

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Tema: “Perfil del turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta turística del Cantón”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTORA: Chamorro Benavides Katherinne Pamela

TUTOR: Ing. Herrera Jiménez Marilyn Gabriela, MSc.

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINAR

Certificamos que la estudiante Katherinne Pamela Chamorro Benavides con el número de cédula 0401868062 ha elaborado el trabajo de titulación: “Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta turística del Cantón”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f.....

Herrera Jiménez Marilyn Gabriela, MSc.

TUTOR

f.....

Yacelga Rosero Cecilia del Carmen, Dra.

LECTOR

Tulcán, Febrero de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en la carrera de Turismo y Ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Yo, Katherinne Pamela Chamorro Benavides con cédula de identidad número 0401868062 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katherinne Pamela Chamorro Benavides', written over a horizontal line.

f.....

Chamorro Benavides Katherinne Pamela

AUTORA

Tulcán, Febrero de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Katherinne Pamela Chamorro Benavides declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la oferta turista del Cantón” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Chamorro Benavides Katherinne Pamela

AUTORA

Tulcán, Febrero de 2021

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mi tutora la Msc. Marilyn Herrera, a mi lectora la Dra. Cecilia Yacelga y al Msc. Christian Ibarra por la ayuda e interés brindado en todo el proceso de elaboración de la presente investigación, a todas las personas que participaron en la recolección de información, al Ministerio de Turismo por brindar información oportuna en relación a la oferta turística del Cantón Montúfar, de igual manera a los docentes de la Carrera de Turismo y Ecoturismo por todas las enseñanzas impartidas durante mi formación académica.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico primero a Dios por la fortaleza y constancia que me ha brindado en todo momento, a mi familia, principalmente a mi madre; Sonia Benavides, y mi padre; Audelo Chamorro por el apoyo incondicional que me han otorgado en el transcurso de mi vida y en especial en mis años de estudios.

A mis hermanos; Carla, Anderson, Jacqueline y Dylan, por ser una fuente inspiración diaria la cual que me ha motivado a seguir adelante, a pesar de mis tropiezos siempre han estado conmigo apoyándome y brindándome su cariño.

ÍNDICE

RESUMEN.....	14
ABSTRACRT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
I. PROBLEMA.....	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	21
1.4.1. Objetivo General.....	21
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	22
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	22
2.2. MARCO TEÓRICO.....	25
2.2.1. Turismo.....	25
2.2.2. Turista.....	25
2.2.3. Tipos de Turistas.....	26
2.2.3.1. Turistas Culturales.....	26
2.2.3.2. Ecoturistas.....	27
2.2.3.3. Turistas Religiosos.....	28
2.2.3.4. Turistas de Naturaleza.....	28
2.2.4. Perfil del Turista.....	29
2.2.4.1. Motivos o Factores del turista para realizar diferentes tipos de turismo.....	29
2.2.4.1.1. Composición del Grupo.....	31
2.2.4.1.2. Comportamiento del Turista.....	31

2.2.4.1.3 Motivación del Viaje.....	31
2.2.4.1.4 Nivel de Satisfacción.....	31
2.2.4.1.5 Percepción y Valoración.....	31
2.2.4.2 Categorías del Perfil del Turista.....	31
2.2.4.2.1 Alocéntricos.....	31
2.2.4.2.2 Para-alocéntricos.....	31
2.2.4.2.3 Psicocéntricos.....	31
4.2.4.3 Segmentación del Perfil del Turista.....	32
4.2.4.3.1. Segmentación Geográfica.....	32
4.2.4.3.2. Segmentación Demográfica.....	32
4.2.4.3.3. Segmentación en Función de los Ingresos.....	32
4.2.4.3.4. Segmentación Psicográfica.....	32
4.2.4.3.5. Segmentación por Ocasión.....	32
2.2.5. Oferta Turística.....	33
2.2.5.1. Características de la Oferta Turística.....	34
2.2.5.2. Componentes de la Oferta Turística.....	34
2.2.5.2.1. Atractivo Turístico.....	34
2.2.5.2.2. Planta Turística.....	35
2.2.5.2.2.1. Equipamiento turístico.....	35
2.2.5.2.2.2. Instalaciones.....	37
2.2.5.2.5. Infraestructura Turística.....	37
2.2.5.2.6. Servicios Complementarios.....	38
III. METODOLOGÍA.....	40
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	40
3.1.1. Enfoque.....	40
3.1.1.1. Cualitativo.....	40
3.1.2. Tipo de Investigación.....	41

3.1.2.1. Investigación Bibliográfica.	41
3.1.2.2. Investigación de Campo	41
3.1.2.3. Investigación Descriptiva.	41
3.2. IDEA A DEFENDER.....	42
3.2.1. Variable Independiente.	42
3.2.2. Variable Dependiente	42
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	43
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	48
3.4.2. Análisis Estadístico.....	49
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	54
4.1. RESULTADOS.....	54
4.1.1. Resultados de la encuesta aplicada a los turistas que visitan el Cantón Montúfar	54
4.1.1.1. Segmentación Geográfica y Demográfica.....	54
4.1.1.2. Motivaciones Psicológicas y Culturales.....	58
4.1.1.3. Comportamiento del Turista.....	59
4.1.1.4. Tipos de turistas.	63
4.1.1.5. Percepción y Valoración.	68
4.1.2. Resultados de la Oferta Turística que presenta el Cantón Montúfar	75
4.1.2.1. Establecimientos de alojamiento turístico	75
4.1.2.2. Establecimientos de Alimentación Turística.	90
4.1.2.3. Transporte Turístico.....	104
4.1.2.4. Operador Turístico.	104
4.1.2.5. Atractivos Turísticos.	105
4.1.2.5.1. Bosque de los Arrayanes.	109
4.1.2.5.2. Laguna El Salado.	110
4.1.2.5.3. Cascada de Palúz.....	111
4.1.2.5.4. Gruta de la Paz.	112

4.1.2.5.5. Casa Cuasmal.....	113
4.1.2.5.6. Casa Museo.....	114
4.1.2.5.7. Casona Municipal.....	115
4.1.2.5.8. Casona Museo de las Artesanías.....	116
4.1.2.5.9. Museo Religioso.....	117
4.1.2.5.10. Iglesia Matriz.....	118
4.1.2.5.11. Taller de Artesanías.....	119
4.1.2.5.12. Parque Central.....	120
4.1.2.6. Infraestructura Turística.....	121
4.1.2.6.1. Vías de acceso.....	121
4.1.2.6.2. Servicios Básicos.....	121
4.1.2.7 Servicios Complementarios.....	122
4.2. DISCUSIÓN.....	124
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	136
5.1. CONCLUSIONES.....	136
5.2. RECOMENDACIONES.....	138
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	139
VII. ANEXOS.....	145

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Perfil del Turista	50
Figura 2. Oferta Turística	52
Figura 3. Ubicación Cantón Montúfar	54
Figura 4. Género y Estado Civil del encuestado	55
Figura 5. Procedencia.....	56
Figura 6. Nivel de Estudios	57
Figura 7. Ocupación y Nivel de Ingresos.....	58
Figura 8. Motivos que influyen para realizar Turismo	59
Figura 9. Con quién Decidió Viajar y Medio de Transporte Utilizado	61
Figura 10. Medio de Información que utiliza.	62
Figura 11. Tipo de Alimentación prefieren degustar en el Cantón Montúfar	62
Figura 12. Tipo de Actividades que prefiere realizar	67
Figura 13. Frecuencia de visita y permanecía en el Cantón Montúfar	68
Figura 14. Importancia y Calidad del servicio de Alimentación.....	69
Figura 15. Importancia y Calidad del servicio de Alojamiento.....	70
Figura 16. Importancia y Calidad del servicio de Transporte	71
Figura 17. Importancia y Calidad A. T. y P. de Información Turística	72
Figura 18. Importancia de los Cajeros Automáticos.....	73
Figura 19. Importancia de las Zonas Wifi.....	73
Figura 20. Gasto realizado en el Cantón Montúfar.....	74
Figura 21. Ubicación de los atractivos.....	105
Figura 22. Bosque de los Arrayanes	110
Figura 23 . Laguna El Salado	111
Figura 24. Cascada de Palúz.....	112
Figura 25. Gruta de La Paz.....	113
Figura 26. Casa Cuasmal.....	114
Figura 27. Casa Museo.....	115
Figura 28 . Casona Municipal	116
Figura 29. Museo de las Artesanías	117
Figura 30. Museo Religioso	118
Figura 31. Iglesia Matriz	119
Figura 32. Taller de Artesanías.....	120

Figura 33. Parque Central.....	121
Figura 34 . Edad Turista de Naturaleza.....	126
Figura 35. Nivel de Estudios Perfil Cultural	127
Figura 36. Con quién decidió viajar.....	129
Figura 37. Frecuencia de Visita	130
Figura 38.Servicio de Alimentación	133
Figura 39. Servicio de Alojamiento	133
Figura 40. Importancia Servicios Complementarios	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979).....	30
Tabla 2. Clasificación de los Establecimientos de Alojamiento	36
Tabla 3. Clasificación de los Establecimientos de Alimentación	36
Tabla 4. Clasificación del Transporte Turístico	37
Tabla 5. Clasificación de la infraestructura turística	38
Tabla 6. Operacionalización de la Variable Independiente.....	43
Tabla 7. Operacionalización de la Variable Dependiente	46
Tabla 8. Género y Estado Civil del encuestado.....	55
Tabla 9. Procedencia	56
Tabla 10. Nivel de Estudios.....	56
Tabla 11. Ocupación y Nivel de Ingresos	58
Tabla 12. Motivos que influyen para realizar Turismo	59
Tabla 13. Con quién Decidió Viajar y Medio de Transporte Utilizado	60
Tabla 14. Medio de Información que utiliza para conocer sobre un lugar Turístico.....	61
Tabla 15. Tipo de Alimentación prefieren degustar en el Cantón Montúfar	62
Tabla 16. Características de los Perfiles.....	64
Tabla 17. Perfil Turista Natural	65
Tabla 18. Perfil Turista Cultural.....	66
Tabla 19. Perfil Turista Religioso.....	66
Tabla 20. Frecuencia de visita y permanecía en el Cantón Montúfar	67
Tabla 21. Importancia y Calidad del Servicio de Alimentación.....	68
Tabla 22. Importancia y Calidad del Servicio de Alojamiento	69

Tabla 23. Importancia y Calidad del Servicio de Transporte.....	70
Tabla 24. Importancia y Calidad de las Actividades. T y de los P. de Información Turística .	71
Tabla 25. Importancia de los Cajeros Automáticos.....	72
Tabla 26. Importancia de las Zonas Wifi.....	73
Tabla 27. Gasto Realizado en el Cantón Montúfar.....	74
Tabla 28. Evaluación de Aspectos (Experiencia, Actitud Población y Ofertantes de Servicios)	75
Tabla 29. Matriz de Control Hotel San Francisco	78
Tabla 30. Matriz Control Hotel San Martín	82
Tabla 31. Matriz Control Hostal Gabrielita.....	86
Tabla 32. Categorización y Puntaje de Restaurantes	91
Tabla 33. Matriz Requisitos Generales Obligatorios Restaurante El Gran Pionero	92
Tabla 34. Matriz Requisitos Categorización Restaurante El Gran Pionero	94
Tabla 35. Matriz Requisitos Generales Restaurante El Capulí	96
Tabla 36. Matriz Requisitos de Categorización Restaurante El Capulí.....	98
Tabla 37. Matriz Requisitos Generales Restaurante Casa El Arrayán.....	100
Tabla 38. Matriz Categorización Casa El Arrayán	102
Tabla 39. Criterios de Ponderación y Jerarquización de Atractivos turísticos.....	107
Tabla 40. Rangos de Jerarquización	108
Tabla 41. Atractivos Turísticos	108
Tabla 42. Características del perfil de Naturaleza	127
Tabla 43. Edad Y Género Perfil Cultural.....	128
Tabla 44. Características Perfil Cultural	128

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado o Acta Perfil de Investigación	145
Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de Idiomas.....	146
Anexo 3. Cuestionario Encuesta Perfil del turista	148
Anexo 4. Matriz de Control Hotel Categoría 2 Estrellas	152
Anexo 5. Matriz de Control Hostal Categoría 2 estrellas	156
Anexo 6. Matriz de Control Restaurantes Categoría 1 Tenedor	161

RESUMEN

El presente estudio se desarrolló en el Cantón Montúfar en la Provincia del Carchi con el objetivo de "Identificar el Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta Turística del Cantón para su correspondiente descripción". La metodología incluyó un enfoque cualitativo y un tipo de investigación bibliográfica, descriptiva y de campo, en donde se utilizó instrumentos como la encuesta, matrices de control de establecimientos turísticos y las fichas de ponderación y jerarquización de atractivos. En cuanto al perfil del turista, la encuesta permitió la identificación tanto del perfil de naturaleza como del cultural y religioso, y para la oferta turística, se utilizó las matrices de control para los establecimientos turísticos en donde se evidencia la clasificación y categoría de los establecimientos de alojamiento, se identificó dos hoteles y un hostel de segunda categoría, en los establecimientos de alimentación se determinó tres de clasificación restaurantes correspondientes a la categoría de un tenedor; la revisión de fichas de jerarquización de atractivos, permitió conocer el número de atractivos existentes en el cantón conjuntamente con la categoría a la que pertenecen y para los demás elementos de la oferta, se realizó la revisión bibliográfica de fuentes oficiales para conocer el estado actual de cada uno de ellos. Como conclusión, se caracterizó al turista que visita el Cantón Montúfar determinando, que es un turista nacional e internacional proveniente de las provincias de Pichincha e Imbabura y del Departamento de Nariño, en cuanto a la oferta, se determinó aquella que cumple con las normativas establecidas por la entidad correspondiente.

Palabras Clave: Perfil del Turista, Oferta Turística.

ABSTRACT

The present research was developed in Canton Montúfar, Carchi. It focused on identifying the tourist's profile of those who visits Montúfar. Therefore, examining the canton tourist offer for its corresponding description. A qualitative approach was included in this study and a type of bibliographic, descriptive and field research. There were used instruments such as the survey, control matrices of tourist establishments and the weighting and ranking of attractions. Regarding the tourist profile, the survey allowed the identification of both the nature and the cultural and religious profiles. For the tourist offer, there were applied the control matrices for tourist establishments. Consequently, there were identified the classification and category of the establishments of accommodation. Besides, two hotels and a second-category hostel were identified. In the food establishments, three restaurants were classified corresponding to the category of a fork. The review of the ranking sheets of attractions allowed knowing the number of attractions in the canton together with the category to which they belong. Finally, for the other elements of the offer, a bibliographic review of official sources was carried out to know the current status of each one of them. As a conclusion, the tourist who visits the Canton Montúfar was characterized, determining this is a national and international tourist from the provinces of Pichincha and Imbabura and Departamento de Nariño, Colombia. In terms of the offer, it was determined the one that complies with the established regulations by the corresponding entity.

Keywords: Tourist Profile, Tourist Offer.

INTRODUCCIÓN

El Turismo es una de las principales industrias económicas a nivel mundial, con el transcurso del tiempo se han ido presentado cambios significativos debido a que cada vez existen más personas enfocadas en realizar turismo, en conocer y explorar nuevos lugares. (Crespo, 2019)

En este sentido es preciso reconocer la importancia que tiene el turista, puesto que, es quién realiza diferentes viajes por distintos motivos además, al determinar sus características la oferta turística presente en el cantón, puede contribuir al fortalecimiento de sus actividades turísticas.

Por lo ya mencionado anteriormente, la presente investigación se direcciona a identificar el Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta Turística del cantón, el interés por la investigación surge de la escasa existencia de estudios de carácter turístico que contribuyan al desarrollo del cantón.

La identificación del perfil del turista, permitió conocer las motivaciones por las que realizó su viaje. Desde la posición de Beltrán y Parra (2017) los turistas muestran su comportamiento a través de diferentes situaciones las mismas que establecen a dónde prefieren viajar, qué los motiva a viajar, cómo se organiza, con quien viajan, que medio de transporte utilizaron para viajar, entre otras, todos estos comportamientos sirvieron para segmentar un mercado turístico y definir perfiles de un grupo de turistas.

Así mismo, una oferta turística adecuada permite al turista cubrir con sus expectativas, conocer lo que busca en cuanto a servicios y actividades es importante, porque permite a las empresas turísticas personalizar sus servicios adaptándolos a sus necesidades.

En cuanto a la metodología de la investigación, está se basó en un enfoque cualitativo, debido a, que se realizó la recolección de datos sin medición numérica direccionada en un proceso inductivo, conjuntamente se enfocó en un tipo Bibliográfica, de Campo y Descriptiva en donde se obtuvo información de fuentes documentales y directamente de los involucrados en el estudio.

La presente investigación, no pretende ser un modelo definitivo para la identificación del Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta Turística del mismo, sino un acercamiento metodológico que permita perfeccionarse o mejorarse en investigaciones futuras.

La investigación está conformada por siete capítulos, los cuales están compuestos por diferentes componentes que aportan a la misma.

En el capítulo I, se aborda el problema de la investigación en el que se muestra: el planteamiento del problema perfil del turista y oferta turística, formulación y justificación del mismo, además contiene el objetivo general y los objetivos específicos y las preguntas de investigación.

En el capítulo II se presenta la fundamentación teórica en donde se detalla los antecedentes investigativos que contribuyeron a la investigación y de igual manera, se presenta el marco teórico en el que se sustenta las dos variables (Perfil del Turista y Oferta turística).

El capítulo III se conforma por la metodología que se utilizó, aquí se puntualiza el enfoque y tipo de investigación, además se incluye la idea a defender, la operacionalización de variables, métodos utilizados en el estudio y el análisis estadístico.

En capítulo IV se demuestra los resultados obtenidos en la investigación, recolectados mediante las técnicas e instrumentos pertinentes, de igual modo se evidencia la discusión, en esta se presenta las respuestas a las interrogantes planteadas.

El capítulo V, despliega las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Finalmente, el capítulo VI, muestra las referencias bibliográficas y el capítulo VII, los anexos de la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad el turismo es reconocido como una actividad significativa a nivel mundial debido a que, integra diversos elementos y procesos los cuales, contribuyen a adquirir una variedad de ingresos económicos frente a otras actividades. (Sancho, et al., 1998)

El turismo es una actividad que está logrando posicionarse con el transcurso del tiempo, en ella interviene como un elemento esencial el turista, el cual juega un papel muy importante, ya que, es el promotor para que se desarrolle la actividad turística pero, pese a esto, en algunos sectores del país no se ha tomado en cuenta en determinar el perfil que tiene y al desconocer sus características se puede brindar servicios turísticos inadecuados.

A nivel del Ecuador existen algunas investigaciones acerca del perfil del turista y visitante, se han realizado con el propósito de desarrollar o de incrementar el turismo en aquellos sectores, en la provincia del Carchi si se ha registrado algunas investigaciones relacionadas en el ámbito turístico, pero ninguna de ellas se enfoca como prioridad investigativa al estudio del perfil del turista que visita el Cantón Montúfar.

El Cantón Montúfar, posee varios atractivos turísticos que pueden llegar a ser aprovechados adecuadamente conociendo el perfil del turista, como menciona Rivera (2017) la investigación del perfil del turista pertenece a los más grandes referentes para poder optimizar un lugar o atractivo turístico. Actualmente en el Cantón Montúfar este tema se lo debe seguir trabajado debido a que el desconocimiento del perfil del turista se ha presentado por los escasos estudios realizados por parte de las personas involucradas en la actividad turística lo que ha generado un desaprovechamiento de la oferta turística del cantón.

Con el desconocimiento del perfil del turista no se está aprovechando adecuadamente los atractivos turísticos ni mucho menos las actividades que se ofertan en los mismos, puesto que, los encargados de la actividad turística y la población en general desconocen lo que el turista desea, además no tienen conocimiento si la oferta brindada o los servicios brindados cubren con las expectativas de cada uno de ellos.

Por otra parte, la presencia de una adecuada oferta turística garantizará cubrir con los requerimientos y necesidades de los turistas. El turista al no conocer sobre la oferta turística que se presenta en un sector, elige otros sectores para poder visitarlos, esto ocasiona que no se desarrolle adecuadamente la actividad turística.

Respecto a la oferta turística Leiper (1990, citado en Escalona, Peña y Hiriarte, 2012) sostiene que es el conjunto de actividades turísticas, atractivos, bienes, servicios, planta e infraestructura turística, dichos se hallan accesibles en el mercado para ser utilizados o consumidos por los turistas. La oferta turística es un factor muy importante, ya que, esta se conforma de todo lo que el turista demanda, posee varios componentes los cuales son importantes y esenciales especialmente para que la actividad turística pueda desarrollarse.

Todos los elementos se relacionan y la ausencia o carencia de uno de ellos dificulta que la vivencia del turista sea satisfactoria, esto ocasiona que el turista se sienta insatisfecho con los servicios ofertados en el sitio, cabe mencionar que el elemento necesario para que en sí exista turismo y oferta turística en un espacio es el atractivo turístico, debido a que, es la causa primordial por la que una persona viaja o visita cierto sector. (Leiper, 1990, citado en Escalona et al., 2012)

Los servicios u oferta turística tienen gran importancia para la industria turística, ya que, el visitante o turista busca las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones óptimas para que la estadía en ese lugar sea de agrado para él. Satisfacer a los turistas no es una tarea imposible de cumplir, de hecho, satisfacer y superar las expectativas de los turistas puede darse en función a los elementos de la oferta turística del lugar.

Para llegar a cubrir con las expectativas del turista se debe tener claro: que es lo que él desea, para ello se hace indispensable conocer su perfil para así brindar y aprovechar la oferta turística del cantón.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento del Perfil del Turista a causa de los escasos estudios por parte de las personas involucradas en la actividad turística, genera un desaprovechamiento de la Oferta Turística del Cantón Montúfar.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo se realizó con el fin de profundizar en el estudio del Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta Turística del cantón. Según Rivera (2017) expresa que es una investigación que pertenece al más gran referente respecto a poder optimizar un espacio o un atractivo turístico.

El estudio del perfil del turista posibilita a conocer quiénes son, que buscan y por qué escogieron visitar al Cantón Montúfar, sin importar que sea cualquier turista extranjero, nacional o local.

Su estudio es muy importante, puesto que, a través de este se puede conocer sus características, gustos y preferencias lo cual permite aprovechar la oferta turística de un lugar, ésta se puede ajustar a las necesidades y requerimientos que el turista presente lo cual sería muy pertinente para así lograr su fidelización.

Brindar una idónea oferta turística es primordial, visto que, se forma de ciertos elementos que permiten que el turismo se desarrolle, entre ellos los que más resaltan son la Planta Turística, el Atractivo Turístico y las Actividades Turísticas, es importante tomar en cuenta estos elementos, porque, permiten que exista turismo en un área, además contribuyen a que el turista se sienta satisfecho, seguro y tranquilo en el sitio. (Leiper, 1990, citado en Escalona, et al., 2012)

Al identificar lo que el turista desea, se puede aprovechar aún más la oferta turística presente en el cantón Montúfar, así mismo, se puede evidenciar cuales son las falencias que presenta en cada uno de los elementos que la conforma.

La captación y retención del turista es muy importante a la hora de ofertar algún servicio, al cubrir con sus expectativas se puede lograr una mayor demanda turística, más visitas a los atractivos turísticos y un mayor desarrollo tanto turístico como económico al cantón.

Por otra parte, a la investigación se la considera viable, dado que, se obtuvo acceso a los datos para poder ejecutarla, se tuvo los recursos económicos que son indispensables para poder realizar cada actividad planteada en el cronograma, de igual manera se tuvo acceso a los recursos tecnológicos como son el internet, el equipo de cómputo y los diferentes programas los cuales permitieron cumplir con el trabajo investigativo.

En la actualidad, a causa de, la existencia de varios destinos turísticos, las nuevas tendencias en la industria turística y el avance de la tecnología no se tiene cabida a la improvisación por lo que es necesario contar con un servicio de calidad para lograr la satisfacción de los turistas. Esto se puede alcanzar al conocer el perfil del turista, es indispensable estar al tanto de las preferencias del turista para poder superar sus expectativas durante su visita a un atractivo turístico.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Identificar el Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y su Oferta Turística para su correspondiente descripción.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente el Perfil del Turista y la Oferta Turística para la sustentación de la investigación.
- Caracterizar al turista que visita el Cantón Montúfar para la identificación de sus gustos y preferencias.
- Determinar la Oferta Turística actual que presenta el Cantón Montúfar para su correspondiente análisis.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los perfiles del turista que visita el Cantón Montúfar?
- ¿Cuál es el perfil del turista que más sobresale en el Cantón Montúfar?
- ¿Cuál es la procedencia de los turistas que visitan el Cantón Montúfar?
- ¿Cuál es la oferta turística actual que presenta el Cantón Montúfar?
- ¿De qué elementos de la oferta turística carece actualmente el Cantón Montúfar?
- ¿Cuáles son los atractivos turísticos que actualmente presenta el Cantón Montúfar?
- ¿Cuáles son las actividades turísticas que actualmente se presentan en los atractivos turísticos del cantón Montúfar?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los antecedentes investigativos que se presentan aportan de una manera representativa al desarrollo de la investigación, puesto que, los diferentes autores citados plantean varias líneas similares al problema a tratarse.

Como un primer estudio Salvatierra (2016) realizó la investigación “Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Provincia del Guayas” aquí expone como objetivo principal determinar el perfil demográfico y psicográfico del visitante.

Esta investigación se encuentra direccionada en obtener resultados precisos acerca de las características y los motivos que poseen los visitantes, en cuanto a la metodología utilizada por el autor, ésta se direccionó en una investigación descriptiva y de campo utilizando el método deductivo-inductivo, esto le permitió recolectar resultados oportunos para la investigación.

Al final de la investigación el autor concluyó que determinar el perfil del visitante es importante, porque, se puede conocer los gustos y preferencias de los mismos, esto ayuda a mejorar la calidad del servicio y sirve también para captar al visitante y así obtener más visitas.

Un estudio similar realizado por Del Corral, Mejía y Fermín (2016) expuesto en la Revista Interamericana de ambiente y Turismo con el tema “Perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo”, mencionan los autores que el turismo es una actividad muy importante que con el transcurso del tiempo se ha ido desarrollando y se ha convertido en un eje primordial para la economía de varios países.

La metodología utilizada fue de tipo bibliográfica, descriptiva y de campo con el fin de realizar la recopilación de información tanto de manera bibliográfica como directamente de los actores intervinientes.

Como conclusión en esta investigación se determinó que es importante la participación de las entidades competentes, ya que, por medio de ellas la actividad turística puede mejorar, además sugieren que se debe recopilar información oportuna para conocer cuál es el perfil del turista que acude a los diferentes atractivos turísticos del país.

Por otra parte, Arroyo (2015) realizó una investigación titulada “Perfil del turista que visita la Isla Santay”, el autor puntualiza que el describir el perfil del turista es importante, dado que, se conoce los diferentes aspectos de por qué el turista visita diferentes sectores.

Esta investigación se orientó hacia una metodología cuantitativa con propósito descriptivo para así recolectar datos, sobre los diferentes aspectos del turista que visita la Isla Santay, esta metodología permitió llegar a la conclusión, de que, identificando el perfil del turista se consigue establecer los servicios que satisfagan sus necesidades.

Así mismo, en un estudio realizado por Crespo (2019) denominado “Perfil del turista ecológico, aspectos sociodemográficos, expectativas y actividades del ecoturista”, expuesto en la Revista Interamericana de ambiente y Turismo, se direccionó en conocer el perfil del turista residente en España y en conocer los principales servicios que éstos demandan y las actividades que son de interés para ellos.

En esta investigación se empleó una metodología cuantitativa a través de una encuesta realizada en línea, y además utilizó una base de datos electrónica para conocer y evaluar los servicios turísticos que se ofertaban en la zona.

Como conclusión del estudio se evidenció que la determinación del perfil del turista supone una oportunidad para los operadores turísticos y así mismo contribuye a diseñar planes o estrategias los cuales permitan obtener más afluencia de turistas o consumidores.

En un estudio realizado por parte López, Borges y Cerezo (2012) en la revista Rosa Dos Ventos publicaron un artículo denominado “Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Cabo Verde” en donde se enfocó en analizar y evaluar la situación del Turismo.

Los autores indican, que el turismo es una actividad muy importante que se debe realizar de una correcta manera, sugieren que la actividad turística debe enfocarse a la demanda y a la oferta turística presente en el lugar.

La metodología de la investigación consistió en un estudio cuantitativo basado en la realización de un trabajo de campo, que analiza tanto la demanda como la oferta turística, se presentó una combinación de encuestas, entrevistas y observación de campo para lo cual, contaron con colaboración de los diferentes actores relacionados con la actividad turística.

Con respecto a la oferta, se procedió a la elaboración de un listado de empresas que ejercen la actividad turística en el lugar, tras la delimitación de la población procedieron al diseño de

una encuesta con la finalidad de definir, analizar y evaluar la situación del Turismo. El instrumento se basó en un cuestionario que se dirigió a conocer las características de la empresa, el perfil de los clientes y proveedores, la sostenibilidad del desarrollo turístico y la valoración de los recursos turísticos de la zona.

Correa y Ojeda (2018) realizaron la investigación “Análisis territorial de la oferta turística en la ciudad de Loja”, esta investigación se presentó por la necesidad de conocer y actualizar la oferta turística de esta ciudad.

La metodología se basó en la recolección bibliográfica y documental de la oferta, esto, con el fin de conocer la situación actual de la misma, además hicieron uso de tres métodos los cuales les aportó a realizar la investigación como son el deductivo, inductivo y descriptivo, métodos considerados importantes por los autores.

Al finalizar la investigación concluyeron que existen nuevos ofertantes de servicios, los cuales no se encuentra registrados en el Ministerio de Turismo, también lograron identificar las características de cada uno de ellos y la cantidad en número de demanda que poseían.

Por parte de Cano (2014) presentó el estudio denominado “Análisis de la oferta turística del cantón Naranjito para la Implementación de servicios en la Hacienda laguna verde”. Para el autor analizar la oferta turística es pertinente, ya que, al realizarlo se puede observar las falencias para luego de ello contribuir de alguna manera a mejorar la oferta turística.

Esta investigación se basó en enfoque cualitativo de un tipo descriptivo de campo, utilizado el método inductivo con el propósito de conocer y determinar la situación actual de la oferta turística presente en el Cantón Naranjito. Como conclusión de la investigación se evidenció que el diagnóstico realizado en la oferta turística fue oportuno, se recolectó información verídica y apropiada, además, con estos resultados el autor pretende implementar una adecuada oferta turística la cual contribuya a mejorar el turismo en el cantón.

Quevedo y Rojas (2014) plantean una investigación enfocada al análisis de la oferta y demanda turística de los Cantones de Zamora y Yacuambi de la provincia de Zamora Chinchipe, esta investigación se realizó con el propósito de analizar los servicios turísticos presentes en estos cantones para así plantear estrategias de mejoramiento.

La metodología de esta investigación se direccionó hacia un tipo descriptivo y de campo utilizando como instrumento una encuesta direccionada a los turistas que visitan los cantones anteriormente mencionados. Al concluir la investigación se obtuvo que los cantones de

Zamora y Yacuambi poseen la mayoría de los elementos de la oferta turística los cuales se encuentra en óptimas condiciones para ser ofertados a los turistas.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Turismo

El turismo comprende las ocupaciones que hacen las personas a lo largo de sus viajes y estancias en sitios diversos al de su ámbito usual, por una época inferior a un año, con el objetivo de descansar, por comercio u por otros motivos. (Organización Mundial del Turismo, 1994). Al respecto se puede decir que el turismo comprende las actividades asociados con el desplazamiento de las personas, sin intención de radicarse establemente en ellos.

Según Gómez, Quijano y Covadonga (2009) Turismo es el conjunto de las colaboraciones y fenómenos producidos por el movimiento y permanencia de personas fuera de su sitio de domicilio, en tanto que estos desplazamientos y permanencia no se encuentren motivados por una actividad lucrativa.

El turismo es el desplazamiento de personas a otros lugares distintos al habitual y tiene como finalidad, relajarse, descansar, salir de la rutina habitual, todo esto con la intención de no establecerse en el lugar permanentemente.

Fernández (2011) enfatiza que el turismo es el viaje que realizan las personas que viajan por diferentes motivos como puede ser por entretenimiento, negocios u otras motivaciones, y pasan de una a varias noches en un lugar dado que no sea su lugar de residencia.

Todos los autores concuerdan que el turismo es una actividad que realizan las personas fuera del lugar de residencia la misma que, tiene diferentes motivaciones.

2.2.2. Turista

López (2015) indica que un turista es la persona que realiza un viaje de placer o descanso, también por razones de visita a familiares, por salud, negocios, entre otros. Es el individuo que se transporta de un sector a otro que no es su sitio usual y perdura en él por alrededor de 24 horas o más. (Borbor, 2017). El desplazarse hacia los diferentes lugares aporta en el desarrollo tanto turístico como económico.

Padilla (2014) propone que, el turista es el individuo que hace diferentes viajes por recreación, es alguien que viaja por placer o cultura visitando diversos sitios, esto dependiendo de las propiedades o características que posea.

El turista es la persona que viaja temporalmente y regresa a su lugar de residencia, es la persona que se traslada de un lugar a otro con el propósito de aprender, conocer nuevas cosas como las costumbres y tradiciones, la gastronomía, festividades, viaja hacia algún destino con la misión de descansar, de no hacer nada, de dejar la rutina de lado, es lo primordial en todos los turistas.

2.2.3. Tipos de Turistas

Se diferencian por las preferencias que cada uno posea, debido a ello, es que en la actualidad existen diferentes tipos debido a las características que los distinguen, escogen como desplazarse, donde viajar y que actividades realizar, todo esto influye para poder clasificarlos. (Borbor, 2017)

A continuación, se detallará más a fondo las clasificaciones determinadas por el autor.

2.2.3.1. Turistas Culturales. Le atrae la historia de un territorio, por lo que acuden principalmente a centros históricos, museos y monumentos que manifiesten cultura e historia.

Las características que posee para poder ser distinguido como un turista cultural son algunas tales como: es abierto a nuevas ideas, es educado y curioso, desea conocer los valores, costumbres de otras comunidades, anhela conocer los productos o servicios, ligados a lo cultural que se brindan en el lugar.

Así mismo se aprecia un gran interés por aprender nuevas cosas, reflejan sus emociones, desean adquirir más conocimientos en cuanto a costumbres a las lenguas, religiones, leyendas, música y mitos existentes en el lugar en donde se encuentra. (Borbor, 2017)

Para Silberberg (1995, citado en Lavín, et al., 2017), el turista cultural viaja de lugares lejanos, posee un alto nivel de educación por lo menos estudios universitarios, se direccionan por esta actividad más mujeres que hombres que son de edad madura.

Desde el punto de vista de Smith (2003, citado en Lavín, et al., 2017) el turista cultural tiene un enorme interés por conocer sitios nuevos y diferentes, busca el sentido de veracidad, valorando y preservando su herencia, busca interactuar con los pobladores de la localidad que visita participando en los diferentes aspectos.

Se puede decir que el turista cultural es aquel que le gusta aprender de la cultura de los diferentes sitios o lugares a los que acude, visita principalmente lugares que ofrezcan diversidad cultural como centros históricos o lugares patrimoniales; su interés es conocer más

a fondo sobre las costumbres y tradiciones, además, respetan mucho el valor de autenticidad que cada comunidad posee.

2.2.3.2. Ecoturistas. Buscan relación directa con la naturaleza, examinan lugares en donde puedan observar la flora y fauna, además les gusta admirar el paisaje natural.

Para determinar si un turista es un ecoturista Borbor (2017), sugiere determinar las características que posee tales como:

Estar interesado en tener contacto directo con la naturaleza, le gusta relacionarse con la población, le interesa participar en las vivencias, consumir alimentos habituales del sitio, está dispuesto a aprender novedosas cosas y colaborar a la sociedad en cualquier aspecto, posee un conocimiento anterior acerca del sitio y las actividades que tienen la posibilidad de hacerse allí, y más que nada respeta y cuida el medio ambiente que lo rodea.

Puertas (2006, citado en Crespo, 2019), señala que, el ecoturista tiene una característica propia o distinta al resto de turistas, dado que busca vivencias y actividades turísticas diversas a las usuales, señala que, debe fomentar un cuidado adecuado del medio ambiente.

Desde la posición de Lindberg (1991, citado en Crespo, 2019) los ecoturistas se clasifican en:

- Ocasionales.- Que son aquellos que dentro de un viaje tienen pronosticado visitar algún espacio natural.
- De hitos naturales.- Que son aquellos que evaden los viajes habituales y quieren disfrutar de los espacios naturales los cuales antes de visitarlos investigan información sobre ellos.
- Interesados.- Buscan aspectos de interés en la naturaleza
- Ecoturistas científicos.- Interés es más profesional que recreativo.

Todos estos tipos de ecoturistas, comparten características comunes como: la participación en conservación ambiental, interés en adquirir nuevos conocimientos, participar con la comunidad local, entre otras.

Los ecoturistas son personas a las que realmente les interesa conocer, disfrutar un sitio natural, participan en programas o talleres de conservación ambiental, les interesa participar con la comunidad local en especial en aspectos ambientales, así mismo, acuden a estos lugares con el fin de realizar investigaciones las cuales aporten al desarrollo del sector o comunidad.

2.2.3.3. Turistas Religiosos. Se desplazan principalmente por la fe, se trasladan a varios sectores con el fin de realizar peregrinaciones, visitar templos, iglesias, participar en misas religiosas.

Las características que forman parte de este tipo de turista son algunas por ejemplo: vivir experiencias en comunidades, se dirige en particular a conocer los santuarios o iglesias del lugar que visita, además complementa la visita con una vivencia gastronómica y actividades recreativas. (Borbor, 2017)

Desde la posición de Bond, et al. (2014, citado en Lavín, et al., 2017), los turistas religiosos buscan lugares como: catedrales históricas, grandes conjuntos monumentales, también buscan visitar lugares de peregrinación o santuarios, y les interesa acudir a festivales y fiestas religiosas, eventos anuales con importancia religiosa.

Los turistas religiosos, se enfocan principalmente en la fe, acuden a visitar diferentes iglesias y participar en misas religiosas que se brinde allí, acuden a las peregrinaciones de los santos a los cuales son devotos, además de esto, completan su estadía con visitas a otros atractivos turísticos pertenecientes a la zona.

2.2.3.4. Turistas de Naturaleza. Sus motivaciones van orientadas en un viaje de descanso, de relajación, se inspira primordialmente por las características naturales de un atractivo turístico.

Son viajeros astutos y exigentes, son turistas que les importa conocer la naturaleza, les interesa el contacto directo con ella y como regla tienen definido hacia donde desean viajar y exigen a las agencias de viajes y operadoras turísticas experiencias que eleven sus conocimientos, además busca experimentar u observar un ambiente natural nuevo, generalmente lo hace con compañía. (Borbor, 2017)

Los turistas de naturaleza, son aquellos que visitan primordialmente un sitio natural, les gusta el contacto directo con la naturaleza, les gusta observar la flora y fauna perteneciente a la zona, acuden a estos sitios más por interés recreativo que lo académico o profesional, les interesa alejarse de las actividades y lugares cotidianos compartiendo todos los momentos y experiencias en familia.

2.2.4. Perfil del Turista

El estudio de su perfil es uno de los más influyentes para alcanzar un cambio de un sector, lugar o comunidad, debido a que, de ellos depende el aprovechamiento de los recursos y el desarrollo del sector turístico local.

Es un estudio que posibilita a conocer quiénes son, que buscan y por qué escogieron visitar ese atractivo turístico independientemente que sea cualquier turista extranjero, nacional o local. El perfil del turista se direcciona en determinar las características que lo representan como motivos, expectativas, exigencias. (Borbor, 2017)

Existen numerosas razones que pueden impulsar a un turista a realizar diferentes tipos de turismo tales como: la motivación, componentes demográficos, sociológicos, psicológicos, formas y condiciones de vida, tiempo, diversión, descanso, educación, costumbres, creencias religiosas; todas estas, permiten al investigador determinar claramente su perfil (González, 2010)

En cuanto a las motivaciones, se puede decir que estas poseen una influencia significativa en el consumo aunque no sea la única variable que influye en la determinación del perfil del turista forma parte de una de ellas para conocer claramente su perfil.

En el ámbito turístico las motivaciones son en sí las razones que empujan a los turistas a hacer determinadas actividades o a emprender un viaje, son particulares por lo cual encierran un carácter personal e individual difícil de medir. (Beltrán & Parra, 2017)

2.2.4.1. Motivos o Factores del turista para realizar diferentes tipos de turismo.

Para Cromtopn (1979, citado en Beltrán y Parra, 2017) divide a estas motivaciones en dos grupos y así mismo las divide en subgrupos que permiten determinar el perfil turístico de la persona a estudiar, estas motivaciones se las puede evidenciar en la Tabla 1.

Tabla 1. Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)

Motivaciones Psicológicas	
Escape del ambiente cotidiano	Consiste en un cambio temporal de ambiente diferente del lugar de residencia, del hogar o del lugar de trabajo.
Exploración y evaluación del yo	El viaje es una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento.
Relajación	Relajación mental que se deriva de la práctica de hobbies e intereses que no se desarrollan en la vida diaria.
Prestigio	Viajar supone un estilo de vida elevado.
Mejora de las relaciones de parentesco/Motivación Familiar	Viajar es una buena oportunidad para reunirse con los miembros de la familia y enriquecer sus relaciones.
Facilitación de la interacción social	Las vacaciones es un tiempo favorable para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el círculo de amistades o simplemente disfrutar de personas que no son familiares.
Motivaciones culturales	
Novedad	Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo y diferente y sobre todo, en el sentido de vivir una nueva experiencia.
Educación	El viaje es una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir nuevos conocimientos en lo cultural.

Fuente: Crompton (1979) citado en Beltrán y Parra (2017). Perfiles Turísticos en Función de las Motivaciones para viajar.

Así mismo Kotler y Armstrong (2007, citado en Araújo y de Sevilha Gosling, 2017), menciona clasificaciones compartidas con los anteriores como las psicológicas y las culturales además de estas mencionan otras motivaciones con sus respectivas categorías como son:

- Físicas. Relacionadas con la salud mental y física, la diversión, el descanso y la reducción del estrés.
- Psicológicas. Mejora del estado de ánimo, visita a amigos y familiares, establecer nuevas relaciones personales.
- Sociales o de prestigio. Permiten que la persona sea apreciada y reconocida.

Para determinar y estudiar el perfil del turista el autor González (2010) clasifica en cinco conjuntos los motivos o factores por el cual el turista realiza ciertos de tipos de turismo.

2.2.4.1.1. Composición del Grupo. Hace referencia a la edad, sexo procedencia y estadía, que es decir cuánto tiempo permaneció en el atractivo turístico y relación de parentesco entre los integrantes del grupo.

2.2.4.1.2. Comportamiento del Turista. Se analiza su comportamiento frente a un producto o servicio turístico como el hospedaje, el transporte, medio por el cual se enteró del destino, atractivo turístico, y la frecuencia con la que acude el turista al sitio.

2.2.4.1.3. Motivación del Viaje. En este punto se refiere al motivo por el cual el turista realizó el viaje, este puede ser por diversión, descanso, negocios, estudios, visitas familiares, entre otros.

2.2.4.1.4. Nivel de Satisfacción. Se refiere a, que si los servicios o productos consumidos cubrieron con sus expectativas o no, en esta parte se puede evaluar la calidad de los servicios, problemas que se suscitaron dentro del lugar.

2.2.4.1.5. Percepción y Valoración. Hace referencia a la experiencia que tuvo el turista en el lugar referente a los servicios turísticos consumidos, en este parte el turista califica la actitud de la población frente a ellos y aspectos que debería mejorar en cuanto a servicios turísticos. (González, 2010)

2.2.4.2. Categorías del Perfil del Turista.

El perfil del turista puede dividirse en varias categorías que son muy importantes y pertinentes para conocer lo que el turista realmente desea, y es por ello que éstas aportan a determinar el perfil del mismo, a continuación, se describen algunas categorías las cuales son de gran importancia.

2.2.4.2.1. Alocéntricos. Son aquellos turistas que se sienten cautivados por los destinos desconocidos, en donde no existe un desarrollo turístico en el cual pueden mantener contacto con los habitantes del lugar.

2.2.4.2.2. Para-alocéntricos. Son turistas que gustan de los destinos poco visitados, pero desean encontrar algunas instalaciones las cuales cubran sus necesidades.

2.2.4.2.3. Psicocéntricos. Es aquel que busca destinos conocidos, que posean instalaciones creadas para el turismo, no quieren estar en peligro y no tienen interés en interactuar con la población de la localidad. (Plog, 1977, citado en Arroyo, 2015)

Los estudios de perfil del turista, permiten analizar y evidenciar el desarrollo turístico de un destino a través del tiempo, son necesarios para conocer la realidad turística actual de un atractivo y ayudan a determinar la cantidad y el tipo de demanda que lo visita.

4.2.4.3. Segmentación del Perfil del Turista. Para conocer claramente el perfil del turista existen varios segmentos los cuales permiten obtener la información del turista que el investigador necesita.

4.2.4.3.1. Segmentación Geográfica. Consiste en dividir a los turistas en distintas unidades, como países, regiones, estados, provincias, municipios o vecindarios.

4.2.4.3.2. Segmentación Demográfica. Se divide a los turistas en grupos en función de la edad, género, profesión, educación, la religión, y la nacionalidad.

4.2.4.3.3. Segmentación en Función de los Ingresos. Consiste en dividir a las personas en función a los ingresos que perciben puede ser alto, medio y bajo.

4.2.4.3.4. Segmentación Psicográfica. Divide a los consumidores en distintos grupos en función de la clase social, el estilo de vida o las características de la personalidad.

4.2.4.3.5. Segmentación por Ocasión. Puede ayudar a las empresas a aumentar el consumo de un producto. (Kotler, et al., 2011)

Conocer a que segmento pertenece el turista es una gran ventaja en el ámbito laboral, permite que el servicio ofertado se dirija a las necesidades o preferencias que tiene el turista; la empresa turística o el atractivo turístico puede aprovechar esa ventaja haciéndole sobre salir de la competencia, ofrecer lo que el turista desea, es la clave del éxito para que un lugar turístico se desarrolle.

Debido a la competitividad en el sector turístico, es necesario que las empresas turísticas tengan claro o sean conscientes del segmento al cual se dirigen sus servicios turísticos para así sobresalir ante la competencia, esta segmentación se hace según las necesidades específicas y a su vez se determina que todas las técnicas de segmentación parten de la observación de la población que se quiere llegar a conocer.

Determinar el perfil del turista se hace muy necesario, en vista de que, se identifica las razones por las cuales visita un atractivo, y en base a esto, realizar un análisis que permita determinar las posibles falencias, mismas que pueden ser solucionadas con el transcurso del tiempo para así mejorar sus servicios y por ende ofertarlos en mayor cantidad, el turista es la

clave para que exista turismo en un lugar, si él se siente insatisfecho por el servicio brindado no se logrará cumplir con sus expectativas lo que generará que en un futuro ya no regrese debido a la insatisfacción experimentada en ese lugar.

2.2.5. Oferta Turística.

La oferta turística es uno de los elementos que conforman el mercado turístico, el cual, sostienen Guerrero y Ramos (2014) es el sitio donde coincide la relación entre la oferta o comercialización de productos, servicios y bienes de las organizaciones o empresas turísticas y la demanda o compra de los mismos, por los visitantes o clientes.

Los mismos autores manifiestan que la oferta turística es:

La disposición o iniciativa que existe en el mercado, es el conjunto de todos los productos, servicios y bienes, condiciones pactadas especialmente sobre cualquier costo, sitio, porción, forma y lapso de tiempo (denominados productos turísticos) que son atractivos para ser adquiridos por el visitante o consumidor.

Desde el punto de vista de Boullón (2006), la oferta turística está incorporada por los servicios que proveen los elementos de la planta turística y por ciertos bienes no turísticos. Es la cantidad de servicios que entra en el mercado para ser consumidos por el turista o visitante a un precio dado y por un periodo determinado.

Además, enfatiza que, cuando la oferta se trata de bienes lo que se produce y no se vende se puede acumular dentro de cierto límite de tiempo, y en el caso de los servicios esta posibilidad no tiene valor, debido a que cada vez que expira el tiempo de duración en el mercado la oferta turística se renueva, y si no se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular. (Boullón, 2006)

De igual forma Rodríguez (2013, citado en Correa y Ojeda, 2018) define a la oferta turística como el grupo de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico, estos tienen un determinado costo y son puestos a disposición de las personas.

De la misma manera Quevedo y Rojas (2014) mencionan que la oferta turística es un subsistema de gran importancia que el turismo necesita para que este pueda funcionar dentro de un sector, es la base principal y esencial puesto que de ella depende que acudan visitantes a una zona y que a partir de esas visitas el turismo se desarrolle aportando así a la economía local.

Los conceptos anteriormente expuestos, tienen relación, los autores concuerdan en que la oferta turística se compone tanto de productos como de servicios que son consumidos por el turista en un plazo determinado, además, sostienen que es necesaria para que la actividad turística se desarrolle adecuadamente y que los elementos que la componen son esenciales para que el turista se sienta cómodo y satisfecho en el lugar.

2.2.5.1. Características de la Oferta Turística. A continuación, se describe cada una de las características que conforman la oferta turística las cuales según Guerrero y Ramos (2014) son las más importantes y las que definitivamente forman parte de ella.

- La oferta de los servicios se realiza en un lugar determinado y no pueden ser trasladados de un lugar a otro, los turistas deben acudir a los lugares donde se encuentran estos servicios.
- Los recursos turísticos, atractivos naturales y culturales son puestos en valor y explotados, claro todo esto de una manera sostenible debido a que se deben mantener y preservar para las futuras generaciones.
- Los recursos turísticos y atractivos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados, pero si no son protegidos adecuadamente pueden sufrir cambios y deterioramiento, los recursos y atractivos turísticos a utilizar pueden ser por ejemplo parques naturales, lagunas, playas, cascadas, entre otros.

2.2.5.2. Componentes de la Oferta Turística. Son el conjunto de elementos que conforman la vivencia del turista, es decir, se compone de aquellos componentes que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. (Guerrero & Ramos, 2014)

Se habla entonces que, la oferta comprende:

2.2.5.2.1. Atractivo Turístico. Es un bien natural o construido por el ser humano que tiene todo lo primordial para la actividad turística, está formado por todos los requerimientos que el turista expresa, dichos atractivos se divide en atractivos naturales que son creados por la naturaleza sin que el ser humano haya intervenido en ellos y los atractivos culturales que son aquellos en los que la acción humana ha intervenido puede ser por causas culturales o comerciales. (Guerrero & Ramos, 2014)

Para el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017) es el resultado que por sus atributos tanto naturales como culturales conforman parte del patrimonio turístico y puede ser puesta a disposición de las personas.

Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías:

Atractivos naturales.- Se reconoce 11 tipos y 54 subtipos Entre los 11 tipos se tiene:

- Fenómenos
- Ambientes lacustres.
- Desiertos.
- Fenómenos geológicos.
- Ríos/ Bosques.
- Aguas subterráneas.
- Montañas
- Costas o litorales.
- Ambientes marinos y tierras insulares.

Manifestaciones Culturales.- Se reconocen 4 tipos y 25 subtipos, entre los tipos están:

- Arquitectura popular y acervo cultural.
- Realizaciones científicas y técnicas.
- Acontecimientos proyectados.

2.2.5.2.2. Planta Turística. Es el conjunto de servicios brindados por las empresas las cuales entregan diferentes servicios que requiere el turista.

Está compuesta por dos elementos tales como: el equipamiento y las instalaciones.

2.2.5.2.2.1. Equipamiento turístico. Está constituido por empresas que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, como por ejemplo, establecimientos de alimentación, compañías de transporte, hospedaje y agencias de viajes u operadoras turísticas.

En cuanto a los establecimientos de hospedaje a nivel del Ecuador existen ocho clasificaciones que de acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) son las que se detallan en la Tabla 2.

Tabla 2. Clasificación de los Establecimientos de Alojamiento

Clasificación del Establecimiento del Alojamiento Turístico	Categorías Asignadas
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería - Hacienda turística	3 estrellas a 5 estrellas
Lodge	-
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría Única
Campamento turístico	Categoría Única
Casa de huéspedes	Categoría Única

Fuente: Ministerio de Turismo (2015). Reglamento de Alojamiento Turístico.

Así mismo según el Reglamento turístico de Alimentos y Bebidas (2018) existe cinco clasificaciones de esta índole, se describen en la Tabla 3.

Tabla 3. Clasificación de los Establecimientos de Alimentación

Clasificación del establecimiento de Alimentos y Bebidas Turísticos	Categorías Asignadas
Cafetería	1 taza a 2 tazas
Restaurante	1 tenedor a 5 tenedores
Discoteca- Bar	1 copa a 3 copas
Establecimiento Móvil	Categoría Única
Servicio de Catering	Categoría Única

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas.

En cuestión a las agencias de viajes describe el Reglamento de Operación e Intermediación turística (2016) existen cuatro clasificaciones detalladas en la Tabla 4.

- Agencias de Viajes Mayoristas
- Agencias de viajes internacional
- Operador Turístico
- Agencias de viaje Dual

Por otra parte, en el Reglamento de Transporte Terrestre Turístico (2014) se describe la siguiente clasificación, detallada en la Tabla 4.

Tabla 4. Clasificación del Transporte Turístico

Según el Ámbito de operación	Según el tipo de servicio
Transporte Terrestre Turístico Nacional	Traslados
Transporte Terrestre Turístico Fronterizo	Excursión
Transporte Terrestre Turístico Internacional	Gira y Circuito Cerrado

Fuente: Ministerio de Turismo (2014). Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.

2.2.5.2.2.2. Instalaciones. Como indica Guerrero y Ramos (2014) en esta parte se exhiben todas aquellas construcciones específicas distintas a las del equipamiento cuyo objetivo es facilitar la práctica de las actividades turísticas en los atractivos turísticos:

- De montaña.- Se observa la presencia de senderos, refugios o miradores.
- De agua y playa.- Se evidencia la existencia de muelles, carpas o tiendas, sombrillas.
- Los generales.- En este se evidencia piscinas, vestuarios, juegos infantiles, canchas para la práctica de diferentes deportes como por ejemplo fútbol y básquet.

Las instalaciones son obras indispensables para que una actividad turística pueda realizarse y desarrollarse, permiten que el turista consuma las actividades turísticas. (Boullón, 2006)

2.2.5.2.5. Infraestructura Turística. Es la obra básica en función de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, supresión de desperdicios, puertos, aeropuertos, constituye un factor imprescindible por parte del turista. (Guerrero & Ramos, 2014)

A juicio de Boullón (2006) Se entiende por infraestructura a la presencia de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener activa y productiva a una sociedad.

La infraestructura puede formar una red o un sistema, y en lo que se refiere a su localización es divisible en interna o externa como se detalla en la Tabla 5.

Tabla 5. Clasificación de la infraestructura turística

Categorías	Tipo	Subtipo
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre 	Red de carreteras.
		Servicios para el automotor (talleres mecánicos, gasolineras).
		Señalización.
		Terminales autobuses. Terminales ferroviarias.
		Red de calles.
	<ul style="list-style-type: none"> • Aéreo 	Servicios aéreos Terminales.
	<ul style="list-style-type: none"> • Acuático 	Marítimo Servicio de transporte Terminales.
Comunicaciones		Terminales Fluvial y lacustre.
	<ul style="list-style-type: none"> • Postales • Telegráficas • Télex • Telefónicas 	
Sanidad		
	<ul style="list-style-type: none"> • Red de agua • Red de desagüe • Recolección de basura • Salud 	Aguas negras
Energía		
	<ul style="list-style-type: none"> • Red eléctrica 	Alumbrado público Servicios domiciliarios
	<ul style="list-style-type: none"> • Combustible 	Gasolina Gas

Fuente: Boullón (2006). Planificación del Espacio Turístico.

2.2.5.2.6. Servicios Complementarios. Son aquellos que complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística:

- Puntos de información turística
- Alquiler de vehículos
- Servicio de correos
- El comercio de productos para los turistas

- Cajeros automáticos
- Zonas wifi
- Centros de llamadas
- Casas de cambio. (Guerrero & Ramos, 2014)

Una adecuada oferta turística, debe estar constituida por todos los elementos anteriormente expuestos, estos son las exigencias y en si las necesidades que se le presentan a un turista a la hora de visitar un atractivo o destino turístico. La oferta turística es el conjunto de bienes, servicios, de recursos e infraestructuras que están disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Constituye una posible elección para enfrentar problemas de investigación y su uso resulta muy ser muy valioso, es la forma en la que el investigador se aproxima al objeto de estudio, este cambia dependiendo del tipo de resultados que espera encontrar. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El enfoque según estos autores se divide en tres, y para la presente investigación se conceptualiza uno de ellos.

3.1.1.1. Enfoque Cualitativo. Utiliza la recolección y análisis de los datos sin medición numérica para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

Se guía por temas significativos de indagación, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Hernández, et al. 2014)

El enfoque cualitativo describe, comprende e interpreta los fenómenos, esto lo hace a través de las percepciones por las experiencias de las personas participantes en la investigación.

Este enfoque está compuesto por algunas características, a continuación, se detallará las más importantes.

- El investigador plantea un problema, pero no sigue un proceso notoriamente definido.
- Se basa más en una lógica y proceso inductivo.
- En casi la mayoría de los estudios con enfoque cualitativos no se prueban hipótesis, éstas se generan durante el proceso y van definiéndose acorde se recolecte los datos.
- Este enfoque se basa en metodologías de recolección de datos, consiste en conseguir los puntos de vista de las personas, experiencias y emociones.
- La investigación cualitativa se basa en un enfoque interpretativo centrado en el significado de las acciones de los individuos y de las instituciones.

3.1.2. Tipo de Investigación

Para Hernández, et al. (2014) el tipo de investigación se enfoca a la relación que tiene con un problema el cual se pretende resolver de manera pertinente. A continuación, se describe el tipo de investigación que se utilizó.

3.1.2.1. Investigación Bibliográfica. Para Sierra (2012) este tipo de investigación se basa en la obtención de información por medio de fuentes documentales, se realizó en el primer momento de la investigación para la revisión, construcción del marco teórico y organización de la información seleccionada, además para complementar la investigación con respecto a los elementos de la oferta turística.

3.1.2.2. Investigación de Campo. Es aquella que consiste en la recolección de información directamente de las personas que intervienen en la investigación, o de la realidad donde ocurren los sucesos, sin manipular dichos datos, es decir, el investigador obtiene la información, pero no la altera. (Arias, 2012)

En una investigación de campo también se emplean datos secundarios, sobre todo los originarios de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. Es importante recalcar que son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. (Arias, 2012)

Como indican los autores, se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto a estudiar, permite más a fondo al investigador la adquisición de información y de datos los cuales pueden manejarse con más seguridad y autenticidad.

Se utilizó esta investigación con el fin de recolectar información pertinente de las dos variables estudiadas que en este caso son perfil del turista y Oferta turística.

3.1.2.3. Investigación Descriptiva. Su misión es observar y describir una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre ellas. Cada característica o variable se analiza de forma independiente, es así que en este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables. (Arias, 2012)

Consiste en la caracterización de un fenómeno, persona o grupo de personas, con el fin de establecer su comportamiento o sus características. (Arias, 2012). Busca especificar las características importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno o grupo que se va a investigar.

Para el presente estudio, se utilizó la investigación descriptiva en donde la misión de ésta es observar una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Es decir, cada característica se analiza de forma independiente.

El presente documento investigativo, empleó la investigación descriptiva para buscar información de las variables investigadas, además, se evidenció las características más relevantes de éstas, permitió establecer las características pertenecientes a cada uno de los turistas que visitaron el Cantón Montúfar y las características de la oferta turística, conjuntamente permitió trabajar directamente con las percepciones que tiene los turistas acerca de la oferta turística brindada en el cantón.

3.2. IDEA A DEFENDER

3.2.1. Variable Independiente. Perfil del turista

3.2.2. Variable Dependiente. Oferta turística.

¿Cuál es el Perfil del turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta Turística actual que presenta el Cantón

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 6. Operacionalización de la Variable Independiente

Variable Independiente	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Fuentes de información
Perfil del turista	El perfil del turista se basa específicamente en determinar las características, gustos, preferencias del turista	Tipos de Turistas	de De Naturaleza	¿Qué tipo de destinos turísticos le gusta conocer o visitar?	Encuesta	Cuestionario	Turistas
				¿Le interesa Visitar paisajes naturales?			
				¿Está interesado en tener contacto directo con la naturaleza?			
				¿Acude a los sitios naturales más por interés recreativo que académico?			
		Tipos de Turistas	de Eco turista	¿Está dispuesto en aprender nuevas cosas y a colaborar con la comunidad?	Encuesta	Cuestionario	Turistas
				¿Antes de visitar el lugar realizó la correspondiente investigación del mismo?			
				¿Participa en talleres de conservación ambiental?			
				¿Participa en programas de rescate de flora y fauna?			

			<p>¿Se dirige en especial a visitar los santuarios que posee el cantón?</p> <p>¿Le interesa participar en peregrinaciones y misas religiosas?</p> <p>¿Le interesa participar en festivales y fiestas religiosas? Eventos anuales</p>			
Tipos Turistas	de	Religioso				
Tipos Turistas	de	Cultural	<p>¿Le gustaría conocer más a fondo la historia que posee el Cantón?</p> <p>¿Prefiere visitar centros históricos, monumentos?</p>	Encuesta	Cuestionario	Turistas
Segmentación demográfica		Información personal	Edad, Sexo, Estado civil, Nivel de educación, profesión Nacionalidad, Permanencia en el lugar.	Encuesta	Cuestionario	Turistas
Segmentación geográfica		Información personal	Procedencia: Región, provincias, ciudades.			
Motivo del viaje		Escape ambiente cotidiano Relajación	¿Cuál es el motivo por			

	Prestigio	el cual hace Turismo?			
	Motivación familiar				
	Interacción social, Novedad				
	Educación y cultura, Negocios				
	Experiencia del turista	¿Cómo evalúa su Experiencia en el cantón			
Percepción y Valoración	Actitud de la población	¿Cómo evalúa la actitud de la población ante su presencia?	Encuesta	Cuestionario	Turistas
	Satisfacción del Cliente	¿Cuál servicio turístico es más indispensable cuando visita un destino? ¿Cómo considera los servicios Turísticos brindados en el Cantón			

Tabla 7. Operacionalización de la Variable Dependiente

Variable Dependiente	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Fuentes de información
Oferta turística	Es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras las cuales están disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas	Atractivos turísticos	Atractivos Naturales Manifestaciones Culturales	Cuántos Atractivos Naturales y manifestaciones culturales existen en el Cantón.	Revisión Bibliográfica.	Fichas levantamiento y jerarquización de atractivos Turísticos.	Ministerio de Turismo
				Establecimientos de alimentación Hospedaje de viajes Transporte Turístico Lugares de esparcimiento	Observación	Matriz Control establecimientos de Alimentos Matriz control establecimientos de alojamiento Revisión del Reglamento de operación e intermediación turística Reglamento de Transporte Terrestre Turístico	Investigador
		Planta turística	Equipamiento turístico.				

Infraestructura turística.	Servicios Básicos	Estado de las vías de acceso. Acceso a servicios básicos: agua, luz , eliminación de desechos, alumbrado eléctrico	Revisión Bibliográfica	Páginas oficiales Cantón Montúfar	web del	Investigador
Servicios complementarios	Servicios adicionales	Alquiler de vehículos, servicio de correos, cajeros automáticos, zonas wifi, casas de cambio, comercio de productos para los turistas.	Revisión Bibliográfica	Páginas oficiales Cantón Montúfar	web del	Investigador

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó el método inductivo, según Abreu (2014) se direcciona directamente para investigaciones cualitativas, este se basa en la observación y en el estudio de acciones determinadas para así poder obtener una conclusión general, es decir este proceso comienza por la recolección de datos finalizando en un análisis de ellos.

En la investigación este método se lo utilizó para la identificación del perfil del turista y para la determinación de la oferta turística actual del Cantón Montúfar, primero se realizó la correspondiente recolección de datos de cada variable para luego realizar su descripción.

Referente a los instrumentos utilizados para la recolección de información, se utilizó una encuesta que es una técnica de investigación que facilitó su recolección. Este proceso se realizó mediante un cuestionario, herramienta básica que permitió obtener información de todos los turistas que visitan el Cantón.

Además de la encuesta se utilizó otros instrumentos como: la Ficha de Jerarquización y Ponderación de Atractivos Turísticos y la Matriz de control para los lugares de Alojamiento, de Alimentos y Bebidas, con respecto a los demás componentes de la Planta turística como el Transporte Turístico, y la Operadora Turística, se realizó la correspondiente revisión del Reglamento de Transporte Terrestre Turístico y el Reglamento de Operación e Intermediación Turística, específicamente aquella parte en la que se menciona los requisitos para la creación y operación de los elementos. Sobre la Infraestructura Turística y los Servicios Turísticos Complementarios se revisó la respectiva bibliografía actualizada.

Para recolectar la información para la variable independiente que es el perfil del turista en primer lugar se definió la población considerada como infinita, porque, no se conoce el número exacto de turistas que visita el cantón Montúfar. Arias (2012) menciona que la población infinita es aquella en cuyos elementos es imposible tener un registro exacto.

Con relación a la muestra seleccionada, esta investigación se basó en un muestreo no probabilístico como manifiesta Hernández, et al. (2014) este muestreo presenta un procedimiento de selección informal, es una técnica donde las muestras se recolectan en un proceso que no brinda a todas personas de una población las mismas oportunidades de ser seleccionados.

Se utilizó el muestreo por conveniencia, el cual, es un método no probabilístico que consiste en seleccionar personas que estén disponibles en ese momento que aporten información oportuna para la investigación. (Hernández, et al, 2014)

Cálculo de la muestra población infinita

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad 95% =1. 96

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

e= Error de muestreo=0,05

$$n = \frac{z^2 PQ}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$\mathbf{n = 384}$$

3.4.2. Análisis Estadístico

En esta investigación se utilizó la estadística descriptiva que según Velázquez (2017) se refiere a la obtención, organización, presentación y descripción de la información numérica, su finalidad es puntualizar las características del objeto de estudio.

Así mismo, fue necesario la utilización del programa denominado Atlas Ti, para Varguillas (2015) es un conjunto de herramientas que permite el análisis cualitativo de grandes datos textuales ayuda a organizar y reagrupar las variables de estudio de manera creativa y, al mismo tiempo, permite el análisis oportuno de las variables de una manera más fácil.

Este programa facilitó el análisis de variables cualitativas, es un software que permitió desglosar los datos, asociar códigos o etiquetas, para así luego interpretarlos.

Se enlistó las preguntas de la encuesta para así determinar el perfil que poseen, en la Figura 1, se puede observar que se nombró a la categoría como perfil del turista, esta categoría se direcciona en identificar los aspectos que caracterizan al turista, identificar los motivos, las expectativas, los aspectos demográficos y geográficos del turista, entre otros aspectos. (Borbor, 2017)

El perfil del turista está constituido por algunas características las cuales se subdividen y encierran otros elementos, como se puede observar en la Figura 1 los códigos que se establecieron en el Atlas Ti se encuentran dentro del perfil del turista, estos códigos son: el segmento demográfico, segmento geográfico, las motivaciones psicológicas, las motivaciones culturales, el comportamiento del turista, la percepción y valoración. Cada uno de estos códigos encierra elementos detallados que tienen estricta relación, y que además que permitieron determinar claramente el perfil del turista.

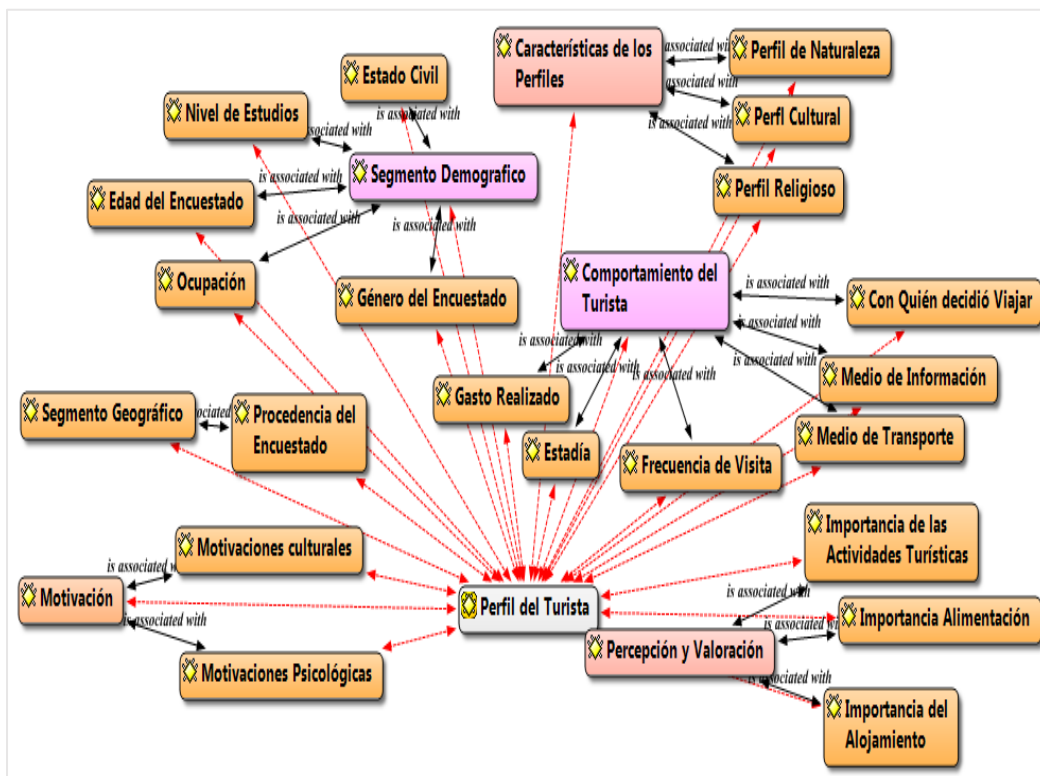


Figura 1. Perfil del Turista

En base a los códigos descritos en la figura anterior, en la investigación se determinó los perfiles de los turistas que visitan el Cantón Montúfar, estos perfiles se identificaron por las preferencias que cada uno poseía en cuanto a visitar sitios turísticos naturales, culturales o

religiosos, así mismo, se estableció una relación con la motivación principal por la cual decidieron visitar al cantón, motivación enfocada al modelo planteado por Crompton.

De igual manera, se identificó el segmento tanto demográfico como geográfico al cual pertenecían, en base a estos segmentos y a su comportamiento se pudo evidenciar el posible mercado o demanda potencial que acude al Cantón Montúfar, esta se describe en los resultados obtenidos en la investigación.

Por otra parte, se estableció como una categoría más a la oferta turística, el estudio de esta variable es de vital importancia, puesto que, encierra todos los elementos que permiten que exista el turismo, como indica Quevedo y Rojas (2014), la oferta turística es un subsistema necesario que el turismo necesita para que este pueda funcionar correctamente, es la base principal para que acudan visitantes a una zona.

Dentro de la categoría de oferta turística se estableció como códigos los elementos que la conforman como: Planta Turística, Atractivos Turísticos, Infraestructura Turística y los Servicios Complementarios. Estos elementos se relacionan entre si contribuyendo equitativamente a que la actividad turística pueda desarrollarse en el lugar. Empleando las palabras de Guerrero y Ramos (2014) estos elementos conforman la experiencia del turista, atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas.

Como se puede observar en la Figura 2 los elementos de la oferta turística se encuentran detallados y tienen una precisa relación entre sí, todos intervienen de manera significativa y la carencia o ausencia de alguno de ellos dificulta a que la estadía del turista se la adecuada.

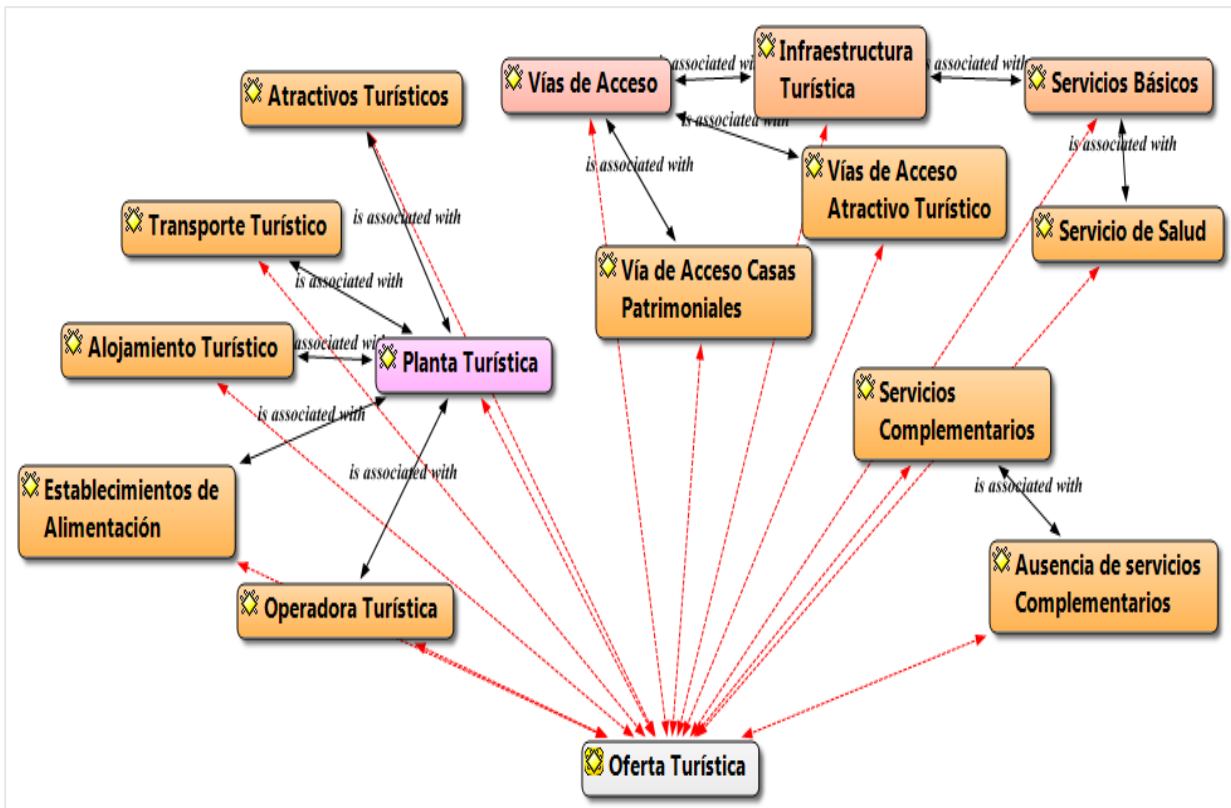


Figura 2. Oferta Turística

En la investigación se determinó cada uno de los elementos de la oferta turística actual presente en el cantón Montúfar, se utilizó diferentes instrumentos que permitieron la identificación de los establecimientos de alojamiento, alimentación, transporte turístico, operadoras turística, atractivos turísticos, así mismo, se observó una estricta relación con la variable perfil del turista, en razón de que, dentro del perfil se toma en cuenta la percepción y valoración que tiene cada turista en relación a los servicios turísticos adquiridos o consumidos en el cantón.

En igual forma, se relacionan las dos variables, en vista de que, los atractivos turísticos presentes en el cantón conforman uno de los elementos de la oferta turística, y estos a su vez, forman parte de las motivaciones de los turistas las cuales aportaron a determinar su perfil. Además, dentro del perfil del turista se consideró importante evaluar los elementos de la oferta, valoraron la calidad del servicio de alimentación, alojamiento, transporte, actividades turísticas en base a cuatro categorías planteadas en la encuesta.

En función a las características que presenten los turistas, se puede aprovechar cada uno de los atractivos turísticos, en igual modo, en base a la percepción de ellos se pudo evaluar cada uno de los servicios turísticos brindados en el cantón.

Las empresas que se centran en las características de sus clientes se encuentran en una mejor posición, en vista de que, establecen estrategias que proporcionan beneficios a largo plazo, sus adecuados servicios y la buena relación con el cliente permiten que vuelva logrando su fidelidad. (Kotler & Armstrong, 2013)

No todos los turistas poseen las mismas características o demandan la misma oferta, tienen necesidades diferentes que deben ser cubiertas adecuadamente. Es por ello que, se realizó la presente investigación, ya que, se identificó la demanda que acude al cantón Montúfar y así mismo, se determinó la presencia y calidad de los elementos de la oferta turística.

Las empresas buscan relacionarse con sus clientes para elevar su satisfacción, su confianza y su lealtad; conocer los gustos, necesidades y preferencias de cada turista les obliga a desarrollar un sistema oportuno, el cual genere información para la toma de decisiones en beneficio de ambas partes, es por esto que, se dió importancia al turista identificando su perfil y la oferta turística que presenta actualmente el cantón.

Toda empresa turística debe enfocarse en lo que el turista desea, si los servicios no cubren sus necesidades se debe estudiar y analizar qué es lo que impide satisfacerlas, con el transcurso del tiempo surgen nuevos cambios y nuevas necesidades, por lo que, cada empresa debe estar preparada para cubrirlas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

El Cantón Montúfar se encuentra ubicado en la provincia del Carchi, limita al norte con Tulcán, al sur con Bolívar y Sucumbíos, al este con Huaca y Tulcán y al Oeste con Bolívar y Espejo, posee una superficie de 38073,21 km² y está conformada por tres parroquias urbanas y cinco parroquias rurales. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)

La población total del Cantón Montúfar corresponde a 30.511 habitantes de acuerdo al censo de población y vivienda del 2010, su cabecera cantonal es la ciudad de San Gabriel considerada como patrimonio nacional desde el año de 1992 y como Pueblo mágico desde el año 2019.

Cada parroquia que conforma al Cantón Montúfar posee diferentes atractivos lo que ha contribuido a que el cantón se lo considere diverso en cuanto a naturaleza y cultura.

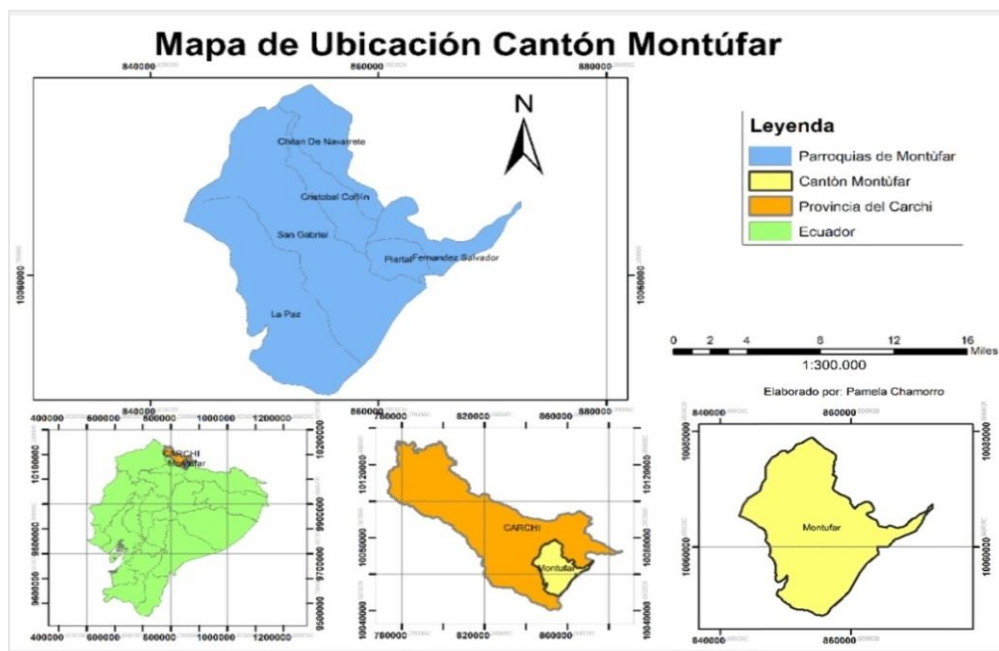


Figura 3. Ubicación Cantón Montúfar

A continuación, se presenta los resultados obtenidos por medio de los instrumentos utilizados;

4.1.1. Resultados de la encuesta aplicada a los turistas que visitan el Cantón Montúfar

4.1.1.1. Segmentación Geográfica y Demográfica. En esta fase se muestra los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los turistas con el fin de determinar su perfil.

Del total de la población encuestada, se evidenció que el género femenino es el que más acude al cantón Montúfar con un porcentaje del 51% no mostrándose gran diferencia con el género masculino, así mismo, se determinó el estado civil de los encuestados siendo el estado casado el que predominó con un porcentaje del 56,3% seguido del estado soltero y del unión libre con un 33, 3% y 10,4% respectivamente, dichos resultados se pueden observar en la Tabla 8.

De la misma manera se determinó la edad de los encuestados, esta varía de los 14 a los 81 años, teniendo una mayor frecuencia la comprendida entre los rangos de 20 a 29 años y 30 y 49 años de edad.

Tabla 8. Género y Estado Civil del encuestado

		Estado Civil del encuestado			
		Soltero	Casado	Unión Libre	Total
Género	Femenino	66	111	19	196
	Masculino	62	105	21	188
Total		128	216	40	384
		33,3%	56,3%	10,4%	100%

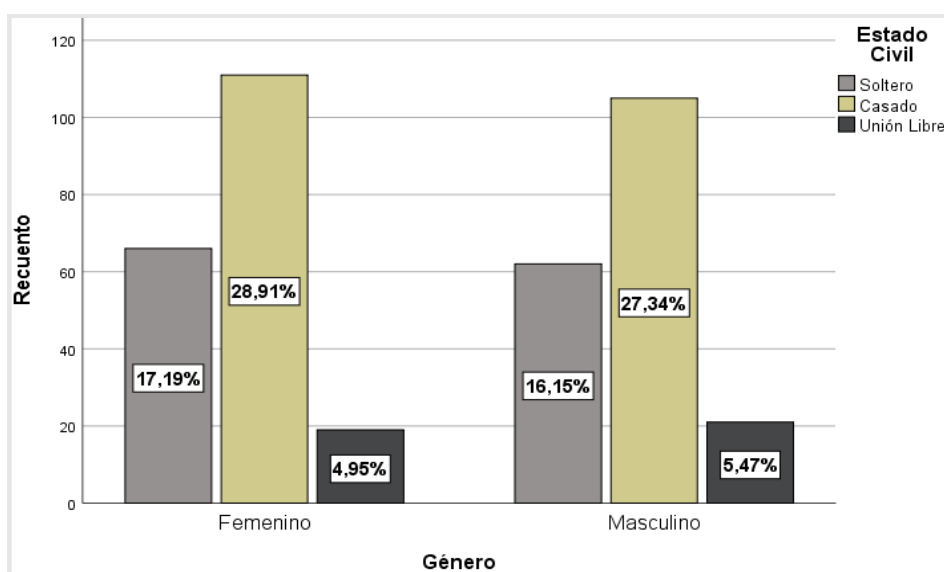


Figura 4. Género y Estado Civil del encuestado

En cuanto a su procedencia, se determinó que el mayor porcentaje representa a los turistas Nacionales con un 77,86% procedentes de las provincias de Pichincha e Imbabura, así mismo se evidenció una afluencia de turistas Internacionales con un porcentaje del 16,41% procedentes de Colombia del Departamento de Nariño, específicamente de Ipiales y Pasto, estos resultados se evidencian en la Tabla 9.

Bajo estos resultados se puede evidenciar mercados potenciales los cuales pueden contribuir a desarrollar la actividad turística presente en el Cantón Montúfar.

Tabla 9. Procedencia

	Frecuencia	Porcentaje
Local	22	5,73
Nacional	299	77,86
Internacional	63	16,41
Total	384	99,7

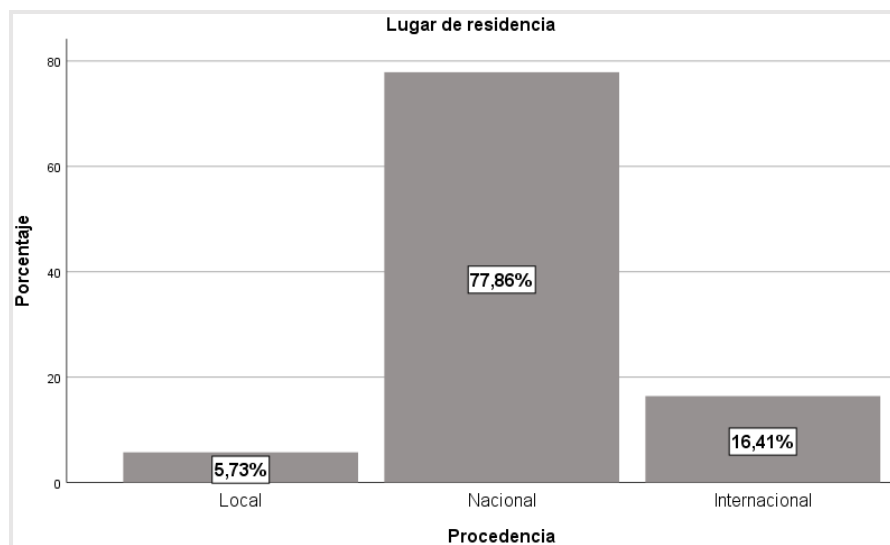


Figura 5. Procedencia

Las personas encuestadas en su mayoría poseen un nivel de estudios secundario con un porcentaje del 56,25% seguido del nivel de estudios superior tercer nivel con un porcentaje del 22,14%, estos datos se evidencian en la Tabla 10.

Tabla 10. Nivel de Estudios

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	83	21,61
Secundaria	216	56,25
Superior tercer nivel	85	22,14
Total	384	99,7

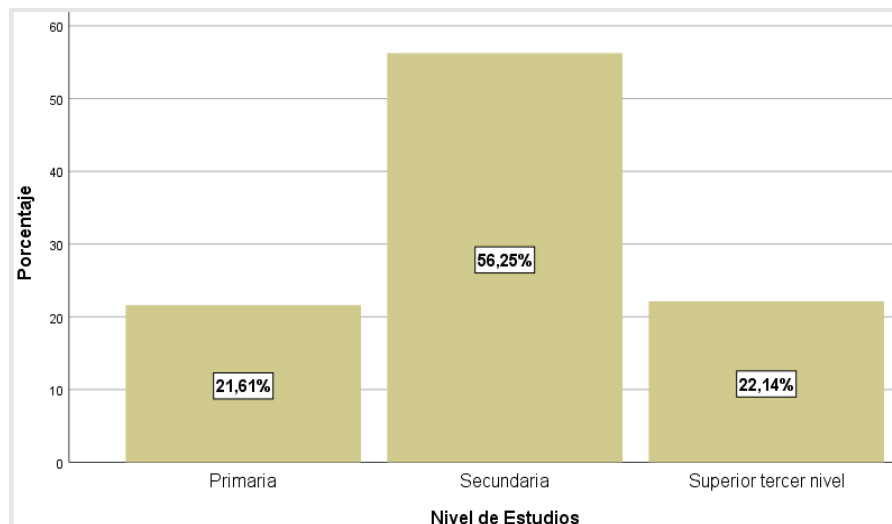


Figura 6. Nivel de Estudios

Seguidamente se determinó la ocupación de los encuestados, se encuentra con un porcentaje del 80,6% a la ocupación de empleados del sector público y privado, percibiendo un salario básico unificado y superior al mismo. Así mismo manifestaron que el salario que percibían se enfoca al nivel de estudios y conocimientos que cada uno posee, es decir la mayoría de los encuestados perciben este salario por el nivel de estudios cursado que en su conjunto es de secundaria.

En igual forma, se evidenció que la ocupación de profesionista es la que ocupa un segundo lugar percibiendo una remuneración entre 1001 a 2000 dólares. Las profesiones que se evidenciaron en la recolección de datos fueron algunas tales como: Licenciados en Enfermería, Médicos, Abogados, Maestros o profesores, Contadores y Odontólogos.

También se pudo observar que la ocupación de estudiantes fue otra de las cuales tuvo un porcentaje significativo los mismos que no perciben ningún tipo de remuneración, así como también las Amas de casa a las cuales se encuestaron.

Todas estas características conforman tres tipos segmentos los cuales Según Kotler, et al. (2011) permiten determinar claramente el perfil del turista. El primero de ellos es el segmento demográfico el cual se definió por de la edad, género, educación, profesión y la nacionalidad; el segundo es el segmento geográfico el cual permitió identificar el lugar de procedencia del encuestado, en este caso fue la procedencia de las Provincias de Pichicha e Imbabura, así mismo se determinó el segmento enfocado al nivel de ingresos que perciben los turistas, el cual, predominó un valor entre el salario básico unificado, estos valores se encuentran detallados en la Tabla 11.

Tabla 11. Ocupación y Nivel de Ingresos

		Nivel de Ingresos				Total
		Salario Básico Unificado	401 a 1000	1001 a 2000	Sin Ingresos	
Ocupación del encuestado	Profesionista	0	21	38	0	59
		0,0%	35,6%	64,4%	0,0%	100,0%
	Empresario	0	0	4	0	4
		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Comerciante	1	26	10	0	37
		2,7%	70,3%	27,0%	0,0%	100,0%
	Empleado	31	137	2	0	170
		18,2%	80,6%	1,2%	0,0%	100,0%
	Jubilado	14	5	0	0	19
	73,7%	26,3%	0,0%	0,0%	100,0%	
Ama de casa	0	0	0	29	29	
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
Estudiante	0	0	0	66	66	
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
Total		46	191	54	93	384
		12,0%	49,7%	14,1%	24,2%	100,0%

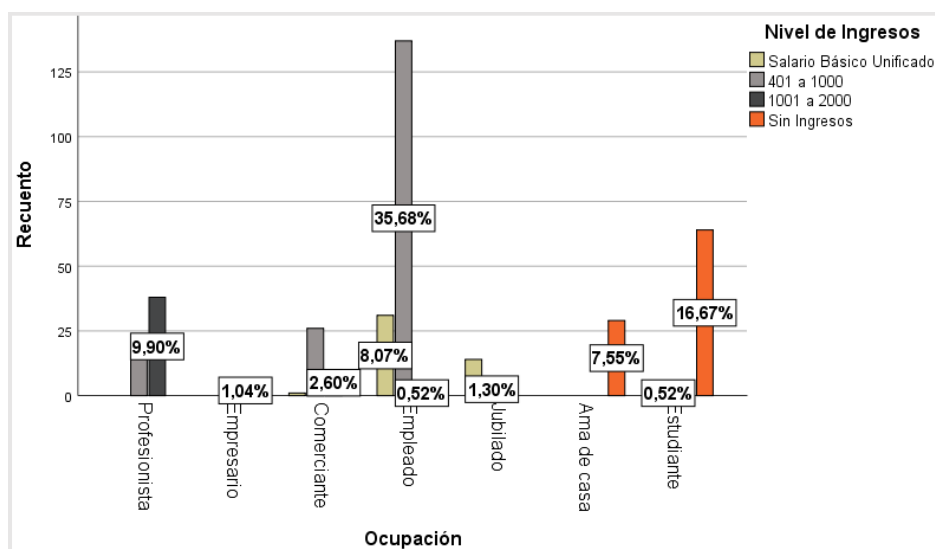


Figura 7. Ocupación y Nivel de Ingresos

4.1.1.2. Motivaciones Psicológicas y Culturales. La primera pregunta de la encuesta se direccionó al motivo principal por el cual hacen turismo dando como resultado que el escape del ambiente cotidiano es el que mayor porcentaje representado con un 31,25% seguido por el Descanso/ relajación, Visitas Familiares y el interés por conocer nuevos lugares.

Todas estas motivaciones son importantes porque contribuyen a la determinación del perfil del turista, cada una de ellas pertenecen a una clasificación que para Cromtopn (1979, citado

en Beltrán y Parra, 2017) permiten conocer el comportamiento del turista, estos autores mencionan dos clasificaciones generales como son:

Las motivaciones psicológicas, que en esta investigación abarcó las motivaciones del escape del ambiente cotidiano, la relajación, y la motivación familiar; y las motivaciones culturales que abarcaron la novedad o interés por conocer nuevos lugares, dichas clasificaciones se observan en la Tabla 12.

Así mismo Kotler y Armstrong (2007, citado en Araújo y de Sevilha Gosling, 2017), menciona algunas clasificaciones, estas se evidenciaron en la recolección de resultados como son las físicas en la que se encuentra el descanso, las psicológicas que en esta se visualiza a visita a familiares y por último se determinó a las motivaciones culturales que se enfoca en el estudio y ampliación de conocimiento.

Tabla 12. Motivos que influyen para realizar Turismo

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Escape del ambiente cotidiano	120	31,25
Descanso/Relajación	90	23,44
Motivación Familiar	76	19,79
Educación y cultura	22	5,73
Interés por conocer nuevos lugares	68	17,71
Negocios	8	2,1
Total	384	100,0

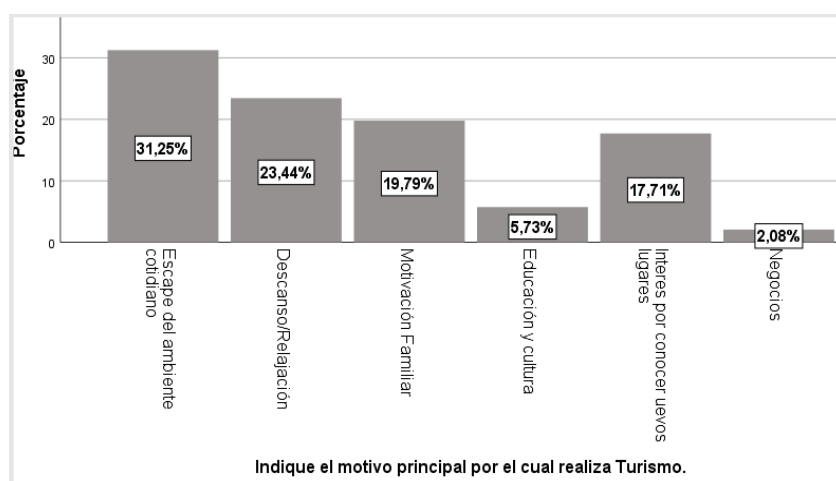


Figura 8. Motivos que influyen para realizar Turismo

4.1.1.3. Comportamiento del Turista. Del mismo modo fue necesario conocer con quien decidió realizar el viaje el turista y que medio de transporte utilizó para llegar al Cantón

Montúfar. En la Tabla 13 se observa que un 63,8% de los encuestados viajan con sus familiares con el fin de compartir juntos nuevas experiencias y vivencias, así mismo se registró un porcentaje del 23,7% el cual comprende a realizar el viaje con la pareja. Estos resultados muestran que el Cantón Montúfar es un destino que brinda diferentes opciones de ocio para las personas que les gusta viajar en compañía de su núcleo familiar.

En las mismas circunstancias se demostró que el medio de transporte utilizado para visitar al cantón Montúfar fue el transporte propio con un porcentaje del 56,8%, seguido del transporte público y turístico, cabe recalcar que el transporte turístico fue utilizado por los turistas extranjeros provenientes del Departamento de Nariño- Colombia tanto de Pasto como de Ipiales.

Tabla 13. Con quién Decidió Viajar y Medio de Transporte Utilizado

Con quién Realizó el viaje	¿Qué medio transporte utilizó para visitar el Cantón Montúfar?				Total
	Propio	Público	Transporte turístico	Motocicleta	
Solo	1	0	0	0	1
	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Amigos	19	23	0	0	42
	4,9%	6,0%	0,0%	0,0%	10,9%
Familiares	138	66	41	0	245
	35,9%	17,2%	10,7%	0,0%	63,8%
Pareja	60	21	8	2	91
	15,6%	5,5%	2,1%	0,5%	23,7%
Grupo	0	5	0	0	5
	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%
Total	218	115	49	2	384
	56,8%	29,9%	12,8%	0,5%	100,0%

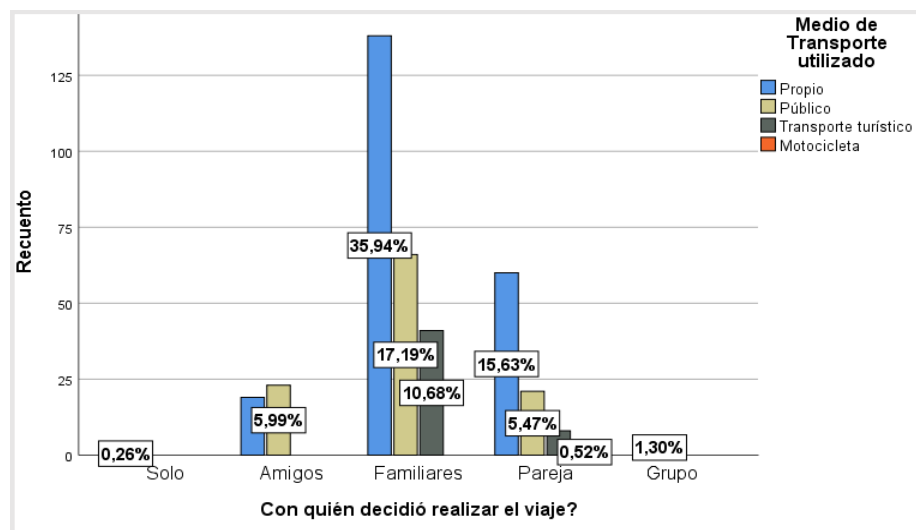


Figura 9. Con quién Decidió Viajar y Medio de Transporte Utilizado

Tal como se observa en la Tabla 14, el 59,64 % de los encuestados acudieron a visitar el Cantón Montúfar por sugerencias de amigos y familiares, seguido de las redes sociales y de las operadoras y agencias de viajes con un porcentaje del 21,61% y 11,72% respectivamente. La influencia de boca en boca puede tener un gran impacto en el comportamiento de compra o vista de una persona, las recomendaciones o sugerencias de amigos y familiares los cuales ya han consumido ese producto tienden a ser más aceptables que las palabras divulgadas por anuncios o vendedores. (Kotler & Armstrong, 2011)

En ese mismo sentido Kotler y Armstrong (2011) indican que las redes sociales son un influyente más en la decisión de consumo de un producto, en ellas las personas intercambian información, opiniones y sugerencias.

Esta nueva forma de diálogo en la actualidad se puede compartir diferente información de diferente índole la cual influye en la decisión de una persona. Las empresas están trabajando para aprovechar la influencia de las redes sociales con el fin de promocionar sus productos y construir una relación con los clientes. (Kotler & Armstrong, 2011)

Tabla 14. Medio de Información que utiliza para conocer sobre un lugar Turístico

	Frecuencia	Porcentaje
Sugerencias Amigos/ Familiares	229	59,64
Redes Sociales	83	21,61
Páginas Web	27	7,03
Operadoras o Agencias de viajes	45	11,72
Total	384	100,0

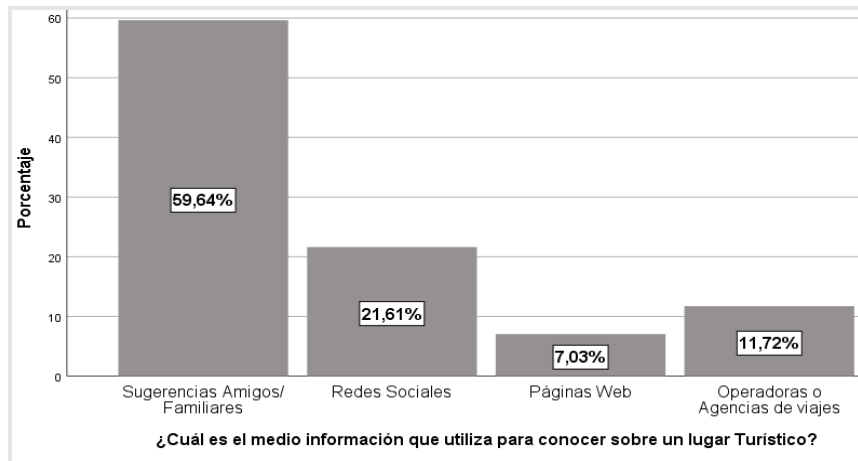


Figura 10. Medio de Información que utiliza

Posteriormente se investigó a los turistas que tipo de alimentación prefieren degustar en el Cantón Montúfar, en la Tabla 15 se observa resultado que, un 72,40% desea degustar la comida típica como: caldo de gallina, cuy asado con papas, choclo con queso, hornado pastuso, la trucha frita, la fritada con choclo, así mismo la miel con quesillo, la cuajada con dulces de diferentes frutas, el champús, el morocho y el café con empanadas.

Tabla 15. Tipo de Alimentación prefieren degustar en el Cantón Montúfar

	Frecuencia	Porcentaje
Típica	278	72,40
Nacional	106	27,60
Total	384	100,0

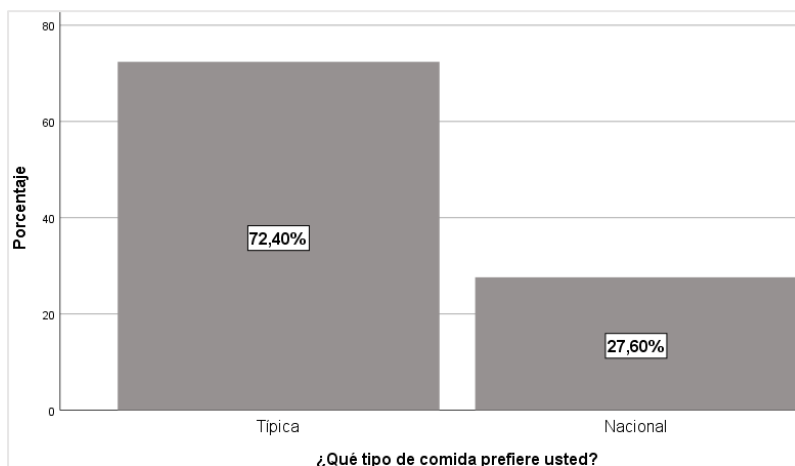


Figura 11. Tipo de Alimentación prefieren degustar en el Cantón Montúfar

4.1.1.4. Tipos de Turistas. Con respecto a las actividades turísticas que realizan los turistas cuando visita el Cantón Montúfar, se observó que el 41,41% de los turistas se inclinan por las actividades naturales debido a que, el cantón posee varios atractivos turísticos los cuales son de gran interés.

Se puede apreciar que sobre sale el perfil de un turista de naturaleza el mismo que se lo identificó en base a las características que expone Borbor (2017) como son: interés por el contacto con la naturaleza, visita paisajes naturales como primera opción y su visita se debe más a interés recreativo que académico, entre otras más que se detallan en la Tabla 16.

Subsiguientemente del perfil de un turista de naturaleza se encuentra el perfil de un turista religioso con un porcentaje del 38,80%, la característica principal de este perfil es dirigirse a conocer los santuarios del lugar que visita y participar en festivales, misas y peregrinaciones religiosas. En este caso los turistas religiosos acuden principalmente a visitar la Gruta de la Paz, La iglesia Matriz de San Gabriel, la Iglesia de San Pedro en Cristóbal Colón.

Conjuntamente visitan al Cantón Montúfar por las festividades religiosas más representativas que son: las fiestas de la virgen las Nieves que se realiza en el periodo de julio y agosto en la ciudad de San Gabriel, Nuestra señora de la Paz en el mes de julio que se festeja en la Parroquia La Paz, fiestas de San Pedro que se realiza en Cristóbal Colón en el mes de Junio, Fiestas del Niño Jesús que se realizan en La Parroquia la Paz y Fernández Salvador en el mes de Diciembre y así mismo Navidad que se realiza en el mismo mes. (Rodríguez, 2018)

Después del perfil religioso se visualiza con un porcentaje del 19,79% que los turistas encuestados prefieren principalmente visitar al Cantón por motivos culturales, las características de este perfil como menciona Borbor (2017) se basan en conocer más a fondo sobre la historia de un lugar, conocer más sobre sus costumbres y tradiciones, respetan mucho el sentido de autenticidad.

Los turistas encuestados se dirigen a visitar la ciudad de San Gabriel, ya que, se considera patrimonio Nacional por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura hace 23 años debido a la fachada colonial de sus construcciones. Cuenta con un inventario de alrededor de 400 inmuebles que tienen más de 100 años los cuales se encuentran en el catastro del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC). (Diario el Universo, 2019)

En las mismas circunstancias, los turistas visitan el Cantón Montúfar por las costumbres y tradiciones que forman parte del este cantón como son: Las fiestas de Cantonización de

Montúfar, El baile Tradicional de Inocentes en enero, el concurso de Comparsas por Carnaval que se realiza a finales de febrero e inicios de Marzo, el Festival Carnavallero de la Laguna de Salado que se realiza en la misma época, el Festival del Cuy que se realiza en Mayo que es una feria gastronómica típica. (Rodríguez, 2018)

En las Tablas 17, 18 y 19 se muestran detalladamente el perfil de los turistas que se evidenciaron en el Cantón Montúfar.

Tabla 16. Características de los Perfiles

Características		¿Qué tipo de actividades le gusta realizar?			Total
		Naturales	Culturales	Religiosas	
¿Le interesa el contacto directo con la naturaleza?	SI	159	0	0	159
	NO	0	76	149	225
	Total	159	76	149	384
¿Le interesa Visitar paisajes naturales?	SI	159	0	0	159
	NO	0	76	149	225
	Total	159	76	149	384
¿Acude a los sitios naturales más por interés recreativo que académico o profesional?	SI	158	0	0	158
	NO	1	76	149	226
	Total	159	76	149	384
¿Participa en talleres de conservación ambiental?	SI	17	0	0	17
	NO	142	76	149	367
¿Le interesa conocer sobre la flora y fauna que posee algún sitio natural?	SI	155	0	2	157
	NO	4	76	147	227
	Total	159	76	149	384
¿Participa en programas de rescate de flora y fauna?	SI	15	0	0	15
	NO	144	76	149	369
	Total	159	76	149	384
¿Le interesa adquirir nuevos conocimientos y colaborar con el Cantón en algún aspecto?	SI	24	0	0	24
	NO	135	76	149	360
	Total	159	76	149	384
¿Investigó información de los sitios naturales que posee el Cantón Montúfar antes de visitarlo?	SI	20	0	0	20
	NO	139	76	149	364
	Total	159	76	149	384
¿Visita los sitios naturales por interés más profesional que recreativo?	SI	17	0	0	17
	NO	142	76	149	367
	Total	159	76	149	384
¿Se Dirige en especial a visitar los santuarios que posee el Cantón Montúfar?	SI	3	0	149	152
	NO	156	76	0	232
	Total	159	76	149	384
¿Le interesa participar en peregrinaciones y misas religiosas?	SI	3	0	145	148
	NO	156	76	4	236
	Total	159	76	149	384
¿Le interesa participar en festivales y fiestas religiosas? Eventos anuales	SI	3	0	145	148
	NO	156	76	4	236
	Total	159	76	149	384

¿Le interesa conocer más a fondo la historia que posee el Cantón Montúfar?	SI	1	76	0	77
	NO	158	0	149	307
¿Prefiere visitar centros históricos, monumentos, museos como principal opción?	SI	2	76	3	81
	NO	157	0	146	303
¿Le interesa conocer cada una de las costumbres y tradiciones que se presentan en el Cantón Montúfar?	SI	1	76	1	78
	NO	158	0	148	306
Total		159	76	149	384

Tabla 17. Perfil Turista Natural

Perfil de un Turista Natural		Nº De Personas
Género del encuestado	Masculino	83
Edad	20-29 años	72
Estado Civil del encuestado	Soltero	87
Nivel De estudios	Secundaria	103
Lugar de residencia	Nacional	128
Ocupación del encuestado	Empleado Público/Privado	63
Nivel de Ingresos	400	60
Motivo principal por el cual realiza Turismo.	Escape del ambiente cotidiano	52
¿Con quién decidió realizar el viaje?	Familiares	90
Medio transporte utilizado	Propio	103
Medio de información	Sugerencia de Amigos/familiares	81
¿Qué tipo de comida prefiere usted?	Típica	159
Frecuencia de visita al Cantón	Ocasional	130
Tiempo de Permanencia	1 a 2 días	141
Gasto Total Realizado	1 a 30 Dólares	86
¿Regresaría nuevamente el Cantón?	SI	156

Tabla 18. Perfil Turista Cultural

Perfil Turista Cultural		N° De Personas
Género del encuestado	Masculino	76
Edad	30 a 49 años	65
Estado Civil del encuestado	Casado	65
Nivel de Estudios	Superior Tercer Nivel	45
Lugar de residencia	Nacional	56
Ocupación del encuestado	Profesionista	37
Nivel de Ingresos	1000 2000	49
Indique el motivo principal por el cual realiza Turismo.	Escape del ambiente cotidiano	32
Medio de Información	Sugerencia Amigos/ Familiares	38
¿Con quién decidió Viajar?	Familiares	62
Medio de Transporte Utilizado	Propio	42
Tipo de comida que prefiere	Típica	54
Frecuencia de Visita	Ocasional	62
Tiempo de Permanencia	1 a 2 días	62
Gasto Realizado	1 a 30 Dólares	40
¿Regresaría al Cantón?	SI	74

Tabla 19. Perfil Turista Religioso

Perfil Turista Religioso		
Género del encuestado	Femenino	85
Edad	30 a 49 años	145
Estado Civil del encuestado	Casado	97
Nivel de Estudios	Secundaria	84
Lugar de residencia	Nacional	115
Ocupación del encuestado	Empleado	81
Nivel de Ingresos	400	82
Motivo por el que viajó	Escape del ambiente cotidiano	39
¿Con quién decidió Viajar?	Familiares	95
Medio de Transporte utilizado	Propio	73
Medio de Información	Sugerencia Amigos/Familiares	110
Tipo de comida que prefiere	Típica	118
Permanencia en el Cantón	1 a 2 días	141
Gasto Realizado	1 a 30\$	
¿Regresaría a visitar nuevamente el Cantón Montúfar?	SI	145

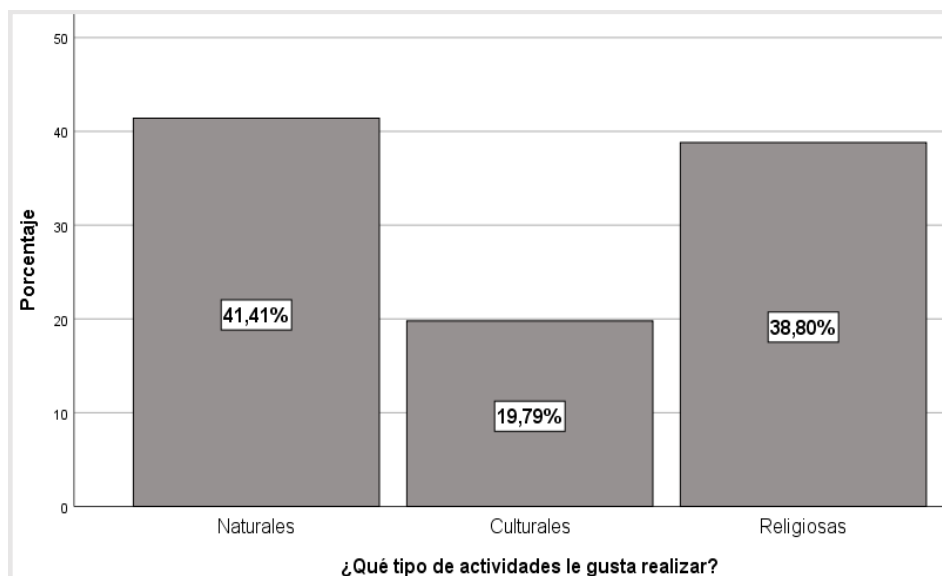


Figura 12. Tipo de Actividades que prefiere realizar

De igual manera, se indagó la frecuencia con la que visitan el Cantón Montúfar, un 77,9% realizan la visita al cantón ocasionalmente y un porcentaje del 19,5% lo visitan anual, así mismo, en la Tabla 20 se visualiza que la mayoría de ellos mantienen una estadía entre uno a dos días y menor frecuencia mantienen una estadía de más de dos días, esto depende de los días libres que ellos dispongan para permanecer fuera de su domicilio y de sus actividades diarias.

Tabla 20. Frecuencia de visita y permanecía en el Cantón Montúfar

¿Cuánto tiempo está dispuesto a permanecer en el Cantón Montúfar?					
		1 a 2 días	Más de 2 días	Una Semana	Total
Frecuencia de visita	Ocasional	275 71,6%	24 6,3%	0 0,0%	299 77,9%
	Mensual	2 0,5%	6 1,6%	2 0,5%	10 2,6%
	Anual	67 17,4%	8 2,1%	0 0,0%	75 19,5%
Total		344 89,6%	38 9,9%	2 0,5%	384 100,0%

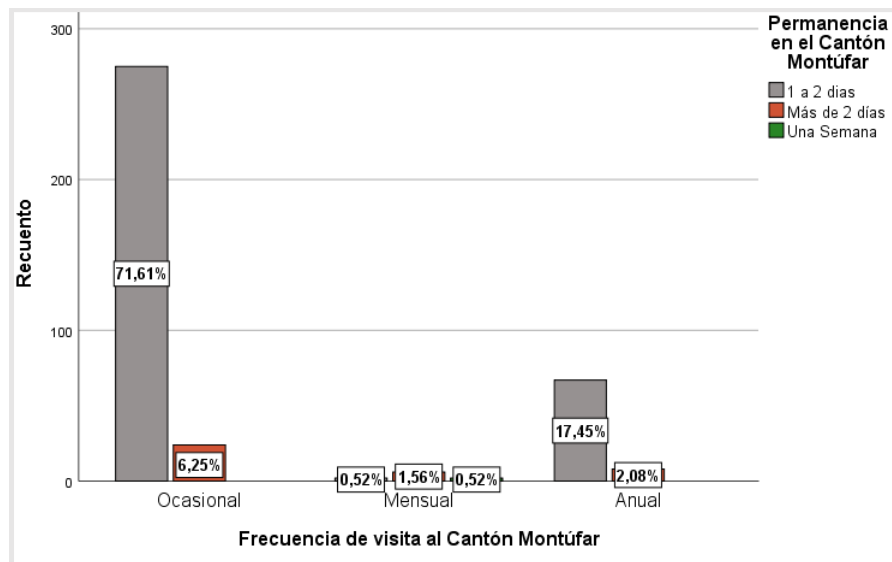


Figura 13. Frecuencia de visita y permanencia en el Cantón Montúfar

4.1.1.5. Percepción y Valoración. En el mismo cuestionario se les preguntó a los turistas el nivel de significancia que tienen los servicios turísticos, en este caso se establecieron tres niveles Muy importante, Importante y Nada Importante.

El primer servicio turístico fue el de alimentación en la Tabla 21 se observa que un 93,2% afirmaron que era un servicio turístico muy importante, además se les solicitó a los turistas que evalúen la calidad de este servicio recibido en el Cantón Montúfar a lo que un 51,8% categorizaron al servicio en Bueno. Manifestaron que si fue del agrado de ellos pero que no cumplían completamente con lo solicitado.

Tabla 21. Importancia y Calidad del Servicio de Alimentación

		Alimentación Calidad				Total
		Excelente	Bueno	Regular	No utilizó	
Alimentación Importancia	Muy Importante	35	199	122	2	358
		9,1%	51,8%	31,8%	0,5%	93,2%
	Importante	3	16	5	0	24
		0,8%	4,2%	1,3%	0,0%	6,3%
	Nada Importante	0	2	0	0	2
		0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total		38	217	127	2	384
		9,9%	56,5%	33,1%	0,5%	100,0%

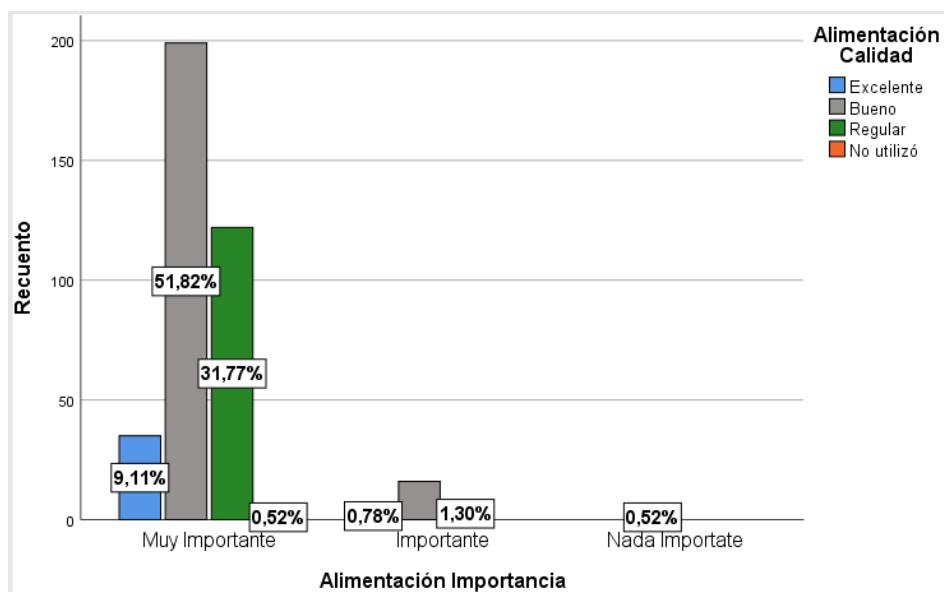


Figura 14. Importancia y Calidad del servicio de Alimentación

En segundo lugar se evaluó el servicio de alojamiento, en la Tabla 22 se representa que un 46,9% señaló que era muy importante, y en cuestión a su calidad un 25% mencionó que el servicio era bueno y un 13,3% que el servicio era excelente.

Tabla 22. Importancia y Calidad del Servicio de Alojamiento

	Alimentación Importancia	Alojamiento Calidad				Total
		Excelente	Bueno	Regular	No utilizó	
	Muy Importante	43 11,2%	96 25,0%	17 4,4%	24 6,3%	180 46,9%
	Importante	51 13,3%	67 17,4%	4 1,0%	40 10,4%	162 42,2%
	Nada Importante	14 3,6%	18 4,7%	2 0,5%	8 2,1%	42 10,9%
Total		108 28,1%	181 47,1%	23 6,0%	72 18,8%	384 100,0%

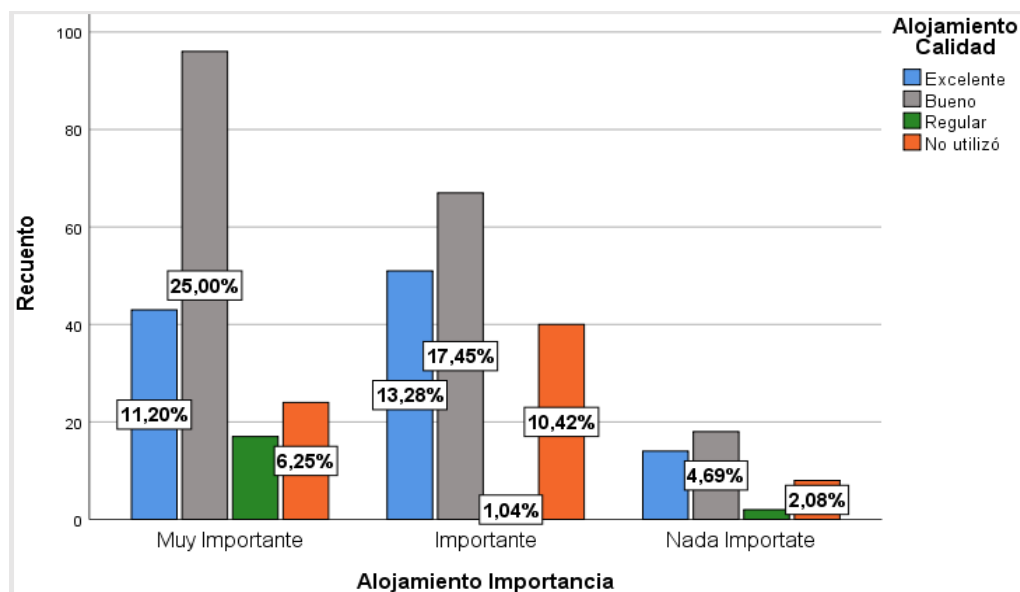


Figura 15. Importancia y Calidad del servicio de Alojamiento

Inmediatamente evaluaron la importancia y la calidad del servicio de transporte, en la Tabla 23 se evidencia que, un 53,6% consideran que es un servicio muy importante, en la recolección se observó que la mayoría de los turistas no utilizaron el transporte de la localidad debido a que se movilizaban en transporte propio y en el transporte turístico que habían contratado.

Tabla 23. Importancia y Calidad del Servicio de Transporte

		Transporte Calidad				Total
		Excelente	Bueno	Regular	No utilizó	
Transporte Importancia	Muy Importante	25	51	15	115	206
		6,5%	13,3%	3,9%	29,9%	53,6%
	Importante	28	44	3	99	174
		7,3%	11,5%	0,8%	25,8%	45,3%
	Nada Importante	0	0	0	4	4
		0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%
Total		53	95	18	218	384
		13,8%	24,7%	4,7%	56,8%	100,0

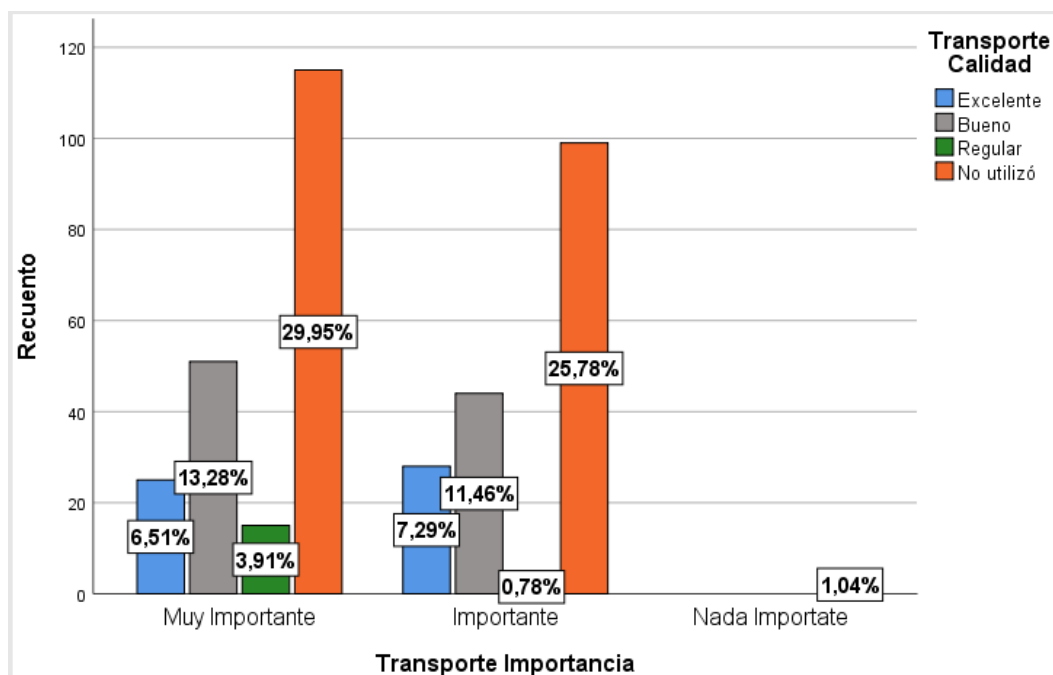


Figura 16. Importancia y Calidad del servicio de Transporte

Respecto a la importancia y calidad de las actividades turísticas, un 58,6% sostuvieron que son muy importantes, y un 37,5% mencionó que fueron buenas, resaltaron que se deberían implementar más actividades que permitan más recreación y conjuntamente establecer puntos de información turística los cuales brinde información tanto de los atractivos turísticos como de las actividades que se puede realizar en cada uno de estos.

Tabla 24. Importancia y Calidad de las Actividades. T y de los P. de Información Turística

		Actividades Turísticas				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Puntos de información Turística	Muy Importante	68	144	10	3	225
		17,7%	37,5%	2,6%	0,8%	58,6%
	Importante	39	96	14	0	149
		10,2%	25,0%	3,6%	0,0%	38,8%
	Nada Importante	0	10	0	0	10
		0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	2,6%
Total		107	250	24	3	384

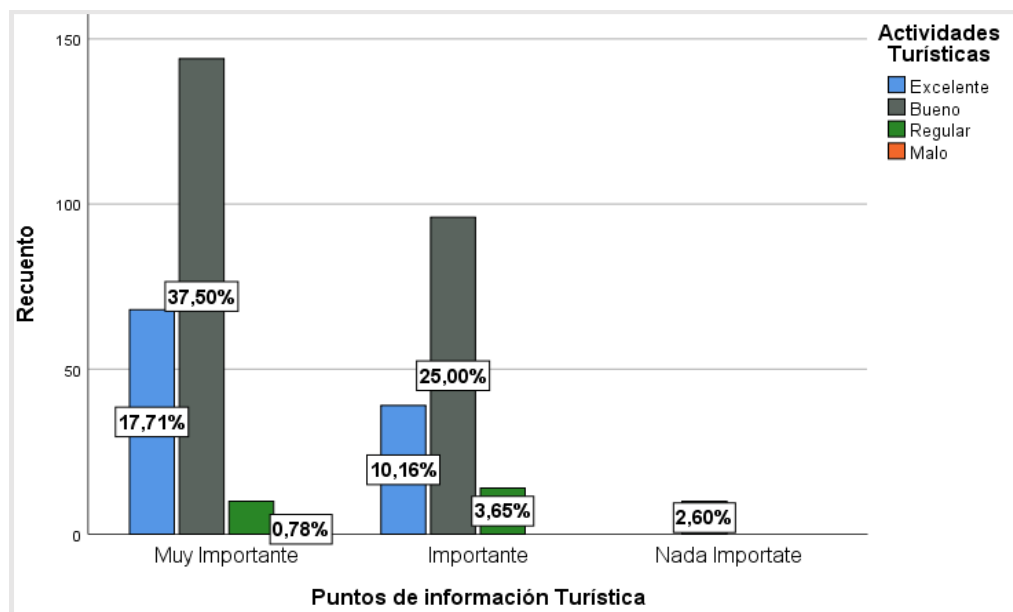


Figura 17. Importancia y Calidad A. T. y P. de Información Turística

De manera semejante los turistas evaluaron la importancia de los cajeros automáticos y de las zonas wifi en donde un 67,71 % mencionaron que los cajeros en efecto son importantes, pero no indispensables para realizar la actividad turística debido a que ya se organizan con tiempo y prevén cualquier altercado que se pueda presentar.

Así mismo, en la Tabla 25, se evidencia que del total de los encuestados un 39,56% consideran que es un servicio importante y un 32,03% consideran que es un servicio muy importante, mencionaron que a pesar de alejarse por un momento de la rutina diaria se necesita estar al tanto, estar en constante comunicación.

Tabla 25. Importancia de los Cajeros Automáticos

		Frecuencia	Porcentaje
Importancia	Muy Importante	100	26,04
	Importante	260	67,71
	Nada Importante	24	6,25
Total		384	100,0

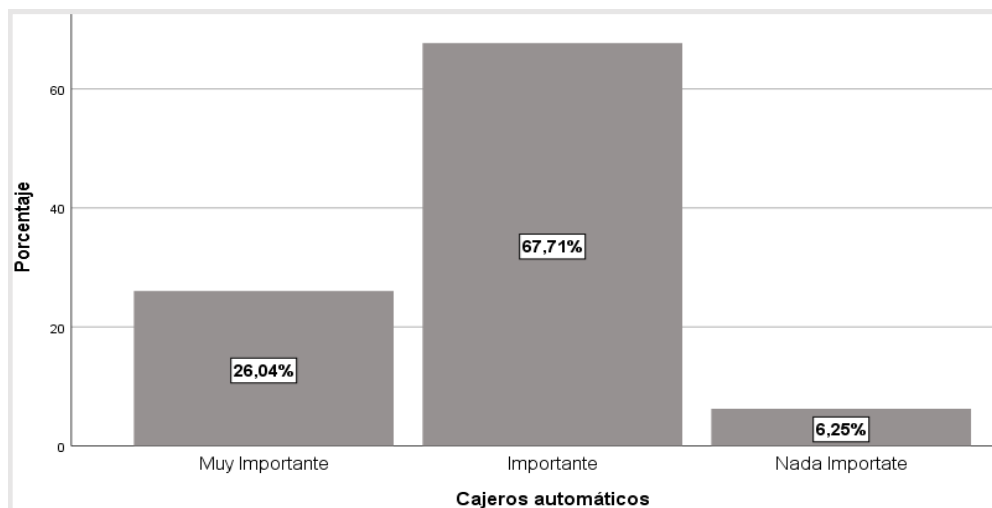


Figura 18. Importancia de los Cajeros Automáticos

Tabla 26. Importancia de las Zonas Wifi

		Frecuencia	Porcentaje
Importancia	Muy Importante	123	32,03
	Importante	152	39,56
	Nada Importante	109	28,39
Total		384	100,00

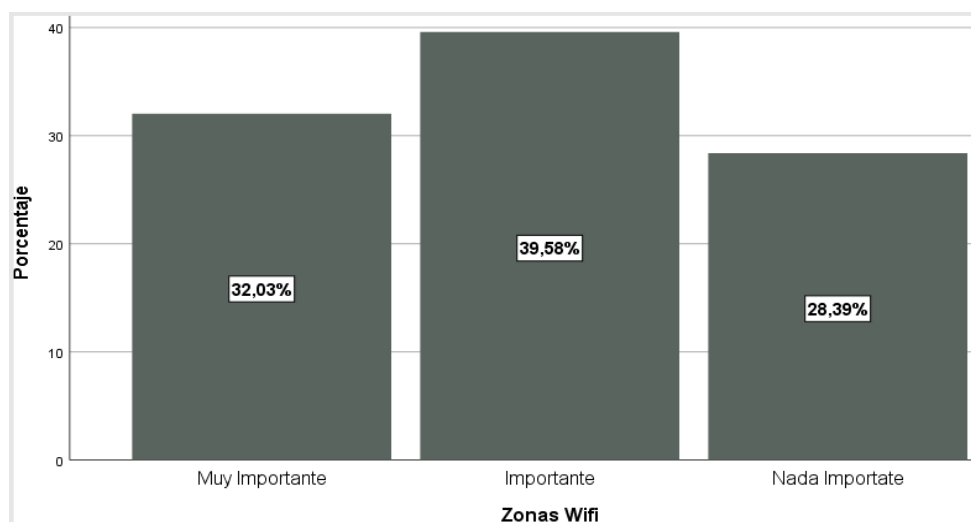


Figura 19. Importancia de las Zonas Wifi

En cuanto al gasto que habían realizado o que tenían planeado gastar durante su estadía en el Cantón Montúfar, en Tabla 27 se observa que, un 56,25% de los turistas encuestados gastaron entre 1 a 30 dólares individualmente y un 37,24% gasto entre 31 a 50 dólares por persona.

Tabla 27. Gasto Realizado en el Cantón Montúfar

		Frecuencia	Porcentaje
Gasto Realizado	1 a 30	216	56,25
	31 a 50	143	37,24
	51 a 100	22	5,73
	Más de 100	3	,8
	Total	384	100,0

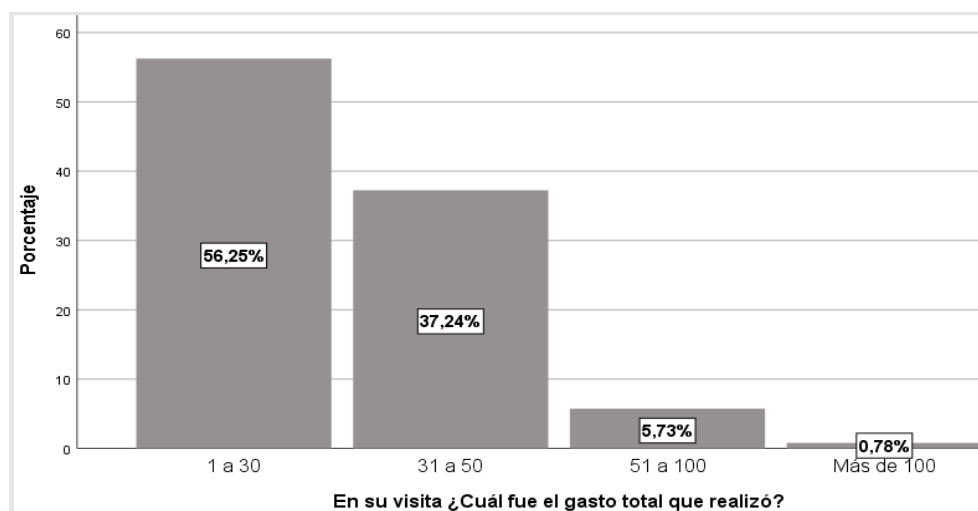


Figura 20. Gasto realizado en el Cantón Montúfar

Para concluir con el cuestionario, se solicitó a los turistas que evaluaran algunos aspectos importantes tanto la experiencia, actitud de la población y actitud de los ofertantes, además se creyó conveniente preguntar si regresaría a visitar nuevamente el cantón teniendo como resultado que tanto en la experiencia en el cantón, la actitud de la población y ofertantes eran considerados dentro de la categoría buenas, señalaron que mejorando aún más los servicios turísticos y establecimientos turísticos su estadía sería más que óptima .

En la Tabla 28 también se puede visualizar resultados con respecto a la pregunta que se les hizo de que si regresarían nuevamente a visitar el Cantón Montúfar, la mayoría de los encuestados respondieron que si lo harían, debido a que, el cantón posee una diversidad de características que lo hacen representativo.

Tabla 28. Evaluación de Aspectos (Experiencia, Actitud Población y Ofertantes de Servicios)

¿Regresaría a visitar nuevamente el Cantón Montúfar?		SI	NO	Total
Experiencia en el Cantón Montúfar	Excelente	110	1	111
	Bueno	260	5	265
	Regular	5	3	8
	Malo	0	0	0
	Total	375	9	384
Actitud de la población ante su presencia	Excelente	90	1	91
	Bueno	259	6	265
	Regular	26	2	28
	Malo	0	0	0
Total	375	9	384	
Actitud de los Ofertantes de servicios turísticos	Excelente	74	0	74
	Bueno	240	7	247
	Regular	61	2	63
	Total	375	9	384

Al finalizar el análisis de esta variable se pudo evidenciar que al Cantón Montúfar acuden varios turistas con diferentes perfiles, poseen distintas características las cuales se deberían tomar en no solo por parte de las personas que ejercen la actividad turística en el cantón, sino también tomar acciones oportunas el Gobierno Autónomo de Montúfar, puede plantear estrategias que permitan el retorno de estos turistas y así mismo captar la atención de otros.

De igual manera, se lograría potencializar aún más sus atractivos turísticos, puesto que, se conoce quien los demanda y que es lo que necesitan para estar satisfechos, en esta parte se evidenció que se debe difundir y aprovechar aún más los atractivos turísticos culturales, en razón de que, el porcentaje del perfil cultural fue el de menor frecuencia, aunque en el cantón se evidencia más la presencia de atractivos culturales que de naturales. Difundiéndolos de una correcta manera se llamaría la atención de aquellos turistas que estén interesados en conocer más sobre la cultura que posee el Cantón Montúfar.

4.1.2. Resultados de la Oferta Turística que presenta el Cantón Montúfar

Se muestra los resultados pertenecientes a la oferta turística actual que se encuentra presente en el Cantón Montúfar.

4.1.2.1. Establecimientos de Alojamiento Turístico. Para el levantamiento de la información de los lugares de alojamiento se procedió a la revisión del Catastro de Establecimientos Turísticos de la Provincia del Carchi del año 2019, aquí se observó la presencia de dos hoteles y un hostel como son: Hotel San Martín, Hotel San Francisco y Hostel Gabrielita.

Para pertenecer a la clasificación de Hotel los establecimientos de alojamiento turístico deben contar como mínimo con las siguientes características.

- Cuenta con un mínimo de cinco habitaciones.
- Cuenta con habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado
- Cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área establecida como cafeterías, restaurantes, dependiendo de la categoría.

Así mismo para pertenecer a la clasificación de Hostal los establecimientos de alojamiento turístico deben contar como mínimo con las siguientes características.

- Mínimo con cinco habitaciones.
- Con habitaciones privadas y compartidas con cuarto de baño privado o compartido.
- Puede prestar el servicio de alimentos y bebidas desayuno, almuerzo y/o Cena.

(Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015)

Para la asignación de categorías de estos establecimientos se aplica una Matriz de control en la cual el establecimiento de alojamiento debe cumplir con los requisitos que se detallan en ella para su categorización.

Como se puede observar en el marco teórico, en el Ecuador existen establecidas las categorías en función de estrellas, en hoteles esta categoría va desde dos estrellas a cinco estrellas y en hostales de una estrella a tres estrellas; se detallan los dos tipos de establecimientos debido a que son los que se encuentran presentes en el Cantón Montúfar.

En base a estas Matrices las cuales fueron diseñadas por el Ministerio De Turismo, se determinó que tanto el Hotel San Martín como el Hotel San Francisco, pertenecen a la categoría de dos estrellas y el hostal Gabrielita se ubica en la categoría de dos estrellas.


El Hotel San Francisco se encuentra ubicado en la ciudad de San Gabriel a pocos pasos del Centro de Movilización Terrestre, cuenta con 22 habitaciones las mismas que están equipadas con escritorio, TV de pantalla plana y baño privado, posee un salón compartido y terraza. El establecimiento cuenta con un restaurante que brinda atención las 24 horas y cuenta con Wifi gratuita en todas las instalaciones. (Booking. Com, 2020)

El Hotel San Martín igualmente se encuentra en la ciudad de San Gabriel a cinco minutos del centro de la ciudad, cuenta con 20 habitaciones con un balcón privado, una máquina de café y una plancha. Cada habitación está equipada con una bañera, una ducha y toallas de baño. Cuenta con una zona de estar y todo el edificio posee el servicio de Wifi gratuito. (Ecuadorhotel24.com, 2020)

El Hostal Gabrielita se encuentra en la ciudad de San Gabriel cuenta con 19 habitaciones que incluyen armario, TV de pantalla plana y baño privado. Posee una terraza, conexión Wi-Fi gratuita y aparcamiento privado gratuito. (Booking. Com, 2020)

A continuación, se evidencian las matrices de control correspondientes a cada uno de estos establecimientos.

Tabla 29. Matriz de Control Hotel San Francisco

 MATRIZ DE CONTROL - ALOJAMIENTO TURÍSTICO (REQUISITOS SIETE)			
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Día: 21 Mes: Febrero Año: 2020 Nombre del establecimiento: San Francisco Nombre del propietario: Gabriela León Pulla Ruc: 0401527916001 Teléfono: 290895 Correo electrónico: hotelsanfrancisco@hotmail.com Provincia: Carchi Ciudad: San Gabriel Cantón: Montúfar Dirección: calle 27 de Septiembre y Montalvo			
REQUISITOS PARA HOTEL - 2 ESTRELLAS			
REQUISITOS LEGALES			
PERSONAS NATURALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Inventario valorado de Activos fijos	X		
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día	X		
PERSONAS JURÍDICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Balance General aprobado por la Superintendencia de Bancos			X
Escritura de constitución, Aumento de capital, reforma de estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil			X
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			X
CONDICIONES MÍNIMAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento	X		
REQUISITOS GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia	X		
Zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.	X		
Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación.	X		
Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores.			X
Aplicar 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			X
Contenedores de desechos, ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos	X		
Áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir	X		
Áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas	X		
Letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño		X	


y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes			
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	
Número de piso debidamente identificado y señalizado	X		
Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas	X		
Áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas	X		
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción		X	
Personal uniformado (con distintivo o atuendo)	X		
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped	X		
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo		X	
Cámara de seguridad en al menos un área común.	X		
Sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento.			X
Filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera.			X
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos			X
INFRAESTRUCTURA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.	X		
Iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento	X		
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.	X		
Fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento	X		
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas y áreas de preparación de alimentos.	X		
Elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos.	X		
Áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes	X		
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco	X		
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos	X		
Área de almacenamiento de lencería en el establecimiento	X		
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio	X		
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas	X		
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Servicio de agua las veinticuatro horas	X		
Servicio de custodia de equipaje	X		
Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio	X		
Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento	X		
Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas	X		
Servicio diario de limpieza	X		

Plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias.	X		
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.	X		
Cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar	X		
Cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared, Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.	X		
HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Mínimo de 5 habitaciones	X		
Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso	X		
Camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza	X		
Colchón; protector de colchón; sábanas; cobijas; cubrecama, edredón o plumón duvet; almohadas por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.	X		
Cobija extra a petición del huésped	X		
Tomacorrientes para uso de huéspedes	X		
Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico	X		
Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación	X		
Agua para consumo en la habitación	X		
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.	X		
Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.	X		
INSTALACIONES GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia.	X		
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural	X		
Cuartos de baño y aseo para uso exclusivo del personal	X		
ÁREAS DE CLIENTES – GENERAL	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario)	X		
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado	X		
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción	X		

mecánica y/o natural			
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción	X		
Cerradura para puerta de acceso a la habitación	X		
Clóset y/o armario	X		
Silla, sillón o sofá	X		
Luz de velador o cabecera por plaza.	X		
Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortinas o persianas.	X		
Televisión ubicada en mueble o soporte con acceso a canales nacionales.	X		
Sistema de comunicación	X		
Servicio telefónico con servicio nacional e internacional en la recepción	X		
ÁREAS DE CLIENTES - CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado	X		
Espejo sobre el lavamanos	X		
Toalla de cuerpo y manos por huésped	X		
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha	X		
Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto	X		
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Plancha a disposición del huésped	X		
Personal con certificación en competencias laborales o son profesionales.	X		X
Personal que hable al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	X		
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberá contar con al menos pozo séptico	X		X
OBSERVACIONES:			
Nombre del funcionario: _____			
CI: _____			
Firma: _____			

Fuente: Ministerio de Turismo (2015). Matriz de Control de Alojamiento Turístico. Reglamento de Alojamiento Turístico. Registro Oficial N° 465 del 24 de Marzo de 2015.

Tabla 30. Matriz Control Hotel San Martín

 MATRIZ DE CONTROL - ALOJAMIENTO TURÍSTICO (REQUISITOS SIETE)			
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Día: 21		Mes: Febrero	Año: 2020
Nombre del establecimiento: San Martín			
Nombre del propietario: Tirira Mora Nelly Carmita			
Ruc: 0400772760001		Teléfono: (06) 227-0053	Correo electrónico: sanmartinhotel@gmail.com
Provincia: Carchi	Ciudad: San Gabriel		Cantón: Montúfar
Dirección: carrera Montúfar 13-63 y Mejía			
REQUISITOS PARA HOTEL - 2 ESTRELLAS			
REQUISITOS LEGALES			
PERSONAS NATURALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Inventario valorado de Activos fijos	X		
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día	X		
PERSONAS JURÍDICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Balance General aprobado por la Superintendencia de Bancos			X
Escritura de constitución, Aumento de capital, reforma de estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil			X
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			X
CONDICIONES MÍNIMAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento	X		
REQUISITOS GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia	X		
Zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.	X		
Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación.	X		
Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores.			X
Aplicar 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			X
Contenedores de desechos, ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos	X		
Áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir	X		
Áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas	X		


Letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes		X	
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	
Número de piso debidamente identificado y señalizado	X		
Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas	X		
Áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas	X		
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción		X	
Personal uniformado (con distintivo o atuendo)	X		
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped	X		
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo		X	
Cámara de seguridad en al menos un área común.	X		
Sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento.			X
Filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera.			X
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos			X
INFRAESTRUCTURA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.	X		
Iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento	X		
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.	X		
Fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento	X		
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas y áreas de preparación de alimentos.	X		
Elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos.	X		
Áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes	X		
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco	X		
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos	X		
Área de almacenamiento de lencería en el establecimiento	X		
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio	X		
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas	X		
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Servicio de agua las veinticuatro horas	X		
Servicio de custodia de equipaje	X		
Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio	X		
Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento	X		
Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas	X		

Servicio diario de limpieza	X		
Plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias.	X		
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.	X		
Cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar	X		
Cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared, Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.	X		
HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Mínimo de 5 habitaciones	X		
Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso	X		
Camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza	X		
Colchón; protector de colchón; sábanas; cobijas; cubrecama, edredón o plumón duvet; almohadas por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.	X		
Cobija extra a petición del huésped	X		
Tomacorrientes para uso de huéspedes	X		
Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico	X		
Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación	X		
Agua para consumo en la habitación	X		
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.	X		
Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.	X		
INSTALACIONES GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia.	X		
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural	X		
Cuartos de baño y aseo para uso exclusivo del personal	X		
ÁREAS DE CLIENTES – GENERAL	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario)	X		
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado	X		

Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural	X		
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción	X		
Cerradura para puerta de acceso a la habitación	X		
Clóset y/o armario	X		
Silla, sillón o sofá	X		
Luz de velador o cabecera por plaza.	X		
Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortinas o persianas.	X		
Televisión ubicada en mueble o soporte con acceso a canales nacionales.	X		
Sistema de comunicación	X		
Servicio telefónico con servicio nacional e internacional en la recepción	X		
ÁREAS DE CLIENTES - CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado	X		
Espejo sobre el lavamanos	X		
Toalla de cuerpo y manos por huésped	X		
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha	X		
Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto	X		
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Plancha a disposición del huésped	X		
Personal con certificación en competencias laborales o son profesionales.	X		X
Personal que hable al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	X		
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberá contar con al menos pozo séptico	X		X
OBSERVACIONES:			
Nombre del funcionario: _____			
CI: _____			
Firma: _____			

Fuente: Ministerio de Turismo (2015). Matriz de Control de Alojamiento Turístico. Reglamento de Alojamiento Turístico. Registro Oficial N° 465 del 24 de Marzo de 2015.

Tabla 31. Matriz Control Hostel Gabrielita

 MATRIZ DE CONTROL - ALOJAMIENTO TURÍSTICO (REQUISITOS SIETE)			
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Día: 21 Mes: Febrero Año: 2020 Nombre del establecimiento: Gabrielita Nombre del propietario: Ligia Pulla Samaniego Ruc: 0102073285001 Teléfono: 062 291 274 Correo electrónico: leongabrielita@gmail.com Provincia: Carchi Ciudad: San Gabriel Cantón: Montúfar Dirección: Los Andes y Mejía			
REQUISITOS PARA HOSTAL - 2 ESTRELLAS			
REQUISITOS LEGALES			
PERSONAS NATURALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Inventario valorado de Activos fijos	X		
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día	X		
PERSONAS JURÍDICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Balance General aprobado por la Superintendencia de Bancos			X
Escritura de constitución, Aumento de capital, reforma de estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil			X
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			X
CONDICIONES MÍNIMAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento	X		
Condiciones básicas de limpieza e higiene	X		
REQUISITOS GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia	X		
Zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.	X		
Mapa de ubicación y de evacuación.	X		
Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes			X
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			X
Contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos	X		
Áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir	X		
Áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas			X
Letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo 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		X	
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	
Número de piso debidamente identificado y señalizado	X		
Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas	X		
Áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas	X		
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción		X	
Personal uniformado (con distintivo o atuendo)	X		
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped	X		
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo		X	
Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911		X	
Cámara de seguridad en al menos un área común.	X		
Sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata.			X
Filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera			X
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos			X
Instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalizado	X		
INFRAESTRUCTURA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.			X
Iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento	X		
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.	X		

Fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento	X		
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas y áreas de preparación de alimentos.	X		
Elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos.	X		
Áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes	X		
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco	X		
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos	X		
Área de almacenamiento de lencería en el establecimiento	X		
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio	X		
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas	X		
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Servicio de agua las veinticuatro horas	X		
Servicio de custodia de equipaje	X		
Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio	X		
Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento	X		
Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas	X		
Servicio diario de limpieza	X		
Plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias.	X		
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES, QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.	X		
Cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar	X		
Cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared, Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.	X		

HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Mínimo de 5 habitaciones	X		
Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso	X		
Camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza	X		
Colchón; protector de colchón; sábanas; cobijas; cubrecama, edredón o plumón duvet; almohadas por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.	X		
Cobija extra a petición del huésped	X		
Tomacorrientes para uso de huéspedes	X		
Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico	X		
Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación	X		
Agua para consumo en la habitación	X		
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE), QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.	X		
Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.	X		
INSTALACIONES GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X		
ÁREAS DE CLIENTES – GENERAL	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de recepción con mobiliario	X		
ÁREAS DE CLIENTES – HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido	X		
Servicio telefónico nacional en la recepción	X		
Cerradura para puerta de acceso a la habitación	X		
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción			

Almohada extra a petición del huésped		X	
Clóset, armario o colgador de ropa	X		
Luz de velador o cabecera en habitación	X		
Cortinas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.	X		
ÁREAS DE CLIENTES - CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado	X		
Espejo sobre el lavamanos	X		
Toalla de cuerpo por huésped	X		
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Personal con certificación en competencias laborales o son profesionales.	X		X
Personal que hable al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	X		
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberá contar con al menos pozo séptico	X		X
OBSERVACIONES:			
Nombre del funcionario: _____			
CI: _____			
Firma: _____			

Fuente: Ministerio de Turismo (2015). Matriz de Control de Alojamiento Turístico. Reglamento de Alojamiento Turístico. Registro Oficial N° 465 del 24 de Marzo de 2015.

4.1.2.2. Establecimientos de Alimentación Turística. En el Catastro de Establecimientos Turísticos 2019 se encuentran determinados tres, estos pertenecen a la clasificación de restaurantes, cabe recalcar que en el Ecuador se evidencia cinco clasificaciones que se pueden observar en el reglamento de Alimentos y Bebidas del año 2018. Para la categorización de cada uno de ellos, se hizo necesaria la aplicación de la Matriz diseñada por el Ministerio de Turismo presente como anexo dentro del reglamento anteriormente descrito.

Según el Reglamento de Alimentos y Bebidas (2018) en artículo 19 menciona deberán alcanzar un mínimo de 40 puntos que para obtener una categoría, caso opuesto va a tener un plazo determinado conforme el artículo 11 para lograr el puntaje mínimo.

Para determinar el puntaje de la categorización debe primeramente cumplir con los siguientes parámetros generales.

- Buenas prácticas 6 puntos.
- Servicios 4 puntos.
- Infraestructura 2 puntos.

Así mismo se debe aplicar la siguiente fórmula para el cálculo de la puntuación para la categorización.

$$\frac{\text{Puntuación alcanzada} * 100}{\text{Puntuación Total}} = \text{Puntuación de la Categoría a la que pertenece}$$

Dónde:

Puntaje Alcanzado.- Suma de los puntos conseguidos, en relación a los requisitos implantados en el Reglamento.

Puntaje Total.- Posibles puntos que el establecimiento puede adquirir en relación a los requisitos constituidos en el Reglamento.

Como se mencionó anteriormente en el Cantón Montúfar se evidencia tres establecimientos de clasificación restaurante, es por ello que continuación, en la Tabla 32 se detalla la categoría y el nivel de puntaje que alcanzaron para su registro como establecimiento turístico.

Tabla 32. Categorización y Puntaje de Restaurantes

Establecimientos	Nivel de Cumplimiento requerido
Categorización 5 tenedores	Mayor o igual a 91 Puntos
C. 4 tenedores	81 y 90
C. 3 tenedores	80 y 71
C. 2 tenedores	70 y 61
C. 1 tenedor	60 y 40

Fuente: Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018)

A continuación, se expone las matrices correspondientes a los tres restaurantes registrados como turísticos en el Cantón Montúfar.

Tabla 33. Matriz Requisitos Generales Obligatorios Restaurante El Gran Pionero

REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – RESTAURANTES			
Nombre del establecimiento: Restaurante el Gran Pionero Correo Electrónico: elpionero979@gmail.com			
Nombre del Propietario: Kong Velasco Cinthia Carla RUC: 0401809199001			
Dirección: Panamericana Norte km57 Teléfono: 0983367069			
Ciudad: San Gabriel		Cantón: Montúfar Provincia: Carchi	
No.	REQUISITOS	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio Personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades.	X	
2	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.	X	
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.	X	
4	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.	X	
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:			
5	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.	X	
	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.	X	
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.	X	
6	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.	X	
7	Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.	X	
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.	X	
9	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.	X	
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el Establecimiento.	X	
11	Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.	X	
12	Contar con un equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.	X	
13	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.	X	
	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños		
14	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.	X	
15	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.	X	
16	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.	X	
17	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.	X	
18	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.	X	
19	Mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.	X	
20	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.	X	

21	Contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.	X	
22	Contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas Condiciones.	X	
23	Contar con un registro documental de control de plagas.	X	
24	Debe contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.	X	
25	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y Protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.	X	
26	Contar con trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.	X	
27	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad.	X	
28	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.	X	
29	Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.	X	
30	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.	X	
31	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes.	X	
32	Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.		X
33	Contar con suministro continuo de energía eléctrica.	X	
34	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.	X	
35	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.	X	
36	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	X	
37	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	X	
38	Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico	X	

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

Tabla 34. Matriz Requisitos Categorización Restaurante El Gran Pionero

REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA RESTAURANTES				
No.	REQUISITOS	SI/NO CUMPLE	PUNTAJE	REQUISITO
1	Entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.	SI	2	Infraestructura
2	Cuenta con guardarropa y/o percheros para los consumidores.	SI	4	Servicio
3	Vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.	NO	2	Infraestructura
4	Zona específica para bar.	NO	2	Infraestructura
5	Cuenta con calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.	NO	4	Servicio
6	Menú en idioma extranjero.	NO	4	Servicio
7	Menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, Aguardientes y cervezas.	NO	4	Servicio
8	Posee cava de vinos.	NO	4	Servicio
9	Jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.	SI	4	Servicio
10	Somellier o persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.	NO	4	Servicio
11	Parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.	SI	4	Servicio
12	Mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	NO	4	Servicio
13	Servicio de reserva de mesa.	SI	4	Servicio
14	Anfitrión para recepción de consumidores.	NO	4	Servicio
15	Póliza de responsabilidad civil.	SI	4	Servicio
16	Instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.	SI	4	Servicio
17	Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	NO	4	Servicio
18	Personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.	NO	4	Servicio
19	Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.	NO	4	Servicio
21	10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común europeo para las lenguas.	NO	4	Servicio
22	Vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.	SI	2	Infraestructura
23	Sistema computarizado de facturación.	SI	4	Servicio
24	Proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	SI	6	BPM
25	Plan de registro de temperaturas.	NO	6	BPM

26	Sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.	SI	6	BPM
27	Fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.	SI	4	Servicio
28	Lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.	SI	6	BPM
29	Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por La autoridad Competente.	NO	4	Servicio
30	Certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.	NO	6	BPM
31	Área de pescadería.	NO	6	BPM
32	Área de carnicería.	NO	6	BPM
33	Área de panadería o pastelería.	NO	6	BPM
34	Área separada de cocina caliente y cocina fría.	NO	6	BPM
35	Cámaras de refrigeración.	NO	6	BPM
36	Cámaras de congelación.	NO	6	BPM
37	Facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	SI	4	Servicio
38	Instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite	NO	6	BPM
39	Plan maestro de limpieza.	SI	6	BPM
40	Sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	SI	4	Servicio
41	Vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	NO	4	Servicio
TOTAL		74	182	

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

Puntuación Obtenida*100
Puntuación Total = Puntaje de la Categoría

$$\frac{74*100}{182} = 40.65 = 41 \text{ puntos}$$

Dado el resultado total de puntos según el Reglamento de Alimentos y Bebidas el Restaurante el Gran Pionero pertenece a la Categoría de 1 tenedor debido a que entra en el rango entre 60 y 40 puntos, ésta corresponde a la categoría más baja de las cinco categorías que están establecidas en el mismo reglamento.

El restaurante Gran Pionero se encuentra ubicado en la panamericana E35, el acceso al establecimiento es el apropiado, ya que, es adecuado para las personas con discapacidad, tanto la infraestructura como el equipamiento se encuentra en óptimas condiciones para el uso de

los consumidores. Su horario de atención es de lunes a domingo a partir del mediodía, el menú que oferta es muy variado y posee precios accesibles para todas las personas.

Tabla 35. Matriz Requisitos Generales Restaurante El Capulí

REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – RESTAURANTES			
Nombre del establecimiento: Restaurante el Capulí Correo Electrónico:			
Nombre del Propietario: Chiran Tarapuez Rosa Neila Ruc: 17144869331001			
Dirección: Panamericana Norte Teléfono: 2291547			
Ciudad: San Gabriel		Cantón: Montúfar	Provincia: Carchi
No.	REQUISITOS	CUMPL E	NO CUMPLE
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio Personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades.		X
2	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.	X	
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.	X	
4	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.	X	
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:			
5	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.	X	
	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.	X	
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.	X	
6	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.		X
7	Debe contar con alarma de incendios y/o detector de humo.	X	
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.	X	
9	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.	X	
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el Establecimiento.		X
11	Sumideros en áreas de preparación de alimentos.	X	
12	Equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.	X	
13	Baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.	X	
	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños		
14	Menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.	X	
15	Personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.	X	
16	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.	X	
17	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.		X

18	Botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.	X	
19	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.	X	
20	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.		X
21	Bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.	X	
22	Vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas Condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).	X	
23	Registro documental de control de plagas.	X	
24	Pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.		X
25	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y Protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.	X	
26	Trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.	X	
27	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad.	X	
28	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.	X	
29	Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.	X	
30	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.	X	
31	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.	X	
32	Sida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.	X	
33	Suministro continuo de energía eléctrica.	X	
34	Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.	X	
35	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.		X
36	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	X	
37	Letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	X	
38	Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico		X

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

Tabla 36. Matriz Requisitos de Categorización Restaurante El Capulí

REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA RESTAURANTES				
No.	REQUISITOS	SI /NO CUMPLE	PUNTAJE	REQUISITO
1	Entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.	SI	2	Infraestructura
2	Guardarropa y/o percheros para los consumidores.	SI	4	Servicio
3	Vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.	NO	2	Infraestructura
4	Zona específica para bar.	SI	2	Infraestructura
5	Calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.	NO	4	Servicio
6	Menú en idioma extranjero.	NO	4	Servicio
7	Menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, Aguardientes y cervezas.	NO	4	Servicio
8	Posee cava de vinos.	NO	4	Servicio
9	Jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.	NO	4	Servicio
10	Persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.	NO	4	Servicio
11	Parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.	SI	4	Servicio
12	Mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	NO	4	Servicio
13	Servicio de reserva de mesa.	SI	4	Servicio
14	Anfitrión para recepción de consumidores.	SI	4	Servicio
15	Póliza de responsabilidad civil.	NO	4	Servicio
16	Instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.	NO	4	Servicio
17	Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	SI	4	Servicio
18	Personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.	NO	4	Servicio
19	Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.	NO	4	Servicio
20	Letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	SI	4	Servicio
21	10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común europeo para las lenguas.	SI	4	Servicio
22	Vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio.	SI	2	Infraestructura
23	Sistema computarizado de facturación.	NO	4	Servicio
24	Proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	NO	6	BPM

25	Plan de registro de temperaturas.	NO	6	BPM
26	Sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.	SI	6	BPM
27	Fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.	NO	4	Servicio
28	Lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.	SI	6	BPM
29	Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por La autoridad Competente.	SI	4	Servicio
30	Certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.	NO	6	BPM
31	Área de pescadería.	NO	6	BPM
32	Área de carnicería.	SI	6	BPM
33	Área de panadería o pastelería.	NO	6	BPM
34	Área separada de cocina caliente y cocina fría.	SI	6	BPM
35	Cámaras de refrigeración.	SI	6	BPM
36	Cámaras de congelación.	SI	6	BPM
37	Facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	SI	4	Servicio
38	Instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite	NO	6	BPM
39	Plan maestro de limpieza.	SI	6	BPM
40	Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	SI	4	Servicio
41	Vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	SI	4	Servicio
TOTAL		98	182	

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

Puntuación Obtenida*100
Puntuación Total = Puntaje de categorización

$$\frac{98*100}{182} = 53.84 = 54 \text{ puntos}$$

Basándose en el Reglamento de Alimentos y Bebidas (2018) el Restaurante el Capulí pertenece a la Categoría de 1 tenedor debido a que entra en el rango de 60 y 40 puntos, esta corresponde a la categoría más baja de las cinco categorías que están establecidas en el mismo reglamento. De igual forma al aplicar la ficha en el establecimiento se observó que la infraestructura del restaurante se encontraba en óptimas condiciones, así mismo se observó que el acceso al establecimiento no es adecuado para personas con discapacidad, esto se

debería tomar en cuenta, puesto que, corresponde a uno de los uno de los requisitos principales para entrar en la clasificación de establecimientos turísticos.

Tabla 37. Matriz Requisitos Generales Restaurante Casa El Arrayán

REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – RESTAURANTES			
Nombre del establecimiento: Restaurante Casa el Arrayán Correo Electrónico:			
Nombre del Propietario: Asociación de servicios de alimentación y olores de Montúfar Ruc: 491518367001			
Dirección: Olmedo Y Rocafuerte Teléfono: 0987038042			
Ciudad: San Gabriel		Cantón: Montúfar	Provincia: Carchi
No.	REQUISITOS	CUMPLE	NO CUMPL E
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio Personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades.	X	
2	Manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.	X	
3	Sistema de iluminación de emergencia.	X	
4	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.	X	
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:			
5	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.	X	
	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.	X	
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.	X	
6	Suministro de agua permanente en el establecimiento.	X	
7	Alarma de incendios y/o detector de humo.	X	
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm.	X	
9	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.	X	
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el Establecimiento.	X	
11	Sumideros en áreas de preparación de alimentos.	X	
12	Equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.	X	
13	Baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.	X	
	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños		
14	Menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.	X	
15	Personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.	X	
16	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.	X	
17	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.	X	

18	Botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.	X	
19	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.	X	
20	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.	X	
21	Bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.	X	
22	Vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas Condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).	X	
23	Registro documental de control de plagas.	X	
24	Pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.	X	
25	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y Protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.	X	
26	Trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.	X	
27	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la Autoridad competente.	X	
28	Informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.	X	
29	Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.	X	
30	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.	X	
31	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.	X	
32	Salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.	X	
33	Suministro continuo de energía eléctrica.	X	
34	Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.	X	
35	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.	X	
36	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	X	
37	Letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	X	
38	Registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico	X	

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

Tabla 38. Matriz Categorización Casa El Arrayán

REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA RESTAURANTES				
No.	REQUISITOS	SI/NO CUMPLE	PUNTAJE	REQUISITO
1	Entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.	SI	2	Infraestructura
2	Guardarropa y/o percheros para los consumidores.	SI	4	Servicio
3	Vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.	NO	2	Infraestructura
4	Zona específica para bar.	SI	2	Infraestructura
5	Calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.	NO	4	Servicio
6	Menú en idioma extranjero.	NO	4	Servicio
7	Menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, Aguardientes y cervezas.	NO	4	Servicio
8	Posee cava de vinos.	NO	4	Servicio
9	Jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.	NO	4	Servicio
10	Persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.	NO	4	Servicio
11	Parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.	SI	4	Servicio
12	Mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	NO	4	Servicio
13	Servicio de reserva de mesa.	SI	4	Servicio
14	Anfitrión para recepción de consumidores.	SI	4	Servicio
15	Póliza de responsabilidad civil.	NO	4	Servicio
16	Instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.	SI	4	Servicio
17	Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	SI	4	Servicio
18	Personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.	NO	4	Servicio
19	Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.	NO	4	Servicio
20	Letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	SI	4	Servicio
21	10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común europeo para las lenguas.	SI	4	Servicio
22	Vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.	SI	2	Infraestructura
23	Sistema computarizado de facturación.	SI	4	Servicio

24	Proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	SI	6	BPM
25	Plan de registro de temperaturas.	NO	6	BPM
26	Sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.	NO	6	BPM
27	Fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.	NO	4	Servicio
28	Lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.	SI	6	BPM
29	Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por La autoridad Competente.	SI	4	Servicio
30	Certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.	NO	6	BPM
31	Área de pescadería.	NO	6	BPM
32	Área de carnicería.	SI	6	BPM
33	Área de panadería o pastelería.	SI	6	BPM
34	Área separada de cocina caliente y cocina fría.	SI	6	BPM
35	Cámaras de refrigeración.	SI	6	BPM
36	Cámaras de congelación.	SI	6	BPM
37	Facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	SI	4	Servicio
38	Instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite	NO	6	BPM
39	Plan maestro de limpieza.	SI	6	BPM
40	Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	SI	4	Servicio
41	Vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	NO	4	Servicio
TOTAL		108	182	

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

Puntuación Obtenida*100
Puntuación Total = Puntaje de categorización

$$\frac{108*100}{182} = 59.34 = 59 \text{ puntos}$$

E relación al resultado total de puntos según el Reglamento de Alimentos y Bebidas (2018) el Restaurante el Casa El Arrayán, pertenece a la Categoría de 1 tenedor debido a que entra en

el rango entre 60 y 40 puntos, esta corresponde a la categoría más baja de las cinco categorías que están establecidas en el mismo reglamento.

4.1.2.3. Transporte Turístico. Como resultado en esta parte se evidenció que el Cantón Montúfar si cuenta con transporte turístico registrado por parte del Ministerio de Turismo. La empresa se denomina compañía de Transporte Turístico Terrestre Tufiño Bermúdez Alfredo Guillermo, está conformada por cinco unidades, todas se encuentran en óptimas condiciones.

Para su registro según el artículo 20 del Reglamento de Transporte Terrestre Turístico (2014) la empresa debe estar constituida y autorizada por la ANT y debe contar con el título habilitante vigente, extendido por dicha entidad.

El permiso de operación es otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito y no puede ser modificado en ninguna de sus partes y tampoco puede ser alterado por la compañía de transporte. (Reglamento de transporte Terrestre Turístico, 2014)

Para la autorización, la ANT exige entre sus requisitos el Registro de Turismo presentado por la Autoridad Nacional de Turismo a la persona jurídica que solicita.

Entre los requisitos que se debe presentar para la correspondiente operación se encuentra:

- Copia de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente registrada.
- Copia del nombramiento del Representante Legal.
- Formato de los contratos por los cuales se prestará el servicio de transporte terrestre turístico, en él se detallará el origen y destino del viaje, así también se expondrá la cláusula referente al pago y tarifa que será cobrada y la garantía de la calidad del servicio a prestarse.
- Inventario de los activos de la compañía de transporte firmado bajo responsabilidad del representante legal.
- Listado de todas las unidades de transporte con las que cuenta la compañía, así mismo debe presentar una declaración por parte del representante legal que legalice que todas las unidades cuentan con los elementos tanto de seguridad, servicio y calidad establecidos en este Reglamento. (Reglamento de transporte Terrestre Turístico, 2014)

4.1.2.4. Operador Turístico. En el Cantón Montúfar se encuentra Registrada por parte del Ministerio de turismo una operadora Turística denominada “SG ECOTUR CIA. LTDA.”

Para la constitución de una agencia de viajes independientemente de su clasificación primeramente se debe presentar los requisitos para la obtención del Registro de Turismo descritos en el artículo 8 del Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2016)

Luego de ello para registrar las agencias de servicios turísticos, se debe cumplir con los siguientes requisitos.

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Escritura de constitución.
- Nombramiento vigente del representante legal.
- Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo.
- Contar con un espacio físico permanente para el desarrollo de las actividades.
- Al menos el 30% del personal deberá contar con título profesional en turismo.
- Al menos el 20% del personal deberá acreditar mínimo el nivel B1 de conocimiento de al menos un idioma extranjero. (Reglamento de Operación e Intermediación Turística, 2016)

4.1.2.5. Atractivos Turísticos. El Cantón Montúfar presenta algunos atractivos turísticos los cuales son de gran interés para los visitantes y turistas, actualmente presenta doce atractivos turísticos entre naturales y culturales los cuales se encuentran en algunas parroquias pertenecientes al cantón.

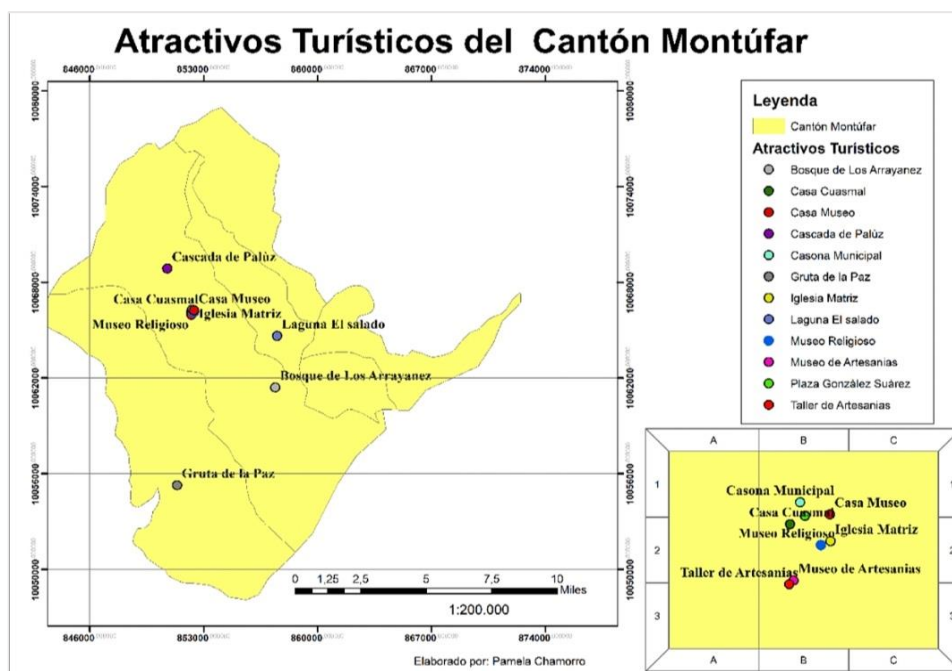


Figura 21. Ubicación de los atractivos

Para su correspondiente jerarquización se hace necesario el uso de la ficha propuesta por el Ministerio de Turismo la misma que está compuesta por varios elementos que contribuyen a la jerarquización del atractivo. Los elementos básicos que la componen son:

- Datos Generales.
- Ubicación del atractivo turístico.
- Características climatológicas.
- Accesibilidad al atractivo turístico.
- Conectividad al atractivo turístico.
- Planta turística /complementarios
- Estado de conservación del atractivo e integración atractivo/ entorno
- Higiene y seguridad turística
- Políticas y regularidades.
- Actividades que se practican.
- Difusión y medios de promoción del atractivo.
- Tipo de visitante y afluencia.
- Recurso humano.
- Descripción del atractivo.
- Anexos.

La Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (2017), propone esta ficha para el levantamiento de su información, se analizan los diferentes aspectos para así determinar las condiciones que presenta y de igual forma se evidencia la valoración en base a una jerarquía.

Se considera a la fase de ponderación y jerarquización como fundamental debido a que mediante una calificación se puede identificar los atractivos que mejor condición presentan para el desarrollo de productos turísticos. (Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, 2017)

Los criterios para realizar la correspondiente ponderación de los atractivos turísticos se describen en la Tabla 39.

Tabla 39. Criterios de Ponderación y Jerarquización de Atractivos turísticos

Criterios de Valoración	Descripción	Ponderación
A Accesibilidad y Conectividad	Condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad más cercana, presencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
B Planta Turística / complementarios	Servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
C Conservación del / Entorno	Condiciones del atractivo y su entorno.	14
D Higiene y Seguridad Turística	Disponibilidad de servicios básicos, señalética, establecimientos de salud, seguridad y comunicación.	14
E Políticas y Regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
F Actividades que se Practican en el Atractivo	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
G Difusión, Medios de Promoción y Comercialización del Atractivo	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
H Registro de visitantes y afluencia	Registro de visitantes, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
I Recursos Humanos	Nº de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL		100

Fuente: Ministerio de Turismo (2017). Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador.

Así mismo se evidencia los Rangos de Jerarquía que planteados por el Ministerio de Turismo en la Tabla 40.

Tabla 40. Rangos de Jerarquización

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

Fuente: Ministerio de Turismo (2017). Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador.

A continuación, en la Tabla 41, se observa los resultados tras la aplicación de las fichas de jerarquización y ponderación de atractivos pertenecientes a los atractivos del Cantón Montúfar.

Tabla 41. Atractivos Turísticos

N°	Nombre del atractivo	Ponderación	Jerarquía
1	Bosque de Los Arrayanes	53,5	II
2	Laguna El salado	59,4	II
3	Cascada de Palúz	55,6	II
4	Gruta de La Paz	48	II
5	Iglesia Matriz	55	II
6	Parque González Suárez	47,2	II
7	Casa Cuasmal	58,1	II
8	Casa Museo	65,1	III
9	Casona Municipal	63,3	III
10	Museo de las Artesanías	57,5	II
11	Museo Religioso	57	II
12	Taller de Artesanías	57,5	II

De acuerdo a las fichas de jerarquización los atractivos turísticos presentes en el Cantón Montúfar, la mayoría de ellos pertenecen a la jerarquía II que según la guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (2017) son los atractivos que tienen alguna característica interesante, además debe presentar condiciones básicas para la oferta de productos turísticos, estas condiciones debe ser capaces de interesar a los visitantes que llegan al lugar.

Así mismo, se puede observar que dos de ellos pertenecen a la categoría III, se incluye aquellos atractivos con características llamativas capaces de motivar la afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros.

La ponderación de estos atractivos se deriva de la aplicación de las fichas de jerarquización, cabe mencionar que, para ser considerados como atractivos turísticos, el resultado de la evaluación deberá ser superior a 10, caso contrario se lo considera como recurso turístico.

La correspondiente validación y aprobación de las fichas de jerarquización la ejecuta el técnico en turismo y el especialista en desarrollo que se encuentren laborando en el Ministerio de Turismo de la zona para así ser enviadas a la sede Central del Ministerio de Turismo ubicada en la ciudad de Quito.

Los atractivos turísticos presentes en el Cantón Montúfar, exhiben diferentes características las cuales se especifican a continuación:

4.1.2.5.1. Bosque de los Arrayanes. Está situado en la parroquia San José en la comunidad de Monteverde a 8 km de la ciudad de San Gabriel y a una altura de 2846 msnm, posee una extensión de 16 hectáreas las cuales mayormente se componen por árboles de arrayán con una altura aproximada de 20 metros, además existen árboles de encinos, Charmuelán, bromelias, orquídeas. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

Este atractivo está a cargo de la Señora Alicia Cerón Presidenta de la Asociación Salvemos el Bosque de los Arrayanes, es una asociación sin fines de lucro cuyo objetivo es cuidar y preservar en su totalidad a este bosque, el ingreso a este atractivo no tiene costo, pero si el visitante desea puede otorgar una contribución voluntaria para ayudar a las necesidades de la asociación encargada del bosque, su horario de atención es de 6 a 18 horas todos los días.

Las vías para acceder a este atractivo corresponden a un tipo de segundo y tercer orden, el medio de transporte el cual se puede utilizar es buseta, perteneciente a la compañía de transporte Fred Car, taxis pertenecientes a las cooperativas Colón y 27 de septiembre, y camioneta perteneciente a la cooperativa 8 de mayo y la de Procerato del Trabajo, todos estos medios de transporte se los puede localizar tanto en el parque Central como en el Centro de Movilidad Montúfar.

Las actividades que se pueden realizar en este atractivo son: cabalgata, senderismo, caminata, cicloturismo, camping, picnic, está compuesto por un sendero, áreas de acampar y por baterías sanitarias y un estacionamiento, las visitas que se calculan al bosque varían dependiendo de los días, entre lunes a viernes acuden 20 personas, fines de semana 80 y días feriados 300 personas según lo manifestó la presidenta de la asociación. Los medios por los cuales se promociona al bosque de los Arrayanes son por la página web oficial de municipio y por las redes sociales del mismo.

En cuanto a planta turística se evidencia en el poblado más cercano que en este caso es la ciudad de San Gabriel la misma que cuenta con dos hoteles y un hostel registrados como turísticos y con 10 residenciales autorizadas por la intendencia. En cuanto a la alimentación se encuentran tres restaurantes registrados en el catastro turístico 2019.

Se encuentra en un estado conservado gracias al manejo de parte del Gobierno Autónomo descentralizado Municipal de Montúfar, la comunidad de Monteverde y la asociación encargada del mismo. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 22. Bosque de los Arrayanes

4.1.2.5.2. Laguna El Salado. Está ubicada en la parroquia Cristóbal Colón a 7,5 Km de la ciudad de San Gabriel, cuenta con una extensión de 24 Hectáreas, posee un clima frío con una temperatura que varía entre los 12 grados. En este atractivo se puede observar una variada vegetación natural compuesta por cartuchos, rosas, totora, lirio, que en su interior albergan nidadales de patos y colibríes; espacio propicio para realizar paseos y navegación en sus frías aguas. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

Está a cargo del señor Wilson Chulde miembro de la asociación Manos que ayudan, es una asociación que viene desarrollado la actividad turística conjuntamente con el GAD de la localidad. Su horario de atención es de 6 a 18 horas todos los días. Las actividades que se pueden realizar aquí son: paseo en bote o en lacha, pesca deportiva, observación de flora y fauna, cabalgata, senderismo, ciclismo y caminata.

Según el encargado de este atractivo menciona que no existe un registro oficial de visitantes, pero calcula que llegan entre 30 personas de lunes a viernes, 200 personas los fines de semana y 1000 personas los días feriados.

El medio de transporte que se puede utilizar es buseta, taxi, y camioneta pertenecientes a las cooperativas mencionadas anteriormente, todos estos medios de transporte se los puede localizar tanto en el parque Central como en el Centro de Movilidad Montúfar. De igual manera como en el Bosque de los Arrayanes la planta turística se encuentra ubicada en la ciudad de San Gabriel, que es el poblado más cercano al atractivo.

Se encuentra en un estado alterado debido a que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Montúfar realiza mantenimiento acorde a una planificación de limpieza de sedimento en la laguna, con aliados estratégicos se construyó un embarcadero, un acueducto de estilo Grecoromano para la oxigenación del agua de ingreso. Posee una área de acampar, baterías sanitarias y un estacionamiento. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020).



Figura 23 . Laguna El Salado

4.1.2.5.3. Cascada de Palúz. Se sitúa en la parroquia González Suárez en la comunidad de Chután Bajo a una distancia de 4 Km de la ciudad de San Gabriel, tiene una caída de 35 metros de alto y 8 metros de ancho, a lo largo del trayecto del río hay varias caídas hasta llegar a la parte baja donde hay un balneario que lleva el mismo nombre, posee un clima templado frío, con una temperatura promedio anual de 12.5 °C y el agua una temperatura de 8 °C. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

La persona a cargo de este atractivo es el señor Edison Jiménez encargado la unidad técnica de turismo perteneciente al GAD Municipal de Montúfar. El ingreso a este atractivo es libre, su horario de visita es de 6 a 18 horas todos los días, los meses recomendados de visita son de febrero a septiembre. Las actividades que se ofertan son: pesca deportiva, picnic y observación de flora.

Las vías para acceder a este atractivo corresponden a un tipo de primer y tercer orden, actualmente se está realizando un mantenimiento en esta vía para un mejor acceso al atractivo,

el medio de transporte que se puede utilizar va desde buseta, taxi, y camioneta perteneciente a las mismas cooperativas que acude a los otros atractivos. La planta turística se encuentra en la ciudad de San Gabriel, así mismo como los anteriores atractivos turísticos.

En cuanto a su estado de conservación y entorno se encuentra un estado alterado debido a las actividades agrícolas y ganaderas y a la contaminación ambiental. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 24. Cascada de Palúz

4.1.2.5.4. Gruta de la Paz. Está ubicada en la parroquia la Paz en la comuna la Paz a 18 Km de San Gabriel y 2468 msnm. Es una formación natural rocosa, su interior está formado por estalactitas y estalagmitas, es un lugar único donde se mezcla lo natural con lo religioso, desde 1915 se venera a la Virgen de la Paz, la cual es una imagen tallada por el artista Daniel Reyes y ubicada dentro de una gruta por donde atraviesa el río Apaquí. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

La administración encargada es la curia de Tulcán una institución privada, el representante es el Párroco Luis Santiago Yandún Bolaños. El atractivo cuenta con baterías Sanitarias, estacionamiento, un sendero y con un área de picnic. Según la hermana Rosa Claudina Saquina una de las encargadas del lugar acuden entre 80 personas de lunes a viernes, 175 los fines de semana y entre 230 los días de feriado.

En el lugar se puede encontrar hospedaje que se denomina la casa del peregrino y un restaurante y un lugar en donde adquirir suvenires religiosos y artesanías, el horario de visita es de 7 a 18 horas todos los días, fines de semanas y feriados.

Las vías de acceso para llegar al atractivo son de primer orden y así mismo, para acudir a él se puede usar varios medios de transporte como buses, taxis y camionetas, la diferencia aquí es que aumenta una cooperativa más de buses la cual se denomina Cristóbal Colón, cubre esta ruta todos los días y con más frecuencia los fines de semana. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 25. Gruta de La Paz

4.1.2.5.5. Casa Cuasmal. Ubicada en la parroquia González Suárez en el barrio San Vicente, es parte del conjunto de edificaciones que se construyeron a principios de siglo XX, pertenece a la categoría Manifestaciones Culturales y está a cargo del actual alcalde del Cantón Montúfar que es el señor Andrés Ponce. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

Su horario de atención es de 7 y 30 a 18 horas solo los días hábiles que se dispongan en el municipio, las actividades que se presentan son: recorridos guiados por las instalaciones del lugar y exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales. Actualmente no presenta un registro oficial de visitantes, pero según el señor Denis Hidalgo acude entre 30 personas de lunes a viernes realizando una visita esporádica.

Para llegar a este atractivo se lo puede hacer por los diferentes medios de transporte ya mencionados y las vías para acceder a este atractivo son de primer y segundo orden. Cuenta con baterías sanitarias y un estacionamiento y con todos los servicios básicos, actualmente se encuentra en un esta conservado debido a que forma parte de las edificaciones patrimoniales presentes en la Ciudad de San Gabriel. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 26. Casa Cuasmal

4.1.2.5.6. Casa Museo. Pertenece a la categoría manifestaciones Culturales, se encuentra en la parroquia González Suárez en el barrio San Vicente, sirve como un medio para el conocimiento, la valoración y difusión del patrimonio cultural, fomenta la creatividad y las expresiones culturales del cantón. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

Está a cargo del ingeniero Héctor Landázuri quien es funcionario del GAD de Montúfar, su horario de atención es de 7 y 30 a 18 horas los días hábiles establecidos por el municipio. Las actividades que se puede realizar aquí son la visita de las artesanías por medio de recorridos guiados, compra de artesanías y exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales. Actualmente no cuenta con un registro oficial de visitas, pero según el Ingeniero Landázuri acuden entre 20 personas diarias.

Las vías de acceso para acudir al lugar son de primer orden y le medio de transporte varía desde buses, taxis y camionetas. Posee un estacionamiento y baterías sanitarias, así mismo con planta turística cercana al atractivo.

Actualmente se encuentra en estado conservado, en vista de que, es un ícono patrimonial de la ciudad de San Gabriel por su diseño arquitectónico. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 27. Casa Museo

4.1.2.5.7. Casona Municipal. El edificio municipal es parte del conjunto de edificaciones que se construyeron a principios de siglo XX. Pertenece a la categoría de manifestaciones culturales situada en la Parroquia González Suárez, en el Barrio Santa Clara. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

Está a cargo del actual alcalde del cantón el señor Andrés Ponce, es el lugar en donde se encuentra las oficinas del municipio en donde él labora. Su horario de atención es de 8 a 18 horas los días hábiles determinados por el municipio.

Las actividades que se ofertan este atractivo son los recorridos guiados, exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales, el medio por el que se promociona el atractivo es por la página web oficial del GAD de Montúfar, actualmente no cuenta con un registro oficial de visitantes

Para acudir a este atractivo se puede utilizar varios medios de transporte entre buses, taxis y camionetas de cooperativas, las vías de acceso con las que cuenta son de primer y segundo orden, la planta turística como hoteles, hostel, y restaurantes se localiza en la ciudad de San Gabriel.

Se encuentra en estado de conservado, en razón de que, forma parte del inventario de bienes patrimoniales mismo que ha sido restaurado en su totalidad recreando ambientes para atención al público.

Cuenta con todos los servicios básicos, con estacionamiento y baterías sanitarias, La casona municipal es un icono patrimonial de la ciudad de San Gabriel por su diseño arquitectónico. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 28 . Casona Municipal

4.1.2.5.8. Museo de las Artesanías. Pertenece a la categoría de manifestaciones culturales, ubicado en la parroquia González Suárez el barrio San Pedro. Este museo es un ícono patrimonial de la ciudad de San Gabriel por su diseño arquitectónico.

Esta edificación tiene su origen en la etapa republicana dentro del periodo 1940-1945, en este lugar trabajan 4 asociaciones cada una dedicada a diferentes actividades, se puede encontrar una muestra de artesanías elaboradas en cerámica que son réplicas del trabajo elaborado por los antepasados, también se puede encontrar tejidos a mano de las mujeres artesanas, y un restaurante con comida tradicional del cantón. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

Está a cargo el señor Francisco Ponce quien es el presidente de la asociación de Ceramistas del Carchi, el tipo de ingreso es privado cobrando un valor de 0.50 ctvs a un dólar, su horario de atención es de 9 a 17 horas los fines de semana y feriado.

Las vías de accesos para llegar al atractivo son de segundo orden contando como medio de transporte los ya mencionados anteriormente, el alojamiento y alimentación se puede evidenciar a medio kilómetro de distancia del atractivo turístico.

Cuenta con todos los servicios básicos y las actividades que se puede realizar son: visita a las artesanías por medio de recorridos guiados y compra de las mismas, participación en talleres artísticos, degustación de platos típicos, entre otras, por otra parte este atractivo se encuentra en un estado conservado gracias a la asociación se encarga del mantenimiento del bien inmueble.

La demanda que tiene depende de los días de visita por ejemplo, de lunes a viernes recibe entre 60 personas, fines de semana 100 personas y días feriados entre 300 personas, las universidades e instituciones de la región son las que asisten con más frecuencia al museo.



Figura 29. Museo de las Artesanías

Fuente: Fichas de Jerarquización Ministerio de Turismo (2020)

4.1.2.5.9. Museo Religioso. Pertenece a la categoría de manifestaciones culturales ubicado en la parroquia González Suárez, está conformado por indumentaria y piezas religiosas que han sido preservadas por más de un medio siglo aproximadamente, este museo es parte de la Iglesia Matriz, al tratarse de bienes patrimoniales se exhibe en una sala en el mismo predio de la iglesia. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

El encargado del atractivo es el párroco Aníbal Díaz perteneciente a la Arquidiócesis de Tulcán, el tipo de ingreso es restringido, tiene un horario de atención de 8 a 17 horas los fines de semana y feriados, la entrada al museo es de manera voluntaria. Las actividades que se brindan son: recorridos autoguiados, fotografía y actividades vivenciales y/o lúdicas.

Las vías para acceder al atractivo corresponden a un tipo de segundo orden y cuenta con varios medios de transporte, la planta turística se ubica en la ciudad de San Gabriel tanto como alojamiento y alimentación.

Se encuentra en un estado conservado debido al constante mantenimiento de las instalaciones. Las visitas que se presentan en el atractivo no están registradas oficialmente, pero según el Padre Aníbal Díaz de lunes a viernes acuden 20 personas, fines de semana 60 y días feriados 300 personas.



Figura 30. Museo Religioso

Fuente: Fichas de Jerarquización Ministerio de Turismo (2020)

4.1.2.5.10. Iglesia Matriz. Se encuentra en la parroquia González Suarez perteneciente a la ciudad de San Gabriel, Esta arquitectura colonial es considerada inigualable en su género, ya que, es la única iglesia del Ecuador construida según la Ley de Indias, es decir fuera de la plaza principal, y en un lugar visible desde cualquier punto de vista. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

El encargado del atractivo es el párroco Aníbal Díaz perteneciente a la Arquidiócesis de Tulcán, el tipo de ingreso es libre y su horario de atención es de 7 a 17 horas todos los días

Las vías de acceso que se utiliza para llegar al atractivo son de segundo orden, el transporte que se utiliza varían entre buses, taxis, y camionetas pertenecientes a las diferentes cooperativas de la ciudad de San Gabriel. En cuanto a planta turística como alimentación y alojamiento se encuentra a medio kilómetro de distancia del atractivo.

A diferencia con los otros atractivos este si posee condiciones de accesibilidad como rampas para personas con discapacidad, ancianos, niños y mujeres embarazadas. Las actividades que se puede realizar aquí son fotografía, recorridos autoguiados, visita a talleres artesanales, participación en la celebración de las misas religiosas.

Este atractivo no cuenta con un registro oficial de visitas, pero como manifestó el párroco de la localidad de lunes a vieres acude entre 50 personas, fines de semana 100 personas y días feriados alrededor de 300 personas, además de esto se encuentra actualmente en un estado conservado debido a que el Párroco y los fieles se encargan de auto gestionar recursos para

brindar mantenimiento y conservación de la iglesia. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)



Figura 31. Iglesia Matriz

4.1.2.5.11. Taller de Artesanías. Está ubicado en la parroquia González Suárez en el Barrio Santa Clara y pertenece a la categoría de manifestaciones culturales. El Taller de cerámica se encuentra en las instalaciones de un predio de característica patrimonial industrial, este tipo de edificaciones se remonta a la segunda etapa del siglo XX. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

El personal a cargo de este atractivo es el señor Francisco Ponce presidente de la Asociación de ceramistas del Carchi, el tipo de ingreso es libre y su horario de atención es de 10 a 17 horas todos los días. Las actividades que se ofertan aquí son: presentaciones o representaciones en vivo, visita a los talleres artesanales, exhibición de piezas, muestras, obras, etc., participación de la celebración, participación en los talleres artesanales, actividades vivenciales y/o lúdicas, fotografía y compra de artesanías elaborados en barro.

Las vías para acceder al atractivo son de segundo orden y se puede utilizar los diferentes medios de transporte disponibles como taxis, camionetas o buses, así mismo la planta turística se encuentra visible a medio kilómetro de distancia del atractivo.

Las visitas que se evidencian no son oficialmente registradas, pero según el presidente de la asociación acuden de lunes a viernes 10 personas, fines de semana 100 y días feriados alrededor de 300 personas. Este atractivo se encuentra en un estado conservado, ya que, la asociación es la encargada directa de dar mantenimiento al bien inmueble.



Figura 32. Taller de Artesanías

Fuente: Fichas de Jerarquización Ministerio de Turismo (2020)

4.1.2.5.12. Parque Central. Ubicado en la parroquia González Suárez en el barrio San Vicente, pertenece a la categoría de manifestaciones culturales, es el parque principal de la ciudad de San Gabriel y es la plaza de concentración al estar ubicada en el centro de la ciudad. (Fichas de Jerarquización y Ponderación de atractivos Turísticos, 2020)

La institución a cargo de este atractivo es el GAD de Montúfar representado por el Alcalde Andrés Ponce, el horario de atención es de 6 a 18 horas todos los días. Las actividades que se puede realizar son recorridos autoguiados, exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales y fotografía.

Las vías para acudir al atractivo son de primer y segundo orden, y así mismo como los otros atractivos para visitarlo se puede utilizar distintos medios de transporte, también se encuentra la planta turística como alojamiento y alimentación cercana a este atractivo.

La promoción que se realiza de este atractivo es por medio de la página web oficial del GAD de Montúfar y por las redes sociales pertenecientes a la misma institución. Actualmente no presenta un registro oficial de visitantes pero acude alrededor de 50 personas de lunes a viernes, 1000 los fines de semana y 2000 los días feriados.



Figura 33. Parque Central

4.1.2.6. Infraestructura Turística. En cuanto a este punto se determinó los elementos que se encuentran presentes y el estado actual de cada uno de ellos.

4.1.2.6.1. Vías de acceso. Actualmente el Cantón Montúfar cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden para acudir a las diferentes parroquias, y de igual manera para llegar a los atractivos turísticos.

El Gad Municipal realizó mantenimientos en la calle Olmedo, cambiando el adoquinado, reinstalación de bordillos de piedra con aceras de hormigón estampado. La adecuación de estas calles es adecuada ya que es una de las tantas que permite el acceso a visitar las casas patrimoniales presentes en la ciudad de San Gabriel. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar, 2020)

Además, se está readecuando con adoquinado la vía principal que conduce al atractivo turístico Cascada de Palúz, así mismo, se está ejecutando la implementación de una vía cicloturística para así obtener más afluencia de turistas a la zona. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar, 2020)

4.1.2.6.2. Servicios Básicos. El Cantón Montúfar cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la subsistencia de la ciudadanía, constantemente se realiza mantenimientos para así no sufrir percances con alguno de ellos, el servicio de agua potable y alcantarillado es el que cuenta con más mantenimiento.

Actualmente se realizó el correcto mantenimiento del agua potable en las calles Montúfar y Rumichaca pertenecientes a la ciudad de San Gabriel, de igual modo, en los barrios San

Vicente, San Antonio, San Pedro y San José. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar, 2020)

De igual manera se realizó la revisión del alumbrado eléctrico público de todas las parroquias del Cantón y se mantiene un estricto control en la eliminación de los desechos.

Es importante mencionar que en el servicio de salud el Cantón Montúfar, cuenta con un hospital básico y con sus correspondientes centros de salud ubicados en cada parroquia que conforman al cantón, siempre disponibles para cualquier emergencia.

De la misma manera, el Cantón Montúfar cuenta con seguridad privada como es la denominada Privanorte y seguridad pública como es la Policía Nacional y los Agentes Municipales.

Para mejorar el nivel de educación de los estudiantes el Alcalde de Montúfar junto con los presidentes de los Gads parroquiales crearon un convenio con el fin de mejorar la conectividad del acceso al internet, fortalecer la información y comunicación implementado 28 zonas de wifi. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar, 2020)

Igualmente, es importante mencionar que el cantón Montúfar, cuenta con un centro de movilización terrestre el mismo que posee espacio para albergar alrededor de 260 unidades correspondientes a las diferentes cooperativas y compañías de transporte.

Por otro lado, el cantón Montúfar cuenta con tres estaciones de combustible, las cuales se encuentra en funcionamiento y en total disponibilidad para el público.

4.1.2.7 Servicios Complementarios. En esta parte es importante recalcar que se encuentra como servicios complementarios disponibles en el cantón Montúfar el servicio de correo como el denominado Servientrega el cual cuenta con dos oficinas en la ciudad de San Gabriel, el servicio de cajeros automáticos los cuales pertenecen a la cooperativa Codesarrollo, cooperativa Pablo Muñoz Vega, cooperativa Tulcán y al Banco del Pichincha. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar, 2020)

Estos servicios así como también el servicio de gastronomía, hospedaje, farmacias y entre otros, se encuentran promocionados en una aplicación móvil diseñada por parte del GAD Municipal para que los turistas puedan descargarla y utilizarla para su beneficio.

Sin embargo, el Cantón Montúfar aún no cuenta con algunos servicios como son: puntos de información turística, casas de cambio de moneda, alquiler de vehículos, estos servicios son

importantes para complementar la estadía del turista, es por ello que el municipio del cantón debería analizar su implementación.

Al finalizar el análisis de los resultados se observó que al Cantón Montúfar acuden tres perfiles principales, cada uno representado por diferentes características, a nivel nacional en el año 2019 se receiptó alrededor de 2'043.993 viajes los cuales fueron con mayor frecuencia en el mes de diciembre (Ministerio de Turismo, 2020), de igual modo, se pudo evidenciar que un 28, 86% de los viajeros ingresó por la frontera de Rumichaca, en esta parte se puede aprovechar a estos turistas para que incluyan al Cantón Montúfar dentro de su recorrido y así poder obtener más demanda turística al cantón.

En igual forma, se observó que, a pesar de que el cantón Montúfar posee varios atractivos culturales, 400 inmuebles caracterizados como patrimoniales y un pueblo mágico, no se los está aprovechado adecuadamente, no se está realizando una correcta difusión que permita llamar la atención de los turistas.

Por otra parte, se pudo observar que la mayoría de los turistas encuestados calificaron a la oferta turística en la categoría de buena, en razón de que, algunos elementos que la conforman no cumplían con sus exigencias, además, dado los resultados obtenidos se apreció que, en cuanto a establecimientos de alimentación y hospedaje son limitados por ende el cantón en esta parte no tiene la capacidad suficiente para receptor a más turistas.

Se consideró necesaria la investigación de estas variables, debido a que, tienen una relación significativa, conocer las características percepciones y valoraciones es necesario para que así la oferta turística de un lugar se ajuste a ellas y a su vez cada elemento de la oferta logre mejorar. Con la determinación de las características de las dos variables las empresas, turísticas, Gads Cantonales y Parroquiales pueden presentar proyectos, estrategias o programas que les permitan desarrollarse aún más en el ámbito turístico.

4.2. DISCUSIÓN

El propósito de la presente investigación fue determinar el Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta Turística del Cantón, esta investigación se caracterizó por tener un enfoque cualitativo, esas variables implicaron el uso de instrumentos como encuestas, Matrices de Control para los Establecimientos de Alojamiento, Alimentación, revisión de Fichas de Jerarquización de Atractivos y revisión bibliográfica para la recolección y análisis de los datos obtenidos.

Los indicadores planteados en la encuesta permitieron identificar el perfil del turista iniciando por la determinación de la edad, del género y el estado civil del encuestado, luego de ello se determinó la procedencia del encuestado en donde se evidenció que un 77,86% representaba a los turistas nacionales procedentes de las provincias de Pichicha e Imbabura y un 16,41% que simbolizó a los turistas internacionales procedentes de Colombia.

Estas cifras si varían respecto a la procedencia de los turistas y visitantes en otros cantones, Salvatierra (2016) donde determinó perfil demográfico y psicográfico del visitante en el Cantón Naranjal, Provincia del Guayas, obtiene como resultados que los potenciales turistas son 100% de procedencia nacional que acuden de las provincias de Azuay, Guayas, Esmeraldas, entre otras. Al contrario de la investigación de del Corral, et al. (2016) Quienes identificaron el perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo, obtuvieron como resultados que el 79% de turistas eran nacionales procedentes de la provincia de Azuay y de Chimborazo y el 21% correspondió a turistas internacionales procedentes de Alemania y Francia.

En base a estos datos se puede decir que, los atractivos turísticos receptan a más turistas nacionales que internacionales, por lo que, se requiere diseñar nuevas estrategias que permitan la acogida o afluencia de más turistas internacionales los cuales en sus próximos viajes planeen visitar al Ecuador como primera opción.

Posteriormente se determinó la categoría a la que pertenecían los turistas, estas en base a lo expuesto por Plog, 1977, citado en Arroyo (2015). Estas categorías aportaron a determinar los sitios de preferencia que desea visitar cada turista, es así que al cantón Montúfar acuden principalmente turistas que buscan destinos conocidos, que posean una oferta turística que les permita estar cómodos, tranquilos y seguros. Estas características conforman la categoría psicocéntrica planteada por Plog.

Así mismo se determinó el nivel de estudios, nivel de ingresos y la ocupación, de cada uno de los turistas que visitaron el Cantón Montúfar. Estas características conformaron tres segmentos como el segmento demográfico, geográfico, y el enfocado al nivel de los ingresos, estos segmentos permiten establecer una gran ventaja en el ámbito laboral, permite que los productos y servicios brindados se dirija a las características de cada segmento.

Por otra parte, se establecieron las motivaciones tanto psicológicas como culturales que impulsaron al turista a viajar. Según Cromtopn (1979) y así mismo Kotler y Armstrong (2007) comparten esta clasificación de motivaciones las cuales encierra características por las cuales deciden viajar y conocer nuevos lugares o destinos.

En la investigación se observó que la mayoría de los turistas se motivan a viajar escapando del ambiente cotidiano, seguido por el descanso, relajación e interacción familiar. Resultados similares a la investigación realizada por Beltrán y Parra (2017) denominada Perfiles Turísticos en función de las motivaciones para viajar evidencian como resultados que los turistas viajan principalmente por relajación, escape del ambiente cotidiano y por educación y cultura.

Seguidamente, se evidenció el comportamiento que presenta el turista, en donde la mayoría de ellos prefieren viajar con sus familiares, pasar un momento ameno compartiendo en familia y así mismo se evidenció que prefiere viajar con transporte propio por más tranquilidad y comodidad. De la misma manera, en la investigación denominada Identificación del perfil del turista como aporte al Desarrollo de la comuna San Pedro por Borbor (2017), se visualiza que con un porcentaje del 50.7% los turistas prefieren viajar con sus familiares.

Para dar continuidad la siguiente pregunta, tuvo relación con el medio por el cual se informaron del Cantón Montúfar dando como resultado que lo hacían por medio de sugerencias de amigos y familiares y por medio de las redes sociales, estos resultados son semejantes a los indagados en la investigación de Salvatierra (2016) denominada Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en el Cantón Naranjal, aquí se representa que con un porcentaje del 46% corresponde al medio de información de amigos y familiares seguido del uso del internet.

La influencia de boca en boca puede tener un enorme efecto en la conducta de consumo de cualquier persona, las sugerencias o recomendaciones de amigos o parientes los cuales ya han consumido aquel producto tienden a ser más creíbles que las palabras difundidas por fuentes comerciales. (Kotler & Armstrong, 2011)

En base a las actividades que prefiere realizar y las características que los turistas poseían se determinó tres tipos de perfiles más representativos como el perfil de un turista de naturaleza, cultural y religioso.

Según se ha citado en Sorio, et al. (2017) En la investigación denominada Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica enfatizan que la edad acorde a este perfil varía entre los 21 y 30 años y 31 y 40 años, estos resultados son similares a los presentados en esta investigación puesto que la edad de las personas que corresponden al perfil de naturaleza se encuentra con más frecuencia en los rangos de 20 a 29 años y de 30 a 49 años como se puede visualizar en la Figura 34.

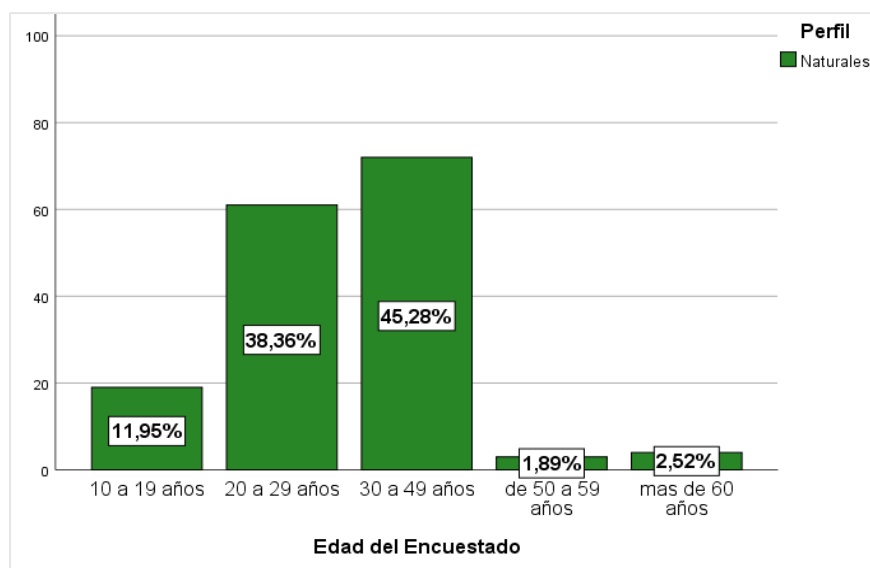


Figura 34. Edad Turista de Naturaleza

Por su parte, López, et al. (2014), exponen que el turista de naturaleza posee como característica principal el interés por el contacto con la naturaleza, admirar la flora y fauna del lugar y así mismo el paisaje.

Con respecto a lo planteado por los autores en la Tabla 42 si se evidencia que en los perfiles de naturaleza cumplen con aquellas características.

Tabla 42. Características del perfil de Naturaleza

Característica Principal		N° Personas	% de N tablas
¿Le interesa el contacto directo con la naturaleza?	SI	159	41,4%
	NO	0	0,0%
	Total	159	41,4%
¿Le interesa Visitar paisajes naturales?	SI	159	41,4%
	NO	0	0,0%
	Total	159	41,4%
¿Le interesa conocer sobre la flora y fauna que posee algún sitio natural?	SI	155	40,4%
	NO	4	1,0%
	Total	159	41,4%

En cuanto al perfil de un turista cultural, en los datos obtenidos se evidenció que del total de los encuestados un 19,79% lo visitó por diferentes motivos todos ligados a la cultura.

Desde el punto de vista de Silberberg (1995, citado en Lavín, et al., 2017), indican que un turista religioso debe poseer un alto nivel de educación que puede ser estudios universitarios.

En la investigación de Lavín, et al. (2017) Denominada Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso se observa en sus resultados que el 44,11% si poseen un nivel de estudios universitarios, al igual que en este caso, los resultados que se evidenciaron si tienen relación con lo que manifiesta Silberberg, en la figura 35 se puede visualizar que del total de personas que pertenece a este perfil un 59,21% que corresponde a la mayoría poseen un nivel de educación de tercer nivel.

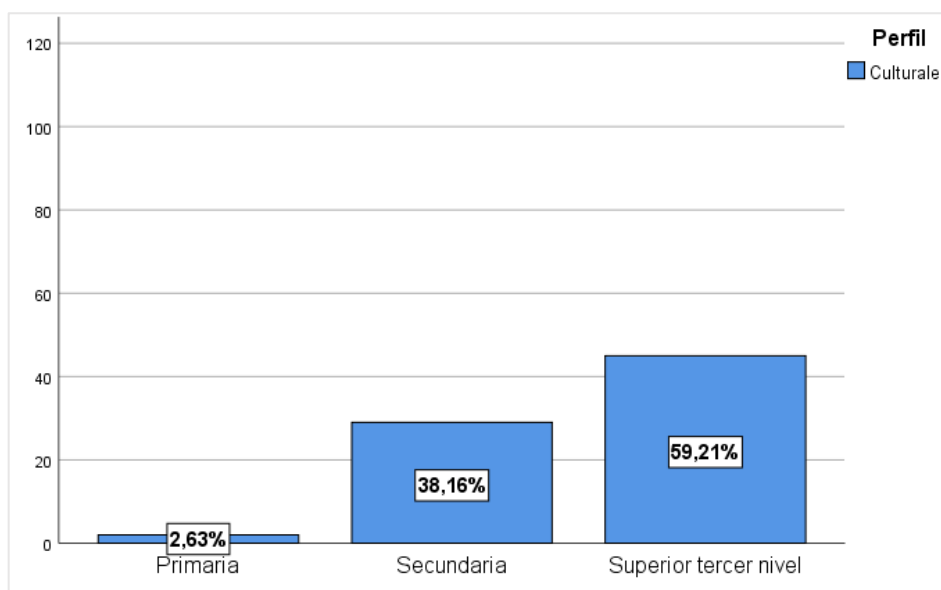


Figura 35. Nivel de Estudios Perfil Cultural

Al mismo tiempo, en los resultados de la investigación de Lavín, et al. (2017) Se observa que las personas interesadas en la actividad cultural pertenecían a jóvenes y adultos entre 19 y 35 años y los cuales corresponden al género femenino, estos resultados varían a los obtenidos en la investigación, ya que, como se observa en la Tabla 43 el perfil de un turista cultural corresponde al género masculino con una edad comprendida entre los 30 a 49 años.

Tabla 43. Edad y Género Perfil Cultural

Características Culturales			
		Personas	% de N tablas
Edad del Encuestado	10 a 19 años	1	0,3%
	20 a 29 años	4	1,0%
	30 a 49 años	46	12,0%
	50 a 59 años	23	6,0%
	Más de 60 años	2	0,5%
	Total	76	19,8%
Género del encuestado	Femenino	35	9,1%
	Masculino	41	10,7%

Por su parte Smith (2003, citado en Lavín, et al., 2017) sostiene que el turista cultural busca interactuar con los habitantes de la localidad y se refleja en él un gran interés por conocer sobre la historia, costumbres y tradiciones de un lugar. Estas características se evidencian cumplidas en los resultados expuestos en la Tabla 44.

Tabla 44. Características Perfil Cultural

Perfil Cultural			
		N° Personas	% de N tablas
¿Le interesa conocer más a fondo la historia que posee el Cantón Montúfar?	SI	76	19,8%
	NO	0	0,0%
	Total	76	19,8%
¿Prefiere visitar centros históricos, monumentos, museos como principal opción?	SI	76	19,8%
	NO	0	0,0%
	Total	76	19,8%
¿Le interesa conocer cada una de las costumbres y tradiciones que se presentan en el Cantón Montúfar?	SI	76	19,8%
	NO	0	0,0%
	Total	76	19,8%
¿Le interesa participar e interactuar con los habitantes de la localidad?	SI	76	19,8%
	NO	0	0,0%
	Total	76	19,8%

Consecutivamente se determinó el perfil religioso, en esta parte se observó que un 38,80% del total de los encuestados pertenecían a este perfil, y que así mismo del total del porcentaje

anterior un 63,76% de los turistas realizó el viaje acompañados con sus familiares. Estos resultados se asemejan a los obtenidos en la investigación de en la investigación de Jácome, et al. (2018) denominada Motivaciones del Turista Religioso, en donde se observó que el 55% de los turistas prefieren viajar con su familia para así compartir todos nuevas experiencias.

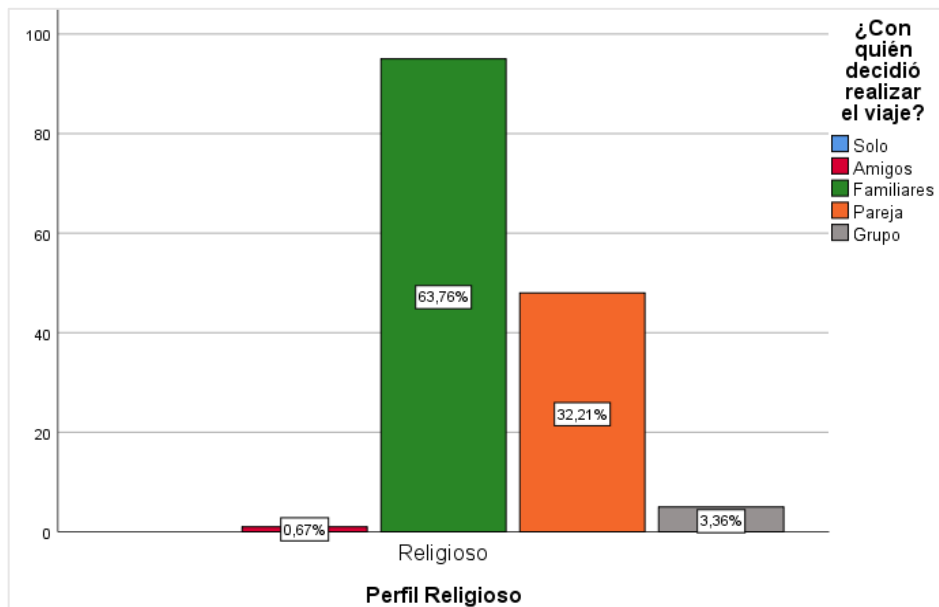


Figura 36. Con quién decidió viajar

Al mismo tiempo Lavín, et al. (2017) mencionaron que el turista religioso viaja ocasionalmente con el fin de aprovechar las festividades religiosas, que se estén celebrando en ese momento. Lo dicho por el autor se presenta en la investigación ya que los turistas viajan ocasionalmente, fijando fechas en las cuales puedan disfrutar de las festividades religiosas presentes en el cantón.

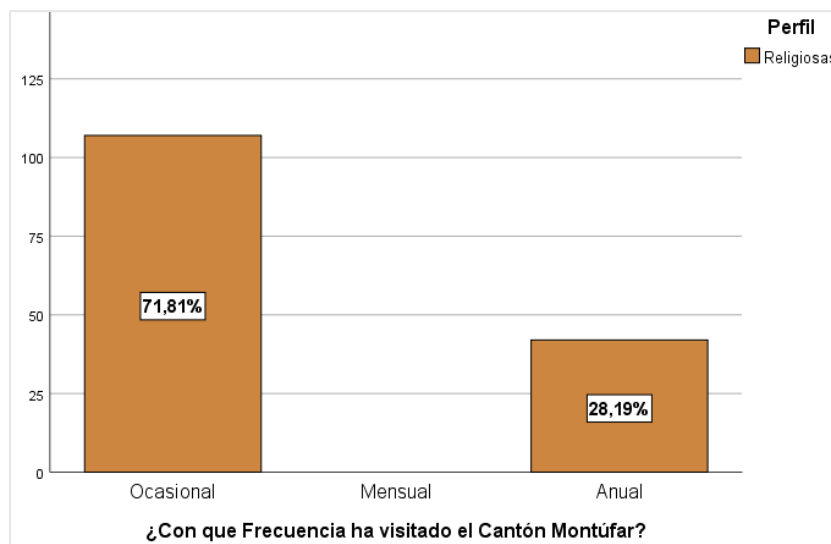


Figura 37. Frecuencia de Visita

Respecto a la segunda variable que en este caso es la oferta turística se determinó los componentes que se encuentran presentes en el Cantón Montúfar.

Para Rodríguez (2013, citado en Correa y Ojeda, 2018) la oferta turística es el grupo de servicios los cuales están a disposición del turista para así cubrir con sus necesidades. Esta oferta debe estar en constante cambio ya que cada vez existen más personas en realizar turismo que exigen nuevos servicios que estén acordes a sus requerimientos.

Con relación al equipamiento turístico que es un elemento de la planta turística, se determinó la existencia de dos hoteles de segunda categoría, un hostel de segunda categoría, tres restaurantes de categoría de 1 tenedor, una operadora y una empresa de transporte turístico.

Para llegar identificar el equipamiento turístico primeramente se revisó el catastro de establecimientos turísticos del año 2019, en él se evidencia aquellos que cumplen con los requisitos para ser considerados turísticos. Así mismo en la investigación de López, et al. (2012) denominada Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Isla de Sal realizaron un listado de las empresas que ejerce la actividad turística en ese lugar para poder realizar el correspondiente análisis.

Para determinar la categorización de cada uno de los elementos se utilizó tanto la matriz de control para los establecimientos de alojamiento como para los establecimientos de alimentación, y para la operadora y transporte turístico se realizó la correspondiente revisión de los reglamentos que permiten la operación de cada uno de ellos. A diferencia de la

investigación anteriormente mencionada, la cual se guió por el levantamiento de encuestas y entrevistas direccionadas a los actores involucrados en la actividad turística.

Las matrices de control fueron instrumentos oportunos que permitieron el correcto levantamiento de la información, éstas se conforman por varios requisitos que permiten la categorización de cada uno de los establecimientos, en relación a los establecimientos de alojamiento, se observó que no existe ninguna diferencia en lo recolectado a lo revisado en el catastro, pero en relación a los establecimientos de alimentación si se demostró algunos cambios debido a que la matriz de control que se utilizó todavía no ha sido aplicada por el Ministerio de Turismo, por lo que, en el catastro del año 2019 se evidencia otras categorías a las determinadas en esta investigación.

Los establecimientos de alimentación se ubicaron en la clasificación restaurante una de las cinco propuestas por el ministerio, y pertenecieron a la categoría de 1 tenedor debido a que el puntaje obtenido se encuentran en el rango de 40 a 60 que pertenece a la puntuación de la categoría anteriormente nombrada.

Caso similar al investigado por Correa y Ojeda (2018) denominada Análisis territorial de la oferta turística en la ciudad de Loja, en ella utilizaron el catastro de establecimientos turísticos para realizar el correspondiente análisis, al recabar la información observaron que no todos los establecimientos se encontraban en el catastro aunque si cumplían con los requisitos de establecimientos turísticos, mientras que otros no pertenecían a la categoría visible en el catastro.

Por otra parte, en las investigaciones ya mencionadas se pudo observar que en cada uno de los lugares poseía una gran variedad y cantidad de establecimientos turísticos, por ejemplo en la Isla de Sal, en Cabo Verde López et al. (2012), muestran como resultados un total de 70 a 80 establecimientos turísticos, caso contrario en el cantón Montúfar que en la actualidad se presenta 8 empresas registradas como turísticas, todo esto depende de que tan desarrollado se encuentre el turismo en la zona, entre más desarrollado se encuentre existirá más oferta y variedad de establecimientos turísticos.

También se determinó la existencia de una operadora turística y una empresa de transporte turístico, estas empresas se encuentran debidamente registradas y cumplen tanto los requisitos detallados en el Reglamento de Operación e Intermediación Turística como el Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.

Para conocer la percepción de los turistas en cuanto a la alimentación, alojamiento y las actividades turísticas brindadas en el Cantón Montúfar, en la misma encuesta dirigida al perfil se estableció ítems relacionados a estos servicios, es así que, en la alimentación como se puede observar en la Figura 38 un 51, 82% la consideró muy importante y, en cuanto a la calidad del servicio lo calificaron en la categoría de bueno, debido a que no cumplían exactamente con las peticiones de ellos, y así mismo, en el servicio de alojamiento en la Figura 39 se puede visualizar que un 25% lo consideró muy importante y con la categoría de bueno, en esta parte manifestaron que no existe un gran número de establecimientos de donde escoger así que debido a esto no se sintieron complacidos con el hospedaje.

Estos datos son similares a los recabados en la investigación de Correa y Ojeda (2018) en ella se visualizó que un 41% consideraban al servicio de alojamiento como bueno y un 48% consideraba al servicio de alimentación de buena calidad.

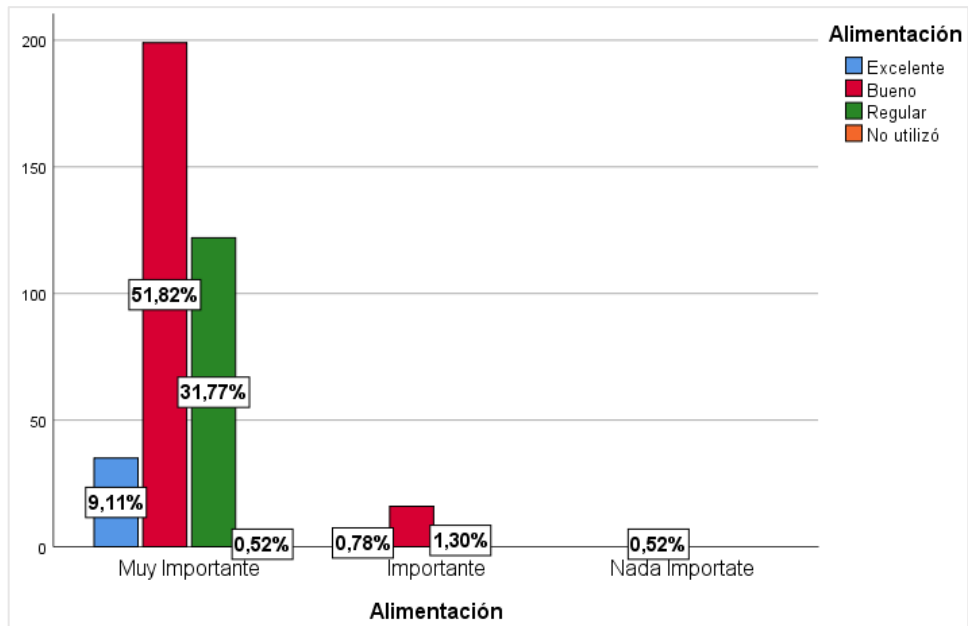


Figura 38. Servicio de Alimentación

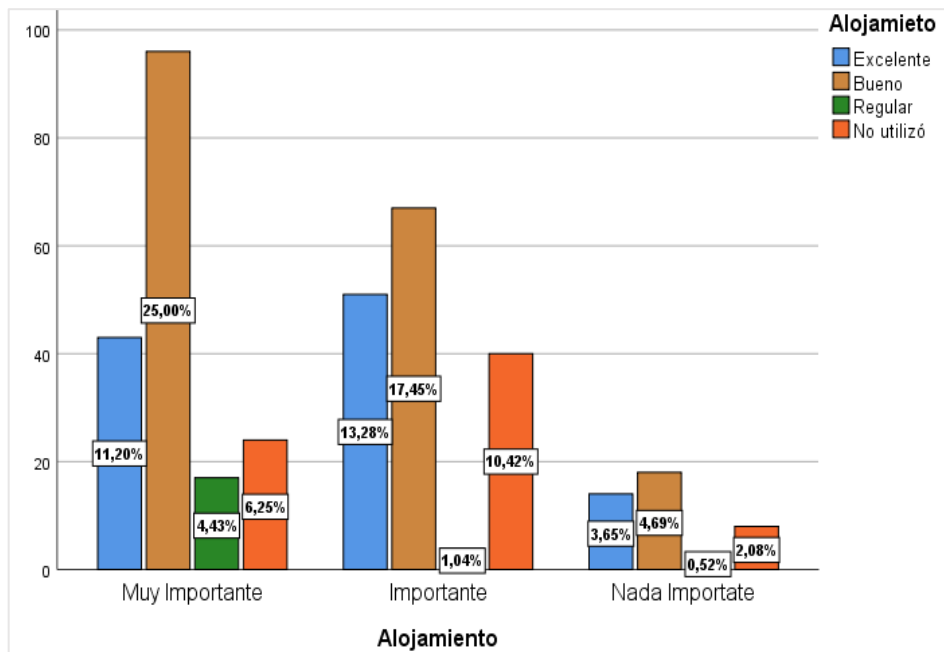


Figura 39. Servicio de Alojamiento

Seguidamente, se identificó los atractivos turísticos presentes en el Cantón Montúfar, para ello se procedió a la revisión de las fichas de jerarquización de atractivos Turísticos las cuales fueron validadas y aprobadas por el Ministerio de Turismo en el mes de febrero del presente año, al analizar estas fichas se identificó que el cantón cuenta con 12 atractivos turísticos tanto naturales como culturales, los cuales pertenece a la jerarquía II y III y los mismos que se encuentran en un estado conservado debido al conjunto mantenimiento tanto de las asociaciones involucradas como del GAD municipal de Montúfar.

Estos datos tienen gran diferencia con los resultados obtenidos en la investigación de Correa y Ojeda (2018) debido que en lugar del levantamiento de información obtuvieron 21 atractivos de categoría cultural de los cuales no se establece su jerarquía, por lo contrario se identifica claramente que se encuentran ubicados en el centro de la ciudad.

Los atractivos turísticos son un elemento más de la oferta, Guerrero y Ramos (2014) mencionan que estos atractivos son puestos en valor y explotados, pero todo esto de una manera sostenible para así preservarlos para generaciones venideras.

Posteriormente, se identificó la infraestructura turística presente en el cantón, en la que se puede mencionar que el cantón realiza un constante mantenimiento de los servicios básicos en las diferentes parroquias que lo conforman así como, en los atractivos turísticos que posee.

Por último, en lo que se refiere a servicios complementarios se determinó la presencia del servicio de correos y de cajeros automáticos, y así mismo se evidenció la ausencia de puntos de información turística, alquiler de vehículos y zonas wifi. Como se puede visualizar en la Figura 40 para los turistas estos servicios se consideran muy importantes para poder realizar la actividad turística correctamente.

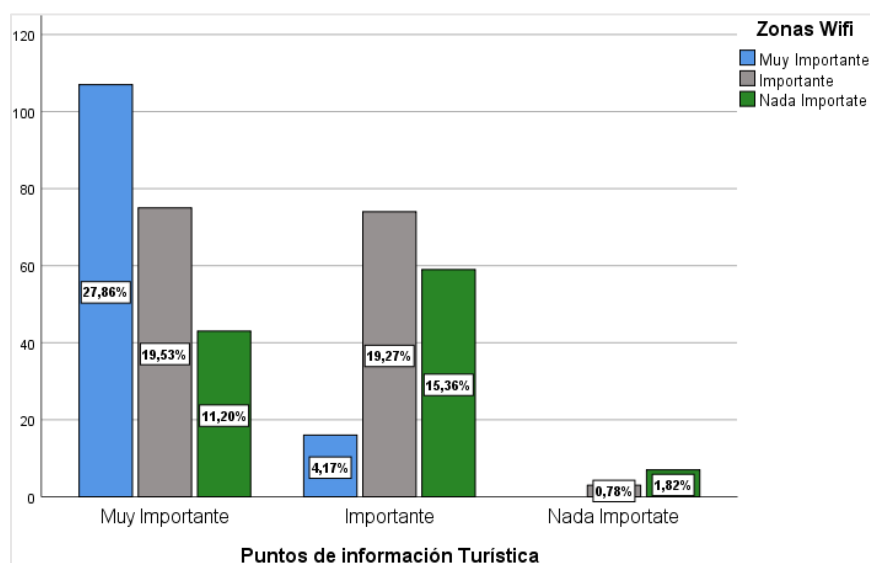


Figura 40. Importancia Servicios Complementarios

En definitiva, la identificación del perfil del turista que visita el Cantón Montúfar es muy importante, ya que al conocer sus características y al conocer lo que él requiere se puede brindar y a provechar la oferta turística presente en el cantón, de igual manera se puede mejorar

y aumentar los servicios, entre más variedad de oferta turística más turistas asistirían y se evidenciaría más desarrollo turístico en el cantón Montúfar.

En la actualidad los turistas se guían en visitar destinos turísticos diferentes con características representativas, buscan nuevas actividades las mismas que les permita adquirir nuevas experiencias compartiendo en familia, es por ello, que exigen actividades que se ajusten a sus requerimientos, desean tener comodidad y tranquilidad en el lugar.

De la misma manera, estos destinos turísticos deben estar compuestos por todos los servicios que ellos demandan, es en esta parte en donde se observó que las empresas turísticas pertenecientes al Cantón Montúfar necesitan seguir trabajando para ajustarse a sus necesidades, se evidenció una oferta turística limitada que se encuentra incompleta y que necesita seguir desarrollándose para en un futuro tener la capacidad de brindar servicios de mejor calidad a más demanda turística.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Con la identificación del perfil del turista se logró caracterizar correctamente al turista para conocer sus gustos y preferencias. Durante la investigación se evidenció que al Cantón Montúfar acuden principalmente tres tipos de perfiles, con mayor porcentaje se encuentra el turista de naturaleza seguido por el religioso y el cultural, al ya conocerlos se puede aprovechar y brindar una adecuada oferta turística la misma que permita cubrir con sus expectativas.
- Para determinar las motivaciones de los turistas que visitaron el Cantón Montúfar se utilizó el modelo de Crompton para así identificar tanto las motivaciones psicológicas como culturales que poseían cada uno de ellos.
- Dentro de las características demográficas se determinó que el 77,86% son turistas nacionales procedentes de las provincias de Pichincha e Imbabura y el 16,41% son internacionales procedentes del Departamento de Nariño, así mismo se evidenció que su salario o remuneración depende mucho del nivel de estudios que posea y la profesión a la que se dedica.
- Con respecto a la oferta turística y con la aplicación de las matrices de control se determinó que el Cantón Montúfar posee dos hoteles de segunda categoría, un hostel de igual manera de segunda categoría, tres restaurantes de categoría de 1 tenedor, una operadora turística y una empresa de transporte turístico, todos estos establecimientos cumplen con todos los requisitos para su correcto funcionamiento.
- De la misma forma, para la identificación de los atractivos turísticos se utilizó las fichas de jerarquización en donde se evidenció que el Cantón Montúfar posee alrededor de 12 atractivos turísticos de categoría tanto natural como cultural los mismos que se poseen una jerarquía II Y III.
- En cuanto a la infraestructura el Cantón Montúfar está pendiente del adecuado mantenimiento de las vías de acceso tanto como a los atractivos como a las parroquias que lo conforman, así también mantiene un estricto control de todos los servicios básicos, finalmente se evidenció que el cantón Montúfar posee dos servicios complementarios como son el servicio de correo como el denominado Servientrega y de cajeros automáticos

correspondientes a la cooperativa Tulcán, Pablo Muñoz vega y al Banco del Pichincha, estos servicios son importantes para al turista por les facilita su estadía en el Cantón.

5.2. RECOMENDACIONES

- Llevar un registro de los turistas que visitan el Cantón Montúfar y así mismo realizar más investigaciones referentes al perfil de cada uno de ellos con el propósito de recabar más información la cual permite un análisis más continuo y profundo.
- Cumplir con los requerimientos de los turistas tanto de los nacionales como internacionales para así atraer mayor número de visitantes, cabe recalcar que la vista que realizaron al cantón fue por medio de recomendaciones de amigos y familiares lo cual ha influido en la concurrencia de ellos al cantón.
- Incrementar la oferta turística en cuanto los establecimientos de alojamiento y alimentación, esto debido a que los turistas consideraron que existía limitada variedad y que además no todos cumplían con los requerimientos que solicitaban.
- Realizar alianzas estratégicas entre las entidades públicas y empresas privadas las mismas que permitan adecuar la oferta turística del cantón para así fortalecer aún más el turismo y que se pueda evidenciar un pertinente desarrollo turístico.
- Establecer puntos de información turística los mismos que brinden la información oportuna y acertada tanto de la planta turística como de los atractivos turísticos presentes en el Cantón Montúfar.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. (2014). *El Método de la investigación* [Archivo PDF]. Obtenido de <https://docplayer.es/21252848-El-metodo-de-la-investigacion-research-method.html>
- Araújo, G. y De Sevilha Gosling, M. (2017). Los Viajeros y sus Motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26 (1), 62-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Arias, F.G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme C.A. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/27298565_El_Proyecto_de_la_Investigacion_Introduccion_a_la_Metodologia_Cientifica
- Arroyo, A. (2015). *Perfil del Turista que visita la Isla Santay*. Tesis de Grado. Universidad Casa Grande. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/742/1/Tesis996ARRp.pdf>
- Beltrán, M., y Parra Meroño, M. (2017). Perfiles Turísticos en Función de las Motivaciones para Viajar. *Universidad Católica San Antonio de Murcia*, (39), 41-65. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/290391/212011>
- Borbor, S. M. (2017). *Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro*. Tesis de Grado. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4124/UPSE-THT-2017-0004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas México. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/02/Planificaci%C3%B3n-del-espacio-tur%C3%ADstico-de-Roberto-C.-Boullon-PDF.pdf>
- Cabezas, R. (2019). San Gabriel destaca su arquitectura patrimonial. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/11/nota/7465233/san-gabriel-destaca-su-arquitectura-patrimonial>

- Cano, C. (2014). *Análisis de la oferta turística del cantón naranjito para la Implementación de servicios y facilidades agroturísticas en la Hacienda laguna verde del recinto San José Naranjito*. Tesis de Grado. Universidad Estatal de Guayaquil. Obtenido de <https://1library.co/document/q5m155gy-analisis-turistica-naranjito-implementacion-servicios-facilidades-agroturisticas-naranjito.html>
- Correa, D. y Ojeda, K. (2018). *Análisis Territorial de la Oferta Turística en la Ciudad de Loja*. Tesis de Grado. Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1280385.pdf>
- Crespo, J. (2019). Perfil del Turista Ecológico, Aspectos Sociodemográficos, expectativas y actividades del ecoturista en España. *Revista Interamericana de ambiente y Turismo*, 15 (2), 192-201. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235X-riat-15-02-00192.pdf>
- Del Corral, V., Mejía, A., y Fermín, L. (2016). Perfil del turista que visita los emprendimientos de turismo de naturaleza en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza-Ecuador. *Revista Interamericana de ambiente y Turismo*, 12 (1), 37-47. Obtenido de <https://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/344/418>
- Escalona, M., Peña, F., y Hiriarte, R. (2012). Oferta turística y Perfil Sociocultural de los Empresarios Turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(2), 306-321. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721638015.pdf>
- Fernández, D. (2011). Formación profesional en turismo e inserción en el mercado laboral. Un estudio de caso del Polo Turístico Salvador/Bahía, Brasil, y su Entorno. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (1), 57-74. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717677004>
- Gómez, P., Quijano, D., y Covadonga. (2009). *Rutas e itinerario turísticos: colección gestión turística*. Editorial Síntesis. Obtenido de <https://www.abebooks.co.uk/9788477380986/Rutas-Itinerarios-Turisticos-Espana-Gomez-8477380988/plp>

- González, R.G. (2010). *Perfil del Turista del Parque Nacional Iguazú*. Tesis de Grado, Universidad Nacional del Mar de plata. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2054/1/gonzalez.2010.pdf>
- Guerrero, P. y Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Grupo Editorial Patria México. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hernández R., Fernández C., y Baptista L. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill México. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Kotler, F y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación México. Obtenido de https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Kotler, F., Bowen, J., Makens, J., García, J. y Flores, J. (2011). *Marketing Turístico*. Pearson Educación. S.A. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Lavín, J., Martínez, C., Medina, F. y Viteri, W. (2017): Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso. La festividad del Señor del Terremoto en Patate (Ecuador). *Methaodos.revista de ciencias sociales*, 5 (1), 142-154. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-DiferenciasEntreElPerfilDeITuristaCulturalYEITuris-5970011.pdf>
- López, J., Boerasu, A., y López, L. (2014). *Perfiles de los visitantes en el turismo de naturaleza: Análisis exploratorio en el entorno de Doñana* [Archivo PDF]. Obtenido de <http://institucional.us.es/revistas/IJWT/Vol.1N.1/3.pdf>
- López, T., Borges, O., y Cerezo, J. (2012). Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Isla de Sal, Cabo Verde. *Revista Rosa dos Ventos*, 4(4), 469-485. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547091002.pdf>

- López, J. (2015). Definiciones: Turismo-Turista. *Instituto de estudios Turísticos*. 14(15), 17-25. Obtenido de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/412/347>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Creative Commons Editorial. Barcelona-España. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2015/131469/metinvsoccuan_cap3-6a2015.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2017). *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador*. Obtenido de https://drive.google.com/file/d/1K56V_9cELBLGDfapPd86uM1QMCEdyh1/view
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2017). *Inventario de Atractivos Turísticos*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anexo1_TipologiasEspaciosTuristicos.pdf
- Ministerio de Turismo (2020). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Mora, J., Ludeña, R., Ochoa, T., Sánchez, E. (2018). Motivaciones del turista religioso – peregrino y su satisfacción. *Revista internacional de negocios profesionales*, 3 (1), 50–68. Obtenido de <http://www.openaccessojs.com/JBReview/article/view/79/pdf>
- Padilla, O. (2014). *El Turismo Fenómeno Social*. Editorial Fondo Cultura Económica. Obtenido de https://www.imosver.com/es/libro/el-turismo-fenomeno-social_ATE0038520
- Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial (2015). Ubicación geográfica del Cantón Montúfar. Obtenido de http://www.gadmontufar.gob.ec/documents/PD%20y%20OT%20%20MONTUFAR%202015_2031.pdf
- Quevedo, L. y Rojas, V. (2018). *Investigación de la oferta y demanda turística de los cantones Zamora y Yacuambi Provincia de Zamora Chinchipe*. Tesis de Grado. Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de

<https://1library.co/document/4yr3lpyo-investigacion-demanda-turistica-cantones-zamora-yacuambi-provincia-chinchipe.html>

Quevedo, F. (2011). *Medidas de tendencia Central y Dispersión* [Archivo PDF]. Obtenido de <https://www.medwave.cl/medios/medwave/marzo2011/1/medwave.2011.03.4934.pdf>

Reglamento de Alojamiento Turístico. (2015). Registro Oficial N° 465 del 24 de Marzo de 2015. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TUR%C3%8DSTICO-1-2.pdf>

Reglamento de operación e intermediación turística. (2016). Acuerdo Ministerial 21 Registro Oficial 783 de 24-jun.-2016. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf

Reglamento de Transporte Terrestre Turístico. Resolución 108. Registro Oficial Suplemento 241 de 31 de diciembre de 2014. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>

Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. (2015). Acuerdo Ministerial 53. Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Rivera Garrido, D. A. (2017). *Perfil del turista que visita la ciudad de Ibarra y su nivel de satisfacción para la elaboración de un boletín informativo digital turístico*. Tesis de Grado. Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7023/1/02%20TUR%20047%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Rodríguez López, E. (2018). *Las fiestas tradicionales del cantón Montúfar y el turismo cultural*. Tesis de Grado. Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/585/1/320%20Las%20fiestas%20t>

radicionales%20del%20cant%C3%B3n%20Mont%C3%BAfar%20y%20el%20turismo%20cultural.pdf

Salvatierra Valero, J. (2016). *Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas*. Tesis de Grado. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9773/1/TESIS.pdf>

Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., y Ruiz, P. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización mundial del turismo. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Sierra Guzmán, M. (2012). *Tipos más Usuales de Investigación* [Archivo PDF]. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf

Sorio, M., Monge, L., Serrano, R. y Cortés, I. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 713-729. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=881/88151417013>

Vázquez, A. (2017). *Conceptos básicos de estadística* [Archivo PDF]. Obtenido de <https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/157/1/13-Conceptos%20B%C3%A1sicos%20de%20Estad%C3%ADstica%20-%20Diplomado%20en%20An%C3%A1lisis%20de%20Informaci%C3%B3n%20Geoespacial.pdf>

Varguillas, C. (2015). *Atlas. Ti. Conjunto de Herramientas de Conocimiento* [Archivo PDF]. Obtenido de https://atlasti.com/wpcontent/uploads/2014/07/atlas.ti6_brochure_2009_es.pdf

VII. ANEXOS

Anexo 1. Certificado o Acta Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO Y ECOTURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CHAMORRO BENAVIDES KATHERINNE PAMELA **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401868062
NIVEL/PARALELO: 0 **PERIODO ACADÉMICO:** Nov.2020-Mar.2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL CANTÓN MONTÚFAR Y LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO
LECTOR: MSC. YACELGA ROSERO CECILIA DEL CARMEN
ASESOR: MSC. HERRERA JIMÉNEZ MARILYN GABRIELA

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: Virtual **AULA:** Virtual
FECHA: Lunes, 18 de enero de 2021
HORA: 12H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	4,79
2) Trabajo escrito	2,50
Nota final de PRE DEFENSA	7,29

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el Lunes, 18 de enero de 2021

JAIRO
MAURICIO
GUEVARA
ROSERO

Firmado
digitalmente por
JAIRO MAURICIO
GUEVARA ROSERO

MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO

PRESIDENTE

0401318290
MARILYN GABRIELA
HERRERA JIMENEZ

Firmado digitalmente
por 0401318290
MARILYN GABRIELA
HERRERA JIMENEZ

MSC. HERRERA JIMÉNEZ MARILYN GABRIELA

TUTOR

CECILIA DEL
CARMEN
YACELGA ROSERO

Firmado digitalmente
por CECILIA DEL
CARMEN YACELGA
ROSERO

MSC. YACELGA ROSERO CECILIA DEL CARMEN

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de Idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Chamorro Benavides Katherinne Pamela DATE: 1 de febrero de 2021				
TOPIC: Perfil del Turista que visita el Cantón Montúfar y la Oferta turística del cantón				
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.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" 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 LANGUAGE CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Chamorro Benavides Katherine Pamela

Fecha de recepción del abstract: 1 de febrero de 2021

Fecha de entrega del informe: 1 de febrero de 2021

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 los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
EDISON BOANERGES
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3.Cuestionario Encuesta Perfil del turista

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Dirigido a: Turistas que visitan el Cantón Montúfar

Propósito: Determinar el perfil del turista que visita el cantón Montúfar para la identificación de sus gustos y preferencias.

Motivación: Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario a fin de obtener información confiable que será de uso académico

INSTRUCCIONES: Seleccione la respuesta adecuada a su modo de pensar o su opinión según el caso.

Género M () F () LGTBI ()

Edad: 10 a 19 () 20 a 29 () 30 a 39 () 40 a 49 () 50 a 59 () Más de 60 ()

Estado Civil: Soltero () Casado ()

Nivel Académico: Sin estudios () Primaria () Secundaria () Superior tercer nivel ()
Superior cuarto nivel ()

Procedencia: Local () Nacional () Internacional ()

Ocupación: Profesionista () Empresario/a () Comerciante () Empleado/a () Jubilado/a
() Ama de casa () Estudiante ()

Nivel de ingresos: Salario Básico Unificado () De 401 a 1000 () De 1001 a 2000 ()
Más de 2000() Sin Ingresos ()

1) Indique el motivo principal por el cual Realiza Turismo y visitó el cantón Montúfar.

Escape del Ambiente Cotidiano () Descanso/ Relajación () Motivación Familiar ()
Educación y Cultura () Interés por conocer nuevos lugares () Mejorar Relaciones Sociales
()

2) ¿Con quién decidió realizar el viaje?

Solo () Amigos () Familiares () Pareja () Grupo ()

3) ¿Qué medio transporte utilizó para visitar el Cantón Montúfar?

Propio () Público () Transporte turístico () Motocicleta () Bicicleta ()

4) ¿Cuál es el medio información que utiliza para conocer sobre un lugar Turístico?

Sugerencia Amigos/Familiares () Redes Sociales () Televisión () Radio () Páginas Web () Prensa/Revistas () Campañas Turísticas () Operadoras o agencias de viajes ()

5) ¿Qué tipo de comida prefiere degustar?

Típica () Nacional () Internacional () vegetariana () Vegana ()

6) ¿Qué tipo de actividad turística le gusta realizar cuando visita el Cantón Montúfar?

Visita a sitios Naturales (Cascadas, Bosques, Senderos, Laguas, Páramos)	
Visita a sitios culturales (Centros históricos, Monumentos, Museos	
Visita a sitios Religiosos (Santuarios, Iglesias, Capillas)	

7) Seleccione la respuesta que crea conveniente según su perfil o su forma de ser.

ÍTEMS	SI	NO
Características Perfil Naturaleza		
Le interesa el Contacto directo con la naturaleza		
Le interesa observar y visitar paisajes naturales		
¿Acude a los sitios naturales más por interés recreativo que académico o profesional?		
¿Le interesa conocer sobre la flora y fauna que posee algún sitio natural?		
Características Perfil Ecoturista	SI	NO
Participa en Talleres conservación ambiental		
¿Participa en programas de rescate de flora y fauna?		
¿Le interesa adquirir nuevos conocimientos y colaborar con el la población local en algún aspecto?		
¿Investigó información de los sitios naturales que posee el Cantón Montúfar antes de visitarlo?		
¿Visita los sitios naturales por interés más profesional que recreativo?		
Características Perfil Religioso	SI	NO
¿Se Dirige en especial a visitar los santuarios que posee el Cantón Montúfar?		
¿Le interesa participar en peregrinaciones y misas religiosas?		
¿Le interesa participar en festivales y fiestas religiosas? Eventos anuales?		
Características Perfil Cultural	SI	NO
¿Le interesa conocer más a fondo sobre la historia que posee el cantón Montúfar?		
¿Prefiere visitar centros históricos, monumentos, museos como principal opción?		
¿Le interesa conocer cada una de las costumbres y tradiciones que presenta el Cantón Montúfar?		
¿Le interesa participar e interactuar con los habitantes de la localidad?		

8) ¿Cuánto tiempo está dispuesto a permanecer en el Cantón Montúfar?

1 a 2 días	
Más de 2 días	
Una semana	
Más de una semana	

9) ¿Con que Frecuencia ha visitado el Cantón Montúfar?

Ocasional	
Semanal	
Mensual	
Anual	

10) Según su manera de pensar señale la importancia que poseen los siguientes servicios turísticos.

	Muy importante	Importante	Nada Importante
Alimentación			
Alojamiento			
Transporte			
Cajeros automáticos			
Puntos de información turística			
Zonas Wifi			

10) Escoja el tipo de alojamiento que prefiere utilizar en un lugar turístico

Hotel () Hostal () Hostería () Resort () Refugio () Campamento Turístico () Casa de Huéspedes

11) ¿Cómo considera el servicio Turístico brindado en el Cantón Montúfar?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No Utilizó
Alimentación					
Alojamiento					
Transporte					
Actividades Turísticas					

12) En su visita ¿Cuál fue el gasto total que realizó?

De 1 a 30	
De 31 a 50	
De 51 a 100	
Más de 100	

13) Según su manera de pensar evalué los siguientes aspectos


	Excelente	Bueno	Regular
Experiencia en el Cantón Montúfar			
Actitud de la Población ante su presencia			
Actitud de los ofertantes de servicios turísticos			

14) ¿Regresaría a visitar nuevamente el Cantón?

Si ()

No ()

Anexo 4. Matriz de Control Hotel Categoría 2 Estrellas

 MATRIZ DE CONTROL - ALOJAMIENTO TURÍSTICO (REQUISITOS SIETE)			
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Día: Mes: Año: Nombre del establecimiento: Nombre del propietario: Ruc: Teléfono: Correo electrónico: Provincia: Ciudad: Cantón: Dirección:			
REQUISITOS PARA HOTEL - 2 ESTRELLAS			
REQUISITOS LEGALES			
PERSONAS NATURALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Inventario valorado de Activos fijos			
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			
PERSONAS JURÍDICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Balance General aprobado por la Superintendencia de Bancos			
Escritura de constitución, Aumento de capital, reforma de estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil			
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			
CONDICIONES MÍNIMAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento			
REQUISITOS GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia			
Zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.			
Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación.			
Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores.			
Aplicar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento			
En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento			
Contenedores de desechos, ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos			
Áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir			
Áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas			
Letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño			

y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes			
Letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal			
Número de piso debidamente identificado y señalizado			
Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas			
Áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas			
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción			
Personal uniformado (con distintivo o atuendo)			
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped			
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo			
Cámara de seguridad en al menos un área común.			
Sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento.			
Filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera.			
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos			
INFRAESTRUCTURA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.			
Iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento			
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.			
Fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento			
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas y áreas de preparación de alimentos.			
Elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos.			
Áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes			
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco			
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos			
Área de almacenamiento de lencería en el establecimiento			
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio			
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas			
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Servicio de agua las veinticuatro horas			
Servicio de custodia de equipaje			
Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio			
Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento			
Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas			
Servicio diario de limpieza			

Plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias.			
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.			
Cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar			
Cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared, Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.			
HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Mínimo de 5 habitaciones			
Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso			
Camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza			
Colchón; protector de colchón; sábanas; cobijas; cubrecama, edredón o plumón duvet; almohadas por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.			
Cobija extra a petición del huésped			
Tomacorrientes para uso de huéspedes			
Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico			
Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación			
Agua para consumo en la habitación			
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.			
Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.			
INSTALACIONES GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia.			
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural			
Cuartos de baño y aseo para uso exclusivo del personal			
ÁREAS DE CLIENTES – GENERAL	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario)			
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado			
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción			

mecánica y/o natural			
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción			
Cerradura para puerta de acceso a la habitación			
Clóset y/o armario			
Silla, sillón o sofá			
Luz de velador o cabecera por plaza.			
Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortinas o persianas.			
Televisión ubicada en mueble o soporte con acceso a canales nacionales.			
Sistema de comunicación			
Servicio telefónico con servicio nacional e internacional en la recepción			
ÁREAS DE CLIENTES - CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado			
Espejo sobre el lavamanos			
Toalla de cuerpo y manos por huésped			
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha			
Champú, Jabón, Papel higiénico de repuesto			
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Plancha a disposición del huésped			
Personal con certificación en competencias laborales o son profesionales.			
Personal que hable al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.			
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberá contar con al menos pozo séptico			
OBSERVACIONES:			
Nombre del funcionario: _____			
CI: _____			
Firma: _____			

Fuente: Ministerio de Turismo (2015). Matriz de Control de Alojamiento Turístico. Reglamento de Alojamiento Turístico. Registro Oficial N° 465 del 24 de Marzo de 2015.

Anexo 5. Matriz de Control Hostal Categoría 2 estrellas

 MATRIZ DE CONTROL - ALOJAMIENTO TURÍSTICO (REQUISITOS SIETE)			
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Día: Mes: Año: Nombre del establecimiento: Nombre del propietario: Ruc: Teléfono: Correo electrónico: Provincia: Ciudad: Cantón: Dirección:			
REQUISITOS PARA HOSTAL - 2 ESTRELLAS			
REQUISITOS LEGALES			
PERSONAS NATURALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Inventario valorado de Activos fijos			
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			
PERSONAS JURÍDICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Balance General aprobado por la Superintendencia de Bancos			
Escritura de constitución, Aumento de capital, reforma de estatutos debidamente inscritos en el Registro Mercantil			
Pago de la contribución del 1x1000 a los activos fijos al día			
CONDICIONES MÍNIMAS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento			
Condiciones básicas de limpieza e higiene			
REQUISITOS GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Sistema de iluminación de emergencia			
Zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.			
Mapa de ubicación y de evacuación.			
Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes			
Aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento			

En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento			
Contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos			
Áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir			
Áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas			
Letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo 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			
Letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal			
Número de piso debidamente identificado y señalizado			
Habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas			
Áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas			
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción			
Personal uniformado (con distintivo o atuendo)			
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped			
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo			
Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911			
Cámara de seguridad en al menos un área común.			
Sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata.			
Filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera			
Trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos			
Instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalizado			
INFRAESTRUCTURA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.			
Iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento			
Ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.			

Fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento			
Materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas y áreas de preparación de alimentos.			
Elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos.			
Áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes			
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco			
Espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos			
Área de almacenamiento de lencería en el establecimiento			
Bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio			
Bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas			
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Servicio de agua las veinticuatro horas			
Servicio de custodia de equipaje			
Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio			
Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento			
Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas			
Servicio diario de limpieza			
Plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias.			
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES, QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.			
Cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar			
Cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared, Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.			
HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Mínimo de 5 habitaciones			

Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso			
Camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza			
Colchón; protector de colchón; sábanas; cobijas; cubrecama, edredón o plumón duvet; almohadas por plaza; protector de almohada; al menos un velador o mesa de noche; basurero.			
Cobija extra a petición del huésped			
Tomacorrientes para uso de huéspedes			
Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico			
Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación			
Agua para consumo en la habitación			
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE), QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables.			
Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.			
INSTALACIONES GENERALES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)			
ÁREAS DE CLIENTES – GENERAL	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Área de recepción con mobiliario			
ÁREAS DE CLIENTES – HABITACIONES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido			
Servicio telefónico nacional en la recepción			
Cerradura para puerta de acceso a la habitación			
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción			
Almohada extra a petición del huésped			
Clóset, armario o colgador de ropa			
Luz de velador o cabecera en habitación			

Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			
ÁREAS DE CLIENTES - CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado			
Espejo sobre el lavamanos			
Toalla de cuerpo por huésped			
SERVICIOS	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA
Personal con certificación en competencias laborales o son profesionales.			
Personal que hable al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.			
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberá contar con al menos pozo séptico			
OBSERVACIONES:			
Nombre del funcionario: _____			
CI: _____			
Firma: _____			

Fuente: Ministerio de Turismo (2015). Matriz de Control de Alojamiento Turístico. Reglamento de Alojamiento Turístico. Registro Oficial N° 465 del 24 de Marzo de 2015.

Anexo 6. Matriz de Control Restaurantes Categoría 1 Tenedor

REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – RESTAURANTES			
Nombre del establecimiento:		Correo Electrónico:	
Nombre del Propietario:		Ruc:	
Dirección:		Teléfono:	
Ciudad:		Cantón:	Provincia:
No.	REQUISITOS	CUMPL E	NO CUMPLE
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio Personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades.		
2	Manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.		
3	Sistema de iluminación de emergencia.		
4	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras.		
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:			
5	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.		
	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.		
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.		
6	Suministro de agua permanente en el establecimiento.		
7	Alarma de incendios y/o detector de humo.		
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.		
9	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared.		
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el Establecimiento.		
11	Sumideros en áreas de preparación de alimentos.		
12	Equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.		
13	Baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.		
	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños		
14	Menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.		
15	Personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.		
16	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.		

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

No.	REQUISITOS	CUMPLE	NO CUMPLE
17	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.		
18	Botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.		
19	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.		
20	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.		
21	Bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.		
22	Vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas Condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).		
23	Registro documental de control de plagas.		
24	Pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.		
25	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y Protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.		
26	Trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.		
27	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la Autoridad competente.		
28	Informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.		
29	Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.		
30	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.		
31	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.		
32	Salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.		
33	Suministro continuo de energía eléctrica.		
34	Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.		
35	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.		
36	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.		
37	Letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		
38	Registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico		

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.

REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA RESTAURANTES				
No.	REQUISITOS	SI /NO CUMPLE	PUNTAJE	REQUISITO
1	Entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.		2	Infraestructura
2	Guardarropa y/o percheros para los consumidores.		4	Servicio
3	Vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.		2	Infraestructura
4	Zona específica para bar.		2	Infraestructura
5	Calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.		4	Servicio
6	Menú en idioma extranjero.		4	Servicio
7	Menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, Aguardientes y cervezas.		4	Servicio
8	Posee cava de vinos.		4	Servicio
9	Jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.		4	Servicio
10	Persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.		4	Servicio
11	Parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.		4	Servicio
12	Mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.		4	Servicio
13	Servicio de reserva de mesa.		4	Servicio
14	Anfitrión para recepción de consumidores.		4	Servicio
15	Póliza de responsabilidad civil.		4	Servicio
16	Instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.		4	Servicio
17	Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.		4	Servicio
18	Personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.		4	Servicio
19	Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.		4	Servicio
20	Letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		4	Servicio
21	10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común europeo para las lenguas.		4	Servicio
22	Vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.		2	Infraestructura
23	Sistema computarizado de facturación.		4	Servicio
24	Proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.		6	BPM

25	Plan de registro de temperaturas.		6	BPM
26	Sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.		6	BPM
27	Fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.		4	Servicio
28	Lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.		6	BPM
29	Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por La autoridad Competente.		4	Servicio
30	Certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.		6	BPM
31	Área de pescadería.		6	BPM
32	Área de carnicería.		6	BPM
33	Área de panadería o pastelería.		6	BPM
34	Área separada de cocina caliente y cocina fría.		6	BPM
35	Cámaras de refrigeración.		6	BPM
36	Cámaras de congelación.		6	BPM
37	Facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).		4	Servicio
38	Instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite		6	BPM
39	Plan maestro de limpieza.	SI	6	BPM
40	Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	SI	4	Servicio
41	Vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	NO	4	Servicio
TOTAL			108	182

Fuente: Ministerio de Turismo (2018). Matriz de Control de establecimientos de alimentación. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. . Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre de 2018.