaleza y la conservación. Según Velázquez et al. (2021) estas áreas han implementado estrategias efectivas para gestionar tanto la oferta turística como la demanda, incluyendo la regulación del número de visitantes, la creación de infraestructuras sostenibles y la promoción del turismo responsable.

Sin embargo, la creciente demanda turística en estos sitios ha comenzado a generar preocupaciones sobre la capacidad de los ecosistemas para soportar el flujo continuo de visitantes sin sufrir daños irreversibles.

Dentro de Ecuador, las Áreas de Conservación y Uso Sustentable (ACUS) se han establecido como territorios estratégicos que buscan equilibrar la preservación de la biodiversidad con el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales. Estas

zonas, administradas a nivel regional o provincial, permiten la aplicación de actividades productivas sostenibles, como el ecoturismo, que contribuyen tanto a la protección de los ecosistemas como al bienestar financiero de sus habitantes. De acuerdo con el Ministerio del Ambiente y Agua (2020) las ACUS desempeñan un rol fundamental en la salvaguardia de especies endémicas y en la mitigación de los efectos del cambio climático, al tiempo que brindan oportunidades de desarrollo turístico. Sin embargo, como destacan autores como García y Sánchez (2019), “la falta de planificación y normativa adecuada en la oferta y demanda turística dentro de estas zonas puede llevar a su sobresaturación, poniendo en peligro la integridad de los ecosistemas y la viabilidad del turismo a largo plazo”. En este contexto, el desafío central para las ACUS en Ecuador radica en desarrollar un modelo de gestión que garantice la sustentabilidad, alineando la protección ambiental con un turismo responsable que responda tanto a la demanda interna como externa.

En la provincia de Carchi, cuatro áreas protegidas destacan por su relevancia ecológica y su potencial turístico: el área de conservación municipal Cordillera Oriental, la Reserva Ecológica El Ángel, el ACUS Chinambí y el ACUS Occidental. Las dos primeras forman parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) y están bajo administración estatal, mientras que el ACUS Chinambí y el ACUS Occidental son gestionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Provincial. Este modelo de gestión dual plantea retos en términos de coherencia en la oferta turística y en la implementación de políticas de conservación (Carrasco, 2020).

El Área de Conservación y Uso Sustentable ACUS Chinambí, ubicado en la provincia de Carchi, Ecuador, presentan un valor ecológico, cultural y turístico de interés, y, además, un preocupante problema de gestión que se relaciona con la oferta y demanda turística. Es un sitio de alta diversidad, especialmente en anfibios y flora endémica, un potencial destino para el ecoturismo INABIO, 2020 y es debido a ello que, como señalan Muñoz y García (2018) el Áreas protegidas como el ACUS Chinambí plante, el reto del desarrollo turístico asentado en un equilibrio entre la conservación y la demanda debido a la visita. A pesar de la existencia de emprendimientos locales que buscan capitalizar el atractivo natural del área, la falta de estudios detallados sobre la capacidad de carga y la gestión de la oferta turística ha limitado su desarrollo sostenible. La gobernanza en el ACUS Chinambí, caracterizada por una limitada coordinación entre las autoridades locales y los actores comunitarios, ha dificultado la implementación de políticas efectivas que

promuevan el turismo responsable y la conservación de los recursos, dejando en evidencia la necesidad urgente de una planificación integral (Romero & Ballesteros, 2017).

Finalmente, es importante destacar que la gestión del ACUS Chinambí enfrenta problemas derivados de una débil gobernanza ambiental. La falta de coordinación entre actores gubernamentales, comunidades locales, organizaciones no gubernamentales y el sector privado dificulta la implementación de medidas efectivas para la conservación y el desarrollo turístico (Muñoz & García, 2018). Esto pone en riesgo tanto los esfuerzos de conservación como las oportunidades de desarrollo turístico sostenible, lo que a su vez afecta la competitividad del área como destino turístico.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El escaso análisis de la información sobre la oferta y la demanda turística afecta a la planificación de actividades turísticas en ACUS Chinambí durante el periodo junio 2024-junio 2025

1.3. JUSTIFICACIÓN

La investigación propuesta sobre la oferta y demanda turística en el Área de Conservación y Uso Sustentable (ACUS) Chinambí es de gran relevancia y se justifica desde varias perspectivas: ambiental, económica, social y cultural. El ACUS Chinambí, ubicado en la provincia de Carchi, Ecuador, es un espacio que alberga una biodiversidad única y recursos naturales que pueden ser aprovechados para fomentar un turismo sostenible. Sin embargo, el escaso análisis disponible sobre la oferta y demanda turística en esta área ha limitado el desarrollo de estrategias de planificación y gestión que permitan maximizar su potencial turístico sin comprometer la conservación de sus recursos naturales. Esta investigación es esencial para entender la situación actual del turismo en el ACUS Chinambí y proponer un plan de mejora que impulse tanto la afluencia de turistas como la sostenibilidad del área.

La falta de investigación sobre la oferta y demanda turística ha creado una serie de problemas en la planificación que no solo obstaculizan la sostenibilidad del área, sino que también limitan su capacidad económica y cultural. Buitrón y Ortiz (2019) sostienen que, en las áreas naturales protegidas, el desarrollo turístico debe ser precedido por una comprensión del nivel de demanda de los servicios disponibles y los servicios subyacentes que respaldan esta provisión para evitar la sobreexplotación

de los recursos en las actividades turísticas. En este contexto, el presente estudio busca llenar este vacío de información y generar conocimiento que ayude a formular estrategias para optimizar ACUS Chinambí de manera equilibrada.

El ACUS Chinambí, que destaca por su biodiversidad y riqueza cultural, tiene una ventaja competitiva para desarrollar un turismo orientado a la naturaleza y la conservación. Sin embargo, la falta de un análisis adecuado de la oferta y demanda turística dificulta el surgimiento de productos turísticos efectivos que puedan satisfacer las expectativas de los turistas, lo cual, a su vez, puede causar impactos negativos, como un bajo número de visitantes y una explotación ineficiente de los atractivos turísticos de la región. El estudio que se propone busca cubrir esta brecha proporcionando los datos necesarios que facilitarán la planificación efectiva de las actividades de turismo sostenible que se llevarán a cabo durante el período de estudio. Asimismo, la justificación de este estudio radica en la necesidad de desarrollar estrategias que faciliten el uso efectivo no solo de los recursos naturales, sino también del aspecto cultural de Chinambí, preservando al mismo tiempo la salud ecológica de la región. En este sentido, García y Sánchez (2018) sostienen que una planificación turística bien fundamentada en el análisis de los conceptos de oferta y demanda tiene el potencial de mejorar las políticas de conservación al encontrar un buen equilibrio entre el crecimiento económico local y la protección ambiental.

Otro aspecto relevante para la justificación de esta investigación es la necesidad de mejorar la infraestructura turística y los servicios en el ACUS Chinambí. Según estudios previos en otras áreas de conservación, la falta de infraestructura adecuada y la baja calidad de los servicios turísticos son barreras importantes para el desarrollo turístico sostenible (Boussut & Salin, 2018). En el caso del ACUS Chinambí, no solo es necesario identificar los servicios que ya se ofrecen, sino también determinar qué mejoras son necesarias para garantizar una experiencia turística de calidad. Esto incluye desde la mejora de los accesos y la señalización, hasta el desarrollo de infraestructura básica como centros de visitantes, alojamiento y guías turísticos capacitados. El estudio de Cuevas y Torres Hechavarría (2016) en el contexto cubano sobre la oferta turística demuestra que la alineación de los servicios y la infraestructura con las expectativas de los turistas es clave para cerrar brechas y mejorar la competitividad de un destino turístico.

Finalmente, la importancia de esta investigación radica en que permitirá diseñar políticas y estrategias alineadas con las tendencias actuales del ecoturismo y el

turismo responsable, lo que no solo beneficiará a los actores locales, sino que también mejorará la proyección del ACUS Chinambí como un destino turístico sostenible a nivel nacional e internacional.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la oferta y demanda turística en las comunidades asentadas en el ACUS Chinambí, con el fin de proponer un plan de mejora para mayor afluencia de turistas

1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar los recursos turísticos naturales y culturales del ACUS Chinambí para determinar el potencial turístico de la zona.
- Determinar los servicios y las actividades turísticas ofrecidas en las comunidades del ACUS Chinambí.
- Identificar el perfil, motivaciones y expectativas de los turistas que visitan el ACUS Chinambí, para conocer el mercado objetivo y mejorar la experiencia del visitante.
- Diseñar un plan de mejora basado en los resultados del análisis de oferta y demanda, desarrollando propuestas que fortalezcan la infraestructura turística, los servicios y la promoción del destino.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el potencial turístico de las comunidades cercanas al ACUS Chinambí?
- ¿Qué servicios y actividades turísticas se ofrecen actualmente en las comunidades del ACUS Chinambí, y cómo se distribuyen entre los diferentes actores locales?
- ¿Cómo son las características demográficas, motivaciones y expectativas de los turistas que visitan el ACUS Chinambí y qué factores influyen en su decisión de visitar el área?
- ¿Cómo mejorar la demanda turística en las actividades que se ofrecen en el ACUS Chinambí?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se ha encontrado información a nivel nacional e internacional sobre las variables de estudio como: oferta turística, demanda turística, ACUS.

De acuerdo con lo dicho por Naranjo y Martínez (2022) afirman que la oferta turística es una mezcla de servicios que una empresa otorga al cliente turístico que necesita realizar un viaje. El objetivo es que el turista tenga una experiencia inigualable, y con la satisfacción máxima, por ello se debe verificar desde el contexto de diversos autores, las características, clasificación, proyección además de las tendencias del comportamiento. Se ejecutó para ello un estudio exploratorio-documental, realizado con revistas indexadas, se verificó que la teoría indica que los elementos fundamentales indispensables para la proyección de un trabajo en las empresas turísticas en relación con la oferta tienen con fin lograr el éxito organizacional, para ello se toman en consideración aspectos como el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación. Se concluyó que es importante analizar la oferta turística porque ayuda al desarrollo económico, social, ambiental de los destinos de turismo, teniendo en cuenta la gobernanza como un factor primordial que interviene en la gestión de los destinos.

En el estudio "Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023" se profundizó en el perfil de los visitantes de este distrito. Utilizando una metodología cuantitativa y un diseño no experimental, los autores encuestaron a 271 turistas para obtener información detallada sobre sus características sociodemográficas y motivaciones de viaje. Los resultados revelaron que la mayoría de los visitantes son hombres jóvenes, solteros y con un nivel educativo superior, lo que sugiere un perfil turístico con un alto poder adquisitivo. Esta investigación, realizada en el contexto de un creciente interés por el turismo cultural en Perú, contribuye a comprender las preferencias y expectativas de los turistas que visitan Lurín (Priscilla & Ortega , 2023).

Según Guzman (2012) en su investigación titulada "Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Isla de Sal, Cabo Verde", el propósito primordial de este estudio es enriquecer el conocimiento sobre el sector turístico. Es por ello que se utilizó un enfoque cuantitativo como metodología base, siendo un estudio de campo que incluyó encuestas, entrevistas y observación directa para evaluar demanda y oferta turística en la isla. La encuesta de demanda se fundamenta en investigaciones previas y en el plan estratégico elaborado por la Dirección General de Turismo de Cabo Verde. Los hallazgos revelan un alto nivel de satisfacción en los turistas, además de necesidad de fortalecimiento de vínculos entre el turismo con la comunidad local, sumado a una positiva valoración de las playas, gastronomía y hospedaje. La investigación concluye que el turismo contribuye a la transformación socioeconómica de Cabo Verde, con la isla de Sal recibiendo aproximadamente el 50% de los turistas que visitan el archipiélago.

La siguiente investigación tiene como propósito examinar la demanda turística en la ciudad de León, Nicaragua, durante el periodo 2015-2020. Este trabajo pretende ofrecer un análisis detallado de variables clave relacionadas con la actividad turística, como la afluencia de visitantes, las características demográficas de los mismos, los motivos de su visita, las preferencias en cuanto a alojamiento y los patrones de gasto. El objetivo es identificar tanto oportunidades como áreas que requieren mejoras dentro del sector turístico. Se utilizó una metodología fundamentada en el enfoque cuantitativo apoyada en el alcance descriptivo de no experimental. Los datos se obtuvieron mediante la Oficina de Información Turística (OIT) de León, la cual proporciona información sobre el flujo turístico y las características de los visitantes. Se analizaron los datos mensuales desde 2015 hasta 2020 sin manipulación de variables, lo que permitió describir el estado del turismo en la ciudad. Los resultados mostraron un incremento constante en la afluencia de turistas entre 2015 y 2017. Se concluyó existe la necesidad de continuar analizando las tendencias y necesidades de los visitantes ya que, a pesar de los retos enfrentados, como la pandemia, los resultados obtenidos pueden ser la base para formular estrategias que impulsen el crecimiento del turismo, generen empleo y mejoren la calidad de vida de la comunidad local. Se recomienda seguir evaluando el impacto del turismo y adaptarse a las nuevas dinámicas del sector (Aviles, Mayorga, & Palma, 2023).

Godoy (2014) en su estudio enfocado en el "Análisis de la oferta y demanda turística en la zona de Intag" siendo el objetivo desarrollar un catálogo de servicios turísticos para aumentar la demanda y mejorar los ingresos económicos de la región. Además, se buscó proporcionar información clave para que los turistas puedan planificar eficazmente sus visitas. La metodología empleada se basó en el enfoque cualitativo con entrevistas y fichas especializadas. El estudio identificó la existencia de 18 establecimientos de alojamiento en la zona, lo que permitió analizar tanto sus características como la demanda turística actual. A partir de estos hallazgos, se propuso una mejora en la oferta turística local. La investigación concluyó que, mediante un catálogo de servicios bien estructurado y la implementación de estrategias adecuadas, se puede incrementar el turismo en Intag, optimizando los ingresos económicos para elevar la aceptación de cada visitante.

2.2. MARCO TEÓRICO

Este apartado tiene como finalidad proporcionar el sustento conceptual que sitúa al desarrollo de la investigación, vinculada al análisis de la oferta y demanda turística con las características del ACUS Chinambi.

2.2.1. Mercado turístico

Es un sistema complejo y dinámico que cambia continuamente donde se ofertan servicios relacionados con el turismo que produce nuevas oportunidades de inversión y necesidades de consumo, surgiendo estrechas relaciones entre compradores y vendedores que llevan a cabo transacciones. Es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio" (Chinchay, Aldana, & Seminario, 2020).

Son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo" (Cárdenas & Chica, 2023).

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, en el sector turístico las personas que tienen una determinada necesidad, deseo y sobre todo dinero para satisfacerlos, se convierten en demandantes, es decir que son las personas que planifican salidas de viaje dentro o fuera del país sea por vacación, negocios o asuntos personales y los vendedores que ofrecen un determinado producto o servicio como agencias de viaje, empresas de transporte, restaurantes, agencias de viajes, entre otros.

2.2.2. Oferta turística

Según Naranjo y Martínez (2022) cuando se habla de oferta turística se menciona a la mezcla de productos y servicios que se encuentran en función a la percepción de un cliente turístico que requiere ejecutar un viaje. Adicionalmente de acuerdo a CEUPE citado por Naranjo y Martínez (2022) mencionan que el objeto de la oferta turística es el consumidor o turista, pues, cuando se planifica y fomenta un paquete de servicios, se requiere identificar los requerimientos reales del cliente y la orientación de la oferta a dichos requerimientos.

También, de acuerdo a Cánovas (2017) la oferta turística representa un todo integral, que se pone a disposición de la demanda turística, pues se afirma que es algo más que la diversidad de productos turísticos y no turísticos también tiene que ver con la imagen del destino, y se hace énfasis en esta se desarrolle en un ambiente geográfico donde se relacionen productos y servicios ofertados que han de servir para la satisfacción de las expectativas del visitante en su experiencia turística, y dicha experiencia se da en un entorno geográfico y temporal específico.

Hay que considerar también que, en los tiempos modernos donde se ha homogeneizado la oferta turística, los visitantes necesitan del disfrute de una oferta especializada, más que el hecho de preocuparse por los contextos “monos culturales” (Carrillo, Formación en primeros auxilios en el turismo activo, 2020). Y es que, al hablar de un destino turístico, la oferta se pone a disponibilidad en función a la demanda, lo cual involucra no solo la acumulación de productos turísticos que se ofrece al cliente, siendo un programa que se integra por productos, servicios turísticos además de no turísticos y otros componentes, por eso es por lo que, se hace indispensable tomar en cuenta que la oferta turística podría recibir usos no turísticos de sus residentes.

A lo anterior Vallejo y Álvarez (2022) afirman que esta oferta a cada visitante tanto productos como servicios, así como acciones relacionadas con gustos y preferencias de los visitantes quienes deciden qué lapso van a invertir para ello. A esto Frutecí (2020) añade que para su creación es necesario identificar y seleccionar los recursos, previamente la aprobación de la Organización Mundial del Turismo (OMT), de tal manera que haya la capacidad de atracción de flujos de visitantes, y es en dicha etapa cuando se hace necesario verificar los criterios de tal manera que oferten una

planificación segura para elegir y definir el recurso que ha de convertirse en atractivo turístico.

Tal como se observa en la Figura 1, se encuentra la explicación de los componentes de la oferta turística, que van desde el Patrimonio Cultural y Natural de la zona geográfica que se requiere ofertar como atractivo turístico, teniendo en cuenta los aspectos singulares para la atracción del flujo turístico, para luego identificar los recursos (económicos, tecnológicos, del entorno, humanos) con los que se en cuenta, incluyendo el acceso físico y legal, para promoverlo como atractivo y luego gestionarlo como un producto turístico para que sea aceptable como parte de la oferta turística.

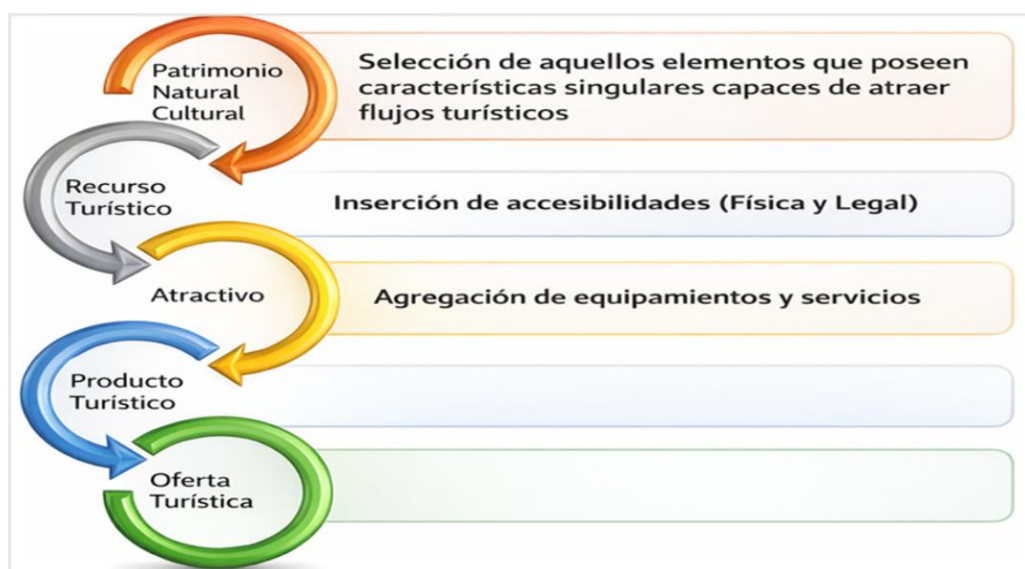


Figura 1. Esquema de explicación de la creación de oferta turística

Hoy, el Sistema de Turismo Responsable (STR) citado por Naranjo y Martínez (2022) lidera la inteligencia de datos y los comparativos existentes en los datos globales del turismo, siendo su director Robin Rosman, e identifica que el sector hotelero y la tasa de retorno atrae a los inversores inmobiliarios, lo que indica que hay un crecimiento significativo en los parámetros de rendimiento y el desarrollo de los últimos tiempos, por eso se sabe que la STR indica que hay buenas perspectivas de ampliación de las empresas del turismo para los próximos años, pero si pueden haber diferencias significativas entre los mercados.

Lo que se debe considerar es que mientras la oferta turística oferte productos integrales y sustentables, el turista va a diferenciarse y va a preferir experiencias únicas

y seguras en todo sentido, así como va a buscar autenticidad, variantes opuestas al consumidor y que sean respetuosas con el medio ambiente.

2.2.3. Oferta en áreas protegidas

Una oferta de áreas protegidas hace énfasis a las diferentes actividades turísticas y de recreación, además de los servicios de apoyo asociados con la conservación y desarrollo sostenible del sector, de tal forma que sea posible el sustento continuo de la zona natural. Entre las actividades están el senderismo, avistamiento de especies, enfoque con sentido ambiental y cuidado a la naturaleza, además se trata de beneficiar a la comunidad local, y financiar la gestión interna de las áreas protegidas (Carrillo, 2020).

De acuerdo al Ministerio de Turismo del Ecuador (2025) afirma que el país es la tercera nación de América Latina que tiene más inversión en conservación del patrimonio natural. En la actualidad solo en el Ecuador hay 50 áreas protegidas, las que simbolizan el 19.93% del territorio a nivel nacional y se distribuyen en la parte continental e insular con una amplia riqueza de flora y fauna. El Ministerio del Ambiente, representa el ente rector, cuyo propósito es aplicar políticas que ayuden a que los ciudadanos tengan áreas verdes, así como también se espera que haya un turismo sostenible y un hábitat para las especies nativas que les permitan seguir existiendo.

2.2.4. Demanda turística

A su vez, en su otro documento de Naranjo y Martínez (2022) afirman que el sector turístico ha incrementado en la economía del mundo, con tasas de crecimiento al año significativas sobre todo en los últimos 50 años influyendo en el proceso de recuperación por la pandemia, y se esperaría que sea el sector con mayor evolución a nivel mundial en el siglo XXI. Se sabe que, la demanda turística incluye dos variables fundamentales:

1. Los turistas
2. Los bienes y servicios necesarios

De acuerdo con Martín (2009) ratifica que la demanda turística se origina desde el momento en que las personas tienen tres elementos clave fundamentales:

1. Disponibilidad de viajar
2. Ingresos personales o fuentes de financiamiento para gastos del viaje
3. Interés, motivación o necesidad en ejecutar el viaje

A partir de lo dicho, se sabe que hay factores como los de tipo económico, físico, geográfico, psicológico, social, cultural que influyen en estas decisiones de los demandantes de servicios turísticos.

A lo anterior, según Naranjo y Martínez (2022) hay que añadir que, cuando hay los ingresos económicos suficientes, y la persona tiene la necesidad de usarlos para su tiempo libre (descanso, relajación, recreación) y además tiene interés por un viaje de entretenimiento acoplado por el precio de los servicios en asociación con la calidad de los productos turísticos que se ofertan, además del gusto o deseo por tenerlos, es lo que se considera la demanda turística.

La OMT (2021) menciona que la afluencia de turistas internacionales (con pernoctación incluida), incrementó en 59% a mediados del 2021 en comparación del 2020, cifras que continúan en aumento, debido a la demanda masiva del turismo, pero se observa que es necesario que el viajero confíe en la seguridad de los destinos turísticos mundiales, he ahí la importancia que hay en analizar al sector turístico en cuanto al comportamiento de la demanda y su evolución en el tiempo.

Así, Chinchay et al (2020) identifican que, en los pronósticos para la toma de decisiones en relación con las medidas requeridas para lograr adoptar un territorio a la demanda, en temas de inversión de infraestructura y para generar aumentos de la demanda, se deben considerar también otros elementos como la capacidad de recepción, hospedaje, visitas y servicios necesarios para la movilidad.

2.2.5. Estructura del mercado turístico

Son aspectos relacionados con el desarrollo y funciones del mercado dentro del sector turístico abarcando la demanda, oferta, los productos que se ponen a disponibilidad del público, además de los aspectos de relación cliente empresa, y la asociación con ejes tanto privados como públicos. Es así que se evalúan los comportamientos del turista, así como también se da una idea de segmentación de mercado y la asociación entre los actores involucrados en el contexto turístico (Liu et al., 2023).

Por un lado, la oferta involucra aquellos bienes y servicios que los operadores ponen a disponibilidad del turista tales como la movilización, hospedaje, actividades, y productos, que se asocian al tipo de turismo que ha elegido el turista. Y la demanda turística se compone de los consumidores de estos servicios, por lo general suelen

tener gustos, preferencias diversas, por lo que requiere un estudio para la segmentación de mercado.

2.2.6. ACUS

Son Áreas de Conservación y Uso Sustentable por sus siglas cuyo objetivo fundamental es la conservación de las fuentes de agua y bosques, así como la biodiversidad, promocionando fuentes de ingreso sostenibles con seguridad alimentaria mediante de bio emprendimientos, turismo ecológico, agroturismo, restaurantes, producción sostenible (CEIBA.org, 2021).

Por lo tanto, se consideran a las Áreas de Conservación y Uso Sostenible como aquellas que cumplen con su rol para cuidar a cada ecosistema frágil que abastece de agua a la población protegiendo además el hábitat de muchas especies de plantas y animales siendo parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), con aportes y limitantes para su uso definidos en la Constitución y el marco legal, como por ejemplo se prohíbe la actividad extractiva en estas zonas de acuerdo al art. 407 de la Constitución (Alcaldía de Cuenca, 2023).

2.2.7. ACUS de Chinambí

Fue el 5 de febrero del 2015 cuando la prefectura del Carchi apoyó al Ministerio del Ambiente a la Implementación del proyecto de Conservación de la biodiversidad de anfibios ecuatorianos con uso sostenible de recursos genéticos donde el Ministerio del Ambiente notificó a la Prefectura del Carchi que se inició el proyecto con los técnicos del Área de Patrimonio Natural, donde se definieron acuerdos para este proyecto con el fin de aseguramiento de la supervivencia de dos anfibios en peligro de extinción habitantes del río Chinambí, del cantón Mira de la provincia del Carchi, este proyecto se refirió a la protección de estos dos anfibios y se cumplió con los requisitos del Acuerdo Ministerial 083 (Tapie, 2019).

El ACUS provincial según Tapie (2019) tiene una zona de protección y otra de recuperación, así como una de uso múltiple y otra de uso público, dicha zonificación debe abarcar la protección de recursos naturales y crear acciones de productividad agropecuaria de forma sostenible buscando mejorar la calidad de vida de las comunidades locales. Actualmente este ACUS Provincial tiene un plan de manejo que dispone de programas con proyectos de proyección y actividades que aportan a su administración, para ejecutar programas de acción a favor de la sostenibilidad.

2.2.8. Plan de mejora

La planificación de la estrategia de una empresa es su forma de lograr un salto cualitativo en el servicio a la sociedad. Por eso se requiere un diagnóstico situacional, y luego se debe determinar la estrategia a seguir para que el demandante de los servicios los perciba de manera que cubra sus necesidades, apoyándose en las fortalezas para la superación de debilidades como parte de su mejora continua (Universidad de la Rioja, 2020).

Un plan de mejora es un mecanismo estructurado que define el conjunto de acciones sistemáticas para la corrección de posibles debilidades o factores negativos, lo que ayuda a la optimización de procesos e incrementa el rendimiento de una empresa o entidad. Se fundamenta también en identificar las fortalezas y áreas de oportunidad por medio de una evaluación, así como describe los objetivos claros, recursos, acciones, responsables que miden el éxito de la empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

A continuación, se incluye el esquema metodológico del presente estudio, a partir de lo cual se identifica el enfoque investigativo, la modalidad, tipo de investigación, población a incluir para el cumplimiento de los objetivos general y específicos del estudio.

Para el presente proyecto se usará un enfoque cualitativo, el cual, según

Hernández et al., (2014) detallan que es un tipo no lineal que no dispone de secuencia de procedimientos, sino que se estructura etapas para lograr objetivos investigativos y responder a las preguntas investigativas, buscando ampliar preguntas y una idea a defender, antes, durante o luego de recopilar y analizar datos.

Esta permitió realizar un estudio crítico para dar respuesta a las preguntas investigativas, analizando la oferta y demanda de un sitio turístico como lo es el ACUS microcuenca del río Chinambí y si incide en el desarrollo del turismo natural.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Modalidad

La modalidad de la investigación es de campo y documental. De acuerdo con Sampieri et al., (2014) el estudio de campo tiene que ver con recopilar datos en un registro sistemático, y valedero para ver comportamientos y observarlos.

Se hace una investigación de campo, en el presente estudio porque se analizará mediante la observación no participativa cómo se está desarrollando el fenómeno en cuestión es decir cómo se encuentra la oferta y la demanda del sitio en mención y si está incidiendo en el desarrollo del turismo natural, para lo cual se tomará entrevistas al administrador y trabajadores del ACUS del río Chinambí, así como a una muestra de población que hayan hecho uso de la infraestructura de dicho sitio.

También se ejecuta la investigación documental, la cual permitirá recopilar información de libros, revistas científicas, artículos indexados sobre el tema, la oferta y la demanda turística y otros temas aledaños al tema principal.

De acuerdo con Arias (2012) afirma que, la investigación descriptiva permite caracterizar a la población o al fenómeno de estudio, es decir detalla la naturaleza del objeto de estudio, con la idea de comprenderlo, describiendo sus características, comportamientos y componentes. Para el caso de la presente investigación se usa la investigación descriptiva porque se detalla las características de la oferta y demanda turística del ACUS río Chinambí, para luego determinar si esta permite el desarrollo del turismo. Para Analizar la oferta y demanda turística en las comunidades asentadas en el ACUS Chinambí, con el fin de proponer un plan de mejora para mayor afluencia de turistas será hará una investigación de campo y revisión documental. En el análisis de campo, se aplicará encuestas y entrevistas a turistas, operadores locales y actores clave de las comunidades, y para la revisión documental, se utilizará bases de datos especializadas en turismo, obteniendo datos de estudios y estadísticas de turismo en áreas protegidas. Con el propósito de determinar los servicios y actividades turísticas disponibles en las comunidades del ACUS Chinambí y realizar un diagnóstico de la calidad de la oferta que permita identificar áreas de mejora y oportunidades de desarrollo para diversificar la oferta turística, se propone realizar una investigación exploratoria de tipo descriptivo. Esta metodología combinará la observación de campo con encuestas estructuradas. La observación permitirá identificar y documentar los servicios y actividades ofrecidos, mientras que las encuestas proporcionarán información valiosa sobre la percepción de la calidad tanto de los turistas como de la comunidad local. Para identificar cliente potencial, motivaciones, así como expectativas de personas visitantes del ACUS Chinambí, y con ello conocer el mercado objetivo y mejorar la experiencia del visitante, se llevará a cabo una investigación de tipo descriptivo que combine enfoques cualitativos y cuantitativos mediante encuestas y entrevistas semiestructuradas. Las encuestas captarán información cuantitativa acerca del perfil demográfico y las motivaciones de los turistas, mientras que las entrevistas permitirán profundizar en sus expectativas y experiencias, ofreciendo una visión más completa de su percepción del destino.

Se adoptó una metodología exploratoria-propositiva para el diseño del plan de mejora fundamentado en el análisis de los datos obtenidos en los objetivos anteriores, facilitará el diseño de un plan que esté alineado con las expectativas de los turistas y

las capacidades de las comunidades locales. Se utilizarán técnicas de análisis cualitativo, integrando hallazgos provenientes de las encuestas y entrevistas para identificar brechas y áreas de oportunidad mediante el análisis interpretativo (Hernández Sampieri et al., 2014).

Se elaborará un informe diagnóstico que contemple estrategias específicas destinadas a fortalecer la infraestructura y mejorar la promoción turística del ACUS Chinambí.

3.2. IDEA A DEFENDER

La adecuada identificación y análisis de la oferta y demanda turística en las poblaciones humanas asentadas en el ACUS Chinambí permitirá el desarrollo de un plan de mejora que potencie la infraestructura y servicios turísticos.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En la siguiente tabla 1 se presenta las variables, independiente y dependiente del estudio.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
<p>Oferta turística (Variable independiente)</p> <p>Grupo de servicios y productos que se ofrecen a los turistas para la ejecución de un viaje y se asocia con características geográficas territoriales y los recursos que se demanda (Naranjo & Martínez, La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis, 2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios turísticos ofertados • Servicios de Alojamiento y Alimentación • Infraestructura y Accesibilidad • Actividades Recreativas y Servicios de Guía • Percepción de la oferta 	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Traslado • Alimentación • Actividades recreativas • Infraestructura • Guía turística • Disponibilidad de servicios de alojamiento y alimentación • Calidad de los servicios de alojamiento alimentación • Estado físico de la infraestructura turística (habitaciones, restaurante, baños, áreas de descanso) • Percepción de seguridad de la infraestructura turística. • Accesibilidad vial y facilidad de llegada al destino • Variedad de actividades recreativas • Servicio de guías turísticos • Satisfacción con la oferta turística general • Percepción precio/servicio turístico recibido 	Ficha y Encuesta posterior al servicio turístico	Ficha y Cuestionario estructurado
<p>Demanda turística (Variable dependiente)</p> <p>Es el conjunto de personas que requieren la satisfacción de sus requerimientos de viaje, consumen bienes y servicios turísticos de manera real y/o potencial (Qbit, 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos sociodemográficos del turista • Motivación de la Visita • Expectativas y Preferencias • Satisfacción y Experiencia • Percepción del Valor 	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • Nivel educativo • Ingresos promedio mensuales • Razones para visitar el ACUS Chinambí • Interés por actividades puntuales • Expectativas varias en el servicio turístico • Preferencias en frecuencia de uso y temporalidad del servicio turístico • Percepción de satisfacción respecto a servicios turísticos recibidos • Intención de recomendación • Percepción precio/experiencia turística 	Encuesta previa a los servicios turísticos	Cuestionario

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

El análisis estadístico de esta investigación tiene como objetivo analizar la oferta y demanda turística con el fin de proponer un plan de mejora para mayor afluencia de turistas en las comunidades del ACUS Chinambí, ubicadas en la provincia del Carchi, Ecuador. Este lugar fue seleccionado debido a su potencial turístico no aprovechado en su biodiversidad, que lo convierte en un atractivo único para visitantes interesados en el turismo de naturaleza.

El enfoque metodológico se centró en recopilar datos que permitan identificar tanto las fortalezas como las limitaciones de la oferta turística actual del ACUS Chinambí, así como las expectativas y necesidades de la demanda turística. Para ello, se aplicaron encuestas estructuradas a los visitantes del área y entrevistas semiestructuradas a actores clave, como residentes de la zona, prestadores de servicio y líderes comunitarios. Esto permitió captar una visión integral de la dinámica turística en la zona.

El diseño de la investigación facilitó el análisis de variables clave, siendo la demanda turística la variable dependiente, evaluada mediante indicadores como los motivos para visitar el ACUS Chinambí, el interés en actividades específicas, las preferencias en la frecuencia de visitas y la estacionalidad en el uso de los servicios turísticos. Por otro lado, la oferta turística se analizó como variable independiente, considerando aspectos como imagen de la calidad del servicio ofertado, variedad de actividades disponibles, así como grado de conservación ambiental asociado a las actividades turísticas.

3.4.1. Técnicas

La observación no participativa fue la principal técnica utilizada para identificar la percepción de turistas, dirigentes de la comunidad y llenado de matrices de categorización de sitios turísticos sobre la oferta y demanda del ACUS Chinambí.

También se usó la revisión documental, a partir del análisis de información recopilada en fuentes de consulta como libros, artículos científicos, documentos de repositorios de universidades, así como información del MINTUR sobre la oferta y demanda turística.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Fueron utilizadas herramientas ajustadas al tipo de variables estudiadas, la investigación se desarrolló mediante el uso de estadística descriptiva mediante las encuestas. Identificando cualidades de la demanda, así como las condiciones actuales de la oferta existente, mediante el cálculo de frecuencias y porcentajes. Los resultados evidencian que la mayoría de los visitantes muestran preferencia por actividades de turismo de naturaleza y turismo rural comunitario, valorando el contacto con el entorno natral y cultural local. Sin embargo, el análisis estadístico también revela limitaciones en la oferta turística, especialmente en aspectos relacionados con infraestructura, señalética y promoción del destino, lo cual incide en la percepción de la cálida del servicio.

3.5.1. Población y muestra

Para identificar el perfil de los turistas que visitan el ACUS Chinambí, se empleará la técnica de encuestas como herramienta principal de recolección de datos. Dado que no se dispone de un registro preciso sobre la cantidad de turistas que visitan el ACUS Chinambí, se tomó como referencia el tipo de muestreo infinita. Este método es adecuado en escenarios donde el tamaño total de la población no está claramente definido.

Fórmula para población infinita:

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

Donde:

Z = nivel de confianza del

p = es la variabilidad positiva

q = es la variabilidad negativa

E = margen de error

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$z^2 = 1,96^2 = 3.8416$$

$$E^2 = 0,05^2 = 0,0025$$

$$n = \frac{0.9604}{0,0025} = \mathbf{384.16}$$

Por lo tanto, se aplicarán un numero de 384 encuestas para visitantes.

3.5.2. Instrumentos de investigación

Se incluyó la encuesta con preguntas de selección múltiple para identificar la satisfacción de los turistas sobre los servicios turísticos ofertados del ACUS Chinambí.

También se incluyó la entrevista a tres dirigentes comuneros del sector: presidente de Chinambí, presidente del GAD Parroquial Jijon y Caamaño y presidente de la Comunidad de San Jacinto (aledaña al sector turístico) para saber su percepción sobre los servicios ofertados y si tienen beneficios de este.

Este proceso se desarrolló con base en las fichas oficiales de evaluación establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), las cuales permiten analizar de manera sistemática aspectos relacionados con infraestructura, servicios, seguridad, atención al cliente y cumplimiento de estándares mínimos de calidad turística. La utilización de este instrumento garantizó la obtención de información objetiva y comparable, contribuyendo al diagnóstico de la oferta turística del área de estudio, en concordancia con los lineamientos nacionales de regulación y control de la actividad turística. Las fichas aplicadas se presentan de forma íntegra en el apartado de anexos de la presente investigación.

1. Casa Posada
2. Hospedaje los Anturios
3. Cumbre y Vertientes (Glamping)
4. Casa Grande

En ellas se describieron aspectos jurídicos, higiene y limpieza, infraestructura, mobiliario a partir de un check se verificó los requisitos que cumplían totalmente, parcialmente o no cumplían.

Así también, se aplicaron fichas de categorización turística a los siete atractivos identificados dentro del ACUS Chinambí, utilizando como referencia un resumen adaptado de la matriz de jerarquización y categorización propuesta por el MINTUR para evaluar de manera sistemática las características físicas, el estado de conservación, el nivel de accesibilidad, el equipamiento turístico y el potencial de uso de cada atractivo, facilitando su clasificación conforme a los lineamientos técnicos establecidos a nivel nacional. La aplicación de estas fichas constituyó un insumo fundamental para el análisis de la oferta, al proporcionar información objetiva y estandarizada que respalda la toma de decisiones orientadas al desarrollo turístico sostenible (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020). Las fichas de categorización

aplicadas se encuentran anexadas al final del presente documento como parte del respaldo metodológico de la investigación.

Dichas fichas fueron facilitadas por la Fundación Alotrópico en el año 2025, institución que colabora activamente en los procesos de conservación y gestión del área de estudio. Este procedimiento permitió evaluar de manera sistemática las características físicas, el estado de conservación, el nivel de accesibilidad, el equipamiento turístico y el potencial de uso de cada atractivo, posibilitando su clasificación conforme a los lineamientos técnicos establecidos a nivel nacional. Las fichas de categorización aplicadas se encuentran debidamente anexadas al final del presente documento como respaldo metodológico de la investigación.

3.5.3. Procesamiento y análisis de datos

El análisis y proceso de la información se realizó con el software Excel y en Google Forms lo que permitió una presentación clara de los resultados gráficos mediante tablas y con un diseño no experimental y transversal porque permitió capturar la realidad del área de estudio sin manipular las condiciones existentes, enfocándose en el análisis de datos en un momento específico. Esto es especialmente relevante para identificar patrones y relaciones entre la oferta y la demanda turística, así como su impacto en las comunidades locales y en el área natural protegida.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Resultados de la matriz de control de los servicios de alojamiento.

En la siguiente tabla 2 se presenta la matriz de control de servicio de alojamiento turístico pertenecientes al ACUS Chinambí.

Tabla 2. Matriz de control resumida sobre los servicios

SERVICIOS	OBSERVACIONES	CUMPLE TOTAL	CUMPLE PARCIAL	NO
Hospedaje Los Anturios	• Requisitos jurídicos			X
	• Condiciones mínimas como infraestructura, mobiliario, equipamiento, limpieza e higiene	X		
	• Instalaciones generales		X	
	• Contar con área de clientes eficiente		X	
	• Contar con área de clientes en habitaciones privadas		X	
	• Contar con eficiente cuarto de baño y aseo privado en habitaciones		X	
Cumbre y Vertientes Glamping	• Contar con botiquín básico, bodega de equipaje de huéspedes		X	
	• Requisitos jurídicos		X	
	• Condiciones mínimas como infraestructura, mobiliario, equipamiento, limpieza e higiene	X		
	• Instalaciones generales		X	
	• Contar con área de clientes eficiente		X	
	• Contar con área de clientes en habitaciones privadas		X	
Casa Grande	• Contar con eficiente cuarto de baño y aseo privado en habitaciones		X	
	• Contar con botiquín básico, bodega de equipaje de huéspedes		X	
	• Requisitos jurídicos			X
	• Condiciones mínimas como infraestructura, mobiliario, equipamiento, limpieza e higiene		X	
	• Instalaciones generales	X	X	
	• Contar con área de clientes eficiente		X	
Casa Posada	• Contar con área de clientes en habitaciones privadas	X		
	• Contar con eficiente cuarto de baño y aseo privado en habitaciones	X		
	• Contar con botiquín básico, bodega de equipaje de huéspedes	X		
	• Requisitos jurídicos			X
	• Condiciones mínimas como infraestructura, mobiliario, equipamiento, limpieza e higiene		X	X
	• Instalaciones generales	X	X	
	• Contar con área de clientes eficiente		X	
	• Contar con área de clientes en habitaciones privadas	X		
	• Contar con eficiente cuarto de baño y aseo privado en habitaciones	X		
	• Contar con botiquín, bodega de equipaje de huéspedes	X		

En la siguiente tabla 3 se presenta los porcentajes de cumplimiento/ incumplimiento de requisitos turísticos de los 4 establecimientos.

Tabla 3. Porcentajes de cumplimiento/incumplimiento

ESTABLECIMIENTO	CUMPLE	CUMPLE PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Hospedaje Los Anturios	13%	75%	13%
Cumbres y vertientes Glamping	13%	88%	0%
Casa Posada	63%	13%	38%
Casa Grande	57%	43%	0%

4.1.2. Análisis e interpretación de resultados

Para identificar el porcentaje de cumplimiento se procedió a realizar la siguiente fórmula:

de X/ Siete aspectos en total (en la celda de cumple)

de X/ Siete aspectos en total (en la celda de cumple parcialmente)

de X/ Siete aspectos en total (en la celda de no cumple)

Para la categoría de hospedaje, tal como se observa en la tabla de los resultados obtenidos, los cuatro establecimientos turísticos evaluados dentro ACUS Chinambí deben cumplir con los requisitos establecidos para los establecimientos en caso de cumplir con una categoría 3, con las siguientes normativas del Ministerio de Turismo del Ecuador. Estos lineamientos están orientados a certificar mínimos estándares en cumplimiento del marco legal y la adecuada atención al cliente, aspectos fundamentales para fortalecer la oferta turística del área de estudio (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

Cada establecimiento de hospedaje de categoría 3 deben cumplir, entre otros, con los siguientes requisitos: disponer de infraestructura en condiciones adecuadas de conservación y funcionamiento; ofrecer habitaciones equipadas con mobiliario básico, ventilación e iluminación apropiada; contar con servicios higiénicos en correcto estado de limpieza y mantenimiento; garantizar la prestación permanente de servicios básicos y manejo adecuado de desechos; aplicar normas de seguridad para los huéspedes; y brindar un servicio de atención al cliente acorde a principios de cordialidad, información clara y trato respetuoso. Asimismo, deben cumplir con la documentación legal correspondiente, tales como permisos de funcionamiento, registro turístico y cumplimiento de la normativa ambiental y sanitaria.

Se destaca que, Cumbres y Vertientes Glamping cumple de forma parcial con el 88% de los requisitos descritos para los establecimientos hoteleros para hospedaje

categoría 3. Para el caso del Hospedaje los Anturios cumple de forma parcial con el 75% de los requisitos y para la Casa Posada cumple de forma parcial con el 13% de los requerimientos según lo establecido por el Ministerio de Turismo para Hospedaje categoría 3. Solo la Casa Posada cumple totalmente con el 63% de los requerimientos, mientras que Hospedaje Los Anturios y Cumbres y Vertientes Glamping solo cumple con el 13% de los requisitos de forma total. Lo anterior refleja que Casa Posada únicamente cumple con más de la mitad de los requisitos de servicios turísticos para su categoría de hospedaje.

Sin embargo, en Casa Posada no se cumple con el 38% de requisitos y en Hospedaje Los Anturios no se cumple con el 13% de requerimientos de servicios hoteleros según su categoría. Adicionalmente, Casa Grande cumple con el 57% de los requisitos de forma completa y el 43% de aspectos se cumplen de forma parcial.

Se puede evidenciar de forma general que, la mayoría de los establecimientos turísticos del ACUS Chinambí solo cumplen de forma parcial con requisitos legales, de servicios al cliente como infraestructura, recursos, otros servicios. Lo anterior refleja la necesidad de fortalecimiento de los servicios turísticos ofertados en el sitio.

4.1.3. Resultados de las fichas de categorización de atractivos turísticos

Los resultados compilados a partir de las fichas de categorización de atractivos turísticos del Área de Conservación y Uso Sostenible (ACUS) Chinambí. El conjunto analizado está conformado por un total de siete atractivos identificados y evaluados, que incluyen tanto formaciones naturales destacadas, como cascadas de distinta magnitud y características hidrológicas, como otros puntos de interés relevantes para la gestión y promoción del territorio, entre ellos rutas específicas de senderismo y recorridos interpretativos propios de la zona. Los indicadores considerados abarcan elementos como ubicación geográfica, tipología del atractivo, estado de conservación, presencia de infraestructura y servicios turísticos, grado de presión antrópica, valor escénico y potencial educativo o científico. Es importante señalar que las fichas empleadas para esta evaluación están debidamente incorporadas en la sección de anexos del presente estudio.

De este modo, la Tabla 4 ofrece una síntesis comparativa de los resultados extraídos de dichas fichas, facilitando la toma de decisiones para la planificación, conservación y aprovechamiento responsable de los atractivos turísticos del ACUS Chinambí

Tabla 4. Resultados resumidos de las fichas de categorización

SITIO TURÍSTICO	CRITERIOS DE VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
Cascada los Helechos	Accesibilidad y conectividad	18	9
	Planta turística/servicios	18	12.3
	Estado de conservación e integración	14	12
	Higiene y seguridad turística	14	10
	Políticas y regulaciones	10	5
	Actividades que se practican	9	3
	Difusión del atractivo	7	3
	Registro de visitantes y afluencia	5	2
	Recursos humanos	5	4
	TOTAL		60.3
Cascada San Francisco	Accesibilidad y conectividad	18	9
	Planta turística/servicios	18	12.3
	Estado de conservación e integración	14	12
	Higiene y seguridad turística	14	10
	Políticas y regulaciones	10	5
	Actividades que se practican	9	3
	Difusión del atractivo	7	3
	Registro de visitantes y afluencia	5	2
	Recursos humanos	5	4
	TOTAL		60.3
Cascada s/n Finca el Refugio	Accesibilidad y conectividad	18	5
	Planta turística/servicios	18	10
	Estado de conservación e integración	14	8
	Higiene y seguridad turística	14	7
	Políticas y regulaciones	10	4
	Actividades que se practican	9	2
	Difusión del atractivo	7	2
	Registro de visitantes y afluencia	5	1
	Recursos humanos	5	3
	TOTAL	100	42
Cascada San Jacinto	Accesibilidad y conectividad	18	14
	Planta turística/servicios	18	7
	Estado de conservación e integración	14	9
	Higiene y seguridad turística	14	9
	Políticas y regulaciones	10	4
	Actividades que se practican	9	2
	Difusión del atractivo	7	2
	Registro de visitantes y afluencia	5	2
	Recursos humanos	5	3
	TOTAL	100	52
Festivales anfibios	Accesibilidad y conectividad	18	10
	Planta turística/servicios	18	15
	Estado de conservación e integración	14	10
	Higiene y seguridad turística	14	8
	Políticas y regulaciones	10	5
	Actividades que se practican	9	5
	Difusión del atractivo	7	5
	Registro de visitantes y afluencia	5	3
	Recursos humanos	5	4
	TOTAL	100	63
Ruta de las Cascadas Chinambí	Accesibilidad y conectividad	18	15
	Planta turística/servicios	18	16
	Estado de conservación e integración	14	10
	Higiene y seguridad turística	14	10
	Políticas y regulaciones	10	5
	Actividades que se practican	9	8
	Difusión del atractivo	7	5
	Registro de visitantes y afluencia	5	3
	Recursos humanos	5	3
	TOTAL	100	75

Ruta de los Vados Chinambí	ACUS	Accesibilidad y conectividad	18	11
		Planta turística/servicios	18	10
		Estado de conservación e integración	14	12
		Higiene y seguridad turística	14	10
		Políticas y regulaciones	10	5
		Actividades que se practican	9	7
		Difusión del atractivo	7	2
		Registro de visitantes y afluencia	5	2
		Recursos humanos	5	3
	TOTAL	100	62	

Entre los sitios turísticos de menor calificación fueron las Cascadas Finca el Refugio, considerando que, en aspectos como el registro de visitantes y la afluencia de personas es mínimo, así como en aspectos de accesibilidad y conectividad se ha incluido un valor promedio de 5/ 18 puntos, así como, en cuanto a políticas y regulaciones se ha calificado con 4/10, tomando en cuenta que su difusión tampoco es amplia. Por lo tanto, se requeriría mayor gestión en torno a estrategias de oferta turística como la inclusión de este atractivo en el sitio del Gobierno Autónomo Municipal de Carchi.

Así también, el atractivo con mayor puntuación fue el Festival de Anfibios del ACUS Chinambí, teniendo en cuenta que, hay mayor difusión de este (5/7), así también se observa que hay una mayor afluencia de visitantes al comparar con otros atractivos, y sus recursos humanos son calificados de forma alta en lo que respecta al servicio al cliente. Esto es un referente de que es posible fortalecer las estrategias de oferta turística en el sector para los demás atractivos turísticos.

4.1.4. Resultados de las entrevistas a actores comunitarios

Para comprender la dinámica de oferta y demanda en el ACUS se realizó un proceso de recolección de información cualitativa a través de entrevistas semiestructuradas dirigidas a actores comunitarios clave. Estos informantes, por su rol dentro de la comunidad y su vinculación directa con las actividades turísticas del territorio, aportan una perspectiva valiosa sobre las problemáticas, oportunidades y potencialidades del área.

La Tabla 5 presenta la triangulación de los datos obtenidos, lo que permite identificar coincidencias, divergencias y patrones relevantes entre los discursos de los entrevistados, fortaleciendo así la validez de los hallazgos.

Tabla 5. Triangulación de las entrevistas a actores comunitarios

Preguntas	Entrevistado 1 (presidente de la Comunidad Chinambí)	Entrevistado 2 (presidente de la Comunidad San Jacinto)	Entrevistado 3 (presidente de la Junta ACUS Chinambí)
¿Cuál es su opinión sobre la infraestructura actual de los servicios turísticos en la comunidad, como caminos, señalización y áreas de descanso?	La infraestructura ha mejorado en algunos aspectos, pero aún hay muchas necesidades. Por ejemplo, los caminos presentan falencias porque algunos propietarios colocan cercas muy cerca de la vía, lo que impide su ampliación o mantenimiento adecuado. En cuanto a la señalización, hace falta una señalética clara que oriente mejor a los visitantes sobre los senderos y puntos de interés.	La infraestructura en general aún es limitada. Aunque se ha avanzado algo, especialmente en la vialidad, todavía falta mucho por mejorar. No se cuenta con señalización adecuada en los senderos ni con áreas de descanso bien establecidas para los turistas. Como presidente, estoy comenzando a recorrer y conocer más a fondo estas deficiencias y estamos en coordinación con organizaciones locales para empezar a trabajar en esas mejoras.	En términos generales, la infraestructura ha mostrado avances importantes en los últimos años, especialmente gracias al esfuerzo conjunto con las comunidades. Sin embargo, aún existen grandes desafíos. El estado de las vías es una de las principales limitaciones, ya que no siempre se encuentran en condiciones óptimas para recibir turistas. La señalización turística es escasa, lo que dificulta la orientación de los visitantes. En cuanto a servicios básicos y áreas de descanso, también se requiere inversión. La infraestructura existente todavía no responde adecuadamente a la creciente demanda turística. La atención al turista debe mejorar, pero eso requiere tiempo, recursos y compromiso comunitario.
¿Cuáles son las principales limitaciones en infraestructura que afectan la experiencia de los turistas?	La principal limitación es la falta de accesibilidad, pues los caminos no siempre están en buen estado. También hace falta mejorar la deberíamos comenzar por mejorar el transporte y el acceso vial, sin alterar el entorno natural. La señalización también es crucial, ya que actualmente los turistas solo pueden orientarse si son guiados por alguien. Además, necesitamos centros de información turística para que los visitantes tengan una idea clara de todo lo que pueden conocer y disfrutar en el área señalización y disponer de más áreas de descanso para los turistas. Además, no hay suficientes centros de información bien equipados donde los visitantes puedan recibir	La mayor limitación es la vialidad, especialmente en la parte alta de San Jacinto. También hay ausencia de señalización, lo cual genera confusión entre los visitantes. En cuanto a servicios, la oferta gastronómica y de hospedaje es escasa o insuficiente. El turista llega, pero muchas veces no encuentra servicios disponibles de forma inmediata o permanente	La vialidad es sin duda la mayor limitación. Un mal acceso genera una primera impresión negativa. A esto se suma la falta de señalética clara, lo que causa confusión entre los turistas. También carecemos de una oferta gastronómica constante y de servicios de hospedaje suficientes. Muchos emprendimientos apenas están iniciando y requieren apoyo técnico y económico. No se puede hablar de un turismo de calidad si el visitante no puede encontrar dónde comer o dormir con facilidad

<p>¿Qué tipo de infraestructura considera que debería priorizarse para mejorar la calidad del turismo en la zona? ¿Por ejemplo?</p>	<p>orientación sobre las actividades disponibles en la zona.</p> <p>Hablemos de transporte, de la señalización, centros de información. Aquí eso es lo que hace falta, porque bien sabemos no hay unos letreros que digan bien venidos a las comunidades o al ACUS Chinambí se debería priorizar la mejora de los caminos y la instalación de señalética adecuada. Además, sería importante fortalecer los centros de información turística y mejorar los servicios básicos, como áreas de descanso, baños públicos y espacios de recreación</p>	<p>Deberíamos comenzar por mejorar el transporte y el acceso vial, sin alterar el entorno natural. La señalización también es crucial, ya que actualmente los turistas solo pueden orientarse si son guiados por alguien. Además, necesitamos centros de información turística para que los visitantes tengan una idea clara de todo lo que pueden conocer y disfrutar en el área.</p>	<p>La construcción de caminos debe hacerse de forma responsable, respetando el ecosistema. Segundo, fortalecer la señalización turística para orientar al visitante adecuadamente. Finalmente, es esencial contar con centros de información turística que permitan al turista conocer toda la oferta existente y planificar su visita de forma integral</p>
<p>¿Cree que la comunidad local está preparada para adaptarse a mejorar la infraestructura turística? ¿Hable más de las 3 comunidades?</p>	<p>Sí, creo que hay disposición, pero es un proceso que debe darse poco a poco. Sin embargo, uno de los problemas es la falta de unidad en la comunidad, ya que hay ciertas actitudes de egoísmo que retrasan el progreso. Si logramos trabajar juntos y organizarnos mejor, podríamos avanzar significativamente en la mejora de la infraestructura turística.</p>	<p>Sí, he notado que las personas están tomando iniciativas de forma independiente. Queremos coordinar con las autoridades y buscar organizaciones que nos ayuden con capacitaciones. El turismo requiere buen trato, atención y hospitalidad, y como comunidad estamos comprometidos a ofrecer eso, pero también reconocemos que aún hay mucho por trabajar</p>	<p>Sí, hay una base sólida. Gracias a diversas capacitaciones impulsadas por instituciones y ONGs, las comunidades han adquirido conocimientos importantes. No obstante, el turismo es una actividad dinámica y cambiante, por lo tanto, siempre se necesitará formación continua. Veo a las comunidades con un nivel de preparación del 70%, pero es necesario seguir trabajando especialmente en temas como atención al cliente, presentación de productos y fortalecimiento de identidad cultural.</p>
<p>¿Qué tan adecuada considera que es la oferta actual de los servicios turísticos?</p>	<p>Actualmente, la oferta de servicios turísticos es regular. Hay alojamientos y emprendimientos que ofrecen alimentación y actividades, pero falta capacitación en atención al cliente y calidad de servicio. Muchas personas tienen negocios, pero no han recibido formación en turismo, lo que afecta la experiencia del visitante.</p>	<p>Aún no he realizado una inspección completa de los servicios de alojamiento, pero es una prioridad en mi gestión como presidente. Ya me he reunido con la asociación Dulce Corazón para dialogar sobre la mejora de la atención gastronómica. Estoy comprometido con impulsar acciones que fortalezcan estos aspectos.</p>	<p>La oferta actual es limitada. Estimo que cubre apenas un 40% de lo que se requiere para brindar una experiencia turística completa. Muchos visitantes llegan, disfrutan un atractivo y se van el mismo día, porque no hay condiciones para una estadía prolongada. Necesitamos fomentar emprendimientos que ofrezcan no solo alojamiento, sino también experiencias culturales y gastronómicas locales. La permanencia del turista debe ser una prioridad.</p>

<p>¿Existen servicios o actividades que los turistas soliciten con frecuencia, pero que aún no estén disponibles en la comunidad?</p>	<p>Sí, algunos turistas preguntan por actividades guiadas o experiencias más organizadas, pero no siempre hay guías disponibles. Se necesita un equipo de guías locales bien capacitados que puedan ofrecer recorridos por los senderos y brindar información sobre la biodiversidad y la cultura de la comunidad.</p>	<p>Es probable que existan varias necesidades insatisfechas, especialmente en cuanto a alojamiento, guianza turística y centros de información. Tenemos que seguir trabajando para identificarlas de manera clara junto a las organizaciones locales.</p>	<p>Lo que más solicitan es alojamiento y centros de información turística. También guías especializados que puedan brindar recorridos interpretativos. Se ha avanzado con apoyo de fundaciones, pero aún no contamos con un sistema organizado que permita canalizar adecuadamente la demanda turística hacia todas las zonas y atractivos del ACUS.</p>
<p>¿Considera que los prestadores de servicios turísticos están suficientemente capacitados para ofrecer atención de calidad a los visitantes?</p>	<p>No del todo. Hay personas que sí tienen conocimientos, pero muchas otras necesitan más capacitación en atención al cliente, manejo de grupos y servicio de calidad. La capacitación constante es clave para mejorar la oferta turística y brindar una mejor experiencia al visitante.</p>	<p>Sí, he notado que las personas están tomando iniciativas de forma independiente. Queremos coordinar con las autoridades y buscar organizaciones que nos ayuden con capacitaciones. El turismo requiere buen trato, atención y hospitalidad, y como comunidad estamos comprometidos a ofrecer eso, pero también reconocemos que aún hay mucho por trabajar</p>	<p>Diría que están al 50%. Algunos tienen experiencia, han participado en capacitaciones y han visitado otros modelos de turismo. Pero muchos aún no cuentan con formación técnica. A medida que aumente la demanda, también aumentará la exigencia del turista, por lo que es urgente fortalecer las capacidades del personal local.</p>
<p>¿Qué estrategias considera importantes para mejorar la calidad y diversidad de los servicios turísticos ofrecidos en el área?</p>	<p>Ha mejorado con el tiempo, pero todavía se necesita más difusión. Actualmente, se promociona a través de ferias turísticas y redes sociales, pero sería ideal fortalecer estas estrategias y llegar a un público más amplio.</p>	<p>Lo más importante es trabajar unidos. La comunidad debe asociarse, comunicarse y luego actuar en conjunto. Una vez formadas estas alianzas, se puede generar una cadena de servicios que beneficie a todos los sectores, integrando rutas, hospedaje, gastronomía, caminatas y otras experiencias en un solo paquete turístico.</p>	<p>La principal estrategia es el trabajo asociativo. Formar asociaciones que integren a diferentes actores (fincas, alojamientos, restaurantes, guías) para organizar recorridos integrales y sostenibles. Se pueden crear circuitos turísticos donde el visitante recorra varios sectores, disfrutando de gastronomía, senderismo, observación de fauna, entre otros. La clave es la integración comunitaria para distribuir los beneficios y evitar el centralismo de un solo atractivo.</p>
<p>¿Qué tan efectiva considera que ha sido la promoción del ACUS Chinambí como destino turístico?</p>	<p>Se han realizado ferias mensuales y eventos en los servicios que ofrece el ACUS por ejemplo Guanábana cuando inauguro realizo un concierto con cantantes locales y nacionales, lo cual ha ayudado a atraer</p>	<p>Considero que ha sido positiva. Antes no éramos conocidos ni dentro del cantón, pero ahora el nombre de la comunidad ha llegado incluso a nivel internacional. Esto es resultado de los esfuerzos comunitarios y del apoyo</p>	<p>Se utilizan redes sociales, ferias turísticas y algunos medios tradicionales como radio y televisión. Las redes sociales tienen el mayor impacto, ya que llegan a todo tipo de público, pero no se deben descartar los demás medios, sobre todo para llegar a públicos</p>

	visitantes. Sin embargo, se podría mejorar la presencia en redes sociales y trabajar en campañas publicitarias que resalten los atractivos turísticos del Área	de instituciones públicas. Sin embargo, aún falta mucho por consolidar y profesionalizar la promoción	locales o internacionales. La promoción debe resaltar que somos un destino de conservación, con especies únicas y un enfoque de turismo sostenible
¿Cómo podría integrarse a la comunidad local en las estrategias de promoción para fortalecer la identidad del destino?	Bueno, pues ahí ya es cuestión de cada comunidad debe estar más involucrada en la promoción, podríamos organizar recorridos guiados comunitarios, impulsar ferias culturales y generar contenido audiovisual que muestre la riqueza natural y cultural del lugar. Además, sería importante capacitar a los emprendedores en el uso de redes sociales para que promocionen sus servicios.	Desde mi rol, estoy trabajando para identificar a los emprendedores turísticos y vincularlos entre sí. Mi compromiso es representar a la comunidad, no solo a mi persona. La idea es que la identidad del territorio se construya desde lo colectivo, y que todos se sientan parte del proceso.	Tenemos un enorme potencial para desarrollar turismo de aventura, turismo comunitario, agroecológico y de observación de fauna. Pero esto debe hacerse sin perder la esencia del ACUS como área de conservación. La clave es no sacrificar el entorno por infraestructura innecesaria. Todo debe planificarse con enfoque sostenible, y no solo con visión económica. Las comunidades deben seguir siendo las protagonistas.
¿Qué tan efectiva considera que ha sido la declaratoria del ACUS Chinambí como un área de conservación?	Ha sido positiva porque ha ayudado a proteger la biodiversidad y ha promovido el turismo sostenible. Antes, muchas personas cazaban animales, pero ahora se han implementado mejores prácticas de conservación. Sin embargo, aún falta concienciar más a la comunidad sobre la importancia del turismo responsable.	El principal atractivo es la conservación del medio ambiente. Debemos mostrar que aquí se promueve un turismo sostenible, respetuoso con la naturaleza y con la cultura local. Además, debemos resaltar la amabilidad de nuestra gente, la gastronomía ancestral y la calidad humana de los habitantes.	Gracias al enfoque de conservación del ACUS, se ha generado conciencia sobre la importancia de cuidar los recursos naturales. Antes, por ejemplo, era común la cacería de fauna silvestre, pero ahora los animales bajan a la comunidad sin miedo, porque ya no se los persigue. Es un cambio positivo, aunque se debe seguir educando a los nuevos emprendedores para que el turismo sea siempre responsable y sustentable.

Si bien la mayoría de los entrevistados considera que los servicios turísticos del ACUS Chinambí son adecuados en gran medida, también se identificaron varias áreas de mejora que contribuirían a una experiencia más completa y satisfactoria. Entre las principales necesidades señaladas se encuentra la instalación de señalética clara y visible a lo largo de los senderos, lo que facilitaría la orientación de visitantes y fortalecería la seguridad durante los recorridos. Asimismo, se sugiere mejorar la calidad del servicio integrando a guías comuneros capacitados en las rutas, lo que no solo enriquecería la interpretación del entorno.

4.1.5. Resultados de las encuestas a turistas del ACUS Chinambí

En el análisis que se presenta, desde la figura 2 hasta la figura 27, se exhiben de manera detallada y sistemática los resultados obtenidos a partir de los distintos instrumentos aplicados durante todo el proceso de investigación. Cada figura recoge información específica que contribuye a la comprensión integral de los hallazgos, permitiendo una lectura comparativa y secuencial de los datos cuantitativos y cualitativos. Estos resultados han sido organizados para facilitar su interpretación, resaltando tendencias, patrones y variaciones encontradas en las diferentes etapas del estudio. Además, se incluyen notas explicativas y referencias cruzadas que apoyan la contextualización de los resultados dentro del marco teórico y los objetivos planteados, lo que fortalece la validez del análisis presentado.

- ¿Cuál es el país de residencia actual?

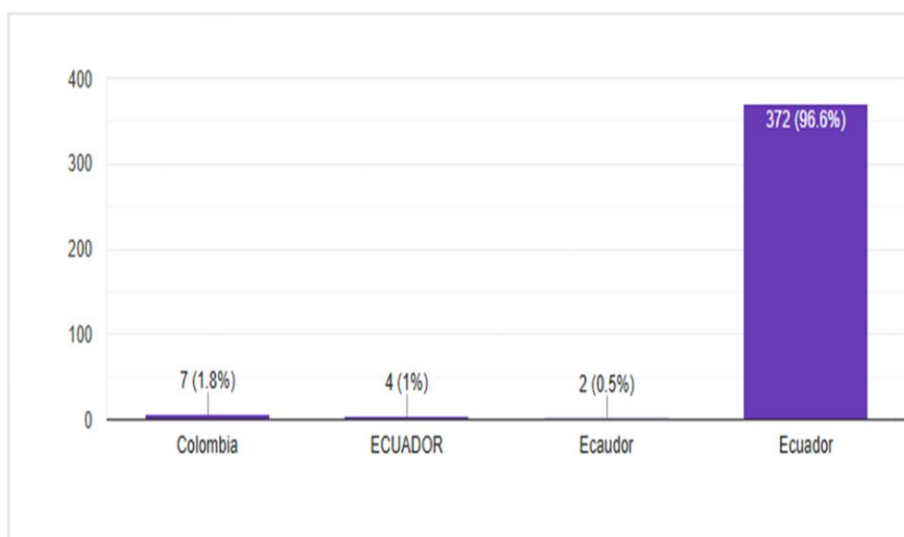


Figura 2. País de residencia actual

Los resultados indican que, la mayor parte de turistas encuestados se encuentran residentes en el Ecuador y pocos provienen del país vecino de Colombia, tal elemento demuestra que el Área de Conservación y Uso Sustentable Chinambí se encuentra como un destino turístico local, y con menor incidencia participativa de turismo a nivel internacional. Esto puede estar relacionado con el aspecto territorial por la cercanía y accesibilidad al destino hacia turistas nacionales, por lo tanto, se requiere el enfoque en estrategias de promoción encaminadas a llamar la atención de mercados extranjeros de países aledaños como Colombia.

- ¿Cuál es su ciudad de residencia actual?

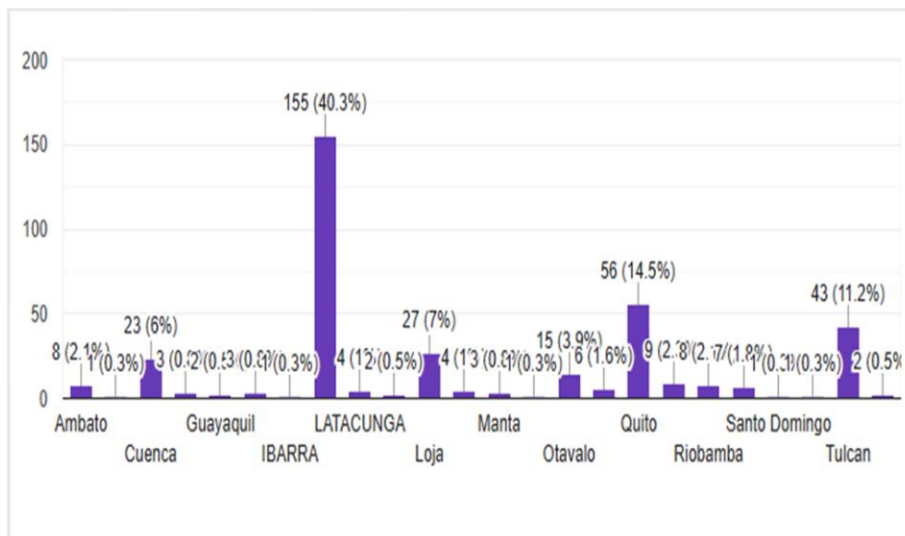


Figura 3. Ciudad de residencia actual

La mayoría de los turistas son provenientes de la ciudad de Ibarra, Quito y Tulcán. Pocos visitantes son de Cuenca o Loja y otras ciudades, tal distribución indica que al sector turístico acuden más turistas que se encuentran en sitios cercanos y que tienen facilidad de acceso vial, lo que demuestra que es un destino de estancia corta, entonces, se podría potencializar el aumento de mercado potencial en ciudades como Quito y Guayaquil con estrategias turísticas focalizadas.

- Género

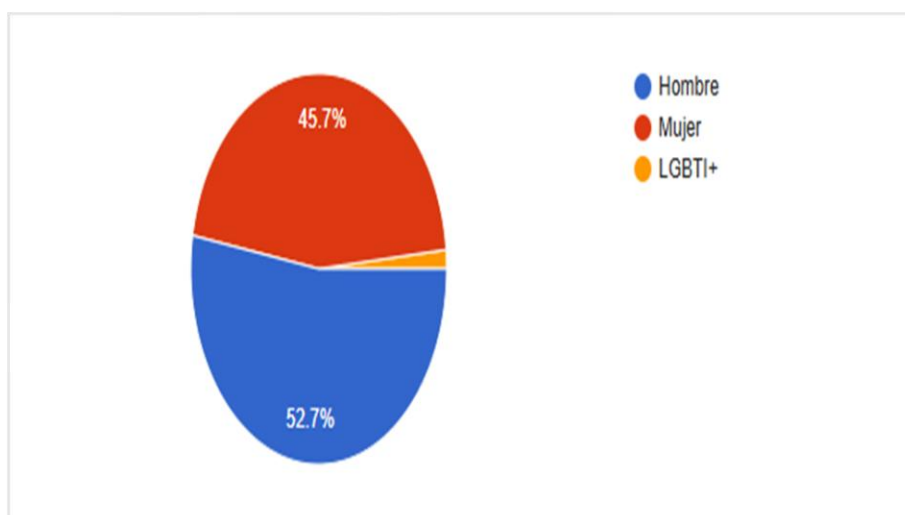


Figura 4. Género

De acuerdo con el análisis de género se evidencia que predomina el género masculino que el femenino, lo cual implica una participación equitativa entre hombres y mujeres, pues los niveles entre ambos son similares, lo cual determina que

el destino turístico no debe segmentarse en diferencias de género, pues se debe promover la inclusión social y de género en los servicios turísticos.

- Nivel de Estudios

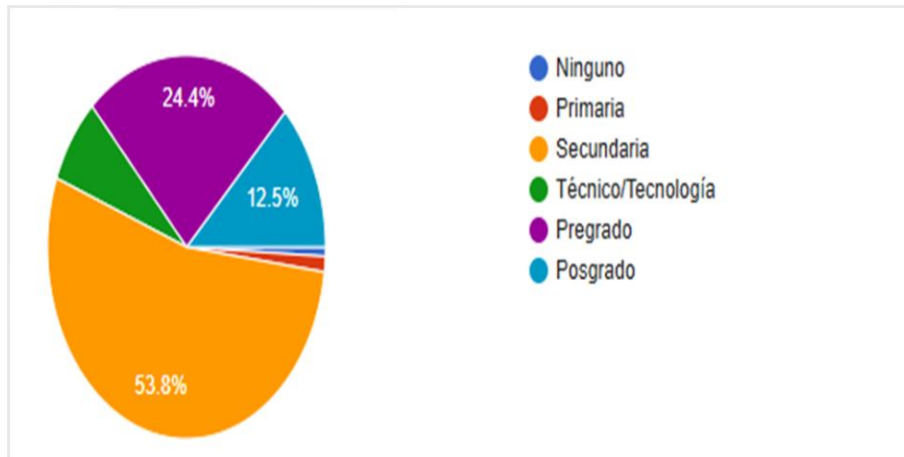


Figura 5. Nivel de estudios

La mitad de los turistas tienen estudios secundarios y pocos tienen estudios de pregrado o posgrado, lo cual muestra un perfil en el aspecto educativo medio, esto podría influir en que el visitante se encuentre en una situación intermedia por lo que requiere precios accesibles, así como pagar lo justo por diversas actividades turísticas, que cubran el valor de forma significativa.

- Edad

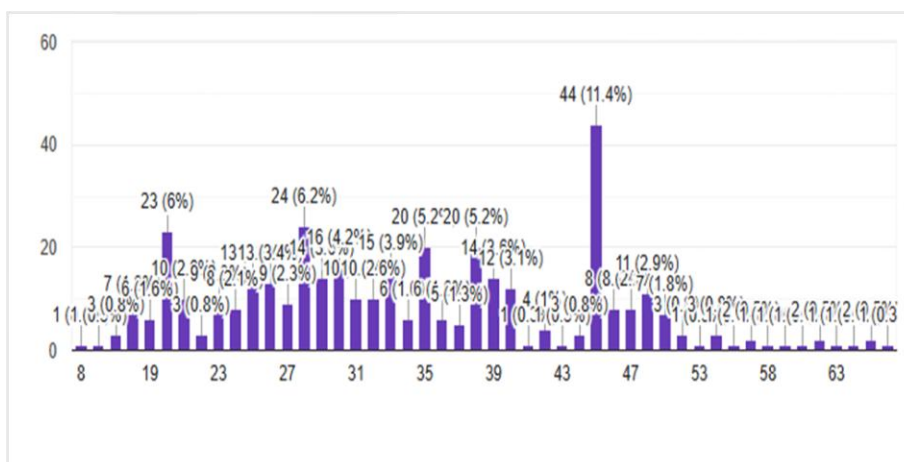


Figura 6. Edad

La mayoría de los turistas se encuentra entre los 27 a 47 años de edad, y constituyen la población económicamente activa, por lo tanto, es justamente este grupo etario que presenta mayor concurrencia a las actividades de turismo de naturaleza, con

una posibilidad de gasto medio o moderado. Si bien, en otros grupos etarios es menor la presencia, también se puede ver al sitio turístico como atractivo que una generaciones, pero dando predominio a adultos jóvenes y de edad media.

- Estado civil

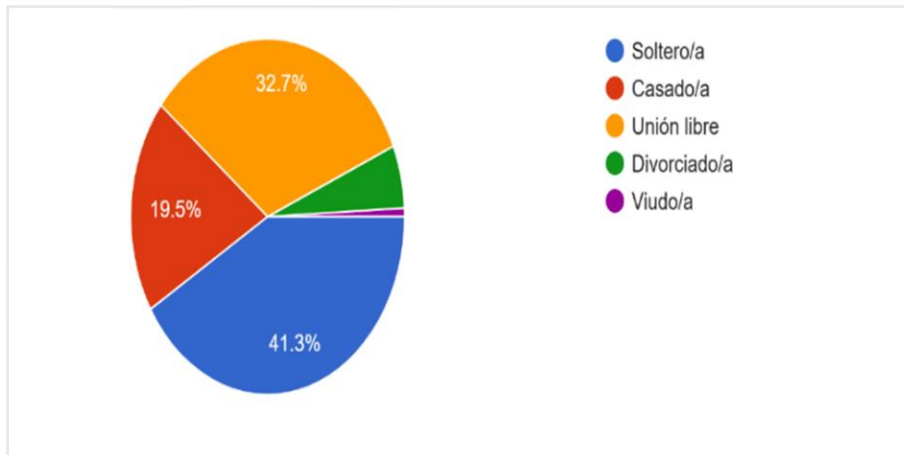


Figura 7. Estado civil

Si bien, menos de la mitad de turistas son de estado civil solteros, y se encuentran la otra mitad distribuidos entre unión libre y casados, se verifica que, en el destino es un atractivo sobre todo para turistas solteros que no se encuentran comprometidos con hogares establecidos por ellos, lo cual también puede estar asociado a que suelen ser viajes de estancia o de paso.

- Ocupación actual

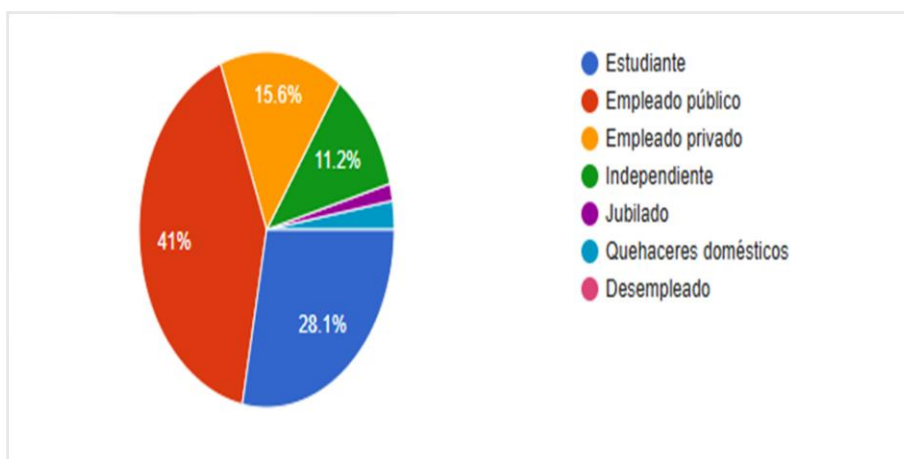


Figura 8. Ocupación actual

La mayoría de turistas encuestados son empleados públicos y estudiantes, lo antes mencionado refleja que existe una demanda de turistas en su mayoría con ingresos estables y con formación académica, lo cual indica que la mayoría prefiere viajes

económicos y de duración corta, siendo el motivo para una demanda elevada principalmente los fines de semana o días feriados.

- ¿Cuántas personas conviven en su hogar?

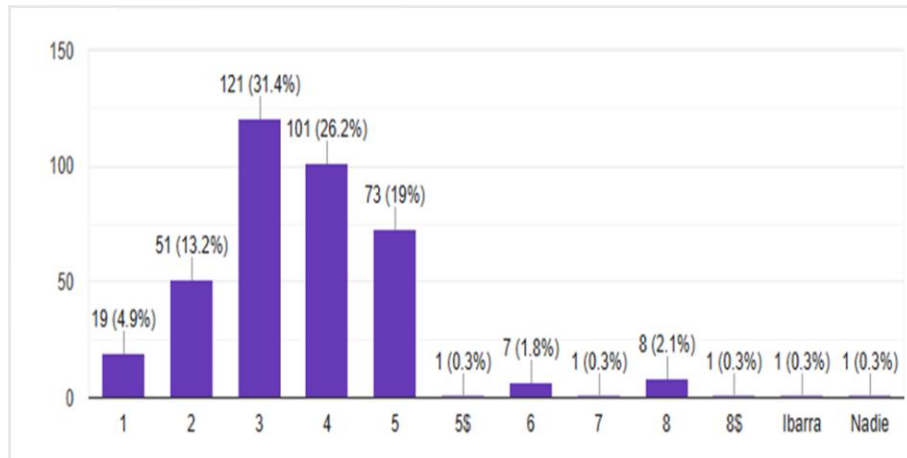


Figura 9. Número de personas que conviven en su hogar

La mayor parte de turistas tienen hogares conformados entre tres a cuatro personas, lo que determina un lineamiento para conocer el número promedio de miembros familiares, y denota una forma de identificar a cuántas personas en promedio por familia deben ofertar los servicios turísticos y sus respectivos productos, con este dato es posible proyectarlos de forma efectiva porque implica una amplia demanda en actividades de grupo, entornos de recreación y posibilidad de alojamiento, traslado y alimento, para familias según el número de sus miembros.

- Este viaje principalmente ¿con quién realizó?

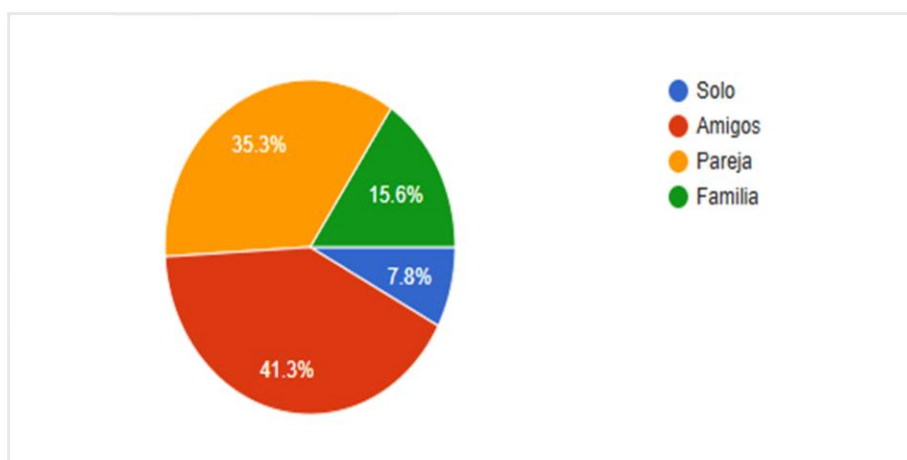


Figura 10. Con quién realizó el viaje

Casi la mitad de turistas ha viajado con amistades y otros con la pareja, entonces esto quiere decir que, este sitio turístico denota que es un destino de paso y suele hacerse en grupos para el ocio y recreación, ya que pocos viajan con familia o de forma individual, entonces, es un destino catalogado para la experiencia en colectividad, algo que es un referente que debe ser visto por los oferentes.

- ¿Cómo fue su forma de viaje?

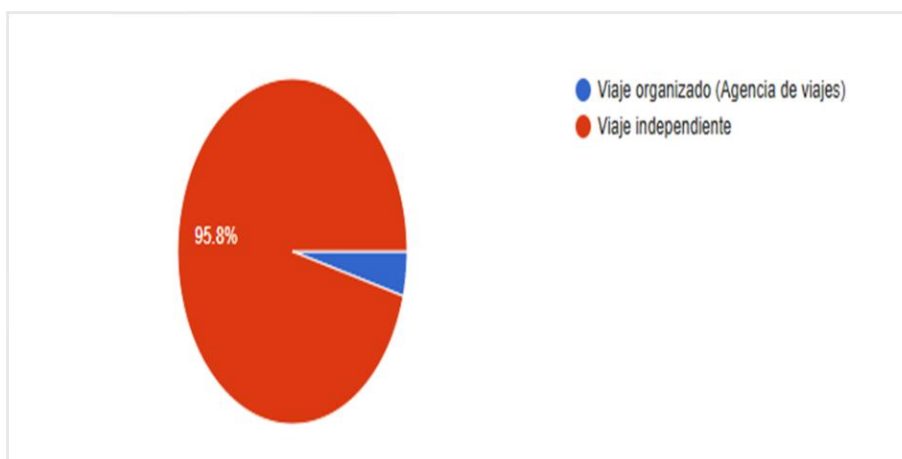


Figura 11. Forma de viaje

La mayoría de turistas ejecutó su viaje independientemente, sin agencias de viajes, entonces esto quiere decir que no hay muchas agencias que promuevan y oferten los servicios turísticos de este atractivo, por lo tanto, esto suele suceder en entornos turísticos naturales en los cuales el turista organiza su propia experiencia, lo que denota una importancia fundamental en cuanto al acceso de la promoción en medios digitales.

- ¿Cuál fue el principal motivo por el que realizó este viaje?

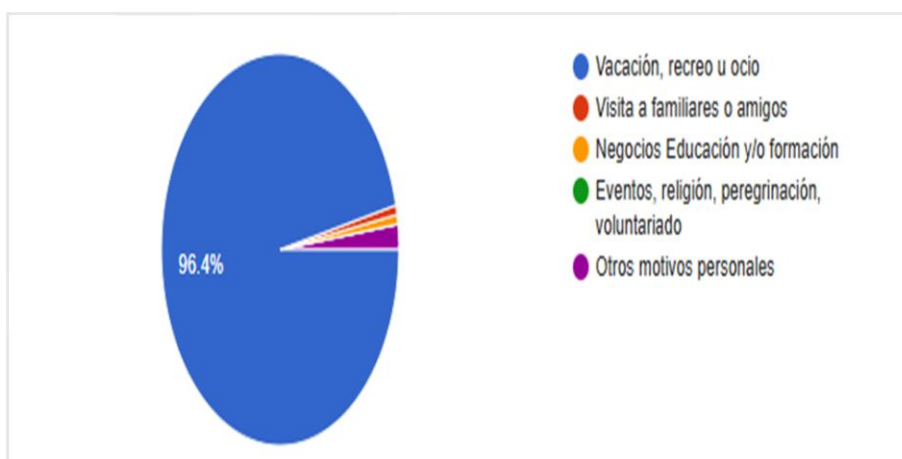


Figura 12. Motivo del viaje

Del total de turistas indicaron que el motivo del viaje fue por vacaciones y por ocio, lo cual indica que este tipo de turismo de naturaleza denota la importancia de mantener intactos los sitios a los que el visitante va, donde sea posible observar la flora y fauna del sitio de forma directa y real, tomando un contacto más amplio con la naturaleza y anteponiendo la necesidad de relajación.

- ¿Cuáles de las siguientes actividades principalmente ha realizado o piensa realizar en su visita a la provincia del Carchi (ACUS Chinambí)?

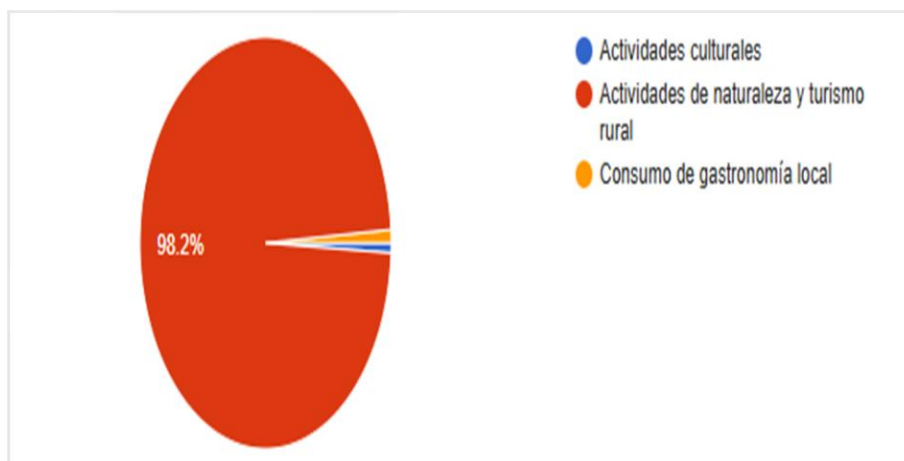


Figura 13. Principales actividades

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una marcada orientación de la demanda turística en la provincia del Carchi hacia actividades vinculadas al contacto directo con la naturaleza y al turismo rural, evidenciada por el alto porcentaje de visitantes que manifiestan interés actual o potencial en este tipo de experiencias.

- Principalmente ¿Qué actividades de naturaleza y turismo rural realizó o piensa realizar?

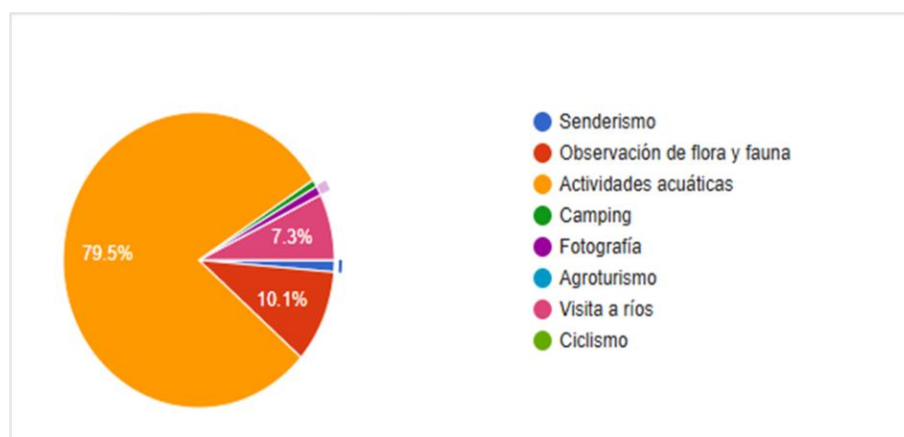


Figura 14. Actividades de naturaleza y turismo rural realizadas

Las actividades principales son las acuáticas, así como la observación de flora y fauna tomando en cuenta que, el destino turístico ofrece paisajes al natural, así como dispone de cascadas, ríos y otros atractivos que permiten al turista tener una relación directa con la naturaleza.

- ¿Cuál es el medio de transporte que usó para trasladarse a la provincia del Carchi?

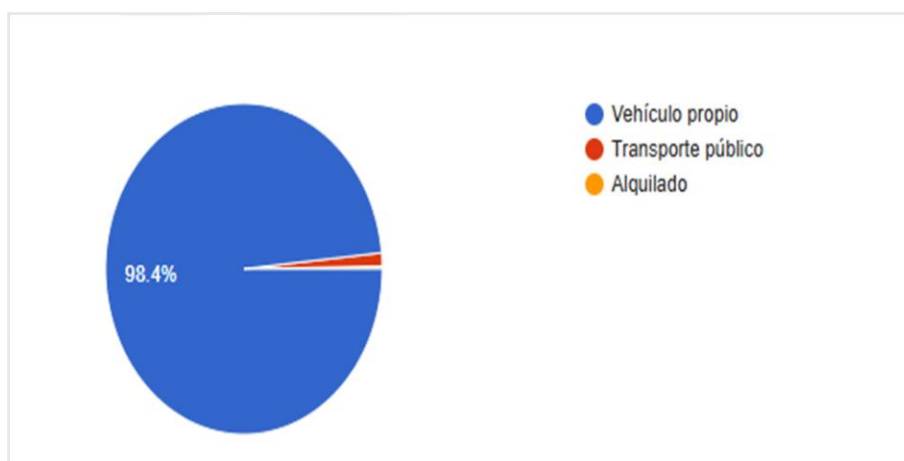


Figura 15. Medio de transporte

La utilización de vehículo propio es el principal medio de transporte de los turistas que visitan este atractivo turístico, a su vez, esto se asocia con la reducida oferta de transporte público que llega al sector. Lo anterior denota es la posibilidad de mejorar en cuanto a rutas de acceso al sitio por parte de organismos como el GAD parroquial y provincial, así como es necesario disminuir el impacto ambiental.

- ¿Cuántos días permanecerá visitando la provincia del Carchi?

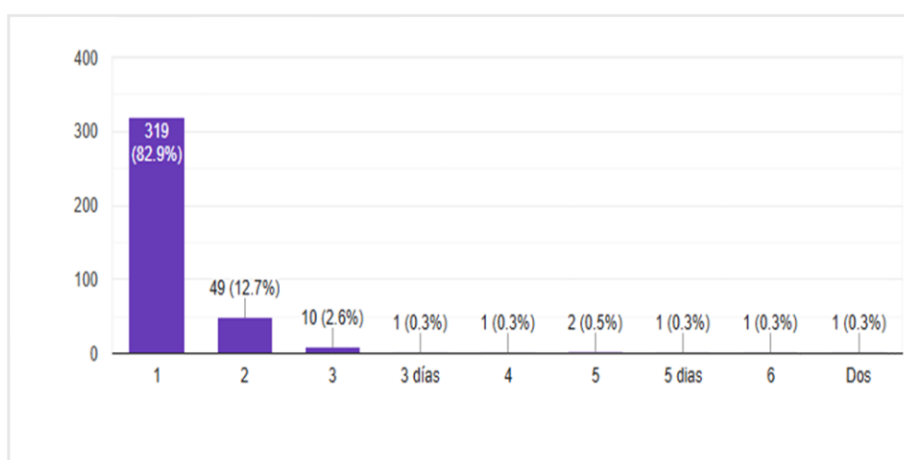


Figura 16. Días de permanencia visitando Carchi

Los resultados evidencian que la mayor parte de turistas se quedan en la provincia del Carchi es un día lo cual indica que este es un destino de turismo corto. Lo anterior refleja la urgencia por diversificar la oferta de turismo con el uso de aspectos complementarios que ayuden a una más amplia permanencia, y un más amplio gasto en turismo.

- En el caso de pernoctar ¿Qué tipo de alojamiento seleccionó?

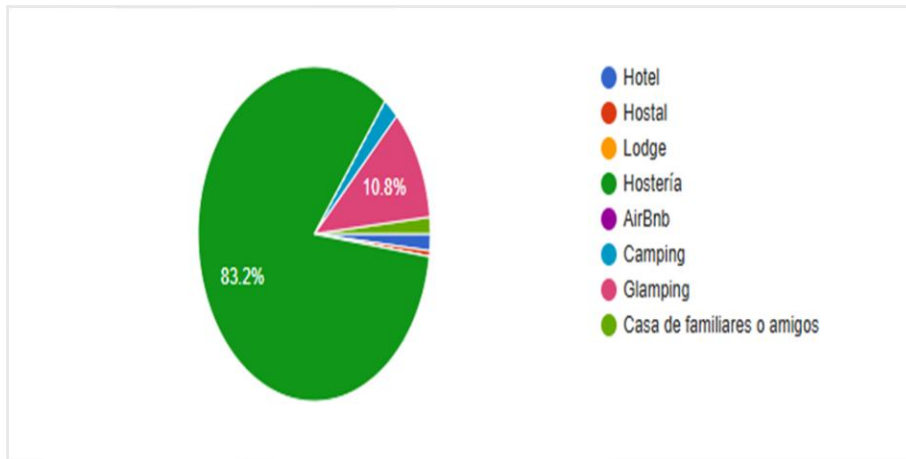


Figura 17. Tipo de alojamiento

Se observa que los visitantes en su mayoría prefieren las hosterías y el Glamping ya que se asocia a aspectos de naturaleza, mostrando así que requieren una experiencia única con la naturaleza. A su vez, es un aspecto clave para fomentar el turismo sostenible y se recalca en la necesidad de un bajo impacto en el entorno.

- ¿Cuál es el gasto promedio diario que realizó por persona en Alimentación?

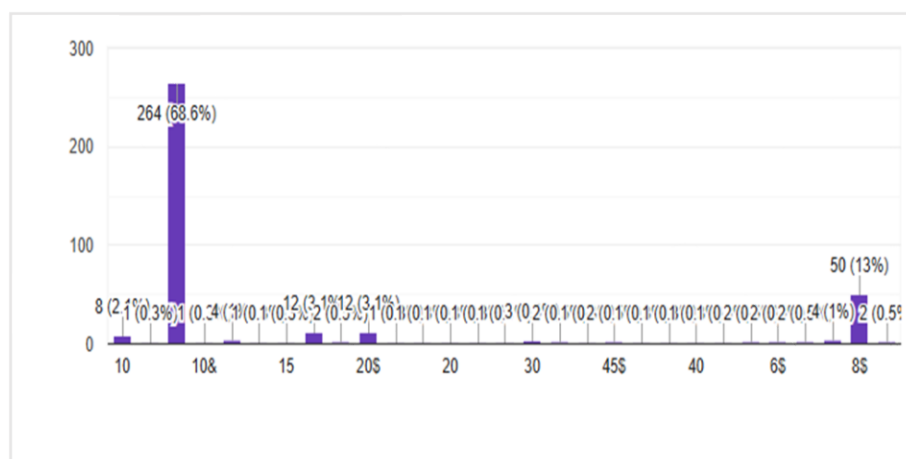


Figura 18. Gasto promedio diario por persona

La mayoría de turistas gastan en promedio 10 dólares al día por cada persona, siendo que es un presupuesto bajo, sabiendo también que la mayoría de turistas son solteros

y tienen un ingreso medio a medio bajo. La estrategia está en ofertar servicios de calidad, pero a bajo costo, contando con que el contacto con la naturaleza es la base clave de la oferta.

- ¿Cuál es el gasto promedio que realizó por persona en transporte?

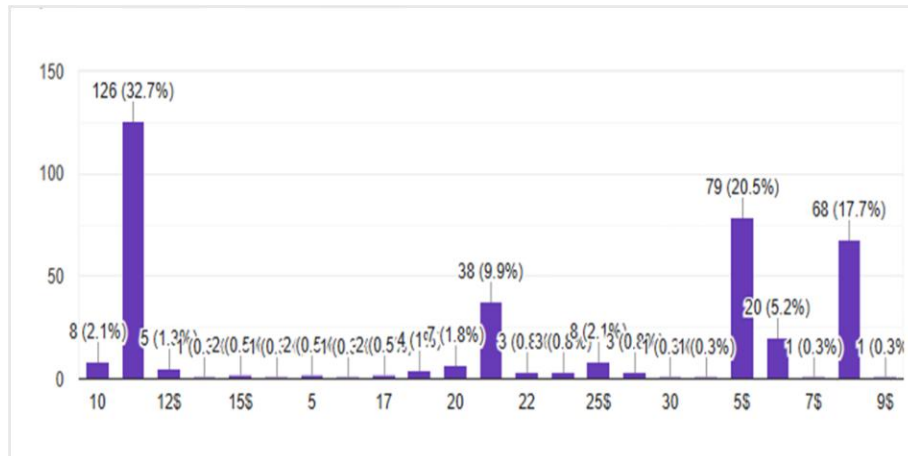


Figura 19. Gasto promedio por persona en transporte

Se ha observado que, el gasto en promedio de los visitantes está entre 10 a 12 dólares por persona, esto también tiene que ver con el hecho de que confluyen desde sitios cercanos, además disponen de transporte propio. Lo antes mencionado aporta para reducir costos, siendo un factor positivo en el caso del perfil del visitante que va de paso y con poco presupuesto.

- ¿Cuál es el gasto promedio diario que realizó por persona en actividades turísticas?

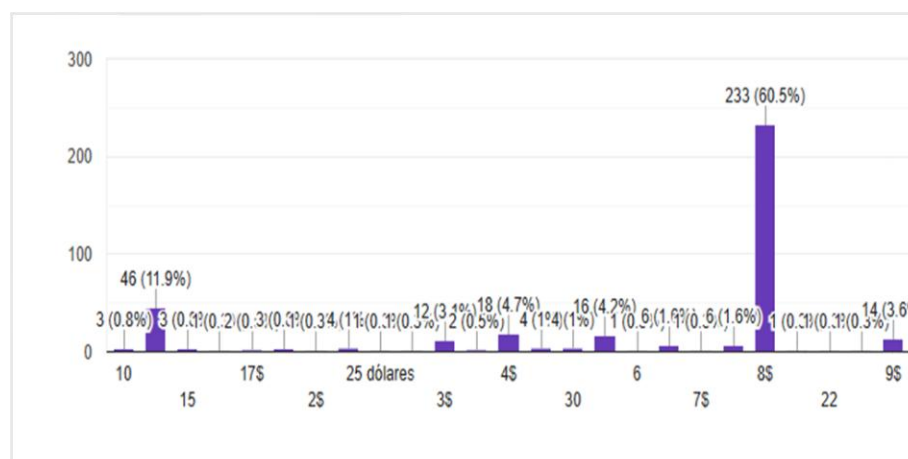


Figura 20. Gasto promedio diario en actividades turísticas

La mayor parte de turistas usan 8 dólares en promedio al día por persona para las actividades de turismo, sabiendo que la experiencia con la naturaleza compensa

este valor con una experiencia realmente económica. Sin embargo, para el sector comunitario puede haber un potencial por descubrir y ampliar las actividades de bajo costo y que den una diferenciación para ampliar los ingresos y el desarrollo del sector.

- Califique a la provincia del Carchi (ACUS Chinambí) del 1 al 7 como destino turístico teniendo en cuenta que 1 es "no es buen destino turístico" y 7 "totalmente es un destino turístico"

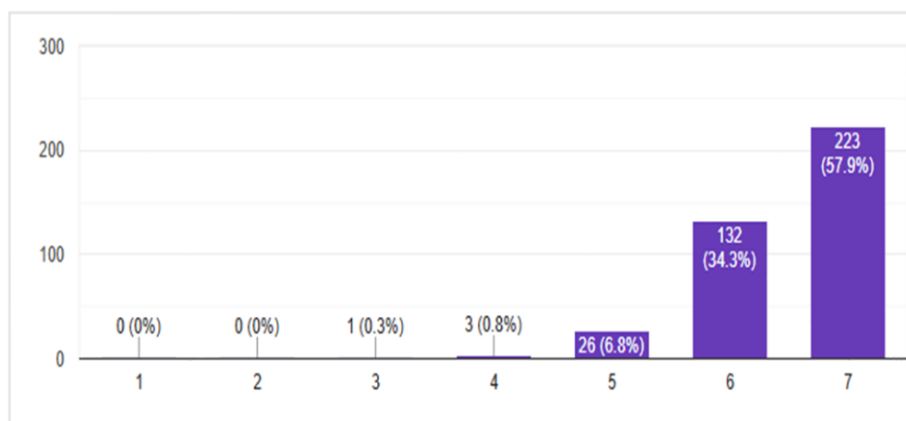


Figura 21. Calificación como destino turístico

La más alta calificación del destino turístico fue Carchi que se le nombra como el mayor sitio turístico, siendo que se percibe como un entorno positivo, lo que representa la necesidad también de posicionarlo de mejor forma a nivel local. Considerando que el ACUS Chinambí conforma la parte de naturaleza, diversidad de flora y fauna del sitio.

- Califique la infraestructura de los siguientes servicios que haya utilizado en el destino. Teniendo en cuenta que 1 es "nada satisfactorio" y 5 "totalmente satisfactorio".

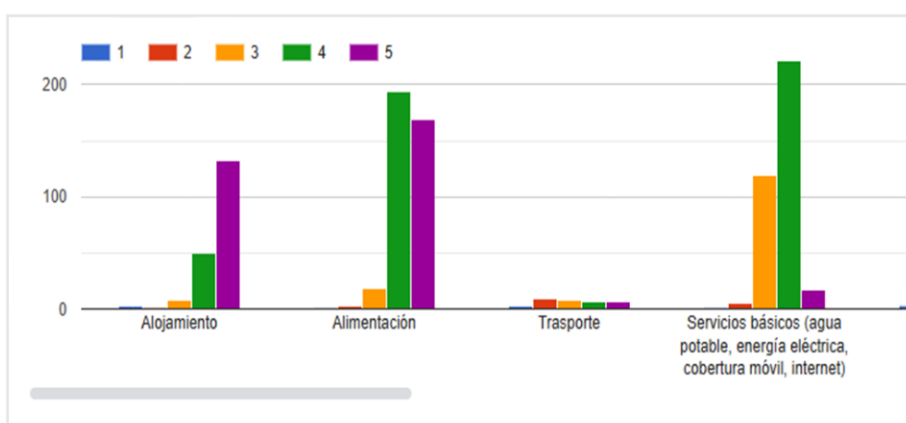


Figura 22. Calificación de la infraestructura

De los encuestados, la mayoría calificó regular a los servicios básicos, también la mayoría calificaron de adecuados a los aspectos como alimentación y alojamiento, mientras que, el transporte tuvo calificaciones mínimas. Lo cual involucra que se requiere mejora de infraestructura, y se debe ampliar el presupuesto tanto público como privado para la mejora de la experiencia del visitante.

- ¿Cómo califica los siguientes indicadores del destino turístico?

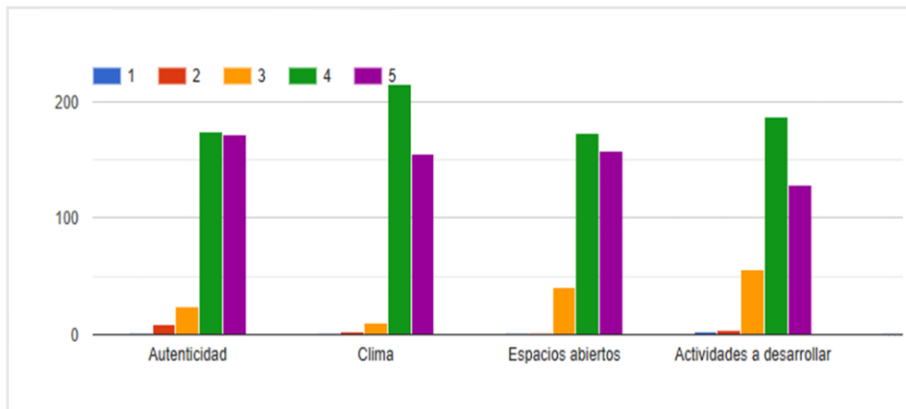


Figura 23. Calificación de indicadores del destino turístico

La mayoría calificó bien a los indicadores del destino turístico como: autenticidad, clima, espacios abiertos, actividades a desarrollar. Lo antes indicado determina que, los turistas están en su mayoría satisfechos de forma parcial con los indicadores antes mencionados del destino turístico.

Si bien, los indicadores de clima, autenticidad, entornos abiertos, tienen amplia valoración, si falta mejorar aspectos concretos como la infraestructura, como se mencionó anteriormente.

- ¿Cómo califica los siguientes indicadores de la imagen turística del destino turístico? (atractivo turístico).

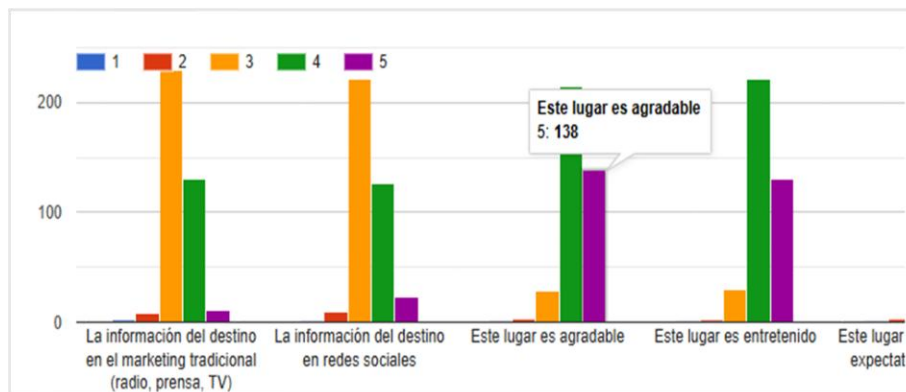


Figura 24. Calificación de indicadores de la imagen turística

El sitio turístico recibió una alta calificación por ser agradable y entretenido. Sin embargo, la mayoría valoró de forma intermedia la difusión del destino en medios tradicionales (radio, prensa, TV) y en redes sociales. Esto evidencia la necesidad de fortalecer las estrategias de marketing turístico, ampliando la presencia online y desarrollando campañas promocionales más efectivas.

- ¿Ingreso económico familiar promedio mensual?

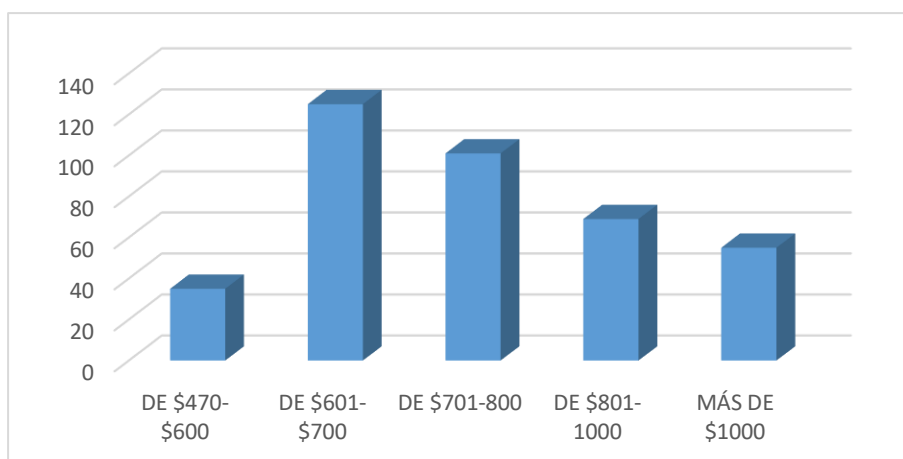


Figura 25. Ingreso económico

Se evidencia que la mayor parte de turistas disponen de ingresos medios o medio bajos, este dato ayuda a entender cómo los ingresos del turista posibilitan el acceso a los servicios que se le ofertan, así como su comportamiento de consumo, para ello se enfoca principalmente en dotarles de movilización, alimento, servicios básicos y actividades que no impliquen costos amplios, para mantener una oferta turística oportuna y efectiva.

- ¿Cuál es el gasto promedio diario que realizó por persona en Hospedaje?

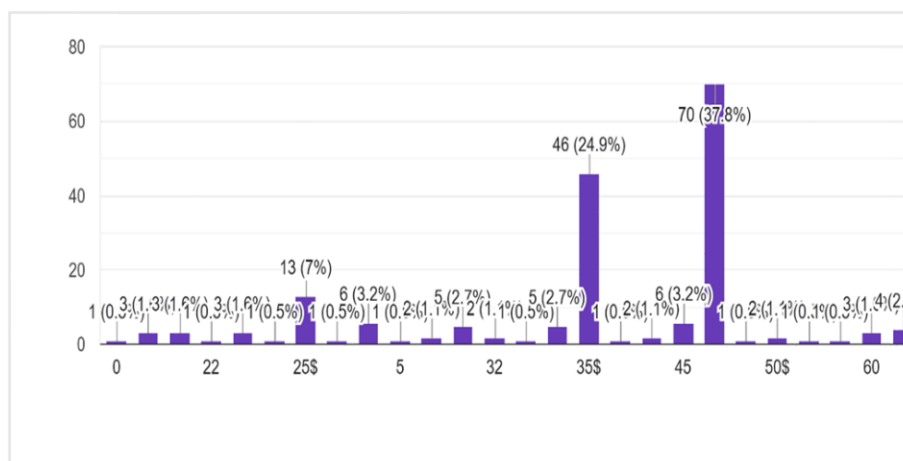


Figura 26. Gasto promedio diario por persona en Hospedaje

A partir de la gráfica presentada, se evidencia que el gasto promedio por persona en hospedaje dentro del destino se concentra principalmente en rangos medios, destacándose valores cercanos a los 35 y 45 dólares, los cuales agrupan los porcentajes más altos de la muestra. Este comportamiento permite identificar un patrón claro de consumo, en el que la mayoría de los visitantes opta por alternativas de alojamiento con costos moderados, coherentes con la oferta existente en el área. Desde un análisis interpretativo, estos resultados reflejan que el turista que visita, no busca necesariamente opciones de hospedaje de alto costo, sino establecimientos que ofrezcan una adecuada relación entre precio, comodidad y conducta con la naturaleza.

- ¿Es la primera vez que visita la provincia del Carchi?

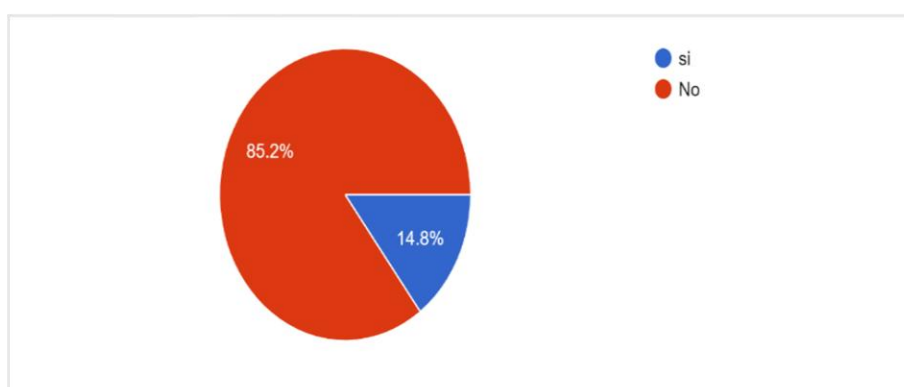


Figura 27. Visita a la provincia del Carchi

Desde un análisis interpretativo considero que este alto porcentaje de visitantes recurrentes refleja que la provincia del Carchi, y particularmente el ACUS Chinambí, ya cuenta con un nivel de reconocimiento y aceptación previo dentro del mercado turístico, principalmente a escala nacional. La repetición de la visita suele estar asociada a experiencias satisfactorias, vínculos emocionales con el territorio o a la cercanía geográfica, factores que influyen directamente en la fidelización del turista.

4.1.6. FODA del ACUS Chinambí

En la tabla 6 se incluye el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del ACUS Chinambí.

Como también, en la siguiente tabla 7 se presenta el cruce de las variables del análisis FODA, estructurado en estrategias FO, DO, FA y DA, las cuales permiten articular de manera coherente los recursos y capacidades internas del territorio con las condiciones del entorno.

Tabla 6. Análisis FODA ACUS Chinambí

Fortalezas detectadas		Debilidades detectadas	
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de conexión de wifi en los servicios ofertados. • Ferias turísticas de promoción de los servicios ofertados. • Existencia de atractivos naturales y culturales. • Zona declarada como área de conservación y uso sustentable • Nombre del sitio resuena a nivel nacional e internacional • Conciencia de la comunidad y del turista por la conservación del ambiente. • Alta diversidad de flora nativa y vegetación primaria. • Festival de anfibio como manifestación cultural vinculada a la conservación. 		<ul style="list-style-type: none"> • Escasa señalética en senderos y puntos de interés • Accesibilidad limitada • Escasa gestión del centro de información turística. • Poca disponibilidad de servicios básicos y áreas de descanso (baños públicos, zonas de recreación • Personal de atención al cliente y prestación del servicio, con escasa capacitación • Escasa asociatividad entre prestadores de servicios 	
Oportunidades detectadas		Amenazas detectadas	
<ul style="list-style-type: none"> • Difusión masiva en redes sociales (Facebook, Instagram, canales tradicionales como radio y tv) • Apertura de sectores estratégicos para y fortalecer proyectos turísticos. • Capacitaciones por instituciones público-privadas y ONGs • Registro de nuevas especies en el área 		<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación de los recursos naturales por uso indiscriminado por agroquímicos. • Lluvias intensas que provocan desbordamientos de ríos. • Minería a gran escala. • Deforestación • Deslaves 	

Tabla 7. Cruce del FODA ACUS Chinambí

FO		DO	
F1 y O1	Posicionar el ACUS Chinambí como destino de turismo rural y sostenible mediante campañas de promoción digital y tradicional.	D1 y O2	Implementar señalética turística interpretativa y direccional
F2 y O2	Incentivar la promoción digital inmediata del destino por parte de los visitantes.	D2 y O2	Gestionar proyectos de mejora de accesos turísticos con enfoque sostenible.
F3 y O3	Impulsar nuevos proyectos turísticos sostenibles y diversificar la oferta.	D3 y O1	Fortalecer la información turística mediante plataformas digitales
F4 y O4	Desarrollar productos de ecoturismo, turismo científico y educación ambiental.	D4 y O2	Implementar infraestructura básica turística sostenible
F5 y O5	Fortalecer las capacidades locales en turismo sostenible y conservación.	D5 y O3	Capacitar al personal en atención al cliente y prestación de servicios turísticos.
FA		DA	
F6 y A1	Implementar programas de educación ambiental y uso responsable del territorio	D2 y A5	Mejorar infraestructura turística resiliente y segura.
F4 y A3	Posicionar el turismo sostenible como alternativa económica frente a actividades extractivas	D3 y A1	Fortalecer la planificación y control del uso turístico del área.
F3 y A4	Reforzar la conservación mediante turismo científico e investigación ambiental.	D6 y A3	Consolidar la organización comunitaria para la defensa territorial.
F5 y A2	Implementar planes de gestión de riesgos turísticos y ambientales.	D5 y A4	Capacitar en turismo responsable y manejo ambiental

4.1.7. Plan de mejora basado en el análisis de oferta y demanda

En la siguiente tabla 8 se presenta una propuesta integral, con el propósito de contribuir al desarrollo del turismo sostenible.

Tabla 8. Propuesta de plan de mejora del ACUS Chinambí

Objetivo estratégico	Objetivo táctico	Objetivo operativo	Acciones	Responsables	Presupuesto
Fortalecer la oferta de turismo en el ACUS Chinambí a partir de la mejora de infraestructura, servicios, actividades y promoción para el aumento de la demanda de turismo.	Aumentar la demanda de turismo en el ACUS Chinambí fomentando el desarrollo sostenible	Mejorar la infraestructura de turismo del ACUS Chinambí para lograr accesibilidad y satisfacción al cliente.	-Readecuación de las vías de acceso a ruta y alojamiento -Instalación de señalética estándar -Construcción de zonas de descanso, mirador -Implementación de seguridad turística (senderos con delimitación, pasamanos, cercas)	GAD Provincial de Carchi GAD Parroquial Jacinto Jijón y Caamaño Junta de Administración del ACUS	-Mejora vial \$25.000 -Señalética \$8.000 -Zona de descanso y miradores \$12.000 -Medidas de seguridad \$10.000 TOTAL, ESTIMADO: \$55.000
		Optimizar la calidad de servicios de turismo ofertando los establecimientos del ACUS Chinambí	-Regularización de documentos legales de cada establecimiento -Mejora de la infraestructura, SSHH, hospedaje -Creación de un manual de turismo para el ACUS Chinambí	MINTUR Gerente/propietario de cada establecimiento	-Mejora del alojamiento \$6.000 establecimiento -Manual de calidad \$1.000 Total= \$7.000
		Gestionar las actividades de turismo con priorización de rutas, señalética, y guía	-Diseñar paquetes de turismo con temas como: rutas, senderos, observatorio de anfibios, gastronomía, deportes -Creación de señalética en rutas concurridas -Inclusión de nuevos deportes como: ciclismo, caminata nocturna	GAD Provincial GAD Parroquial MINTUR Ministerio del Ambiente Operadores de turismo	-Diseño de paquetes de turismo \$3.000 -Implementación de nuevas actividades \$7.000 TOTAL, ESTIMADO: \$10.000
		Fortalecimiento de las capacidades de actores involucrados de la localidad a partir de su formación	-Capacitación en la atención al cliente, primeros auxilios -Talleres de formación en gestión ambiental, servicio al cliente, turismo y de emprendimiento para la comunidad	Ministerio de Turismo ONG's Junta ACUS	-Talleres y capacitaciones \$5.000 -Certificaciones \$2.000 TOTAL, ESTIMADO: \$7.000
		Fomentar la promoción en medios digitales del ACUS Chinambí para segmento joven y adulto.	-Creación de marca de turismo ACUS Chinambí -Diseño de material de promoción online (video, fotos, redes sociales) -Implementación de campañas de turismo comunitario	GAD Provincial MINTUR Operadores de turismo Comunidad	-Marca turística \$3.000 -Campañas online y video \$4.000 -Promoción con operadores del sector \$2.000 TOTAL, ESTIMADO: \$9.000
PRESUPUESTO TOTAL DE LAS CINCO ACCIONES					\$88.000

4.2. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la investigación permiten analizar de manera general que oferta y demanda del ACUS Chinambí, evidenciado coincidencias y divergencias con estudios previsto en contextos similares tanto a nivel nacional como internacional. La aplicación de una metodología de un enfoque mixto, que incluye entrevistas a los actores comunitarios, encuestas a los turistas, fichas de categorización de atractivos y matrices de control de servicios turístico, facilito una comprensión amplia y se contextualizo el comportamiento turístico en el área de estudio.

Con la oferta turística, existe un alto potencial natural y comunitario; no obstante, presenta deficiencias estructurales en la señalética, infraestructura, accesibilidad a los servicios de alojamiento, los cuales solo cumplen parcialmente con los requisitos establecidos para la actividad turística en el sector. Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Naranjo y Martínez (2022), quienes afirman que la oferta turística no debe limitarse a la existencia de recursos naturales, sino que requiere una adecuada planificación, integración de servicios y gobernanza eficiente para garantizar experiencias satisfactorias al visitante. En caso del ACUS Chinambi, la falta de articulación entre los actores locales y la limitada inversión en infraestructura turística restringen el aprovechamiento óptimo de sus recursos.

De igual manera, los resultados obtenidos guardan una relación con el estudio desarrollado por Godoy (2014) en la zona de Intag, donde se identificó que, pese a contar con atractivos naturales relevantes, la escasa estructuración de la oferta turística y la ausencia de productos integrados limitaban el incremento de la demanda. De manera similar, en el área de estudio se evidencia que atractivos como la Ruta de las Cascadas y el Festival de Anfibios concentran la mayor afluencia de visitantes, mientras que otros sitios con potencial permanecen subutilizados debido a la falta de accesibilidad y promoción, lo que demuestra una oferta turística poco diversificada.

En cuanto a la demanda turística, los resultados revelan que el perfil predominante del visitante corresponde a turistas jóvenes, interesados principalmente en actividades de naturaleza y turismo rural, lo cual es coherente con los planteamientos de Priscilla y Ortega (2023) quienes señalan que los destinos de carácter natural atraen mayoritariamente a visitantes jóvenes con motivaciones vinculadas al contacto con la naturaleza, la recreación y la experiencia cultural. Sin embargo, a

diferencia de lo expuesto por estos autores, en el ACUS Chinambí se evidencia un nivel de satisfacción moderado.

Desde el punto de vista metodológico, la triangulación de tácticas aplicadas en esta investigación permitió corroborar que las percepciones de los turistas, los actores comunitarios y los resultados obtenidos de las matrices de control convergen en señalar la necesidad de una intervención integral. Este aspecto refuerza lo planteado por Aviles et al. (2023) quienes sostiene que el análisis de la demanda turística debe complementarse con la evaluación de la oferta y la capacidad del destino para responder a las expectativas del visitante, especialmente en contextos afectados por limitaciones estructurales y organizativas y en cuanto a las fichas de categorización se evidencian puntuaciones bajas en los atractivos como la Cascada Finca el Refugio, pues falta conectividad, servicios de turismo efectivos y estrategias para su difusión.

En torno a los servicios de alojamiento, los establecimientos se identifican que cumplen solamente de forma parcial con los requerimientos que dictamina el MINTUR, lo que limita la experiencia turística, también hay bajas calificaciones en aspectos como la limpieza, equipamiento, infraestructura, lo que atrae a implementar procesos de mejora y capacitación a los actores involucrados.

En síntesis, los resultados obtenidos confirman que en el ACUS Chinambí cuenta con condiciones favorables para el desarrollo del turismo sostenible; sin embargo, al igual que en otros territorios de conservación estudiados por diversos autores, la ausencia de una planificación integral basada en el análisis de la oferta y la demanda limita su consolidación como destino turístico competitivo. Por lo tanto, los hallazgos de esta investigación respaldan la necesidad de implementar un plan de mejora orientada al fortalecimiento de la infraestructura, la diversificación de actividades, la capacitación de actores locales y a la promoción estratégica del destino, con el fin de incrementar la demanda turística y garantizar la sostenibilidad ambiental, social y económica del ACUS Chinambí.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se corroboró que el ACUS Chinambí tiene un alto potencial para atraer a la demanda turística, debido a sus atractivos de naturaleza y cultura, pero, la mayor parte de ellos no tienen una infraestructura adecuada, tampoco cuentan con correcta señalización y servicios como hospedaje, únicamente ciertos sitios tales como: la Ruta de las Cascadas tiene una estructura mejor diseñada, y los otros sitios necesitan intervención oportuna
- Los servicios turísticos son limitados, no se cumplen en su totalidad, los establecimientos que se evalúan tienen deficiencias en cuanto a la infraestructura, higiene, equipamiento, lo que debilita la calidad de la oferta de turismo, a lo cual se añade que las actividades que se disponen son pocas y no hay variedad, lo que disminuye el atractivo de este destino turístico
- En cuanto a la demanda de turismo esta incluye un segmento joven porque les agrada la naturaleza y actividades de aventura en el aire libre, pero, ellos también miran que hay poca infraestructura en servicios y pocas actividades que ejecutar, siendo que, tienen expectativas de mejora en aspectos como calidad, seguridad, accesibilidad.
- Finalmente, se incluyó el plan de mejora integral, donde se abordó elementos como la mejora de la infraestructura, calidad en los servicios, diversificación de actividades, capacitación de la comunidad y estrategias promocionales online, por eso es que se requiere el compromiso de los actores involucrados como el MINTUR, GAD provincial del Carchi, y la comunidad en general para aumentar la demanda potencial mejorando el atractivo turístico, para que se lo mire como un destino sostenible.

5.2. RECOMENDACIONES

- Sería conveniente que las autoridades como el GAD cantonal, así como el MINTUR y otras entidades gubernamentales inyecten capital público para gestionar la mejora de los servicios turísticos del ACUS Chinambí, lo cual en un futuro puede ser el sustento de las familias del sector.
- Es importante fomentar la calidad de servicios turísticos a partir de la regulación de los documentos de los establecimientos turísticos que se encuentran en el ACUS Chinambí, pues de esto también depende que sea posible su funcionamiento continuo.
- Sería importante capacitar a los actores de la comunidad y operadores locales en aspectos como turismo sostenible, hospitalidad, atención al cliente en el sector turístico, primeros auxilios y otros temas que son de vital importancia mientras aumenta la demanda turística de una zona.
- Se debe monitorear de forma continua la demanda turística, con el uso de indicadores de cumplimiento (por lo menos cada seis meses), innovando cada año por lo menos en las estrategias a implementar según las necesidades que se van presentando en el sector turístico del ACUS Chinambí.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Cuenca. (2023). 26.965 hectáreas serán parte de la nueva Área de Conservación y Uso Sustentable (ACUS) "Yanuncay - Zhucay". <https://www.cuenca.gob.ec/content/26965-hectareas-seran-parte-de-la-nueva-area-de-conservacion-y-uso-sustentable-acus#:~:text=Las%20%C3%81reas%20de%20Conservaci%C3%B3n%20y,especies%20de%20animales%20y%20plantas.>
- Aviles, Y., Mayorga, D., & Palma, L. (12 de Mayo-agosto de 2023). *Revista TELOS* . Obtenido de Demanda turística en León, Nicaragua: <https://orcid.org/0000-0003-0695-6743>
- Boussut, A., & Salin, E. (2018). *El turismo en las Américas: territorios, experiencias y ¿nuevos desafíos?* <https://journals.openedition.org/ideas/5721>: IdeAS.
- Cánovas, P. (2017). *Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las Prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. Barcelona: Estudio de caso del Alt Empordá.
- Cárdenas, M., & Chica, I. (2023). *La infraestructura turística de la comunidad "La Jagua" como elemento dinamizador dentro del desarrollo territorial del Cantón Rocafuerte*. http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/2996/1/ANALISIS%20DE%20CASO%20CARDENAS_CHICA.pdf: USGP.
- Carrillo, M. (2020). *Formación en primeros auxilios en el turismo activo*. 9 (1), 43-48: *Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte* .
- Carrillo, M. (2020). *Formación en primeros auxilios en el turismo activo*. *Revista euroamericana de ciencias del deporte*, 9 (1, supl. 1), <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7255312>.
- CEIBA.org. (2021). *ACUS Área de Conservación y Uso Sostenible del Noroccidente de Manabí*. <https://ceiba.org/wp-content/uploads/ACUS-Resumen-Ejecutivo-2021.pdf>.
- CEUPE. (2020). *¿Qué es la oferta turística?* <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/278/3384#:~:text=La%20demanda%20de%20profesionales%20formadosen,trabajo%20para%20profesionales%20de%20turismo.: CEUPE.>

- Chinchay, S., Aldana, A., & Seminario, R. (2020). *Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú*. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33247>: Revista de Ciencias Sociales .
- ECOPAR. (2018). *Plan de manejo. Área de conservación y uso sustentable Municipal Íntag Toisán*. http://www.cotacachienlinea.gob.ec/sip_bodega/expedientes/2024/G102/G102-2024-00168/2405770/-P_M%20ACUS-MIT%20ENERO%2009%202019.pdf: ECOPAR.
- Euroinnova. (2020). *Tipos de turismo*. <https://www.euroinnova.edu.es/blog/cuantos-tipos-de-turismo-hay#:~:text=Existe%20el%20turismo%20de%20aventura,de%20salud%2C%20rural%20y%20ecol%C3%B3gico.>: Euroinnova.
- Fratucci, A. (2020). *Inventario de oferta turística: reflexiones teóricas para la planificación y ordenación del espacio turístico*. Brasil: Universidad de Federal Fluminense (UFF).
- Fundación Altropico. (2025). *Restauración ecológica en ACUS Chinambí y Andes Occidentales recupera paisajes del KBA ECU70*. <https://altropico.org.ec/index.php/2025/06/15/restauracion-ecologica-en-acus-chinambi-y-andes-occidentales-recupera-paisajes-del-kba-ecu70/>: Fundación Altropico.
- García, E. (2024). *Turismo Sustentable o Sostenible en Sudamérica: ¿Qué se investiga en el Campo Científico?* DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10572: Ciencias Sociales y Humanas Vol. 8, Núm. 1.
- Gobierno de México. (2020). *Las clasificaciones del turismo y las nuevas tendencias*. <https://www.bancomext.com/blog-bancomext/mejora-tu-hotel/las-clasificaciones-del-turismo-y-las-nuevas-tendencias/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20texto%20de%20Teor%C3%ADa,Sin%20embargo%2C%20existen%20otras%20clasificaciones.>: BANCOMEXT.
- Gómez, V. B. (1987). *Dr. en Ciencias Económicas, Miembro de la AIEST, Director del Programa de Turismo del Consejo Superior de Investigaciones Científicas*. Obtenido de Importancia de la demanda turística en: <file:///C:/TESIS%20CONSULTAS/TESIS%20DE%20MARCO%20TEORICO/DEMANDA%20TURISTICA/RET-93-1987-pag79-91-43195.pdf>
- Guzmán, C., & Herrera, E. (2014). *Estudio de la situación de la oferta y demanda turística de la ruta Ferroviaria "El Tren de la Libertad" De los cantos Ibarra y Urcuquí*. Ibarra: Universidad del Norte.
- Guzman, T. L., Osvaldo, B., & José María , C. (Octubre-Diciembre de 2012). Análisis de la Oferta y Demanda Turística en . *Revista Rosa dos Ventos*, págs. vol. 4, núm.

4, pp. 469-485. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547091002>

Ifema Madrid. (2021). ¿Cuántos tipos de turistas existen? <https://www.ifema.es/noticias/turismo/cuantos-tipos-de-turistas-existen>: IFEMA.

Indec. (2020). Turismo, conceptos y definiciones. https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf: INDEC.

Martin, R. (2009). *Principios, organización y práctica del turismo*. Editorial Felix Varela.

Ministerio de Turismo. (2022). *Plan Sectorial de Turismo 2022*. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf: Ministerio de Turismo.

Ministerio de Turismo. (2025). *La gestión integral de las áreas protegidas es una prioridad para el Ministerio del Ambiente*. <https://www.ambiente.gob.ec/la-gestion-integral-de-las-areas-protegidas-es-una-prioridad-para-el-ministerio-del-ambiente/>: Ministerio de Turismo.

Morrillo, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. ISSN: 1317-8822 pp.135-158: Visión Gerencial. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Naciones Unidas. (2020). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios>.

Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, ISSN: 2343-6131.

Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros* N. 16, <https://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335#:~:text=La%20oferta%20tur%C3%ADstica%20es%20una,que%20desea%20realizar%20un%20viaje>.

Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros, Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, N.º. 16, DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>.

Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales* vol. 28, núm. 5, <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845029/28071845029.pdf>.

Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 28, núm. 5, <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845029/28071845029.pdf>.

Organización Mundial del Turismo. (2021). *El turismo mundial repunta en el tercer trimestre de 2021, pero la recuperación sigue siendo frágil*. <https://www.unwto.org/es/news/repunte-del-turismo-mundial-repunta-en-tercer-trimestre-de-2021-pero-la-recuperacion-sigue-siendo-fragil>: UNWTO.

Ostelea tourism Management School. (2019). *¿Cuáles son los 10 tipos de turismo que existen?* <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/que-tipos-de-turismo-existen-y-cuales-triunfaran-en-2020>: OSTELEA.

Patricio, G. R. (2014). Obtenido de ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA : <file:///C:/TESIS%20CONSULTAS/TESIS%20DE%20MARCO%20TEORICO/DEMANDA%20TURISTICA/analisis%20de%20oferta%20y%20la%20demanda%20turistica%20tesis.pdf>

Pinto, L. (2022). *Análisis de la evolución del turismo y su incidencia en el desarrollo de Ecuador. Caso provincia de Manabí (2010-2014)*. Quito <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8696/1/T3805-MGD-Pinto-Analisis.pdf>: Universidad Andina Simón Bolívar.

Priscilla, L., & Ortega, F. (04 de Julio de 2023). *TESIS*. Obtenido de Analisis de la demandaa turística en el distrito de Lurín 2023: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/125619/Flores_CLP-Ortega_RFO-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Qbit. (2024). *Demanda turística: Qué es, tipos y tendencias*. <https://qbitbs.com/demanda-turistica-tipos-caracteristicas-tendencias/#:~:text=en%20la%20actualidad,-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20demanda%20tur%C3%ADstica?,MBA%20en%20Direcci%C3%B3n%20de%20Hoteles.>: Qbit.

Tapie, J. (2019). *Proyecto de Conservación de Anfibios Ecuatorianos y uso Sostenible de sus recursos genéticos PARG*. <https://prize.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/formidable/9/Informe-proceso-participativo-ACUS-Chinamb%C3%AD-2019.pdf>.

Universidad de la Rioja. (2020). *Plan de mejoras*. <https://www.unirioja.es/servicios/ose/pdf/planmejorasenologia.pdf>.

Vallejo, A., & Álvarez, J. (2022). *Impacto del COVID-19 en la demanda turística de la reserva de producción de fauna*. Chimborazo: ReHuSo, 7 (1), 33-49.

Zambrano, J., & Salvatierra, J. (29 de Junio de 2023). *Journal Business Science*".
Obtenido de Desarrollo turístico y sostenibilidad:
<https://revistas.uileam.edu.ec/index>.

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

ACTA

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

ESTUDIANTE:	Batallas Ramírez, Josefín Anabel	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1005027188
PERIODO ACADÉMICO:	2023B	DOCENTE TUTOR:	Ing. Gustavo Lucero Lima
PRESIDENTE TRIBUNAL	Ing. Diego Calcedo Rosero		
DOCENTE:	Ing. Jairo Guevara Rosero		
TEMA DEL TIC:	"Oferta y demanda turística en el ACUS Chinamb"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	10,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,67	
3	METODOLOGÍA	9,00	
4	RESULTADOS	9,33	
5	DISCUSIÓN	8,33	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9,00	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	8,67	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,33	

Obteniendo una nota de: **8,90** 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 **jueves, 12 de febrero de 2026**


Ing. Diego Calcedo Rosero
PRESIDENTE TRIBUNAL


Ing. Jairo Guevara Rosero
DOCENTE


Ing. Gustavo Lucero Lima
DOCENTE TUTOR

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND
NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Batallas Ramírez Joselin Anabel				
DATE: Lunes, 02 de marzo de 2026				
Topic: Oferta y demanda turística en el ACUS Chinambi.				
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 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.
De	EXCELLENT: 2 <input 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 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 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: Batallas Ramírez Joselin Anabel

Fecha de recepción del abstract: Viernes, 27 de febrero de 2026

Fecha de entrega del informe: Lunes, 02 de marzo de 2026

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





Firmado electrónicamente por:
MARTHA ARACELLY
VIVEROS ALMEIDA

Validado electrónicamente con FirmadE

MA. Martha Viveros
RESPONSABLE CIDEN

Anexo 3. Ficha de requisitos en establecimientos turísticos

 MATRIZ DE CONTROL - ALOJAMIENTO TURÍSTICO (REQUISITOS SIETE) 			
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Día: 01 Mes: Febrero Año: 2025 Nombre del establecimiento: OUMBRES Y VERDINES GLAMPING Nombre del propietario: AGROHEB Ruc: 109178266001, Teléfono: __893779613, Correo electrónico: Provincia: CAROLI Ciudad: MIRA Cantón: MIRA Dirección:			
REQUISITOS PARA HOSTERÍA, HACIENDA TURÍSTICA, LODGE - 3 ESTRELLAS			
REQUISITOS LEGALES			
PERSONAS NATURALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Inventario valorado de Activos Fijos			
Pago de la contribución del Ict 100 a los activos fijos al día			
PERSONAS JURÍDICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Balanza General aprobada por la Superintendencia de Bancos		x	
Escritura de constitución, Aumento de capital, reformas de estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil	a		
Pago de la contribución del Ict 100 a los activos fijos al día	a		
CONDICIONES MÍNIMAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Contar con infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento	a		
Contar con condiciones básicas de limpieza e higiene	a		
REQUISITOS GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Contar con sistema de iluminación de emergencia		x	
Contar con rutas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, señalizaciones y mangaderas, identificadas y señaladas, según las disposiciones de la Autoridad competente	a		
Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente	a		
Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alta tránsito de huéspedes	a		
Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento		x	
En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento	a		
Contar con camaredones de desechos, estos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas de uso de personal, identifique que se generen desechos	a		
Contar con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señaladas, en caso de existir	a		
Contar con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas		x	
Contar con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y área de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal	a		
Contar con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal		x	
Contar con el número de piso debidamente identificado y señalado		x	
Contar con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señaladas	a		
Contar con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señaladas		x	
Mostrar los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción		x	
Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo)	a		
Mostrar la licencia de funcionamiento vigente según el formato (o copia) establecida por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped	a		
Mostrar el tarifario (o el anual) registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo		x	
Mostrar en la recepción el número del servicio integrado de seguridad (CUI 911)	a		
Contar con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del número	a		

Anexo 4. Ficha de categorización de recursos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	4	0	4	5	2	A	N	0	4	0	4	0	0	0	4	5
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASCADA SN (FINCA EL REFUGIO)																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					RIOS					CASCADA							
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
CARCHI					MIRA					JUN Y CARAMAÑO (CAB. EN RIO BLANCO)							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número			2.7 Transversal				
SAN JACINTO					VIA RODAFUERTE SAN JACINTO					SN			SN				
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (metros)							
0.82693					-78.26877					1.381							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Privado					b. Nombre de la Institución: Finca el Refugio												
c. Nombre del Administrador: Carlos Salazar					d. Cargo que ocupa: Administrador												
e. Teléfono / Celular: (+593982109615)					f. Correo Electrónico: texto												
Observaciones: texto																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima: Subtropical					b. Temperatura(°C): 22					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1537							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturales <input type="checkbox"/>					c. Aventuras <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbana <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida		Todos los días	Fin de semana y festivos	Solo días hábiles	otro	Especificar								
Libre	<input type="checkbox"/>	0.00	0.00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto								
Restringido	<input type="checkbox"/>	0.00	0.00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto								
Pagado	<input type="checkbox"/>	0.00	0.00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto								
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago		Electivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Deposito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones: Actualmente el atractivo no cuenta con horario de ingreso la comunidad en conjunto con las asociaciones turísticas se encuentran elaborando una normativa para regular estos aspectos.																	

TURISMO

a. Orden de viaje <input type="checkbox"/>		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	080020 - 76.31485	082051 - 76.02207	6.3	Aéreo - Lento	Buena
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>					
Observaciones: texto							
b. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida texto	al atrio		Puerto / Muelle de Llegada texto	al atrio	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida texto			Puerto / Muelle de Llegada texto		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida texto			Puerto / Muelle de Llegada texto		
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte tod <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Terrestre <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bate <input type="checkbox"/>	i. Barca <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especificar:					
Observaciones: texto							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Trayecto origen / destino)	
		Diaria <input type="checkbox"/>	Semanal <input type="checkbox"/>	Mensual <input type="checkbox"/>	Cuatrimestral <input type="checkbox"/>		
Cooperativa de taxi Chontaluz	Ciudad de Mira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mira-Chonambi	
Cooperativa de camionetas "Virgen de la Caridad"	Ciudad de Mira Junto al Mercado Municipal	11	13	11	14	Mira-Chonambi	
Cooperativa de Transporte Mira	Ciudad de Mira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mira-Satmas-Pacallama	
		11	13	11	11		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	si No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	b. Estado (U) <input type="checkbox"/>	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>			
Observaciones: No existe señalización turística de aproximación al atractivo.							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Pisos	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Pisos

Anexo 5. Resultados de evaluación

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	12,3
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	5
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y difusión.	7	3
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	4
TOTAL		100	60,3	