



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
EMPRESAS TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES

TEMA:

**“PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN
ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”**

AUTORA:

MÓNICA PILAR TITO CHIGUANO

DIRECTOR:

MSc. EDWIN ARTEAGA

MARZO - 2010

ÍNDICE

AUTORÍA	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA.....	iii
CAPÍTULO I	1
GENERALIDADES.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Problema a resolver.....	2
1.4 Objetivos.....	2
1.4.1 Objetivo General	2
1.4.2 Objetivos específicos	2
1.5 Justificación e importancia	3
1.6 Marco teórico.....	3
1.6.1 Marketing.....	3
1.6.1.1 Atractividad y competitividad de los destinos turísticos.....	4
1.6.1.2 Influencia de la percepción en la atractividad de un destino.....	4
1.6.1.3 Percepción de los atractivos turísticos.....	4
1.6.1.4 Percepción de la distancia	5
1.6.1.5 Factores que influyen en la percepción del destino	5
1.6.1.5.1 Factores de estímulo	5
1.6.1.5.2 Factores de carácter personal	6
1.6.1.6 Percepción y estrategia de imagen del destino.....	7
1.6.1.7 Competitividad de los destinos turísticos.....	7
1.6.1.8 Mantenimiento de la calidad de los servicios turísticos	8
1.6.1.9 Problemática de los destinos turísticos tradicionales.....	8
1.6.1.10 Monotonía de la oferta turística	9
1.6.2 Estructura del Plan de Marketing.....	10
1.6.2.1 Conceptualización del Plan de Marketing de Destino	10
1.6.2.2 Etapas del Plan de Marketing.....	10
1.6.2.2.1 Primera Etapa: Diagnóstico de la situación actual del destino	10
1.6.2.2.2 Segunda Etapa: Establecimientos de los objetivos y estrategias de marketing ..	12
1.6.2.2.3 Tercera Etapa: Redefinición y estudio de los mercados prioritarios	14
1.6.2.2.4 Cuarta Etapa: Preparación de los planes de marketing para cada uno de los mercados prioritarios.....	15
1.6.2.2.5 Quinta Etapa: Ejecución del plan de marketing del destino.....	15
1.7 Hipótesis	16

1.8 Metodología de la investigación.....	16
1.9 Alcance de la investigación	19
CAPÍTULO II.....	20
BRIEF DEL CANTÓN ESPEJO.....	20
2.1 Antecedentes.....	20
2.2 Datos generales del cantón Espejo.....	20
2.2.1 Descripción Geográfica	20
2.2.2 Extensión y Límites	21
2.2.3 Organización Social.....	21
2.2.3.1 Parroquias Urbanas:.....	22
2.2.3.2 Parroquias Rurales:.....	22
2.2.4 Población	22
2.2.5 Educación	23
2.3 Reseña histórica.....	23
2.4 Aspectos naturales.....	26
2.4.1 Clima.....	26
2.4.2 Relieve	28
2.4.3 Biodiversidad.....	28
2.4.3.1 Flora	29
2.4.3.2 Fauna.....	29
2.4.4 Hidrografía.....	29
2.5 Servicios básicos	30
2.5.1 Agua.....	30
2.5.2 Alcantarillado	31
2.5.3 Energía Eléctrica	31
2.5.4 Telefonía	33
2.5.5 Mercados.....	33
2.6 Gestión	34
2.7 Facilidades	34
2.7.1 Transporte Terrestre.....	34
2.7.2 Accesos	35
2.8 Datos Socio – Económicos del Sector	36
CAPÍTULO III.....	38
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL.....	38
3.1 Análisis interno.....	38
3.1.1 Área Gerencial del Ilustre Municipio de Espejo	38

3.1.1.1 Misión.....	38
3.1.1.2 Visión.....	38
3.1.1.3 Líneas Estratégicas del Municipio de Espejo.....	38
3.1.1.4 Valores Institucionales.....	44
3.1.2 Área de Recursos Humanos.....	45
3.1.2.1 Organigrama Estructural del Municipio de Espejo.....	46
3.1.2.2 Funciones y servicios municipales.....	47
3.1.3 Área de Producción.....	49
3.1.3.1 Ficha de Núcleo Poblacional.....	49
3.1.3.2 Fichas de los Principales Atractivos Turísticos.....	52
3.1.3.3 Fichas de Prestadores de Servicios.....	92
3.1.3.3.1 Fichas de Establecimientos Hoteleros.....	92
3.1.3.3.2 Fichas de Restaurantes.....	101
3.1.4 Área de Marketing.....	106
3.1.4.1 Estrategias de Unidad de Turismo de la Municipalidad de Espejo.....	108
3.1.5 Área Financiera.....	109
3.2 Análisis externo.....	109
3.2.1 Microambiente.....	109
3.2.1.1 Análisis de los clientes.....	109
3.2.1.1.1 Encuesta realizadas a los Turistas que visitan el Cantón Espejo.....	109
3.2.1.1.1.1 Objetivos de la encuesta.....	112
3.2.1.1.1.2 Tamaño de la muestra.....	112
3.2.1.1.1.3 Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales.....	113
3.2.1.1.2 Encuestas aplicadas a los pobladores del Cantón Espejo.....	126
3.2.1.1.2.1 Objetivos de la encuesta.....	128
3.2.1.1.2.2 Tamaño de la muestra.....	128
3.2.1.1.2.3 Análisis de las encuestas aplicadas a los pobladores del cantón Espejo.....	129
3.2.1.1.3 Entrevista aplicada al encargado de la Oficina de Turismo (ITUR).....	137
3.2.1.2 Segmentación de Mercado.....	146
3.2.1.3 Perfil del Cliente.....	147
3.2.1.4 Análisis de la Demanda.....	147
3.2.1.4.1 Demanda Histórica.....	147
3.2.1.4.2 Demanda Actual.....	148
3.2.1.4.3 Demanda Futura.....	148
3.2.1.4.4 Proyección de la Demanda Futura.....	149
3.2.1.5 Análisis de la Oferta – Servicios Turísticos.....	150
3.2.1.5.1 Alojamiento.....	150
3.2.1.5.1.1 Oferta Histórica.....	150
3.2.1.5.1.2 Oferta Futura.....	152
3.2.1.5.1.3 Proyección de la Oferta Futura.....	153
3.2.1.5.1.4 Balance Oferta – Demanda.....	154

3.2.2 Macroambiente	154
3.2.2.1 Factores Políticos	155
3.2.2.2 Factores Económicos	158
3.2.2.3 Factores Socio - Culturales.....	167
3.2.2.4 Factores Demográficos	169
3.2.2.5 Factores Naturales.....	170
3.2.2.6 Factores Tecnológicos	171
3.2.2.7 Datos Estadísticos de Ingreso y Salida de Turistas.....	173
CAPÍTULO IV	176
SINTESIS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CANTÓN ESPEJO	176
4.1 FODA.....	176
4.1.1 Análisis Interno	176
4.1.1.1 Fortalezas.....	176
4.1.1.2 Debilidades	177
4.1.1.3 Matriz de Evaluación del Análisis Interno	177
4.1.2 Análisis Externo	180
4.1.2.1 Oportunidades	180
4.1.2.2 Amenazas.....	180
4.1.2.3 Matriz de Evaluación del Análisis Externo	181
CAPÍTULO V	184
PROPUESTA MERCADOLÓGICA.....	184
5.1 Macroprograma Espejo	184
5.1.1 Programa de sistema de inteligencia de mercados.....	184
5.1.2 Programa de identidad turística.....	185
5.1.3 Programa de diseño.....	185
5.1.4 Programa de materiales varios	186
5.1.5 Programa de ferias de turismo.....	188
5.2 Macroprograma de Promoción de Mercados.....	188
5.2.1 Programa de prensa turística	189
5.2.2 Programa de trade turístico.....	190
5.2.3 Programa turista	192
5.3 Macroprograma de Turismo del Cantón Espejo.....	193
5.3.2 Programa de sensibilización.....	196
5.3.3 Programa de cooperación promocional	197

CAPÍTULO VI	198
PRESUPUESTO DE MEDIOS	198

CAPÍTULO VII	204
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	204
7.1 Conclusiones.....	204
7.2 Recomendaciones.....	205

ANEXOS:	207
BIBLIOGRAFÍA	212
PÁGINAS WEB	213

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro n° 1 Análisis comparativo de los métodos de investigación.....	17
Cuadro n° 2 Análisis comparativo de las fuentes de información	18
Cuadro n° 3 Análisis comparativo de las técnicas de investigación.....	18
Cuadro n° 4 Segmentación de mercado.....	146
Cuadro n° 5 Demanda de turistas que llegan al cantón Espejo.....	147
Cuadro n° 6 Bases proyección de la demanda	149
Cuadro n° 7 Demanda turística proyectada cantón Espejo 2009-2014	150
Cuadro n° 8 Capacidad de alojamiento de establecimientos hoteleros del cantón Espejo, año 2008.....	151
Cuadro n° 9 Capacidad de alojamiento de establecimientos hoteleros del cantón Espejo, año 2009.....	151
Cuadro n° 10 Bases proyección de la oferta.....	153
Cuadro n° 11 Oferta turística proyectada cantón Espejo 2010-2014.....	153
Cuadro n° 12 Superávit entre demanda y oferta de alojamiento del cantón Espejo, 2010 – 2014.....	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Parroquias urbanas del cantón Espejo.....	22
---	-----------

Tabla 2: Parroquias rurales del cantón Espejo	22
Tabla 3: Distribución de la población del cantón Espejo según sus parroquias	22
Tabla 4: Abastecimiento de agua a nivel cantonal.....	30
Tabla 5: Servicio de alcantarillado cantonal.....	31
Tabla 6: Servicio de energía eléctrica.....	32
Tabla 7: Establecimientos de salud	32
Tabla 8: Servicio de transporte a nivel cantonal	34
Tabla 9: Actividades económicas de las parroquias	37
Tabla 10: Actividad económica, expresada como porcentaje de la actividad económica total.....	37
Tabla 11: Inflación noviembre 2008 – septiembre 2009	165
Tabla 12: Inflación agosto – septiembre 2009	165
Tabla 13: Producto Interno Bruto.....	166
Tabla 14: Tasas de variación del PIB	167
Tabla 15: Llegada de Extranjeros al Ecuador (2005-2009).....	173
Tabla 16: Entrada de Extranjeros por Jefaturas (2008-2009).....	173
Tabla 17: Salida de Ecuatorianos (2005-2009)	174
Tabla 18: Salida de Ecuatorianos por Jefaturas.....	175

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales

Gráfico 1: Género.....	113
Gráfico 2: Edad	113
Gráfico 3: Procedencia.....	114
Gráfico 4: Ocupación.....	115
Gráfico 5: ¿Conoce usted el Cantón Espejo?	115
Gráfico 6: ¿Cuál fue su motivo principal para visitar al Cantón Espejo?	116
Gráfico 7: ¿Cuántas veces ha visitado el cantón?	116
Gráfico 8: ¿Cuántos días permanece en el cantón Espejo?	117
Gráfico 9: ¿Usted realiza la visita al cantón?	117

Gráfico 10: Familia – nº de personas.....	118
Gráfico 11: Amigos – nº de personas.....	118
Gráfico 12: ¿Qué medios de transporte utilizo para llegar al cantón Espejo?.....	119
Gráfico 13: ¿Qué tipo de alojamiento utilizo?	119
Gráfico 14: Según su criterio cuando es el periodo que existe mayor afluencia de turistas	120
Gráfico 15: ¿Qué actividades desarrolla en el cantón Espejo?	120
Gráfico 16: ¿Por qué medios obtuvo información turística del cantón Espejo	121
Gráfico 17: ¿Qué aspectos considera que se debería mejorar para el desarrollo turístico en el cantón Espejo?.....	121
Gráfico 18: ¿Cuál es el promedio de gasto diario que usted realiza en los siguientes servicios? Alojamiento	122
Gráfico 19: Alimentación	122
Gráfico 20: Transporte.....	123
Gráfico 21: Recreación	123
Gráfico 22: ¿Los sitios visitados fueron de su agrado?	124
Gráfico 23: De los siguientes servicios turísticos ¿cuáles considera son indispensables en su permanencia?	124
Gráfico 24: ¿Cómo califica los servicios turísticos del cantón espejo? Alojamiento	125
Gráfico 25: Alimentación	125
Gráfico 26: Transporte.....	126
Gráfico 27: Recreación	126

Análisis de las encuestas aplicadas a los pobladores del cantón Espejo

Gráfico 28: Género.....	129
Gráfico 29: Edad	130
Gráfico 30: Ocupación.....	130
Gráfico 31: ¿El cantón cuenta con servicios básicos de calidad (luz, agua y teléfono)? .	131
Gráfico 32: ¿Cuánto conoce acerca de los atractivos turísticos que posee el cantón Espejo?	131
Gráfico 33: ¿Cree que el cantón Espejo tiene un adecuado desarrollo turístico	132

Gráfico 34: Según su criterio cuando es el período que existe mayor afluencia de turistas	132
Gráfico 35: Considera usted que con una mayor difusión sobre los atractivos se incrementaría el turismo en el cantón	133
Gráfico 36: ¿Realiza Ud. actividades turísticas en el cantón Espejo?	133
Gráfico 37: ¿Cree usted que el cantón cuenta con un buen sistema de seguridad para los turistas local, nacional y extranjero?	134
Gráfico 38: ¿Qué actividades le gustaría realizar para desarrollar el turismo en el cantón?	134
Gráfico 39: ¿Cómo califica los servicios turísticos existentes en el cantón Espejo? Alojamiento	135
Gráfico 40: Alimentación	135
Gráfico 41: Transporte	136
Gráfico 42: Recreación	136
Gráfico 43: ¿Qué aspectos considera que se debería mejorar para la desarrollo turístico en el cantón Espejo?	137

ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1: Imagen del Cantón Espejo	106
Foto 2: Díptico del Cantón Espejo	107
Foto 3: Tríptico del Cantón Espejo.....	107

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1: Mapa del cantón Espejo	207
Mapa 2: Cantón Espejo.....	207
Mapa 3: Mapa político del cantón Espejo	208
Mapa 4: Zonas de desarrollo del cantón Espejo.....	209
Mapa 5: Ciudad El Ángel	210
Mapa 6: Vías de acceso	211

AUTORÍA

**Las ideas y comedidos expuestos en el presente informe de investigación,
son de exclusiva responsabilidad de su autora:**

**TITO CHIGUANO MÓNICA PILAR
C.I. 1719304196**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad, el tiempo y la dedicación para estudiar y llegar a ser una profesional.

Agradezco a mis padres y hermanos, amigos/as por su ayuda incondicional a lo largo de mi carrera, que con paciencia y sabiduría han sabido demostrar sus esfuerzos que han sido la fortaleza necesaria para culminar mis metas planteadas.

Mi gratitud a la Universidad Tecnológica Equinoccial, a los docentes y de manera especial al MSc. Edwin Arteaga que con sabiduría, vocación y paciencia supo guiarme en este proceso.

Agradezco también al Sr. Lenin Carrera ex. Alcalde del Cantón Espejo y al Lic. Arturo Mier quienes me ayudaron con la información necesaria para la elaboración de este documento.

DEDICATORIA

De manera especial dedico este trabajo a mis padres que son fuente de inspiración y pilares esenciales que potencian eficazmente mi proyección futura y que por su estímulo y sacrificio han contribuido a la culminación de esta etapa de estudios.

SÍNTESIS DE LA TESIS

El siguiente Plan de Marketing del Cantón Espejo, cuenta con los siguientes análisis e información:

El primer capítulo está conformado por el Plan de Tesis, que contiene información general del Cantón Espejo. Además se plantea las razones por las que se eligió el tema. También consta con la Metodología de la Investigación que se aplicó para el desarrollo del proyecto.

En el segundo capítulo denominado Brief del Cantón Espejo, se detalla la información general del Cantón Espejo en lo referente a la descripción geográfica, organización social, reseña histórica y servicios básicos que posee.

El tercer capítulo contiene el Diagnóstico Situacional Actual, el que está conformado por la parte interna y externa del Cantón Espejo. La parte interna se basa en el análisis de la administración del Ilustre Municipalidad. La parte externa se divide en dos secciones, como lo es el Microambiente, en el cual se realizó el estudio de mercado con el fin de conocer los clientes, la situación actual de la actividad turística y que aspectos se deben mejorar para un adecuado desarrollo turístico en el Cantón. El estudio de mercado se aplico tanto a los turistas nacionales como a los pobladores. También se procedió a realizar el análisis de la oferta y demanda para realizar las respectivas proyecciones.

El Macroambiente, se describe la situación turística fuera del Cantón Espejo y los aspectos que influyen para el desarrollo de dicha actividad.

En el cuarto capítulo se realizó una Síntesis del Análisis Situacional del cantón, es decir el FODA. En esta etapa se analizó las Fortalezas y Debilidades que conforman la parte interna; y las Oportunidades y Amenazas la parte externa. Se aplico la matriz de evaluación la cual nos permite establecer cuáles son las acciones que se necesitan para mejorar la actividad turística.

El quinto capítulo está conformado por la Propuesta Mercadológica, en la cual se plantea diferentes programas para mejorar la actividad turística, identificando las necesidades y requerimientos de los clientes.

En el sexto capítulo se establece el Presupuesto del Plan de Marketing, en el cual constan los medios de comunicación seleccionados para promocionar los diferentes atractivos que posee el cantón.

El séptimo capítulo comprende las Conclusiones y Recomendaciones, dirigidas a las autoridades del cantón, con el fin de mejorar la actividad turística e incrementar el desarrollo económico y social del Cantón Espejo.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 TEMA

“PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”

1.2 ANTECEDENTES

La actividad turística constituye una fuente de ingreso para el país, además que el turismo es generadora de empleo, en esta actividad intervienen varios actores tanto del sector público como privado. El Ecuador es un país con una variedad de climas por su ubicación, dando a lugar a cuatro regiones como lo son: Costa, Sierra, Amazonía y región insular con las Islas Galápagos.

La Provincia del Carchi, está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; el relieve del terreno es bastante irregular y montañoso; la provincia se extiende entre los nudos de Pasto hacia el norte, de Boliche, hacia el sur y en parte del valle del Chota.

Limita al norte con la República de Colombia., al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura., al este con la Provincia de Sucumbíos, y al oeste con la Provincia de Esmeraldas.

El Cantón Espejo es uno de los cantones de la provincia del Carchi, integrado por las parroquias: El Ángel, la Libertad, San Isidro, El Goaltal y la parroquia urbana 27 de Septiembre. La población cantonal según el censo del 2001 es de 13.515 habitantes de los cuales 4.383 viven en el sector urbano del Ángel y 9.132 habitantes pertenecen al sector rural. Los servicios básicos como: luz, agua, teléfono, centros de salud tienen instalaciones que no satisface las necesidades de la población, siendo indispensable que la Municipalidad mejore los servicios.

Sin embargo el cantón posee una variedad de atractivos naturales y culturales los cuales podrían satisfacer las necesidades de los turistas, pero no ha sido posible aprovechar estos recursos debido a la falta de estrategias y políticas para la actividad turística.

1.3 PROBLEMA A RESOLVER

El turismo en nuestro país se ha ido incrementando cada vez más, con lo que se ha visto la necesidad de promocionar los diferentes sitios turísticos; el cantón Espejo posee una variedad de atractivos de orden natural y cultural convirtiéndolo en un potencial turístico.

Sin embargo estos recursos no han sido utilizados adecuadamente, debido a la falta de promoción y difusión de los mismos, conjuntamente con la carencia de materiales informativos y la infraestructura turística existente no es suficiente para el desarrollo turístico de este lugar.

Por lo tanto es necesario el diseño de un Plan de Marketing Turístico, que nos permita conocer la realidad del Cantón Espejo, proponer soluciones para utilizar eficazmente sus recursos, con una adecuada difusión y promoción de los mismos.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Elaborar un Plan de Marketing para el Cantón Espejo, el cual permitirá una adecuada difusión de sus atractivos, el desarrollo turístico de la zona y el posicionamiento en el mercado.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado que permita establecer el diagnóstico situacional interno, externo del micro y macro ambiente del Cantón Espejo.

2. Diseñar el portafolio de productos turísticos que se incluirá en el plan de Marketing Turístico del Cantón Espejo.
3. Establecer la demanda actual y futura de turistas que se dirijan hacia el cantón Espejo.
4. Proponer estrategias para cada una de las variables del Mix del Marketing.
5. Elaborar el presupuesto del Plan de Medios

1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La actividad turística a nivel mundial ha crecido gradualmente, y se está reconociendo al turismo como una fuente de ingreso para un país, la cual requiere acciones y programas específicos y complementarios para su desarrollo. En nuestro país al turismo se lo considera uno de los principales ejes productivos, que benefician a la población mejorando su calidad de vida.

El Cantón Espejo tiene una oportunidad evidente dentro del turismo por su riqueza tanto natural como cultural, lo que hace que el trabajo de investigación planteado tenga importancia para conocer cuál es la demanda que existe en el lugar y de esta manera poder promocionar y difundir los atractivos, lo que permitirá posicionarlos en el mercado, además que se busca incrementar el número de visitantes.

Al desarrollar este plan de marketing se da un paso para el desarrollo turístico de toda la zona, que brindará beneficios a la comunidad ofreciendo nuevas oportunidades de trabajo y alcanzará un mejor nivel económico a más de afianzar su identidad y tradiciones.

1.6 MARCO TEÓRICO

1.6.1 Marketing

Es una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las políticas de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional,

para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos.

“El marketing es un proceso social y gerencial mediante el cual particulares y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y de valor”¹.

1.6.1.1 Atractividad y competitividad de los destinos turísticos

Cuando el turista decide salir de viaje tiene una gran variedad de destinos turísticos para su elección; sin embargo esta toma de decisión debe basarse en los atractivos turísticos que posea el destino y de las ventajas competitivas que ofrezca.

Para la selección del destino el turista se basará en un juicio subjetivo en el cual influyen una serie de factores. Uno de los factores más importantes es la percepción que tenga el turista acerca de uno de los destinos es decir a la capacidad de satisfacer las motivaciones del viaje.

1.6.1.2 Influencia de la percepción en la atractividad de un destino

La atractividad de un destino va a depender de la percepción que tenga el turista acerca de los atractivos y de la distancia que exista entre su lugar de residencia y el atractivo.

1.6.1.3 Percepción de los atractivos turísticos

Trata sobre la percepción acerca de la capacidad de los atractivos para satisfacer las necesidades y expectativas del viaje; esto se da ya que existe una relación entre el atractivo y las motivaciones que tenga el turista para viajar. Los diferentes tipos de turismo se originan por las necesidades, los deseos o expectativas que tengan los turistas los cuales pueden variar en función a los intereses que tengan cada uno de ellos.

¹ Kotler, Bowen, *Marketing Turístico*, 3ª edición. Madrid, 2004, pág. 6

1.6.1.4 Percepción de la distancia

La percepción de la distancia influye en el tiempo y los costos que incurrirán en el transcurso del viaje, lo que incidirá en la toma de decisiones de viajar dependiendo de tipo de viaje que se desee realizar el turista.

Por ejemplo en un viaje a la playa la distancia se puede convertir en un elemento disuasivo porque podría encontrar otros destinos similares más cercanos dependiendo de la relación tiempo – costo. Pero por otro lado puede ser que el turista tome a la distancia como una experiencia más que esta dentro de los parámetros considerados para viajar.

1.6.1.5 Factores que influyen en la percepción del destino

La percepción puede ser influenciada por factores los cuales pueden clasificarse según las características que posean.

1.6.1.5.1 Factores de estímulo

Están dados por las características del propio destino, es decir los estímulos que representan los atractivos turísticos que posee el destino, la cual puede ser afectada por diferentes elementos como lo es clima, la topografía, las vías de acceso, etc.

Para comprender las percepciones es necesario conocer los elementos que conforman el recurso turístico y los factores de estímulo que influyen en la percepción del turista, para lo cual se analizará algunas leyes que son:

- *Ley de similitud:* En la que los turistas percibe una similitud en los destinos turísticos que se encuentren cerca.
- *Ley de proximidad:* Esta ley permite organizar las sensaciones, ya que los destinos pueden estar juntos por lo cual los turistas pueden percibirlos como un todo.

- *Ley de contexto:* Se refiere al entorno que le rodea al atractivo lo que nos permite tener percepciones del destino aunque no se lo conozca.

1.6.1.5.2 Factores de carácter personal

En estos factores se agrupan los rasgos de cada individuo los cuales influyen en la percepción. Entre estos tenemos:

Necesidades: Las necesidades que más influyen en el turista son:

- La necesidad de conocer: Es decir determinar la razón del porque viaja la gente que pueden variar dependiendo del gusto de los turistas y de cómo perciben los destinos turísticos.
- La necesidad de escape: Se encuentra asociado con el deseo de cambiar de ambiente como salir de rutina diaria por tanto las decisiones son impulsivas.
- La necesidad de status: Se refiere al tipo de servicios que el turista va a recibir como la categoría de alojamiento o los diferentes tipos de actividades que puede realizar en el lugar de destino.

Expectativas: Es la manera de percibir que tiene el turista acerca del lugar de destino. Los aspectos que contribuyen a crear las expectativas de los turistas son: las motivaciones que tiene para viajar, las experiencias de viajes anteriores; experiencias de amigos, familiares y la publicidad existente del destino turístico.

Interés: El interés que tenga el turista le ayuda a diferenciar entre lo que es relevante o no, por tanto el turista que gusta de los viajes es más propenso a captar con facilidad la publicidad existente de los lugares turísticos.

Personalidad o estilo de vida: La personalidad es el conjunto de las características estables del comportamiento de un individuo lo que permite distinguirse de los demás. Las

características del estilo de vida son los que reflejan los rasgos de la personalidad que a la vez explica mejor el comportamiento de un individuo. Estas características se pueden medir a través de la segmentación de mercado tomando en cuenta los rasgos de estilo de vida como la segmentación.²

1.6.1.6 Percepción y estrategia de imagen del destino

Es importante analizar y evaluar la imagen que tienen los diferentes tipos de turistas acerca de los atractivos, por lo cual hay que diseñar y manejar una estrategia de imagen para los mercados enfocándose en la promoción y comercialización de la oferta turística.

El primer paso es investigar y valorar la percepción que tienen los turistas que visitan el destino en la actualidad además de identificar los aspectos más relevantes que tiene el lugar.

El segundo paso consiste en diseñar la imagen para cada segmento del mercado considerado, dentro de lo cual se debe tener en cuenta las motivaciones de viajes y los atributos del lugar, distinguir el lugar de la competencia, deber ser creíble y que sea atractivo y que estimule el deseo de conocer el lugar.

Además la imagen puede ser instrumentada de diferentes formas como por ejemplo con el lema que está basado en la realidad del lugar, el cual puede ser apoyado con símbolos visuales para reforzar la imagen.

El Tercer paso es la difusión de la imagen a través de los medios de comunicación para cubrir los diferentes públicos seleccionados.

1.6.1.7 Competitividad de los destinos turísticos

El enfoque del marketing debe estar dirigido hacia el turista, la competencia, y el mercado turístico y su entorno para alcanzar éxito en la gestión de marketing del destino. Para lo

² ACERENZA, Miguel Ángel, *Marketing de Destinos Turísticos*, Trillas, 2004

cual se debe poner atención en los factores que pueden afectar a la competitividad del lugar, para contrarrestar esto se puede desarrollar programas que permitan mejorar el producto turístico actual y mantener a calidad de servicios.

Con la aplicación de programas destinados al mejoramiento continuo del producto turístico se puede lograr mantener un alto nivel de competitividad en los siguientes aspectos:

- Mejora constante de los servicios y de la infraestructura.
- Evitar el deterioro del ambiente.
- Conservar las facilidades y el equipamiento turístico.
- Desarrollar nuevos atractivos y amenidades turísticas.

1.6.1.8 Mantenimiento de la calidad de los servicios turísticos

Se debe poner mayor énfasis en el mantenimiento de un alto nivel de calidad en la prestación de servicios turísticos, puesto que la calidad de servicios influye en la competitividad de un destino para lo cual se debe mantener los estándares satisfactorios en estos servicios.

Un destino competitivo debe tener un alto nivel de capacidad gerencial referido al marketing turístico. En la actualidad se requiere personas más capacitadas en la gestión de marketing del destino con las siguientes características como son: sólidos conocimientos actualizados en marketing turístico, experiencia y habilidad en crear escenarios de alta competitividad y tener una visión internacional del turismo y de los negocios turísticos.

1.6.1.9 Problemática de los destinos turísticos tradicionales

Los destinos turísticos pueden ser afectados por diferentes factores como:

Una de las causas principales de la pérdida de atractividad de los destinos. El deterioro se puede dar por:

- Sobreexplotación de los atractivos por la excesiva explotación comercial de los destinos turísticos.

- Afectación del ambiente por la erosión de estos lugares con la alteración de los ecosistemas.

El descuido de los aspectos urbanos se pueden dar por:

- Desmejoramiento de la infraestructura vial ya que puede ocasionar dificultades de circulación como el congestionamiento.
- Descuido de la imagen urbana por la falta de cuidado de las zonas peatonales, espacios de convivencia.

El envejecimiento de las instalaciones hoteleras se da por la falta de remodelación de este tipo de establecimientos, para adecuarlos a los requerimientos de la demanda actual.

1.6.1.10 Monotonía de la oferta turística

La falta de variedad en la oferta turística con la ausencia de programas destinados al desarrollo de nuevas atracciones turísticas y recreacionales da como resultado la monotonía de los destinos.

Los turistas pierden el interés del visitar un atractivo debido a la falta de creatividad, lo que ha determinado que estos lugares se queden estancados en el tiempo perdiendo su atraktividad y su capacidad de competir en el mercado.

Para contrarrestar este problema se de proponer programas destinados a revitalizar el destino para recuperar la competitividad a través de la puesta en marcha del marketing enfocado al turista para enfrentar a las condiciones que se presentan en el mercado.

1.6.2 Estructura del Plan de Marketing

1.6.2.1 Conceptualización del Plan de Marketing de Destino

El Plan de Marketing es un documento en el que constan las decisiones adoptadas en relación a los mercados, y con los productos y servicios que el destino brinda en los mercados seleccionados. Además se puede encontrar los objetivos y metas, con un esquema completo de las actividades que deberán cumplirse y el orden en el que deben ejecutarse, también consta la asignación de recursos y responsabilidades para su ejecución.³

Conjuntamente podremos encontrar las acciones relacionadas con las acciones previstas con el fin de promover y comercializar la oferta turística del lugar, para su posterior presentación, análisis y sanción por parte del organismo turístico competente.

También brinda información, ventajas adicionales como: fijar objetivos y metas, precisar con claridad que es lo que se debe hacer fomentando la participación en todos los organismos involucrados, facilitar la integración y coordinación de las actividades para el desarrollo de las operaciones en el mercado y efectuar el seguimiento y evaluación de las acciones para la realización de los objetivos.

1.6.2.2 Etapas del Plan de Marketing

1.6.2.2.1 Primera Etapa: Diagnóstico de la situación actual del destino

En esta etapa se busca tener un compendio real acerca del destino turístico para lo cual se realizara los siguientes análisis:

- **Análisis de la gestión de marketing anterior**

Consiste en conocer las características de las acciones y los resultados logrados con la ejecución, para ser evaluados de acuerdo a los objetivos y metas que se propusieron alcanzar.

³ ACERENZA, Miguel Ángel, *Marketing de Destinos Turísticos*, Trillas, 2004

El análisis de la demanda actual del destino se base en los orígenes y evolución de la demanda ya que el objetivo es conocer el volumen total de turistas que recibe el destino mostrando su evolución e identificar los mercados de origen de la demanda. Además el perfil de los turistas actuales permite identificar los principales segmentos captados en la actualidad, así como sus motivaciones de viaje y el grado de satisfacción de los servicios que ofrece el destino⁴.

Del mismo modo, brinda información acerca del cliente, edad y sexo, motivos de viaje, tipo de alojamiento utilizado, gasto promedio, grado de satisfacción e intención de repetición del viaje y la calidad del servicio ofrecido.

La asignación de recursos para la promoción turística en el cantón Espejo, se basará en los convenios y aportaciones de instituciones públicas y privadas, teniendo en cuenta las evaluaciones de las acciones promocionales aplicables verificando su eficacia en relación del logro de los objetivos.

- **Análisis de la situación de la industria turística local**

Tiene como finalidad conocer la repercusión de la gestión de marketing desarrollado por el destino sobre la industria y servicios locales existentes.

Uno de los puntos fundamentales es investigar la capacidad instalada de alojamiento del destino, y ser analizada a nivel general y específico con el fin de mejorar la calidad de servicios, además se debe establecer la situación económica de las empresas buscando un punto de equilibrio operacional en cada una de las categorías de hoteles, para poder evaluar la situación económica de los establecimientos.

Además se debe conservar los establecimientos hoteleros a nivel del mantenimiento y rejuvenecimiento evitando el deterioro de las instituciones que afectan el nivel de la calidad de servicios. Sin embargo se debe prestar atención en el servicio de transporte receptivo a

⁴ ACERENZA, Miguel Ángel, *Marketing de Destinos Turísticos*. Trillas. 2004

través de la evaluación de la situación de los servicios que prestan como los traslados desde terminales a hoteles, city tour y servicios de excursiones hacia otros destinos.

- **Análisis del uso y situación actual de los atractivos turísticos**

El fin es conocer el grado de utilización de los atractivos en función a la capacidad de carga de estos, además de la existencia de atractivos factibles de uso turístico.

Con el excesivo uso del destino turístico pierde la atraktividad y su promoción en los mercados se vuelve más difícil. Además el estudio de la posibilidad de desarrollo de nuevas atracciones ayudaría a fragmentar la monotonía de la oferta en especial los destinos sobreexplotados.

1.6.2.2.2 Segunda Etapa: Establecimientos de los objetivos y estrategias de marketing

Con los resultados obtenidos de la primera etapa, se puede plantear los objetivos y las estrategias que se adoptarán para alcanzarlos.

- **Consideraciones previas sobre los objetivos y estrategias de marketing**

Existen dos tipos de objetivos los generales y los específicos. Los objetivos generales son establecen que es lo que se pretende alcanzar y los objetivos específicos son cuantificables y de rendimiento que se cumplirán en un plazo preestablecido. Y las metas son objetivos específicos que se pueden alcanzar a corto plazo.

Las estrategias son el cómo se alcanzarán los objetivos planteados. En el Plan de Marketing es necesario tener en cuenta tres tipos de estrategias: estrategia general la cual determina cómo se pretende alcanzar los objetivos generales del plan; estrategia competitiva, establece la forma en cómo se alcanzaran los objetivos específicos y la estrategia funcional correspondiente a los programas de marketing relacionada con el producto, distribución y la promoción del destino.

- **Establecimiento de los objetivos generales del plan**

Los objetivos generales del Plan de Marketing tendrán que ser relacionados con los objetivos planteados en el plan de desarrollo turístico del destino los cuales deben estar sustentados en el diagnóstico situacional del destino turístico. Además que se debe tener en cuenta la situación económica de la industria turística local que pueden variar los flujos de visitantes.

- **Determinación de la estrategia para el logro de objetivos**

Basándose en la información obtenida en diagnóstico situacional se podrán adoptar las siguientes estrategias:

- Estrategia de concentración en mercados prioritarios. Analizar las acciones del marketing anterior.
- Estrategia de diversificación de mercados. Si se muestra que exista dependencia a un solo mercado.
- Estrategia de bajo costo. Si el análisis de la demanda actual muestra un turismo masivo y competitivo.
- Estrategia de penetración. En caso que el destino no sea muy conocido.
- Estrategia de desarrollo de nuevos productos. Con el fin de incrementar la capacidad turística de un solo producto.

- **Definición de las políticas de marketing**

Las políticas son líneas directrices específicas, métodos y procedimientos que respaldarán y fomentarán las acciones se tomarán para llevar a cabo para alcanzar los objetivos del plan. También norman y orientan la conducta que se adoptará para el logro de los objetivos, los cuales deben estar orientados a la satisfacción del turista, que brinde oportunidad con todos los prestadores de servicios turísticos.

Las políticas de marketing buscan la comercialización de la oferta turística del lugar y el uso racional de los recursos que se utilicen para este fin.⁵

1.6.2.2.3 Tercera Etapa: Redefinición y estudio de los mercados prioritarios

En esta etapa se plantea la redefinición de los mercados seleccionados para el destino teniendo en cuenta el diagnóstico y evaluación de la demanda actual para una posterior evaluación

El análisis de la situación competitiva de los productos tiene como finalidad identificar los puntos fuertes y débiles del destino en relación a los de la competencia.

Además que con el análisis de la situación de los productos en los canales de distribución se determinara el grado de penetración y de aceptación de los productos turísticos. A través de la inclusión del destino en los programas de los agencias mayoristas, y de la penetración de los productos del destino en los puntos de venta.

El análisis comparativo de los productos y tarifas ofrecidas tiene como objetivo conocer si se debe mejorar o no los productos turísticos de acuerdo a la demanda actual y la competencia que tenga. Dentro de este ámbito se tomara en cuenta el número de paquetes que existan en el mercado del destino, se fijará el paquete de mayor demanda en el mercado.

También hay que considerar los factores de éxito que los competidores utilizan para la promoción y comercialización de su promesa del mercado.

La situación competitiva de la oferta turística del destino es fundamental para la formulación y puesta en marcha de las estrategias de marketing que se aplicarán en los mercados seleccionados.

⁵ ACERENZA, Miguel Ángel, *Marketing de Destinos Turísticos*. Trillas. 2004

1.6.2.2.4 Cuarta Etapa: Preparación de los planes de marketing para cada uno de los mercados prioritarios

Ya analizada la situación de la competencia se debe definir un plan de marketing para cada mercado seleccionado en el destino. Para lo cual se tendrá en cuenta la siguiente información:

Es importante realiza un revisión en cuanto a la significación del mercado considerado para el destino, y del comportamiento observado del flujo de turistas que han llegado al atractivo turístico, tomando en cuenta la información global correspondiente al número de turistas, la tasa promedio de crecimiento y una interpretación de la tendencia.

Con los datos obtenidos con la significación del destino, se debe hacer una reseña de la situación en la que se encuentra el producto del destino en dicho mercado, los puntos que se toman en cuenta para esta reseña son: penetración de los productos en los canales de distribución, participación de la oferta del destino en los puntos de venta, análisis comparativo de los productos del destino en relación a los productos de la competencia y los comentarios sobre la situación competitiva del destino.

Finalmente tenemos la síntesis del plan de marketing en el cual debe detallarse los siguientes puntos: el enfoque de marketing que se adoptará, los objetivos y metas específicas que hay que alcanzar, la estrategia que se aplicará para su consecución, la descripción de los distintos programas de acción que se realizarán, el presupuesto estimado del plan y la calendarización de las acciones.

1.6.2.2.5 Quinta Etapa: Ejecución del plan de marketing del destino

Se busca concentrar todos los esfuerzos de los organismos involucrados en el área turística tanto privados como públicos y el tiempo que se tomará en la ejecución del plan de marketing.

El plan pretende integrar y conducir los esfuerzos de promoción y comercialización para cada uno de los mercados, en el cual consta las actividades a realizarse y las personas responsables de su ejecución.

La ejecución de las acciones debe realizarse en base a los principios que ayudarán a obtener mejores resultados, estos son:⁶

- Las acciones deben formar parte integral del plan de marketing de cada mercado seleccionado, ya que estas deben contribuir al logro de los objetivos.
- Las acciones deben realizarse desde el punto de vista favorable para aprovechar la situación y el momento oportuno de su aplicación. Para su ejecución se deberá tener en cuenta las restricciones de los mercados relacionadas con los períodos en los cuales los turistas salen de viajes; las actividades de la industria de viajes es decir programas para la demanda que existe en temporada alta y las posibilidades de participación de los prestadores de servicios nacionales en la venta de sus servicios.
- Debe existir flexibilidad en la ejecución de programas para reaccionar en cualquier imprevisto que se presente entorno a los mercados y a la competencia.

1.7 HIPÓTESIS

Con la elaboración y aplicación del Plan de Marketing se pretenderá posicionar al cantón Espejo como un producto turístico natural y cultural para el mercado nacional.

1.8 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la tesis se utilizará uno de los siguientes métodos de investigación:

⁶ ACERENZA, Miguel Ángel, *Marketing de Destinos Turísticos*. Trillas. 2004

Cuadro N° 1

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

MÉTODO	DEFINICIÓN	VENTAJAS
DEDUCTIVO	Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, principios d aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.	Permite analizar y evaluar la situación concreta en la cual se encuentra el objeto de estudio, lo que ayuda a llegar al principio del problema.
INDUCTIVO	Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación es de carácter general.	Los resultados obtenidos son la base teórica sobre la cual se fundamenta, las observaciones, descripciones y explicaciones posteriores de realidades, para establecer leyes generales de conocimiento empírico.
ANALÍTICO	Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.	Por medio de este proceso se podrá conocer la realidad del objeto de estudio. Con el análisis se podrá argumentar el conocimiento de la realidad del estudio, a través de cada una de las partes desde los elementos más simples hasta los complejos.

Fuente: Metodología de la Investigación, César Augusto Bernal, segunda edición, Pearson México - PrenticeHall. 2006

Cuadro N° 2

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

FUENTE	DEFINICIÓN	EJEMPLOS
PRIMARIA	Estas fuentes emergen de la necesidad de recopilar información oral o escrita desde la fuente o lugar de los hechos, a través de los relatos o escritos transmitidos actores involucrados. Es información que se va a generar.	<ul style="list-style-type: none">➤ Observación del escenario en estudio.➤ Cuestionarios➤ Entrevistas a las autoridades del cantón.➤ Encuestas a los pobladores.
SECUNDARIA	Esta fuente está conformada por toda la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido dicha información. Es información que ya existe.	<ul style="list-style-type: none">➤ Libros➤ Revistas➤ Periódicos➤ Videos➤ Internet➤ Tesis

Fuente: Metodología diseño y desarrollo del Proceso de Investigación, Carlos Méndez, edición McGraw Hill. 2001

Cuadro N° 3

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

TÉCNICA	DEFINICIÓN	VENTAJAS
OBSERVACIÓN	Esta técnica consiste en observar y a la vez conocer la realidad que permitirá determinar los datos más importantes que deben recogerse y posteriormente	Permite obtener el mayor número de datos del área en estudio, puesto que el investigador sabe que desea observar y para que quiere hacerlo.

	registrarla para su respectivo análisis.	
LA ENTREVISTA	Es una técnica para obtener datos a través de una conversación entre dos personas, de los cuales uno es el entrevistador y otro el entrevistado, con la finalidad de obtener información, por parte de la personas entendida en la investigación.	Permite el contacto directo con la persona entrevistada. Receptar la información en forma directa del hecho o fenómeno en estudio.
LA ENCUESTA	Técnica que se caracteriza básicamente en recoger información por escrito, por lo que el investigador debe prepara y planificar el cuestionario. Además permite el conocimiento de actitudes, motivaciones y las opiniones de las personas.	Se puede administrar el cuestionario a un mayor número de personas. La formulación de preguntas van a realizarse en relación al tema en estudio.

Fuente: Metodología diseño y desarrollo del Proceso de Investigación, Carlos Méndez, edición McGraw Hill. 2001

1.9 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El Plan de Marketing abarcará el área geográfica del Cantón Espejo, dentro de los límites al norte con el cantón Tulcán, al sur con los cantones Bolívar y Mira, al este con los cantones Tulcán y Montúfar y al oeste con el cantón Mira.

CAPÍTULO II

BRIEF DEL CANTÓN ESPEJO

2.1 ANTECEDENTES

El Cantón Espejo, situado en la Provincia del Carchi, es considerado un destino turístico con potencialidad para impulsar la actividad turística; especialmente en las áreas de turismo de naturaleza, ecoturismo, educación ambiental y recreación. Además que se encuentra dentro del Corredor Turístico Sierra Norte, que ofrece varios atractivos complementarios como Otavalo, Cotacachi e Ibarra.

Espejo tiene dos zonas amplias con gran potencial para promover el turismo, la zona alta donde se encuentra ubicada la ciudad El Ángel, en la cual podemos encontrar atractivos naturales relevantes, entre los cuales se destaca la Reserva Ecológica El Ángel; la parroquia Goaltal, en un ecosistema de bosque húmedo montano bajo, zona que ofrece varias alternativas como lo es el turismo recreativo y ecoturismo.

El desarrollo turístico del cantón es importante para la economía local y regional, el cual se puede llevar a cabo promoviendo un ordenado desarrollo y aprovechando debidamente las potencialidades turísticas que posee Espejo en beneficio de los habitantes buscando la conservación de los atractivos.

2.2 DATOS GENERALES DEL CANTÓN ESPEJO

2.2.1 Descripción Geográfica

Espejo es uno de los seis cantones de la provincia del Carchi (noroccidente del Ecuador) que se encuentra ubicado en la parte central de la misma, entre los paralelos 0° 91'' y 0° 62'' de latitud norte; y, entre los meridianos 78° 15' 09'' y 78° 01' 83'' de longitud occidental.

2.2.2 Extensión y Límites

Superficie: 544.2 Km.2; ocupa aproximadamente el 17 % del territorio provincial.

Límites: **Norte;** Cantón Tulcán.
 Sur; Cantones Bolívar y Mira.
 Oriente; Cantones Tulcán y Montúfar.
 Occidente; Cantón Mira.

Altura: Reserva Ecológica El Ángel: sobre los 3600 m.s.n.m.

Zona Alta: 3100-3600 m.s.n.m.

Zona Media: 2.400-3100 m.s.n.m.

Zona Baja: **10** 1.500-2400 m.s.n.m. (correspondiente a los cantones Mira y Bolívar)

2.2.3 Organización Social

En el área central se encuentra la zona administrativa: Municipio, Instituciones Financieras, Centro de Salud IESS, Centros Educativos, de Culto, Gremiales, de Intercambio y Pequeños Comercios. Alrededor de esta estructura urbana central se asienta la zona residencial cuya principal característica es la presencia de áreas destinadas a la agricultura y de forma dispersa estas residencias tienen pequeños comercios. Parte de la estructura político-administrativa de la ciudad es la parroquia urbana 27 de Septiembre que se encuentra ubicada en el sector occidental y que en su mayor porcentaje tiene viviendas muy dispersas que obedecen al trabajo agrícola, además se incorpora a la ciudad con construcciones que constituyen parte de la estructura urbana de la ciudad.

La población del Cantón Espejo, según el Censo del 2001, representa el 8,8 % del total de la Provincia del Carchi; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 0,2 % promedio anual.

El 67,6% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 42,6 % son menores de 20 años. La división política del Cantón Espejo es la siguiente:

2.2.3.1 Parroquias Urbanas:

Tabla 1: Parroquias Urbanas Del Cantón Espejo

PARROQUIAS	BARRIOS
EL ANGEL	Centro, San Vicente, Blas Ángel, Santiago, San Francisco, Nicolás, Dávalos, Bella Vista.
27 de SEPTIEMBRE	Norte, La Colmena, La Victoria, San José de Chabayán, San Miguel de Chabayán, José de Olmedo Ortiz.

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Espejo, 2004

2.2.3.2 Parroquias Rurales:

Tabla 2: Parroquias Rurales del Cantón Espejo

PARROQUIAS	CASERÍOS
LA LIBERTAD	La Rinconada, El Morán, Eloy Alfaro, La Rinconadita, Santa Teresita, Jesús del Gran Poder
SAN ISIDRO	Puchués, Carlizamá, Chitacspi, Santa Rosa, La Cocha, La Calera
EL GOALTAL	Las Juntas, Espejo No. 2, Gualchán, La Cortadera, Los Olivos

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Espejo, 2004

2.2.4 Población

Tabla 3: Distribución de la Población del Cantón Espejo según sus Parroquias

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	13515	6576	6939
EL ANGEL (URBANO)	4383	2091	2292
ÁREA RURAL	9132	4485	4647
PERIFERIA	1895	968	927
EL GOALTAL	910	481	429
LA LIBERTAD (ALIZO)	3484	1700	1784
SAN ISIDRO	2843	1336	1507

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – 2001 Fascículo Cantón Espejo.

2.2.5 Educación

La escolaridad a nivel cantonal es de 6.2 años en promedio, la cantidad de centros de educación llega al número de: 26 primarios, 7 a nivel medio y 2 a nivel superior, del total de centros educativos 7 se encuentran en la ciudad del Ángel. El número de estudiantes en los centros educativos del sector urbano del Ángel llegan a 1.789, del total indicado, 879 pertenecen al nivel primario, 910 al nivel medio y 45 al nivel superior.

A nivel local en el sector educativo se indica que: a nivel urbano los centros disponen de pequeñas bibliotecas en su mayoría improvisadas conocidas como rincón cultural, a nivel de los centros de educación media encontramos bibliotecas cuyo objetivo es la prestación de textos para consulta.

2.3 RESEÑA HISTÓRICA

Prehistoria.- El hallazgo de una punta de lanza de obsidiana hecho por Paúl Rivet, médico de la Segunda Misión Geodésica de Francia, en los páramos de El Ángel, estrabaciones del Cerro Chiltazón, nos permiten deducir la posible antigüedad de los primeros pobladores de estas comarcas; aunque se argumenta que este sitio haya sido un hábitat transitorio, dada la condición de cazadores nómadas. Este período corresponde a lo que los estudiosos lo denominan *Paleoindio* (10.000 años antes de nuestra era.); en el que la humanidad estaba organizada socialmente en hordas; la piedra (obsidiana y basalto)⁷.

La región en la que se encuentra el actual cantón Espejo fue ocupada por las llamadas fases culturales de El Ángel o Piartal, Cuasmal o Pasto, a juzgar por las evidencias localizadas por estudios del pasado carchense.

La Fase Capulí; La gente que perteneció a esta fase es propia de la zona andina, por consiguiente se adapta a la altura y a la temperatura fría, vive naturalmente de los productos

⁷Almeida Ramiro. “Aproximación Histórico-Biográfica de la Plástica Carchense”, Ed. Casa de la Cultura Núcleo del Carchi, 2002

agrícolas y alguna caza; sin embargo, el hábitat más frecuente lo encontramos en la banda oriental andina de la provincia del Carchi.

Con relación a la cronología de esta Fase, podemos afirmar que es la más extensa, comienza en el período Formativo Tardío y llega hasta el período de Integración. Es decir, 1000 años A. C. hasta el siglo XVI de la era actual. En definitiva, su permanencia ha estado durante 2500 años.

La Fase El Ángel; su asiento principal es el Cantón Espejo, de cuya cabecera toma su nombre. En cuanto a su cronología se afirma que la fecha más temprana es el siglo IX y la fecha más tardía es el siglo XIII de nuestra era.

La Fase Cuasmal; considerada como la más tardía, se extiende cronológicamente entre los siglos XIII y XVI de nuestra era; se afirma en sus estudios que esta Fase se encontraba en franca expansión a la llegada de los españoles, por lo que se evidencia también, influencia cuzqueña en sus manifestaciones. Geográficamente se registra su presencia desde Pasto (Colombia), por el Norte, hasta la provincia de Imbabura, por el Sur; de modo que, en el Cantón Espejo, igualmente, es notoria su representación en varios sitios.

Período Colonial.- Se supone que para 1576 que es la fecha en la cual se tiene indicios por vez primera del apareamiento de un pequeño pueblo en las proximidades del actual pueblo de El Ángel, el cual se hallaba bajo el gobierno de Blas Ángel, cacique perteneciente a la familia de los Barbacoas y por consiguiente descendiente de los grupos que habitaron antiguamente la zona de Tres Tolas.

A juzgar por informes de los primeros doctrineros mercedarios con asiento en Puntal, se considera que posiblemente fray Blas de los Ángeles fue quien bautizó a los principales de la comarca de Chitacspi, Tilchao, Chalgvar y Chitalquer, nombre posible de la zona en mención.

Desde el punto de vista religioso, El Ángel perteneció a la doctrina de Puntal y no fue sino hasta el siglo XVIII en que tuvo cura propio, aunque desde el punto de vista civil y

administrativo, toda la comarca de lo que ahora son los cantones Montúfar, Bolívar, Espejo y Mira estaban gobernados por los principales de Tusa, especialmente los García Paspuel Tusa; sin embargo, los angeleños tuvieron cierta independencia en razón de que eran propietarios de las tierras en las cuales ahora se asienta el cantón Espejo.

La Independencia.- Por la época de las guerras de la independencia, El Ángel fue Parroquia Civil (1 de enero de 1818) servida por el Teniente Parroquial Francisco Ponce. El Libertador Simón Bolívar llegó a suelo carchense fue recibido en la hacienda de La Rinconada de propiedad del Cnel. Teodoro Gómez de la Torre. Dicha hacienda fue bautizada con el nombre de Bolívar hasta hace pocos años, además, según la misma tradición, en este lugar existía también una piedra que registraba las fechas que pasó él ejército del Libertador por nuestra provincia⁸.

Período Republicano.- El Ángel y demás pueblos carchenses protestaron intensamente contra "La Carta de la Esclavitud" y los excesos cometidos por los Gobiernos que violaron las libertades públicas. Las luchas políticas fueron a favor de la causa liberal.

En 1895 se formó la columna guerrillera denominada "Los Quelales"; con hombres que lucharon por Alfaro. La zona del actual Cantón Espejo fue parte de las haciendas

Vida Cantonal.- La cantonización de El Ángel fue junta organizado por la Sociedad de Artesanos "Unión Fraterna", en respaldo del H. Congreso Nacional de 1933 que quería destituir al presidente Juan de Dios Martínez Mera; este movimiento fue reprimido por el Gobernador y los autores, encarcelados y/o multados. Días más tarde el Presidente es destituido y los legisladores Doctores León Pío Acosta y Ricardo del Hierro, en actitud de agradecimiento al respaldo de este pueblo, tramitan en el Congreso el Proyecto de Decreto de Cantonización⁹.

⁸ Ibarra, Luis A. "Proceso Histórico del Cantón Espejo", Revista del Ilustre Municipio de Espejo, 1997.

⁹ Cabezas Mafla, Jorge. "Memoria Histórica-Jurídica de la Provincia del Carchi y del Consejo Provincial del Carchi", 1988.

El 27 de septiembre de 1934 se crea el Cantón Espejo, con su cabecera cantonal El Ángel y sus parroquias: La Libertad, Mira, San Isidro, La Concepción. La vida administrativa se caracteriza por su constante afán de superación en la búsqueda de alternativas para paliar, en algo, los múltiples problemas derivados de la pobreza y la posesión de los medios de producción en pocas manos.

Las haciendas producían gran cantidad de bienes que eran comercializados con Colombia y otras ciudades en el interior del país. Por tal razón se creó el Almacén de Abastos Municipales y se exigió a los productores que los vendan al por menor, lo que permitiría proveer de alimentos a la población.

En la administración del Dr. Alfonso Herrera se creó el Hospital Civil. La Piscina Municipal fue construida acorde a las recomendaciones técnicas de la época. Con el fin de realizar actividades de natación y recreación para la juventud, se diseña el ornato del Parque Libertad. Se construyen los parques de Mira, San Isidro y La Libertad. También se crea el primer Colegio del Cantón (Velasco Ibarra, luego se cambia por el nombre de Alfonso Herrera), cuya historia es una epopeya entre los amigos de la cultura y el absurdo interés conservador de aquel tiempo.

En la Vida Cantonal se crean las Parroquias de Juan Montalvo, El Goaltal, Jijón y Caamaño, y la parroquia urbana 27 de septiembre. EL 10 de agosto de 1958 se entroniza la imagen del Sagrado Corazón de Jesús que fue colocado en el Salón de Sesiones de la Presidencia del Concejo¹⁰.

2.4 ASPECTOS NATURALES

2.4.1 Clima

Carchi, la primera Provincia en el callejón interandino presenta niveles altitudinales desde los 1300 m en la zona del valle hasta los 3600 m. S. N.M. en la zona del Páramo del Ángel, lo cual determina la diversidad de vegetación y del apareamiento de una escala de zonas de

¹⁰ AME, Municipio de Espejo; “Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Espejo”, 2004

producción agrícola. La temperatura promedio es de 11 grados en las zonas altas y 18 grados en las zonas de los valles.

El Ángel (cabecera cantonal); 11 – 14 °C. *Páramo*; 7 – 10 °C. *El Goaltal*; 26 ° C.

Según la clasificación climática de la IRD (Instituto Francés de la Investigación para el Desarrollo), en la Región Sierra del Ecuador existen cuatro climas. En la Cuenca del Río El Ángel se evidencian tres de ellos.

Clima Ecuatorial Frío de Alta Montaña

(Reserva Ecológica El Ángel- Zona Alta).- se lo localiza en la zona alta de la sub-cuenca del Río El Ángel. La altura y la exposición son los factores que condicionan el clima. Las temperaturas máximas rara vez sobrepasan los 20° c. y las mínimas tienen valores inferiores a 0° c. Las temperaturas medias fluctúan entre 4 y 8° c.

La gama de los totales pluviométricos anuales va de los 800 a 2.000 mm. Y la mayoría de los aguaceros son de larga duración y de baja intensidad. La humedad relativa es siempre superior al 80%.

Clima Ecuatorial Mesotérmico Semi-húmedo a Húmedo

(Zona Media).- Corresponde a la Zona Media de la sub-cuenca del Río El Ángel. Las temperaturas medias anuales están entre los 12 y los 20° c. y las temperaturas mínimas descienden rara vez a menos de 0° c. y las máximas no superan los 30° c.

La humedad relativa tiene valores comprendidos entre 65 y 80% y la duración de la insolación va de 1.000 a 2.000 horas anuales. Las precipitaciones anuales fluctúan entre los 500 y 2.000 mm. Y están repartidas en dos estaciones lluviosas.

Clima Ecuatorial Mesotérmico Semi-húmedo a Húmedo

(Zona Media).- Corresponde a la Zona Media de la sub-cuenca del Río El Ángel. Las temperaturas medias anuales están entre los 12 y los 20° c. y las temperaturas mínimas descienden rara vez a menos de 0° c. y las máximas no superan los 30° c.

2.4.2 Relieve

Tipos de Suelos: Orgánicos, Cangahuosos, Alofánicos, Negros limosos.

Uso de Suelo y vegetación: Páramo con frailejones (*espeletia* sp), Páramo cenagoso, Páramo inundado, Ceja andina y bosques de *polylepis*, Vegetación arbustiva y eucalipto, Vegetación arbustiva xerofítica, Pastos, Cuerpos de agua, Aéreas urbanas.

2.4.3 Biodiversidad

La mayor biodiversidad se conserva especialmente en la zona de la Reserva Ecológica El Ángel; en *la parte alta*, sobre los 3.500 m, están los páramos, ecosistemas tropicales de gran altitud con plantas y animales adaptados a las condiciones climáticas extremas.

La *parte media* (2.400-3100 m. s. n. m.), es la zona agrícola donde todavía se pueden encontrar remanentes de bosque andino, un ecosistema altamente diverso.

La *parte baja* (1.200-2500 m. s. n. m.), está en un valle seco interandino donde la escasa precipitación limita la diversidad y produce un ecosistema más bien árido y poblado por acacias, pencos y cactus (* Área de estudio que no corresponde al Cantón Espejo).

Formaciones Vegetales.- Bosque Siempre Verde Montano Alto (Andes Occidentales), Matorral Húmedo Montano, Páramo de Frailejones, Páramo Herbáceo.

2.4.3.1 Flora

Zona Alta.- Las plantas de los páramos han desarrollado adaptaciones para sobrevivir en un clima con drásticos cambios de temperatura cada día (estacionalidad diaria), escasez fisiológica de agua, alta irradiación ultravioleta y fuertes vientos. Los frailejones tienen hojas peludas y un abrigo de hojas viejas. Otras plantas típicas de la parte alta son las achupallas y varias especies de paja.

Zona Media.- Hay una notable biodiversidad agrícola, especialmente de tubérculos andinos que complementa la riqueza silvestre de los escasos remanentes boscosos. Algunas especies de plantas dentro de la Reserva Ecológica El Ángel.

2.4.3.2 Fauna

La fauna andina es muy diversa, entre otras cosas, por los diversos pisos ecológicos. No se tienen datos exactos sobre la diversidad Faunística ni sobre el estado de conservación de los animales de la cuenca del río El Ángel y su área de influencia, pero se puede asegurar que la expansión de la frontera agrícola ha alterado drásticamente los hábitats de un sinnúmero de animales como lobos, osos, venados, tigrillos cóndores y ranas.

En la *parte alta* animales propios de la cuenca del río El Ángel son los cóndores y los lobos de páramo.

La *parte media* ha perdido mucho de su fauna silvestre por el avance de la agricultura, pero todavía se encuentran muchas especies de aves adaptadas a zonas cultivadas y varias especies de roedores y mamíferos. La rica biodiversidad de los pisos de la cuenca ha sufrido el impacto de los procesos de desarrollo mal planificados.

2.4.4 Hidrografía

Se destaca la presencia de varias lagunas, vertientes, acequias y quebradas. Entre los principales ríos que nacen de la Reserva están: Ángel, Bobo, Grande, Chiquito, Plata, Morán, Chilquiyacu, Huarmiyacu, Cariyacu y que al unirse todos forman las cuencas del Río Mira y la del Río El Ángel.

2.5 SERVICIOS BÁSICOS

2.5.1 Agua

En la zona urbana existe una extensa cobertura de este servicio con 1.380 usuarios y el tratamiento de 32 lts./seg., que comparado con el consumo de 27 lts./seg., existe un superávit. El servicio se ofrece durante 18 horas diarias. La captación para el sistema de El Ángel es superficial y de vertiente tiene una cobertura de 23 km. de red de agua potable de las cuales 13.200 mts., son de material PVC y 9.800 de tubería de Asbesto cemento.

El suministro del agua para El Ángel se lo realiza durante el día y en la noche se suspende el mismo ya que existen fugas y mal uso en la red de distribución y por parte de los usuarios. En un dato integrado Urbano y Rural del Cantón se observa una cobertura que sobrepasa el 75% y se detallan porcentajes del servicio con diferentes fuentes.

La cobertura en lo Rural es del 90% el servicio se realiza con agua que se trata con cloro e inmediatamente se distribuye al usuario. Para el mejoramiento de la calidad de agua, cobertura el Municipio cuenta con un proyecto del Programa APOSINO que tiene los estudios completos para ejecutar este programa.

Tabla 4: Abastecimiento de Agua a Nivel Cantonal

SISTEMA DE ABASTECIMIENTO	COBERTURA	TOTAL VIVIENDA
RED PÚBLICA	78.30 %	2.587
POZO	1.80 %	59
RIO O VERTIENTE	18.0 %	594
CARRO REPARTIDOR	0.20 %	6
TOTAL	100 %	3.303

Fuente: INEC. VI Censo de población y V de vivienda, Nov. 2001

2.5.2 Alcantarillado

En la cabecera cantonal existe una cobertura aproximada de 95% siendo el mismo de tipo combinado. El total de descargas de este sistema son 4 cuyo destino final es el Río El Ángel, no existe tratamiento para este tipo de desecho. El 5% de déficit en lo urbano se encuentra ubicado en los sectores periféricos de la ciudad.

Las parroquias cuentan con sistema de alcantarillado particularmente en su sector consolidado y tiene una cobertura del 75%, no realizan ningún tipo de tratamiento procediendo a evacuar en descargas que en ciertas circunstancias son a cielo abierto. El déficit de este servicio se ubica en los sectores periféricos y en los asentamientos dispersos rurales.

Tabla 5: Servicio de Alcantarillado Cantonal

SISTEMA DE ALCANTARILLADO	COBERTURA	TOTAL VIVIENDA
RED PÚBLIC. ALCAN.	70.1 %	2.314
POZO CIEGO	6.3 %	208
POZO SÉPTICO	3.6 %	118
OTRA FORMA	20.1 %	663
TOTAL	100 %	3.303

Fuente: INEC VI Censo de población y V de vivienda Nov. 2001

2.5.3 Energía Eléctrica

La cabecera cantonal cuenta con una cobertura aproximada del 94.6%. Su red principal está inter-conectada al sistema nacional y es administrada por EMELNORTE. La Población cuenta con energía eléctrica permanente cuya demanda de servicio es satisfecha, la cobertura a nivel cantonal avanza a 3.750 abonados y existen sectores en índices menores sin servicio el 5.4%.

La ciudad de El Ángel cuenta con una planta generadora de energía eléctrica que produce 200 kw y que representa el 10% de la demanda cantonal, es decir que la generación de energía es suficiente sin embargo el 5.4% se puede solventar con la extensión de redes del sistema.

Tabla 6: Servicio de Energía Eléctrica

SERVICIO	COBERTURA	TOTAL VIVIENDAS
SI DISPONE	94.6 %	3.123
NO DISPONE	5.4%	180
TOTAL	100%	3.303

Fuente: INEC VI Censo de población y V de vivienda Nov. 2001

Establecimientos de salud: En la cabecera cantonal de Espejo se encuentra un centro de salud, el hospital El Ángel, el mismo que presta sus servicios a toda la población del Cantón y además atiende a las parroquias aledañas de los cantones Mira y Bolívar. El Patronato de Salud, adscrito al Municipio, brinda el servicio de maternidad gratuita y servicios de farmacia en la ciudad de El Ángel, San Isidro e Ingüeza.

Tabla 7: Establecimientos de Salud

LOCALIDAD	PROFESIONALES DE SALUD		ESTABLECIMIENTOS DE SALUD			
	MÉDICOS	OTROS	HOSPITALES	SUBCENTROS	PUESTOS	IESS
CABECERA CANTONAL						
EL ANGEL	6	19	1			1
CHABAYAN		1			1	
PARROQUIAS						
LA LIBERTAD	2	1		1	1	1*
ELOY ALFARO		1				
SAN ISIDRO	2	3		1		1*
INGÜEZA		1			2	
EL GOALTAL		1			2	
TOTAL	10	27	1	2	5	4

* Inspector Sanitario

FUENTE: Departamento DE Estadística – Hospital del El Ángel; 2003

2.5.4 Telefonía

El servicio telefónico es proporcionado por Andinatel y también por empresas de telefonía móvil que no tiene la cobertura total. En la ciudad de El Ángel existen aproximadamente 800 abonados y en las parroquias rurales suman 455 abonados. Este servicio se concentra en lo urbano y en los sectores consolidados de las parroquias así: 100 abonados en la parroquia La Libertad y 355 en San Isidro, teniendo en el Goaltal dos estaciones de ANDINATEL (CNT) que atiende a los sectores de Gualchán y Las Juntas.¹¹

2.5.5 Mercados

En la ciudad de El Ángel existen dos mercados: El mercado Central y el mercado Norte, en la Parroquia San Isidro un mercado y en la 27 de Septiembre un mercado, la feria libre funciona los días Lunes en la ciudad de El Ángel y se ubica en las calles Salinas, Calderón, Av. Espejo y Bolívar y se han catastrado 380 puestos los mismos que son de abastos, ropa, artículos varios.

En los mercados existentes se mantienen 18 puestos permanentes especialmente de comidas dejando una superficie sin utilizar de aproximadamente el 90%. Los comerciantes que ocupan el sector de feria son de otras ciudades del país y ocupan estas calles temporalmente (todos los días lunes), la demanda de espacio de esta feria puede ser albergada por la infraestructura existente.

El mercado central cuenta con una infraestructura moderna de hormigón armado y que se encuentra en buen estado se implanta en un terreno de 1.500 m2., en una construcción de dos plantas de 1.300m2., que en la actualidad se encuentra subutilizada con 10 puestos permanentes especialmente de comidas tiene una capacidad de 75 puestos. (Fuente IME).

¹¹Ilustre Municipio de Espejo, Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Espejo, 2004

2.6 GESTIÓN

Existen sitios destinados para tal efecto tanto en el sector público como en el privado. En el sector público podemos mencionar al Municipio, Banco Nacional de Fomento, Correos, Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) “andinetel”, oficina de EMELNORTE, Fiscalía, Juzgados. En el sector privado tenemos la presencia de Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Hosterías, Residenciales, Oficinas privadas, entre otros.

2.7 FACILIDADES

2.7.1 Transporte Terrestre

La población del cantón está servida por tres Cooperativas pertenecientes al cantón Espejo y una perteneciente al cantón Mira y dos instituciones que sirven con busetas de pasajeros una de transporte de carga menor y la cooperativa de taxis que es el principal nexo con el traslado de pasajeros desde la panamericana en el sitio Bolívar y que tiene un nexo directo con la ciudad de Tulcán.

Tabla 8: Servicio de Transporte a Nivel Cantonal

EMPRESA	No. UNIDADES	RUTAS	FRECUENCIA
COOPERATIVA DE TRANSPORTE ESPEJO	25	El Ángel –Ibarra-Quito	Servicio diario y cada hora de 03:00 a 17:00
		El Ángel – Tulcán	Servicio diario (único recorrido a las 07::00)
		El Ángel – Las Peñas	Sábados y domingos (único recorrido 03:15)
		El Ángel – La Libertad	Servicio diario (06:00 a 22:00)
COOPERATIVA DE TAXIS CIUDAD DE EL ANGEL	34	El Ángel-San Isidro	Servicio diario (06:00 am a 19h00)
		Mira El Ángel-Bolívar	Servicio diario (06:00 a.m a 19h00)

COOPERATIVA CAMIONETAS LIBERTAD DEL CARCHI	23	Nivel del Cantón	Servicio diario (6:00 a 19:00)
COOPERATIVA TRANSPORTES MIRA	14	Mira – El Ángel Tulcán	Servicio diario de (7:00 a 16h00)

Fuente: Cooperativas De Transporte Del Cantón Espejo – PDECE 2004

2.7.2 Accesos

El ingreso principal al cantón es a partir de la carretera panamericana Norte una vía provincial asfaltada que comunica los cantones Bolívar, El Ángel y Mira, de esta se desprende una red de caminos vecinales secundarios y terciarios, completando una red vial que integra todo el cantón. El cantón cuenta con 401.6 Km. En vías de los cuales 23.5 Km. Son asfaltados, 103.3 Km. Son lastrados, 80.7 Km., empedrados, 194.10 Km., de tierra o suelo natural. Además se cuenta con una red vial urbana adoquinada de 16 Km., distribuida entre la ciudad de El Ángel y las cabeceras parroquiales especialmente sus núcleos urbanos.

La ciudad tiene una trama urbana regular como eje principal longitudinal en la parte sur de la misma está implantada la carretera provincial que une los cantones de la provincia del Carchi (Bolívar, Espejo, Mira), por su fluidez y frecuencia de uso plantea una división de la ciudad en el sector Oriental y Occidental de la misma, junto a esta vía se asientan varios elementos urbanos de la ciudad.

A partir de aquí existen varios ingresos al interior de la ciudad que está asentada sobre una meseta con pendientes menores y una trama urbana regular con 7 ejes longitudinales y 8 ejes transversales principales que no presentan obstáculos para un desempeño de tránsito vehicular como peatonal ya que en el 80% de las mismas (9km. Se encuentran tratadas con adoquín de hormigón, piedra y asfalto). Las cabeceras parroquiales cuentan con calles que tienen tratamiento, aceras, bordillos especialmente en el sector del centro administrativo, y

de vivienda es decir sus calles principales ofreciendo facilidad para el tránsito vehicular y peatonal.

2.8 Datos Socio – Económicos del Sector

Actividades Económicas

La principal actividad económica del Cantón es la agricultura. Los productos que se cultivan son las papas y pastos para ganadería. En menor escala están los cultivos de cebada, trigo, maíz, habas, arveja. De esta forma la agricultura logra incorporar, en su mayoría, la mano de obra local disponible, lo que consolida la estructura productiva cantonal.

Otra de las actividades económicas en el Cantón es la producción artesanal, específicamente los sacos de lana de oveja tejidos a mano. También cuenta la prestación de servicios públicos y privados en el ámbito urbano.

Igualmente, la presencia de empresas florícolas, que exportan sus productos a Europa y EE.UU., contribuye con puestos de trabajo para cientos de familias. La cantidad de suelo dedicado al uso agropecuario en el cantón Espejo es de cerca de 22800 hectáreas estas están distribuidas de la siguiente manera.

La principal actividad pecuaria del cantón Espejo, es la crianza de ganado vacuno destinado para la producción de leche.

Tabla 9: Actividades Económicas de las Parroquias

PARROQUIA	ACTIVIDAD ECONÓMICA	ORDEN DE IMPORTANCIA		MERCADO DE DESTINO
		%	ORDEN	
EL ANGEL	AGRICULTURA	60	1	IBARRA
	GANADERÍA	35	2	SAN GABRIEL
	TURISMO	5	3	OTAVALO
SAN ISIDRO	AGRICULTURA	50	1	IBARRA
	GANADERÍA	30	2	IBARRA
	ARTESANÍA	20	3	QUITO
LIBERTAD	AGRICULTURA	50	1	FABRICA
	GANADERÍA	50	2	IBARRA
27 DE SEPTIEMBRE	AGRICULTURA	60	1	IBARRA
	GANADERÍA	40	2	IBARRA
GOALTAL	GANADERIA	50	1	IBARRA
	AGRICULTURA	40	2	IBARRA
	PESCA	5	3	IBARRA
	COMERCIO	5	4	IBARRA

Fuente: Plan Vial De Espejo – MOP 2003

Tabla 10: Actividad económica, expresada como porcentaje de la actividad económica total

Parroquia	Agricultura	Ganadería	Minería	Turismo	Pesca	Otros
EL ANGEL	60	35				5
SAN ISIDRO	50	30				20
LIBERTAD	50	50				
27 DE SEPTIEMBRE	60	40				
GOALTAL	50	40			5	5

Fuente: Plan Vial De Espejo – MOP 2003

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL

3.1 ANÁLISIS INTERNO

3.1.1 Área Gerencial del Ilustre Municipio de Espejo

3.1.1.1 Misión

El Ilustre Municipio de Espejo es una institución promotora y gestora del desarrollo integral del cantón. Está orientada a servir a la comunidad, y se encuentra en permanente cambio para lograr ser más efectiva y participativa.

3.1.1.2 Visión

El Ilustre Municipio de Espejo del 2013 promueve el desarrollo integral participativo de la comunidad a través de la optimización del talento humano, de los recursos materiales de la información y de la comunicación; es autogestionario y eficiente, mantiene un marco legal orientador y facilitador de sus acciones y está en permanente coordinación interna y con organismos nacionales e internacionales.

3.1.1.3 Líneas Estratégicas del Municipio de Espejo

LÍNEA ESTRATÉGICA: El municipio es una Institución que promueve el desarrollo integral participativo del cantón		
OBJETIVO	POLÍTICA	ESTRATEGIAS
Lograr establecer en la organización Municipal una cultura de desarrollo integral y de participación	Impulsar actitudes de cambio en el Personal hacia una cultura que promueve el desarrollo integral Municipal	Instaurar incentivos para los departamentos cuyos proyectos incorporen de manera determinante la participación.

<p>permanente de los actores internos y externos en los proyectos que el Municipio despliega para el bienestar ciudadano.</p>		
	<p>Estimular acciones de capacitación hacia la comunidad.</p>	<p>Instaurar incentivos para los departamentos cuyos proyectos sean integrales.</p> <p>Reproducir mediante círculos de información aquellos proyectos exitosos en participación del propio Municipio como de otros similares.</p>
	<p>Fomentar las acciones departamentales del Municipio de Espejo que tengan orientaciones hacia la participación ciudadana.</p>	<p>Incorporar la Participación ciudadana en los proyectos emprendidos por los Departamentos Municipales.</p>
	<p>Priorizar la ejecución de proyectos en los que se mantengan equipos interdisciplinarios municipales y de cooperación interinstitucional.</p>	<p>Dictar el marco legal interno que determine como fundamentales los proyectos que inmiscuyan equipos interdisciplinarios y externos al municipio.</p>
	<p>Vigorizar los servicios de asistencia social.</p>	<p>Ampliar la cobertura de los servicios de asistencia social.</p>
	<p>Determinar cómo necesidades básicas de Capacitación aquellas destinadas a crear una conciencia de participación y desarrollo Integral.</p>	<p>Elaborar un Plan de capacitación y de reproducción de experiencias.</p> <p>Elaborar un Plan de capacitación y de reproducción de experiencias.</p>

		Elaborar un Plan de capacitación y de reproducción de experiencias.
LÍNEA ESTRATÉGICA: Institución Autogestionaria		
OBJETIVO	POLÍTICA	ESTRATEGIAS
Mejorar y ampliar la recaudación de ingresos propios municipales.	Desarrollar la cultura de tributación en el los pobladores del cantón	<p>Desarrollar la cultura de tributación en el los pobladores del cantón</p> <p>Desarrollar la cultura de tributación en el los pobladores del cantón</p> <p>Capacitar al personal del departamento Financiero en el marco legal del cobro de impuestos y tasas.</p> <p>Mejorar y facilitar los sistemas de atención a contribuyentes.</p>
	Estimular la eliminación paulatina de los subsidios de los servicios Municipales.	<p>Concienciar a la comunidad de los resultados negativos de mantener subsidios a los servicios.</p> <p>Fijar controles permanentes con la participación ciudadana para evitar fugas y mal uso del agua.</p>
	Orientar el desarrollo de proyectos con cofinanciación comunitaria	<p>Difundir la cofinanciación de las obras municipales y disminuir el paternalismo</p> <p>Determinar bajo ordenanza los tipos de proyectos y los montos en los que pueden ser cofinanciados los proyectos Municipales.</p>

	<p>Desarrollar la cultura de tributación en el los pobladores del cantón</p>	<p>Elaborar planes de comunicación y de descuentos por pagos a tiempo.</p> <p>Establecer una campaña de difusión del destino de los ingresos tributarios del Municipio.</p> <p>Capacitar al personal del departamento Financiero en el marco legal del cobro de impuestos y tasas.</p> <p>Mejorar y facilitar los sistemas de atención a contribuyentes.</p>
	<p>Estimular la eliminación paulatina de los subsidios de los servicios Municipales.</p>	<p>Concienciar a la comunidad de los resultados negativos de mantener subsidios a los servicios.</p> <p>Fijar controles permanentes con la participación ciudadana para evitar fugas y mal uso del agua.</p>
	<p>Orientar el desarrollo de proyectos con cofinanciación comunitaria</p>	<p>Difundir la cofinanciación de las obras municipales y disminuir el paternalismo.</p> <p>Determinar bajo ordenanza los tipos de proyectos y los montos en los que pueden ser cofinanciados los proyectos Municipales</p>
<p>LÍNEA ESTRATÉGICA: Optimización del talento humano y de los recursos materiales para lograr eficiencia.</p>		
OBJETIVO	POLÍTICA	ESTRATEGIAS

Potenciar el Talento Humano del Municipio de Espejo para transformarlo en base de los procesos de desarrollo a implementarse	Orientar acciones concretas y permanentes que apoyen procesos de capacitación del Personal Municipal a todo nivel.	<p>Determinar un fondo presupuestal permanente de capacitación anualmente.</p> <p>Elaborar planes integrales de capacitación para el Municipio.</p> <p>Propiciar el desarrollar alianzas y convenios con organizaciones de asistencia técnica y capacitación.</p> <p>Establecer funciones específicas generales para los empedados del Municipio de Espejo</p> <p>Mantener un correcto procedimiento en la actividades departamentales e Ínter departamentales</p> <p>Desarrollar una estructura funcional que contribuya a lograr la misión y visión institucional.</p>
	Incentivar trabajos municipales por Objetivos y resultados.	Encauzar modelos de desarrollo y evaluación del talento humano por Competencias.
Optimizar los recursos materiales, (Infraestructura, recursos económicos, equipo, tecnología) del Municipio de Espejo	Fomentar la cultura de la optimización en el uso de materiales suministros, equipos y maquinaria en el Municipio.	<p>Capacitar a los empedados en el uso adecuado de Recursos y en el manejo adecuado de suministros.</p> <p>Desarrollar reglamentos internos para el uso y control de los suministros.</p>
	Incentivar la preparación del personal Municipal que tienda	Brindar apoyo a los empleados que se encuentra realizando estudios

	a optimizar el uso de la tecnología	<p>Capacitar al personal Municipal en el completo uso de los sistemas informáticos disponibles.</p> <p>Redistribuir los espacios físicos del Municipio y el equipamiento de las oficinas</p>
LÍNEA ESTRATÉGICA: Desarrollo de tecnologías de la información y la comunicación y permanente coordinación interna y externa.		
OBJETIVOS	POLÍTICA	ESTRATEGIAS
Orientar acciones hacia la consecución de un ambiente laboral agradable que favorezca la consecución de la misión y visión Institucional.	Fomentar las actividades que ayuden a afianzar el clima laboral en el Municipio de Espejo.	<p>Evaluar y reproducir las experiencias exitosas de los departamentos del Municipio que generen un buen ambiente laboral</p> <p>Desarrollar un ambiente de compromiso del Talento Humano con la Institución</p> <p>Establecer un cronograma de fechas especiales anual que deban celebrarse.</p> <p>Establecer clubes de acuerdo a las aficiones del personal del Municipio de Espejo.</p>
Desarrollar canales permanentes de comunicación del Municipio hacia el entorno.	Impulsar los proyectos actuales que trabajen en forma directa y constante con instituciones externas.	<p>Incrementar los convenios de trabajo con Instituciones externas.</p> <p>Establecer reuniones permanentes con el Comité Cívico de Desarrollo cantonal</p> <p>Dar Impulso a la Mancomunidad en el</p>

		manejo de los Recursos hídricos e incrementar otros proyectos.
LÍNEA ESTRATÉGICA: Desarrollo de tecnologías de la información y la comunicación y permanente coordinación.		
OBJETIVO	POLÍTICA	ESTRATEGIAS
Lograr establecer en el Municipio de Espejo un moderno sistema de Información y comunicación que oriente las acciones del Municipio.	Impulsar la construcción y/o adquisición de sistemas informáticos que permitan interconectividad entre los departamentos	Elaborar un Sistema de Información y comunicación del Municipio de Espejo. Desarrollar estudios que determine el grado de conectividad sistematizada que se necesita en el Municipio de Espejo.
	Fomentar los espacios institucionalizados de comunicación y retroalimentación.	Determinar reuniones interdepartamentales y con el concejo cantonal. Determinar reuniones de evaluación de proyectos. Incrementar los espacios institucionales para mejorar las relaciones grupales en el Municipio.

3.1.1.4 Valores Institucionales

- **Actitud abierta a la participación interna y externa.-** Porque creemos que el trabajo conjunto institucional e interinstitucionales nos permite multiplicar logros.
- **Equidad Institucional.-** Como medio para erradicar las exclusiones y fomentar la igualdad de condiciones para todas las oportunidades en el ambiente interno y hacia el entorno.

- **Profesionalismo y Calidad en el trabajo.-** Porque creemos en el desarrollo de las habilidades y destrezas de nuestro Talento Humano para lograr productos y servicios dignos para nuestro cantón.
- **Puntualidad.-** Como una característica de identidad de nuestra institución.
- **Ética.-** Como un sistema irremplazable que regula el comportamiento individual y colectivo en todas las actitudes Municipales.
- **Respeto a las leyes personales e institucionales.-** Para convertirnos en el paradigma de lo correcto.
- **Iniciativa.-** Como norma general de trabajo permanente y diario.
- **Trabajo en Equipo.-** Porque creemos en poder de los sistemas altamente sincréticos
- **Compromiso Institucional.-** Porque es al Municipio a quien nos debemos y es el desarrollo cantonal lo que nos mueve.¹²

3.1.2 Área de Recursos Humanos

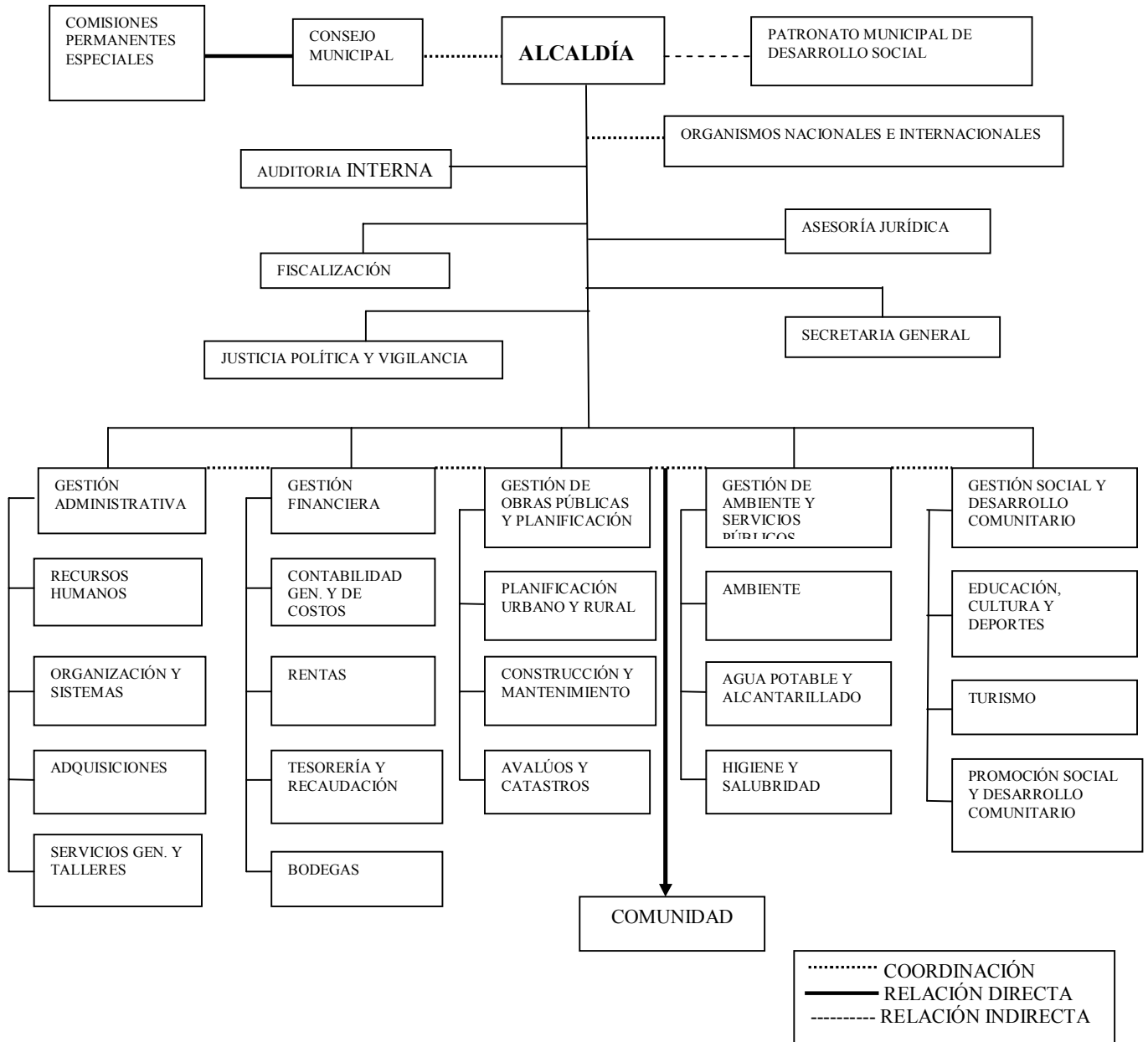
El Gobierno Cantonal de Espejo, para el cumplimiento de su misión, visión, objetivos, atribuciones y responsabilidades, está integrado por los siguientes niveles:

- a) **Legislativo**, que corresponde al Ilustre Consejo Municipal Integrado por Concejales;
- b) **Ejecutivo**, representado por el Alcalde;
- c) **Asesor**, integrado por las comisiones permanentes y especiales, legalmente designadas por el Consejo Municipal;
- d) **Apoyo**, integrado por Secretaria General, Dirección Financiera; y,

¹² Plan de Fortalecimiento Institucional del Ilustre Municipio de Espejo - 2004

e) **Operativo**, integrado por Dirección de Obras Publicas y Comisaria Municipal

3.1.2.1 Organigrama Estructural del Municipio de Espejo¹³



¹³ Ordenanza de clasificación de puestos, escalafón de sueldos y evaluación del desempeño de los funcionarios y empleados del Ilustre Municipio del Cantón Espejo, 2003

3.1.2.2 Funciones y servicios municipales

Las funciones y servicios que son de responsabilidad municipal, se ejecutan a través de las direcciones y jefaturas que son las siguientes:

Alcaldía: Representada por el Alcalde. Es el ordenador del gasto requerido para el cumplimiento de las obligaciones y la provisión de bienes, servicios y ejecución de obras; diseña el borrador del presupuesto; realiza la programación de obras comunitarias; gestiona ante organismos gubernamentales y no gubernamentales financiamiento para la ejecución de obras y proyectos.

Asesoría Jurídica: Está representada por el Procurador Síndico, tiene a su cargo todo lo relacionado con las labores de asesoría legal municipal, y patrocinar ante los jueces y tribunales competentes, la defensa legal del Municipio. Bajo su responsabilidad está el funcionamiento de la Unidad Jurídica y Unidad de Coactivas.

Gestión Financiera: Representada por el Director de Gestión Financiera, su rol es formular e implantar esquemas de control financiero, así como las normas técnicas de control interno; prestar asistencia técnica a la Alcaldía, Consejo y demás procesos operativos de la Municipalidad; además de consolidar y fortalecer las acciones de asistencia técnica financiera mediante el cumplimiento de los objetivos institucionales. Tiene bajo su responsabilidad las áreas de Contabilidad General y de Costos; Rentas; Tesorería y Recaudación; y Bodegas.

Gestión Administrativa: Está representada por el Director Administrativo, tienen la responsabilidad en el apoyo técnico administrativo a los procesos de trabajo de la Municipalidad que requiere de altos conocimientos de formación, experiencia y manejo de relaciones humanas de calidad. Bajo la responsabilidad están las áreas de Recursos Humanos; Organización y Sistemas; Adquisiciones; Servicios Generales y Talleres.

Gestión de Obras Públicas y Planificación: Son competencias del Director de la Gestión de Obras Públicas y Planificación; su rol es el planeamiento, dirección, ejecución y control

de los programas de obras públicas y planificación. Consolidar y fortalecer la acción de los procesos institucionales que permita la operatividad de los procesos a través de las normas técnicas. Bajo su responsabilidad están las áreas de Planeamiento Urbano y Rural, Construcción y Mantenimiento; Avalúos Catastros.

Gestión de Ambiente y Servicios Públicos: Está representado por el Director de Gestión Ambiental y Servicios Públicos. Su rol es dotar de un buen servicio de Agua Potable y Alcantarillado como también mejorar las condiciones de salubridad, higiene y saneamiento ambiental para el Cantón y sus parroquias, participación activa en el Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal. Las áreas de trabajo dependientes son Ambiente; Agua Potable y Alcantarillado; Higiene y Salubridad.

Gestión Social y Desarrollo Comunitario: Son competencias del Director de Gestión Social y Desarrollo Comunitario. Su rol es diseñar proyectos conducentes a la prestación de servicios de Turismo, Educación, Cultura y Deportes, Promoción Social y Desarrollo Comunitario con el fin de mejorar la calidad de vida de la población. Establecer políticas y planes de desarrollo cantonal establecidos por la Municipalidad. Bajo su dependencia están las áreas de Turismo; Educación; Cultura y Deportes; Promoción Social y Desarrollo Comunitario.

Secretaria General: Son competencias del Secretario General: su rol es organizar y tramitar los asuntos que deba conocer el Alcalde, además de dar fe de sus actos y los de la Alcaldía. Además de consolidar y fortalecer la acción de los diferentes procesos, mediante normas, políticas y estrategias que garanticen la producción de productos y servicios. Las áreas de trabajo dependientes son Secretaria General y Archivo.

Fiscalización: El representante es el Jefe de Fiscalización, su rol es controlar las especificaciones técnicas, plazos, costos y demás obligaciones relacionadas con la obra pública, con la determinación de los elementos y procedimientos técnicos e instrumentos de operación indispensables para administrar la obra pública.

Justicia Política y Vigilancia: Son competencias del Comisario. Su rol es ejecutar las labores de control de higiene, saneamiento ambiental, instalaciones, construcciones y servicios públicos, juzgamiento de infracciones a las normas municipales fortaleciendo las acciones de supervisión de normas para garantizar la operatividad de los procesos. Bajo su dependencia esta el Cuerpo de Policía y Vigilancia¹⁴.

3.1.3 Área de Producción

3.1.3.1 Ficha de Núcleo Poblacional

FICHA DE NÚCLEO DE POBLACIÓN		
1.LOCALIDAD CIUDAD EL ÁNGEL	2.FICHA N° 1	3.FICHAS ASOCIADAS:
4. ACCESOS El ingreso principal al cantón es a partir de la carretera panamericana Norte una vía provincial asfaltada que comunica los cantones Bolívar, El Ángel y Mira. Desde el Control Policial de Mascarilla se toma el desvío por la carretera Ibarra – El Ángel que recorre Mira, San Isidro hasta El Ángel.		
5.DESDE	6. VÍA, TIPO Y ESTADO	7. MEDIO DE TRANSPORTE Y TIEMPO
Quito (salida del terminal terrestre)	Panamericana Norte, vía de primer orden, asfaltada, buen estado	4 horas - vehículo privado
		4 horas y 20 minutos - transporte público
8. BREVE DESCRIPCIÓN El Ángel es la cabecera cantonal del Espejo; considerada una zona favorecida por la naturaleza, tierra de contrastes geográficos, bellos paisajes y una rica herencia cultural que forman parte de la comunidad. Conjuntamente este lugar se caracteriza por los ya conocidos frailejones que se pueden observar en la Reserva Ecológica El Ángel. Además el carisma de la gente hace que esta ciudad sea digna de ser visitada tanto por turistas nacionales como extranjeros. La cantonización de El Ángel fue mitin organizado por la Sociedad de Artesanos “Unión Fraternal”, en respaldo del H. Congreso Nacional de 1933 que quería destituir al presidente Juan de Dios Martínez Mera; este movimiento fue reprimido por el Gobernador y los autores, encarcelados y/o multados. Días más tarde el Presidente es destituido y los legisladores Doctores León Pío Acosta y Ricardo del Hierro, en actitud de agradecimiento al respaldo de este pueblo, tramitan en el Congreso el Proyecto de Decreto de Cantonización.		
9.PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	Tipo	Recursos
R. Naturales	Montaña	Mirador Cruz de Mayo
	Lagunas	El Voladero De Potrerillos

¹⁴ Ordenanza de clasificación de puestos, escalafón de sueldos y evaluación del desempeño de los funcionarios y empleados del Ilustre Municipio del Cantón Espejo, 2003

	Ríos Caídas de Agua Termas Parques Naturales	Blanco Cascada Chorro Blanco Aguas Termales Blas Ángel Aguas Termales de Chabayán Aguas Termales La Calera Bosque Protector Las Golondrinas Bosque Polylepis Reserva Ecológica El Ángel
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Museo - Arqueológico Lugares Históricos Arquitectura Religiosa Arquitectura Civil Ruinas y lugares Arqueológicos	Blas Ángel Iglesia Matriz El Ángel Iglesia de San Isidro Hacienda Ishpingo Piedra Pintada Iguenza Las Tres Tolas
Folklore	Comidas y Bebidas Típicas	Cuy Asado, papas con cuero, tapadas de papa, hervidos de Sunfo
Actividades Programadas	Artísticos – Fiestas Populares	Cantonización de El Ángel - Cacería del Zorro Fiestas de San Pedro
10. INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS GENERALES (Señalar si procede y n°)		
<p>■ Transportes públicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coop. Trans Espejo con la ruta El Ángel – Ibarra – Quito – Tulcán. • Coop. Trans Mira con la ruta Tulcán – El Ángel – Mira • Coop. Libertad - Camionetas • Coop. Ciudad El Ángel – Taxis <p>■ Gasolineras</p> <p>■ Teléfono público</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cabinas Porta • Andinatel (CNT) <p>■ Oficina bancaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banco del Pichincha • Banco Fomento • Cooperativa Ilalo; Tulcán y 29 de Octubre <p>■ Cajero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banco del Pichincha <p>■ Centro de Salud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hospital de El Ángel <p>■ Primeros Auxilios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bomberos <p>■ Farmacia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Farmacia Municipal <p>■ Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Policía Nacional <p>■ Centros escolares</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colegio El Ángel • Colegio Alfonso Herrera • Escuela Santa Marianita • Escuela Bolívar • Escuela Espejo 		

<input checked="" type="checkbox"/> Centros culturales <input checked="" type="checkbox"/> Centros deportivos <input checked="" type="checkbox"/> Espacios recreativos <input type="checkbox"/> Otros		
11.EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PARA EL TURISMO:		
Alojamientos	Nº 6	Tipo: Hostal Residencial, Hostería
Restaurantes	Nº 5	Tipo: Restaurante
Otros lugares de comida	Nº	Tipo:
Empresas de Actividades Recreativas	Nº	Tipo
Empresas Receptivo	Nº-	Tipo
Otros	Nº-	Tipo
12 OFICINA ITUR MAS PRÓXIMA:		
Se encuentra ubicado al frente del Parque Libertad, a lado derecho del Municipio de Espejo entre las calles Esmeraldas y Salinas		
Fechas de apertura: Lunes a Viernes 14:00pm - 18:00 pm		Horarios: 08:00 am – 12:00 pm
13.PRINCIPALES PROBLEMAS:		
<input checked="" type="checkbox"/> Señalización vial de los accesos: la señalización es insuficiente, los rótulos de los nombres de las calles son opacos lo que no permite una buena visibilidad de las mismas. <input checked="" type="checkbox"/> Información: es insuficiente ya que donde se puede conseguir información es en la oficina de Turismo <input type="checkbox"/> Conservación urbana <input checked="" type="checkbox"/> Reubicación del mercado de El Ángel. <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y recolección de basura <input type="checkbox"/> Seguridad <input type="checkbox"/> Otros		
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS:		
- Investigación de Campo		
15.Realizada por: Mónica Tito		16.Fecha: 10-06-09

<p>Estacionamiento si tiene parqueadero</p> <p><input type="checkbox"/> Comida</p> <p><input type="checkbox"/> Alojamiento</p>	
<p><input type="checkbox"/> Visitas Guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres</p> <p><input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización para llegar</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización interna</p> <p>Limpieza y Recogida de basuras</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso</p> <p><input type="checkbox"/> Folletos informativos</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono público</p> <p><input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
<p>25. OBSERVACIONES</p>	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha: 27-05-2009</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE LAGUNAS EL VOLADERO		2.FICHA N° 2	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Sitio Natural		5. TIPO Y SUBTIPO Ambientes Lacustres - Laguna	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: La Libertad			
7.ACCESO			
8.DESDE El Ángel 14 km La Libertad 8 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Lastrado; Sendero	10.MEDIO DE ACCESO Vehículo – 4 * 4	11.TIEMPO 40 minutos por la vía antigua El Ángel - Tulcán
12.DESCRIPCIÓN Es un conjunto lacustre muy importante ubicado dentro de la Reserva Ecológica El Ángel, su trayecto está cubierto por sigses y por el Frailejón especie única de estos páramos. Además se tiene acceso a un mirador natural donde se plasma la belleza de este conjunto de lagunas. Ocupan una extensión de 17has.; aproximadamente. Su perímetro es de 1.55km. Existen 3 lagunas permanentes y los lagos El paisaje que se observa es propio del páramo, con planicies y pequeñas ondulaciones. Existen pequeñas quebradas que alimentan a las lagunas. En el ambiente natural existe diversidad de flora y fauna, siendo su máximo representante el frailejón, cuya especie existe abundantemente en toda la región. Las riberas se encuentran cubiertas por paja y frailejón.			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Pesca Deportiva Cabalgatas Campamentos Turismo de Aventura Fotografía			
14.HORARIOS Se recomienda visitar el lugar desde las 10H00 hasta las 16H00	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO Ministerio de Ambiente del Ecuador	
18.TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial, nacional e internacional <u>Feriados Largos</u> Turista local, provincial, nacional e internacional		17. PERSONA DE CONTACTO	
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS: <input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> <input type="checkbox"/> <u>Comida</u> <input type="checkbox"/> Alojamiento			

■ Visitas Guiadas	
<input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna ■ Limpieza y Recogida de basuras <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> ■ Folletos informativos – dípticos del Ministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel : www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

<input type="checkbox"/> <u>Comida</u> <input type="checkbox"/> Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> Visitas Guiadas	
<input type="checkbox"/> <u>Talleres</u> <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input checked="" type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de basuras</u> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input type="checkbox"/> Folletos informativos - Ministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

22.SERVICIOS:	
<p>■ Estacionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> <u>Comida</u></p> <p><input type="checkbox"/> Alojamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Visitas Guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> <u>Talleres</u></p> <p><input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización para llegar</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización interna</p> <p>■ Limpieza y Recogida de basuras</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento</p> <p>■ Alquiler de material para realizar actividades</p> <p><input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u></p> <p><input type="checkbox"/> Folletos informativos - Ministerio de Turismo</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono público</p> <p><input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
25. OBSERVACIONES	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha: 27-05-2009</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE CASCADA EL CHORRO BLANCO		2.FICHA N° 5	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Sitios Naturales		5. TIPO Y SUBTIPO Ríos - Cascadas	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: El Goaltal			
7.ACCESO			
8.DESDE Gualchán 6.5 km. Salinas 50.3 km.	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Lastrado, sendero	10.MEDIO DE ACCESO Bus, 4 * 4	11.TIEMPO 2 horas y media desde el Caserío Las Juntas caminata
12.DESCRIPCIÓN La cascada se encuentra dentro de un bosque secundario, rodeada de pendientes abruptas que sobrepasan el 70%. La vegetación que rodea a la cascada corresponde a ceja de montaña, la misma que se caracteriza por presentar climas de alta pluviosidad con variación de temperaturas y gran humedad ambiental lo que da como resultado una considerable cantidad de especies herbáceas y leñosas acompañadas de especies epifitas. Dicha vegetación es exuberante por las pocas especies de gran valor socio ambiental. Presenta un clima ecuatorial mesotérmico semi húmedo. Tiene 70 m de alto y 10m de ancho. Por la fuerte caída de agua que presenta la cascada se ha formado un vado de 8.5m2 al cual se accede descendiendo por un sendero lodoso debido a la salpicadura del agua que choca con las rocas en la parte baja. Además se puede sentir la fuerte presión de la caída del agua. En el margen derecho del vado se aprecia gran cantidad de orquídeas. La flora que encontramos es el canelo, cedro, sangre de drago, pate gallo, papa blanca, guarumbo, bromelias, helechos, orquídeas, achira, palmito, palma, guayusa. Y la fauna especies como el puma, guatín, ardilla, pava de monte, tangaras, gallo de la peña, golondrinas, mono machín, armadillo, erizo, papagayos, tucán andino, oso de anteojos, sahino.			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo de aventura (Trekking) Ecoturismo Fotografía			
14.HORARIOS Se recomienda visitar el atractivo mientras exista luz natural y en época seca.	15.PRECIOS Entrada libre	16. PROPIETARIO 17. PERSONA DE CONTACTO	
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial, nacional e internacional <u>Feridos Largos</u> Turista local, provincial, nacional e internacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS: <input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> <input type="checkbox"/> <u>Comida</u>			

<input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas	
<input type="checkbox"/> <u>Talleres</u> <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input checked="" type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de basuras</u> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input type="checkbox"/> Folletos informativos – Ministerio de Turismo , internet <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha; 27-05-2009

<input type="checkbox"/> Señalización interna	
<p><u>Limpieza y Recogida de basuras</u></p> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input type="checkbox"/> Folletos informativos – Ministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p> <p>El atractivo se encuentra junto a espacios destinados a la agricultura y ganadería factores que influyen en la destrucción del mismo. Además se requiere mantenimiento de las instalaciones por parte del Municipio de El Ángel.</p> <p>No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</p> <p>Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
<p>25. OBSERVACIONES</p>	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha 27-05-09</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE AGUAS TERMALES LA CALERA		2.FICHA N° 7	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Sitios Naturales		5. TIPO Y SUBTIPO Aguas Subterráneas – Aguas Termales, Minerales	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: San Isidro			
7.ACCESO			
8.DESDE El Ángel 12 km. Mira 20 km. San Isidro 8 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Lastrado, empedrado	10.MEDIO DE ACCESO Bus, automóvil, 4 * 4	11.TIEMPO 30 minutos desde El Ángel
12.DESCRIPCIÓN <p>Son aguas ferruginosas subterráneas termales que se originan en el cerro Iguán. Llevan este nombre porque cerca de este lugar se encuentran varias minas de cal, de ahí su nombre. La temperatura del agua fluctúa entre los 26° y 28 °C. Son aguas calcáreas ferruginosas, de color amarillo pálido, y transparente en el caso de las aguas minerales.</p> <p>La vertiente termal es usada para curaciones de infecciones cutáneas y artríticas. La combinación entre el agua termal y mineral es recomendada para problemas neurálgicos.</p> <p>Las piscinas de agua termal y mineral se ubican al fondo de una quebrada, con pendientes moderadas. El paisaje presenta vegetación propia del valle interandino como la chilca, especies de aves. Se puede apreciar el cruce del río El Ángel en la parte baja.</p> <p>A pocos metros del balneario descendiendo unos 100m, se ubica una cueva de 3.5m de alto, formada posiblemente por la filtración del agua y el arrastre de minerales lo que ha dado lugar a que las raíces de cholán ubicado en la parte alta se compacten y den origen a unas formaciones parecidas a las estalactitas.</p> <p>Existen dos piscinas, cafetería, parqueadero y vestidores.</p>			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Ecoturismo Turismo de Salud (Termalismo)			
14.HORARIOS Abierto de 08:00pm – 17:00pm, existen recorridos de busetas los fines de semana desde El Ángel hasta el balneario.	15. PRECIOS 0.25 para niños y 0.50 para adultos	16. PROPIETARIO Comodato Compañía de Furgonetas “Bellavista” 17. PERSONA DE CONTACTO	
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial <u>Feriados Largos</u> Turista local, provincial			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS:			

<p>Estacionamiento Si tiene un parqueadero a lado izquierdo antes de la entrada al balneario</p>	
<p>Comida</p> <p><input type="checkbox"/> Alojamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Visitas Guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres</p> <p><input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización para llegar</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Señalización interna, utilización de letreros que indican las instalaciones y la ubicación de cada lugar que tiene el balneario.</p> <p>Limpieza y Recogida de basuras</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos – existe información de este lugar en los dípticos del Ministerio de Turismo, lo que se puede encontrar en la oficina del Turismo en El Ángel. Además se puede encontrar información en el internet.</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono público</p> <p><input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
<p>25. OBSERVACIONES</p>	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha: 27-05-2009</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE AGUAS TERMALES DE BLAS ANGEL		2.FICHA N° 8	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Sitios Naturales		5. TIPO Y SUBTIPO Aguas Subterráneas – Aguas Termales	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: El Ángel			
7.ACCESO			
8.DESDE El Ángel 1 km Ibarra 72 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Asfaltado, Sendero	10.MEDIO DE ACCESO Automóvil, 4 * 4	11.TIEMPO 15 minutos aprox.
12.DESCRIPCIÓN <p>Son aguas subterráneas que se originan en el cerro Iguán, las cuales presentan varias vertientes a lo largo del río El Ángel. El agua es de color amarillo verdoso, la temperatura es de 20°C, posee poca turbiedad por la presencia de minerales probablemente sulfato cúprico. Son de interés medicinal por su alto contenido de hierro, utilizadas para enfermedades reumáticas.</p> <p>Entre la flora tenemos: pumamaqui, moquillo, aliso, sauco, sigse, moras, chilca, achupalla; y en fauna: torcazas, tortolitas, chiguacos, chucuris, raposas, armadillos, conejo, quilico, tórtola.</p> <p>Los Baños Blas Ángel se ubican en el sector de Chilcapamba, al final de una pendiente fuerte. Lleva este nombre debido a que antiguamente fue uno de los lugares en donde se bañaba el Cacique Blas Ángel. El relieve en este sitio es montañoso y ondulado con pendientes fuertes y moderadas.</p> <p>Las aguas termales se encuentran en las orillas del río El Ángel, reposando en una piscina natural de forma circular entre rocas de origen volcánico y cangahua; en los alrededores se encuentran especies de flora como eucalipto y aliso. Además se evidencian sigses, orquídeas, poaceas y otras especies de hierbas que cubren el suelo conformado por cangahua.</p>			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo de Salud (termalismo) Ecoturismo			
14.HORARIOS	15. PRECIOS Entrada libre	16. PROPIETARIO	
		17. PERSONA DE CONTACTO	
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana Fin de Semana Turista local, provincial Feriados Largos Turista local, provincial			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS: <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Comida <input type="checkbox"/> Alojamiento			

<input type="checkbox"/> Visitas Guiadas	
<input type="checkbox"/> Talleres	
<input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas	
<input type="checkbox"/> Señalización para llegar	
<input checked="" type="checkbox"/> Señalización interna – en el sendero que dirige a las piscinas	
<input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de basuras	
<input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos	
<input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento	
<input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades	
<input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u>	
<input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos – dípticos del Ministerio de Turismo que se los puede conseguir en el ITUR en El Ángel	
<input type="checkbox"/> Teléfono público	
<input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito	
<input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
<p>No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo. Carece de facilidades turísticas. La contaminación del Río el Ángel, erosión en las laderas y la tala de bosques.</p>	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS	
Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
Existen dos senderos de acceso al atractivo. El sendero de acceso principal no está en buenas condiciones, el otro actualmente ha sido habilitado por el Municipio de El Ángel. El atractivo requiere un manejo adecuado y carece de facilidades Turísticas.	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL	2. FICHA N° 9	3. FICHAS ASOCIADAS :	
4. CATEGORÍA Sitios Naturales	5. TIPO Y SUBTIPO Sistema de Áreas Protegidas – Reserva Ecológica		
6. UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo, Tulcán Parroquia: La libertad, Tufiño			
7. ACCESO			
8. DESDE La Libertad 9.5 km. El Ángel 14.1 km.	9. VÍA, TIPO Y ESTADO Lastrado	10. MEDIO DE ACCESO 4 x 4 Eventual	11. TIEMPO A 35 minutos al norte de El Ángel
12. DESCRIPCIÓN La reserva tiene una extensión de 15715 has.; se encuentra ubicada desde los 3644 hasta los 4768 m.s.n.m., teniendo un clima frío de páramo que corresponde a la zona de vida de bhM, bhMB, bpSA. El paisaje está representado por la presencia de pajonal, almohadillas y frailejones que contrasta con acequias, lagunas, vertientes, quebradas y ríos que nacen de la reserva, como: Ángel, Bobo, Grande, Chiquito entre otros que forman la cuenca del río Mira y río el Ángel. Su biodiversidad hace de este lugar un sitio de infinita belleza, siendo el principal atractivo los frailejones que llegan a medir hasta 7m. Por las características de este ecosistema se puede presenciar en horas de la tarde el descenso de la neblina a lo largo de todo su relieve. La reserva presenta una riqueza florística y faunística similar a la mayoría de los páramos, con la excepción de la presencia de frailejones ATRACTIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN Lagunas del Voladera, Lagunas de Potrerillos, Bosque de Polylepis, Lagunas del Crespo, Páramo de Frailejones			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo Científico (herpetología, dendrología, mastozoología) Turismo de Naturaleza Turismo de Aventura (trekking, campismo, pesca deportiva) Ecoturismo			
14. HORARIOS No existe horario establecido, pero se recomienda aprovechar la luz natural	15. PRECIOS El ingreso a la Reserva tiene un costo de \$1.00 para turistas nacionales y extranjeros.	16. PROPIETARIO Ministerio de Ambiente del Ecuador 17. PERSONA DE CONTACTO	
18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial, nacional e internacional <u>Feriales Largos</u> Turista local, provincial, nacional e internacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22. SERVICIOS: ■ Estacionamiento			

<p>Comida</p> <p><input type="checkbox"/> Alojamiento</p>	
<p>Visitas Guiadas - si se desea un guía nativo el costo es de \$ 12</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres</p> <p><input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas</p> <p>Señalización para llegar</p> <p>Señalización interna – existe rotulación</p> <p>Limpieza y Recogida de basuras</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso</p> <p>Folletos informativos – otorgados por parte del Ministerio de Turismo, y difundido a nivel nacional e internacional</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono público</p> <p><input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p> <p>No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo. Aunque la mayor amenaza de la reserva es la quema del páramo.</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
<p>25. OBSERVACIONES</p>	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha: 27-05-2009</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE BOSQUE POLYLEPYS		2.FICHA N° 10	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Sitio Natural		5. TIPO Y SUBTIPO Bosque – Páramo	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: La Libertad			
7.ACCESO			
8.DESDE El Ángel 13.12 km La Libertad 9 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Lastrado, sendero	10.MEDIO DE ACCESO 4 * 4	11.TIEMPO A 30 minutos de El Ángel
12.DESCRIPCIÓN El bosque ocupa la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica El Ángel, ubicado al noroeste de la ciudad del El Ángel. Tiene una extensión de 12 has. de bosque primario y milenario de Polylepis. Existen aproximadamente 40 árboles en 500 m2, cabe resalta que es un relicto de bosque muy antiguo. El bosque de Polylepis, es calificado como un bosque jerárquico – primario – milenario, considerado único en su género por la exclusividad de la especie, la cual se ha desarrollado en un valle de origen glaciar de la era cuaternaria (pleistoceno), con una antigüedad entre 2 y 4 millones de años, se encuentra como especie dominante en el dosel el arrayán y sotobosque conformado por pumamaqui, encinos, pandala, uvilla, orquídeas, huicundo. Además podemos encontrar moras silvestres, orejuelas, licopodios, etc. En fauna existen torcazas, palomas, perdiz, tórtolas, lobo de páramo, conejos, raposa chucuri, etc. El polylepis alcanza los 15 metros de altura, otros árboles que habitan en este lugar alcanzan los 3 o 4m de altura debido a que este es un bosque dominante por lo que cubre con las copas los espacios existentes impidiendo el crecimiento de otras especies. Se puede observar una cascada cuyas aguas cruzan por el bosque a manera de riachuelos. Además existen charcas estacionales las cuales constituyen un atractivo importante para el desarrollo de las actividades ecoturísticas.			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Ecoturismo Turismo Educativo Fotografía Aviturismo			
14.HORARIOS Se recomienda visitar el atractivo mientras exista luz natural	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO Sr. Fernando Acosta	
17. PERSONA DE CONTACTO			
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial, nacional e internacional <u>Feridos Largos</u> Turista local, provincial, nacional e internacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS:			

<p>■ Estacionamiento – tanto para automóviles como para autos</p> <p>■ Comida – típica del lugar, como el loco de papas y la ya conocida trucha</p>	
<p>■ Alojamiento – existen cabañas donde se pueden hospedar</p> <p>■ Visitas Guiadas – se las puede realizar cuando los turistas lo requieran ya sea en el bosque o sus alrededores</p> <p>■ Talleres – pueden darse charlas, conferencias</p> <p>■ Rutas auto guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización para llegar</p> <p>■ Señalización interna – senderos con sus debidos rótulos que indican nombres de los sitios.</p> <p>■ Limpieza y Recogida de basuras</p> <p>■ Servicios Higiénicos</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso</p> <p>■ Folletos informativos - trípticos, dípticos por parte del Ministerio de Turismo y por parte del propietario del atractivo</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono público</p> <p><input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p> <p>No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</p> <p>Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
<p>25. OBSERVACIONES Se recomienda visitar el atractivo mientras exista luz natural.</p>	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha: 27-05-2009</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE BOSQUE PROTECTOR LAS GOLONDRINAS		2.FICHA N° 11	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Sitios Naturales		5. TIPO Y SUBTIPO Sistema de Áreas Protegidas - Bosque Protector	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Tulcán, Mira, Espejo Parroquia: El Goaltal, La Libertad			
7.ACESO			
8.DESDE Las Juntas 4 km Gualchán 10 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Lastrado, sendero	10.MEDIO DE ACCESO Bus, 4 * 4	11.TIEMPO 20 minutos aprox.
12.DESCRIPCIÓN <p>Tiene una extensión de 1500 hectáreas. El Bosque Golondrinas forma parte de la Cordillera del Chocó, considerada como área de las más ricas del geotrópico. Esta clase de bosque nublado está compuesto por epifitas, orquídeas y una gran variedad de la familia de las bromelias, las cuales se pueden considerar como únicas en la región.</p> <p>El bosque alberga entre 70 y 140 especies leñosas, de aproximadamente 470 especies de flora existentes y se han registrado 78 especies de mamíferos.</p> <p>El Bosque Protector Cerro Golondrinas abarca áreas de bosque de neblina montano de la estribación occidental de los Andes, donde la vegetación es más achaparrada. El chaparro se encuentra adyacente a áreas de páramo, vegetación que es dominante en la Reserva Ecológica El Ángel.</p> <p>En las partes bajas hay bosques alterados y áreas deforestadas en regeneración; cerca de las poblaciones vecinas existen tierras destinadas a la agricultura (maíz, piñas, frutales, caña de azúcar, habas) y pastizales para ganado vacuno. En la parte alta las áreas no protegidas están convertidas en tierras agrícolas, principalmente cultivos de papa.</p> <p>El bosque es fuente de alimento para todas numerosas aves animales que lo habitan. Uno de los mamíferos más representativo es el oso de anteojos que deambula por la región.</p> <p>Atractivos Individuales Que Lo Conforman: Cascada de Santa Rosa, Cascada Chorro Blanco y el Río Blanco</p>			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo de Naturaleza Turismo de Aventura (Trekking, cayoning) Fotografía Aviturismo			
14.HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO Fundación Golondrinas	
17. PERSONA DE CONTACTO			
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana Fin de Semana Turista local, provincial y nacional Ferriados Largos Turista local, provincial y nacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	

22.SERVICIOS:	
<input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> <input type="checkbox"/> <u>Comida</u>	
<input type="checkbox"/> Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> Visitas Guiadas <input type="checkbox"/> <u>Talleres</u> <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de basuras</u> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input type="checkbox"/> Folletos informativos - por parte del Ministerio de Turismo pero es muy escasa. <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
<p>No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.</p> <p>Se desconoce el nivel de impacto que puedan tener actividades como la extracción de madera, cacería furtiva, cultivos ilícitos. Algunas áreas de páramo son quemadas con frecuencia y empleadas como zona de pastoreo.</p>	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS	
Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
Existe recorrido de transporte público hasta la comunidad de las Juntas. Se puede ingresar al bosque mientras estén en buen estado los senderos y se recomienda las visitas en época de verano, el ingreso se lo realiza desde la comunidad de las Juntas y Morán.	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE COLECCIÓN PARTICULAR BLAS ÁNGEL		2.FICHA N° 12	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Manifestaciones Culturales		5. TIPO Y SUBTIPO Históricas – Colecciones Particulares	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: El Ángel Calle: Esmeraldas			
7.ACCESO			
8.DESDE Bolívar 17.06 km San Isidro 10.90 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Asfaltado	10.MEDIO DE ACCESO Bus, automóvil, 4 * 4	11.TIEMPO A 15 minutos de San Isidro
12.DESCRIPCIÓN Su nombre en honor al cacique Blas Ángel. El Museo fue creado con la finalidad de recuperar piezas arqueológicas la zona. Este museo es un referente del proceso histórico cantonal en su parte inicial y aspira proyectarse en el tiempo y el espacio con nuevas piezas arqueológicas de todas las fases, principalmente en metal, tejidos y otras evidencias importantes que nos permitan ampliar el conocimiento precolombino. En su interior se exhiben importantes piezas originales y de gran valor cultural procedentes de El Ángel, El Chaquilulo, Ingüeza y Chiltazón. Cerámicas y lítica pertenecientes a las fases: El Ángel, Capulí, Tuza y Cuasmal. Existen alrededor de 200 piezas aproximadamente, entre las cuales se destacan botijuelas, platos, vasijas, ocarinas, morteros, hachas y un coquero de 90cm de alto. Las piezas están ubicadas sobre estanterías de madera en un área de 5m2 en el primer piso, planta baja del Municipio de El Ángel.			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo Cultural (Arqueología)			
14.HORARIOS La colección arqueológica se la puede visitar en horarios de atención del Municipio de Espejo.		15. PRECIOS	16. PROPIETARIO Municipio de Espejo 17. PERSONA DE CONTACTO
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana Fin de Semana Turista local, provincial y nacional Feriados Largos Turista local, provincial y nacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD		21. CÓDIGO
22.SERVICIOS: <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Comida <input type="checkbox"/> Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> Visitas Guiadas			

<input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas	
<input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de basuras <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos - por parte del Ministerio de Turismo que se la puede obtener en la oficina de turismo ITUR <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo. No existe señalización para llegar al atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES: No existe señalización para llegar al atractivo.	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

<input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas <input type="checkbox"/> Talleres	
<input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de basuras</u> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos - dípticos del Ministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA La influencia de arquitectura moderna aleja al atractivo, no hay buena armonía arquitectónica. No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE IGLESIA DE SAN ISIDRO		2. FICHA N° 14	3. FICHAS ASOCIADAS :
4. CATEGORÍA Manifestaciones Culturales		5. TIPO Y SUBTIPO Histórica – Arquitectura Religiosa	
6. UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: San Isidro			
7. ACCESO			
8. DESDE El Ángel 9 km Mira 10.4 km	9. VÍA, TIPO Y ESTADO Asfaltado	10. MEDIO DE ACCESO Bus, automóvil	11. TIEMPO A 15 minutos de El Ángel
12. DESCRIPCIÓN De estilo gótico, en 1898 se construye la primera iglesia con tapias y cubiertas, de teja teniendo hacia los lados amplios ventanales. En 1934 se obtiene un lote de terreno para la construcción del templo nuevo, obra que se ejecuta a través de mingas. Con el transcurso del tiempo, la iglesia ha tenido tres reconstrucciones. Formada por tres naves de estilo gótico, un presbiterio y varios anexos de estilo romano. Los pilares de la nave central descansan en bases poligonales, agrupadas en arcos que desembocan en un haz hermoso. Piedra traída del río Tucuaza a base de mingas; ladrillo elaborado en el tiempo del padre León Pio Bravo quien fue párroco en la década de los años 30 al 50. El Altar mayor es policromo y en el centro se venera a San Isidro Labrador que es una imagen pequeña no mayor de 50cm que fue elaborada a comienzos del siglo XX cuando se construyó por vez primera la iglesia grande. A los costados de las naves están lienzos que representan la vida de San Isidro Labrador.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo Religioso Turismo Cultural (Historia)			
14. HORARIOS Se puede visitar el interior de la iglesia los días martes, jueves, sábados y domingos a las 18:30pm.	15. PRECIOS Entrada libre	16. PROPIETARIO Diócesis de Tulcán	
17. PERSONA DE CONTACTO			
18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana Fin de Semana Turista local, provincial y nacional Feriados Largos Turista local, provincial y nacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN		20. ACTIVIDAD	
21. CÓDIGO			
22. SERVICIOS: <input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> <input type="checkbox"/> <u>Comida</u> <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas			

<input type="checkbox"/> Talleres	
<input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna	
<input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de basuras	
<input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades	
<input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u>	
<input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos - Ministerio de Turismo dípticos	
<input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES Las viviendas concuerdan con el conjunto arquitectónico del parque y la iglesia.	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha : 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE HACIENDA ISHPINGO		2.FICHA N° 15	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Manifestaciones Culturales		5. TIPO Y SUBTIPO Histórico – Arquitectura Civil	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: El Ángel Calle: Panamericana Norte vía a Bolívar			
7.ACCESO			
8.DESDE El Ángel 1 km. San Isidro 11km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Asfaltado, Lastrado	10.MEDIO DE ACCESO Bus, Automóvil, 4 * 4	11.TIEMPO 10 minutos aprox.
12.DESCRIPCIÓN Fue construida a mediados del siglo pasado bajo la inspiración ecléctica europea, edificada con cal, piedra, ladrillo, cubierta de teja, en su interior se conserva el retrato del filántropo José Benigno Grijalva, pues él era el propietario de este bien en el año de 1900. En 1939 se construyó el edificio conocido como el chalet. De forma y espacio propio de una casa quinta. Está rodeada de cultivos y pastizales. Frente a la edificación pasa la carretera que conduce a Bolívar. En la hacienda pernoctaron en algunas ocasiones presidentes de la República como José María Velasco Ibarra, Camilo Ponce Enríquez y Galo Plaza. Esta hacienda perteneció a las familias Larrea, Galárraga, Jijón y finalmente al Sr., Juan Benigno Grijalva y actualmente sus herederos. En este lugar se encontró un óleo de Juan Benigno Grijalva obra de Rafael Troya. Además, hay referencia que las tropas de Bolívar pernoctaban por razones logísticas en la Hacienda. La fachada es curva tranqueada, el zócalo de piedra con remate de fachada antefija antepecho, los cimientos son de ciclopio, los muros de piedra y ladrillo, las columnas y pilastras de ladrillo al exterior y en el interior madera con fuste ochavado; la cubierta, estructura tipo rey en madera de eucalipto y cubierta de zinc y translúcido de eternit. En el interior los tumbados de carrizo, revestidos con chocota, además de tener pintura mural decorativa. Los revoques y enlucidos son de cal, cemento y arena, sobre el que se ha enlucido y pintado al interior con pintura decorativa y exterior de color blanco. En 1999 esta hacienda fue declarada Patrimonio Cultural de la Ciudad de El Ángel.			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Observación de la arquitectura de la hacienda			
14.HORARIOS Para apreciar la Hacienda externamente se lo puede hacer todos los días al año.	15. PRECIOS Propiedad privada	16. PROPIETARIO Familia Grijalva 17. PERSONA DE CONTACTO	
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial y nacional <u>Feriatos Largos</u> Turista local, provincial y nacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS: <input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> <input type="checkbox"/> <u>Comida</u>			

<input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas	
<input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de basuras <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos - Es parte de los atractivos del Cantón Espejo por lo que existe información por parte del Ministerio de Turismo. <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por lo que su estado se ha ido deteriorando por falta de cuidado y mantenimiento.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES La Hacienda es propiedad privada y se requiere autorización para ingresar.	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS :
PIEDRA PINTADA DE INGUENZA		16	
4. CATEGORÍA		5. TIPO Y SUBTIPO	
Manifestaciones Culturales		Ruinas y lugares históricos – Sitios Arqueológicos	
6. UBICACIÓN:			
Provincia: Carchi		Cantón: Espejo	Parroquia: San Isidro
7. ACCESO			
8. DESDE	9. VÍA, TIPO Y ESTADO	10. MEDIO DE ACCESO	11. TIEMPO
El Ángel 10.8 km San Isidro 11.9 km	Lastrado	Automóvil, 4 * 4	15 minutos aprox.
12. DESCRIPCIÓN			
<p>Esta piedra está ubicada en las faldas del cerro Iguán, a pocos minutos de la parroquia de San Isidro y del caserío de Ingüeza. Se la encuentra en medio de terrenos de cultivo. Además conserva rasgos de figuras humanas y animales del bosque tropical.</p> <p>Posiblemente fueron trazados durante el Período de Integración comprendido entre los años 700 d.C. en adelante, correspondientes a la cultura de los Pastos.</p> <p>EL Petroglifo, piedra granítica del Cerro Iguán, conserva rasgos de figuras humanas y animales del bosque tropical. Fue descrita por primera vez, en el atlas arqueológico en 1892 por González Suárez.</p> <p>Los materiales utilizados es piedra granítica</p>			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES			
Turismo Cultural (Arqueología)			
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO	
Está ubicada en propiedad privada			
		17. PERSONA DE CONTACTO	
18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE			
<p>Semana Fin de Semana Turista local y provincial Feriatos Largos Turista local y provincial</p>			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22. SERVICIOS:			
<input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Comida <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar			

Señalización interna

Limpieza y Recogida de basuras

Servicios Higiénicos

Seguridad, Mantenimiento

Alquiler de material para realizar actividades

Venta de souvenir, información sobre el recurso

Folletos informativos

Teléfono público

Pago con tarjeta de crédito

Otros

23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA

Las figuras de la piedra han sido repujadas y existen otros signos que no pertenecen a la misma época. Existen cultivos, ganado y pastizal alrededor de la piedra. Además la piedra actúa como límite divisoria de dos terrenos.

No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.

24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

Investigación de Campo

Tripticos del Ministerio de Turismo

Dípticos del Cantón Espejo

Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec

25. OBSERVACIONES

No existe sendero ni señalización para llegar al sitio arqueológico, está ubicado en propiedad privada.

26.Ficha realizada por :

Mónica Tito

27.Fecha

27-05-2009

<input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas	
<input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de basuras</u> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos - dípticos otorgados por el Ministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA No existen estudios que determinen la capacidad de carga, y las medidas a tomar en caso de daños. Por que se podría afectar en el cuidado y preservación del atractivo.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE COMIDAS TÍPICAS		2.FICHA N° 18	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Folklore		5. TIPO Y SUBTIPO Comidas y Bebidas	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia:			
7.ACCESO			
8.DESDE Ibarra 72 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO asfaltado	10.MEDIO DE ACCESO Bus, automóvil, 4 x 4	11.TIEMPO A una hora y media
12.DESCRIPCIÓN <p>CUY ASADO CON PAPAS.-Es un plato típico, muy utilizado en los compromisos sociales familiares y tradicional en las mingas.</p> <p>PAPAS CON CUERO DE CHANCHO.- papas con cuero de chanco, queso amasado y ají, es un plato preferido por propios y extraños, se los sirven especialmente en las horas de la tarde y se lo encuentra en el parque central de la ciudad de El Ángel.</p> <p>TRUCHAS.- Es otro plato típico de la zona que se lo sirve con papas y arroz, las truchas provienen de las lagunas ubicadas en la zona del páramo.</p> <p>ARROZ DE CEBADA.- Esté plato que consiste en una sopa muy especial por el proceso tradicional para su elaboración, se lo sirve especialmente con lomo de cerdo.</p> <p>TAPADAS DE PAPA.- Consiste en las tortillas hechas a base de harina de trigo, papa y queso, asadas en tiesto de barro.</p> <p>HERVIDOS DE SUNFO.- Hechos a base de una hierba tradicional del páramo (Sunfo) aguardiente y panela</p>			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Degustación de platos típicos del cantón Espejo			
14.HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO	
		17. PERSONA DE CONTACTO	
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial, nacional e internacional <u>Feriados Largos</u> Turista local, provincial, nacional e internacional			
19. EMPRESAS QUE OPERAN		20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO
22.SERVICIOS: <input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> NO <input checked="" type="checkbox"/> <u>Comida</u> <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas			

<input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas	
<input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de basuras <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input type="checkbox"/> Folletos informativos - Ministerio de Turismo con dípticos acerca de la gastronomía del cantón. <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES	
26. Ficha realizada por : Mónica Tito	27. Fecha: 27-05-2009

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE CACERÍA DEL ZORRO – EL ÁNGEL		2.FICHA N° 19	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Actividades Programadas		5. TIPO Y SUBTIPO Artísticos – Fiestas Populares	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia: El Ángel			
7.ACCESO			
8.DESDE San Isidro 10.9 km Bolívar 17.06 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Asfaltado, empedrado, sendero	10.MEDIO DE ACCESO Bus, automóvil	11.TIEMPO A 15 minutos de San Isidro
12.DESCRIPCIÓN La cacería del zorro es un evento que surgió de la imitación de la antigua costumbre que hace muchos años atrás en la ciudad de El Ángel se practicaba y consistía en lo siguiente: un grupo de amigos denominados La Jorga Pasajera, preparaban armas de Fuego, amaestraban perros de cacería con anterioridad y salían varios días al año hacia los Altos Páramos con su avío (refrigerio) llevado en las árguas ya sean estas de cuero o de cabuya, la mayoría de los integrantes montaban caballos bien entrenados. En el año de 1966 el señor Pedro Herrera con todos los aficionados de la ciudad de El Ángel organizaron la primera cacería del zorro recordando la vieja cacería de venados. La cacería del zorro se desarrolla en la cima de la colina Bellavista desde donde se diseña una ruta con obstáculos elaborados y naturales como zanjas, montículos y pendientes pronunciadas, los participantes y el zorro descienden la misma, hasta llegar al parque central de El Ángel. En el trayecto de este recorrido uno de los cazadores puede atrapar al zorro y convertirse en el protagonista el próximo año. Este evento se lo desarrolla todos los años en las fiestas de cantonización de Espejo, en el mes de septiembre en la ciudad de El Ángel. El zorro y los cazadores en sus respectivos caballos se concentran a las 11 de la mañana en la colina Bellavista a y un juez da la señal de partida al zorro con una ventaja de 80 a 100 metros de los cazadores. La cacería es organizada por el centro agrícola de El Ángel y financiada por el Ilustre Municipio de Espejo para dar realce y conservar la tradición. Los organizadores inician los preparativos aproximadamente con dos meses de anterioridad para evitar inconvenientes al momento del recorrido, se inscriben varios aficionados para ser partícipes de la cacería. En el parque central de El Ángel se premia al triunfador y se da a conocer a la persona que el próximo año representará al zorro.			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo Deportivo			
14.HORARIOS Fiestas de Cantonización – 28 de Septiembre	15. PRECIOS Entrada libre	16. PROPIETARIO 17. PERSONA DE CONTACTO	
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE Semana Fin de Semana Turista local, provincial Feriados Largos Turista local, provincial			
19. EMPRESAS QUE OPERAN		20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO
22.SERVICIOS: ■ Estacionamiento			

<p>Comida</p> <p><input type="checkbox"/> Alojamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Visitas Guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres</p> <p><input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización para llegar</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización interna</p> <p>Limpieza y Recogida de basuras</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos</p> <p><input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso</p> <p><input type="checkbox"/> Folletos informativos - Ministerio de Turismo</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono público</p> <p><input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec</p>	
<p>25. OBSERVACIONES</p>	
<p>26.Ficha realizada por : Mónica Tito</p>	<p>27.Fecha: 27-05-2009</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE FIESTAS SAN PEDRO – EL ÁNGEL		2.FICHA N° 20	3.FICHAS ASOCIADAS :
4.CATEGORÍA Actividades Programadas		5. TIPO Y SUBTIPO Artísticos – Fiestas Populares	
6.UBICACIÓN: Provincia: Carchi Cantón: Espejo Parroquia:			
7.ACCESO			
8.DESDE San Isidro 10.9 km Bolívar 17.06 km	9.VÍA, TIPO Y ESTADO Asfaltado	10.MEDIO DE ACCESO Bus, automóvil, 4 * 4	11.TIEMPO A 15 minutos de San Isidro
12.DESCRIPCIÓN			
<p>Con motivo de la llegada de la imagen de San Pedro a El Ángel en el año de 1908, cada año se ha realizado esta festividad en su honor. Este año se cumplieron 99 años de su presencia en la parroquia de El Ángel.</p> <p>Son tres días de celebración del 28 al 30 de junio. Dentro de estas fiestas se realizan</p> <p>Pase de la Imagen: Cada año se elige a un prioste para presidir las festividades de San Pedro. En el Ángel existe la costumbre del Pase de la Imagen de San Pedro, efectuado por el prioste del año pasado al prioste actual.</p> <p>Vísperas: En horas de la mañana se realiza el acarreo de la chamarrasca por las principales calles de El Ángel y se la deposita en un lugar amplio cerca al coliseo para proceder con la quema en la noche. En horas de la noche se realiza una misa y posterior a ello, se efectúa la quema del castillo y la chamarrasca, toda la festividad es animada por la banda municipal. Para el deleite de los asistentes, luego de que quema del castillo se realiza un festival de música y danza.</p> <p>Misa de Fiesta: En horas de la mañana del último día se celebra la Misa en honor a San Pedro, dicho acontecimiento culmina con una serenata al Santo frente al pretil de la Iglesia.</p>			
13.ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES Turismo Cultural Turismo Religioso			
14.HORARIOS Fiestas de Cantonización – mes de septiembre	15. PRECIOS Entrada Libre	16. PROPIETARIO	17. PERSONA DE CONTACTO
18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE			
Semana <u>Fin de Semana</u> Turista local, provincial <u>Feriados Largos</u> Turista local, provincial			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
22.SERVICIOS:			
<input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Comida <input type="checkbox"/> Alojamiento			

<input type="checkbox"/> Visitas Guiadas <input type="checkbox"/> <u>Talleres</u>	
<input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de basuras</u> <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad, Mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> <u>Venta de souvenir, información sobre el recurso</u> <input checked="" type="checkbox"/> Folletos informativos - Ministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS Investigación de Campo Fichas del Ministerio de Turismo Dípticos del Cantón Espejo Pagina web de la Cabecera Cantonal El Ángel: www.turismosierranorte.gov.ec	
25. OBSERVACIONES : Esta tradición se ha conservado durante 99 años.	
26.Ficha realizada por : Mónica Tito	27.Fecha: 27-05-2009

3.1.3.3 Fichas de Prestadores de Servicios

3.1.3.3.1 Fichas de Establecimientos Hoteleros

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN POLYLEPIS EL Km 13 VÍA A MORÁN		2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2954009	5. E – MAIL		6. WEB
7. OPERA DESDE: Hace 8 años			
8. TIPO Y CATEGORÍA Hostería – Primera			
9. UBICACIÓN: Aislado <input checked="" type="checkbox"/> Núcleo de población <input type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input checked="" type="checkbox"/> Edificio Moderno <input type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
	Con baño	Con ducha	Sin baño
Dobles			
Otras (múltiples)			
Total Habitaciones	14 cabañas (60pax)		
Total Camas	37		
OTROS			
Capacidad Restaurante	15 mesas (40pax)		
Capacidad Salones	40pax		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input checked="" type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones y conferencias <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago: Con tarjeta de crédito y en efectivo <input type="checkbox"/> Otros			

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Cuentan con 8 personas que están a cargo del cuidado de la hostería.	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES: La estancia es entre dos a tres días tanto en fines de semana o entre semana. Llegan turistas nacionales como extranjeros	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Recorridos guiados Caminatas diurnas por el Bosque Milenario de Polylepis, Paramo de Frailejones y de Antorchas Montar a caballo Pesca deportiva	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input checked="" type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) – Agencias de Viajes <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia – trípticos – folletos <input type="checkbox"/> Página Web <input checked="" type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input checked="" type="checkbox"/> Medio de Transporte: Transporte particular	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
20. Ficha realizada por: Mónica Tito	21.Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1.NOMBRE Y DIRECCIÓN ÁNGEL EL PANAM. NORTE Y TRES TOLAS	2.FICHA N° 2	3.FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2977584	5. E – MAIL	6. WEB
7. OPERA DESDE:		
8. TIPO Y CATEGORÍA Hostería-Segunda		
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		

Edificio Histórico <input type="checkbox"/>	Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/>	Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>	
11. CAPACIDAD			
	Con baño	Con ducha	Sin baño
Dobles			
Otras (múltiples)			
Total Habitaciones	6 (24 plazas)		
Total Camas			
OTROS			
Capacidad Restaurante	3 mesas (12 plazas)		
Capacidad Salones			
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago: Efectivo <input type="checkbox"/> Otros			
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:			
Hombres 2 y mujeres 2			
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE			
<input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano			
15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES:			
Fines de Semana, o días que varían entre dos a tres entre semana			
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA			
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:			
<input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: Transporte particular y público			
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:			
<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)			
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES			
(permisos, registros y/ o licencias)			
20. Ficha realizada por:			21.Fecha:
Mónica Tito			10/06/2009

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN PAZ Y MONTAÑA PISCÍCOLA EL ANGEL KM. 22 VÍA A MORÁN		2. FICHA N° 3	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 9923610	5. E – MAIL		6. WEB
7. OPERA DESDE:			
8. TIPO Y CATEGORÍA Hostería – Segunda			
9. UBICACIÓN: Aislado <input checked="" type="checkbox"/> Núcleo de población <input type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
	Con baño	Con ducha	Sin baño
Dobles			
Otras (múltiples)			
Total Habitaciones	14 (24 plazas)		
Total Camas			
OTROS			
Capacidad Restaurante	3 mesas (12 plazas)		
Capacidad Salones			
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago: Efectivo <input type="checkbox"/> Otros			
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:			
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE			
<input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano			
15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES:			

Varía entre dos y tres días, turistas nacionales y extranjeros	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Hospedaje	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: Transporte público y particular	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
20. Ficha realizada por: Mónica Tito	21. Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN BLAS ANGEL AV. ESPEJO S/N Y PANAMERICANA		2. FICHA N° 4	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2977-346	5. E – MAIL		6. WEB
7. OPERA DESDE: Hace 8 años			
8. TIPO Y CATEGORÍA Hostal – Tercera			
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
	Con baño	Con ducha	Sin baño
Dobles	11		
Otras (múltiples)			
Total Habitaciones	11 (22-24 personas)		
Total Camas			
OTROS			
Capacidad Restaurante			
Capacidad Salones			
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			

<input type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago: Es en efectivo, y dependiendo del tiempo que vayan a hospedarse en caso de las compañías el pago se hace mensual. <input type="checkbox"/> Otros	
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Existe una sola persona a cargo del hostal	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano Los clientes son turistas nacionales y extranjeros. Además por cuestiones de trabajo las personas se pueden quedar entre dos a seis meses.	
15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES: Compañías 6 meses Fines de semana – turistas nacionales - familias	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Hospedarse	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: Transporte público, vehículos particulares	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
20. Ficha realizada por: Mónica Tito	21.Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN PAISAJES ANDINOS RIOFRÍO S/N Y SEGUNDA TRANSVERSAL		2. FICHA N° 5	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2977557	5. E – MAIL		6. WEB
7. OPERA DESDE:			
8. TIPO Y CATEGORÍA Hostal Residencia – Tercera categoría			
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input checked="" type="checkbox"/> Edificio Moderno <input type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
		Con baño	Con ducha
Dobles		12	
Otras (múltiples)			
Total Habitaciones		12 (24 plazas)	
Total Camas			
OTROS			
Capacidad Restaurante			
Capacidad Salones			
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago: Efectivo <input type="checkbox"/> Otros			
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Tres personas a cargo del cuidado de la hostal			
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE			
<input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano			

15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES: Fines de semana, y entre semana con previa reserva para dos o tres días	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Hospedarse	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: transporte público y particular	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
20. Ficha realizada por: Mónica Tito	21. Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN FRAILEJONES DEL ÁNGEL SECTOR LA ESPERANZA		2. FICHA N° 6	
3. FICHAS ASOCIADAS:			
4. FONO 2977519	5. E – MAIL		6. WEB
7. OPERA DESDE:			
8. TIPO Y CATEGORÍA Hostal– Tercera			
9. UBICACIÓN: Aislado <input checked="" type="checkbox"/> Núcleo de población <input type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input checked="" type="checkbox"/> Edificio Moderno <input type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
	Con baño	Con ducha	Sin baño
Dobles	7		
Otras (múltiples)			
Total Habitaciones	7 (14 plazas)		
Total Camas			
OTROS			
Capacidad Restaurante	7 mesas (28 plazas)		
Capacidad Salones			

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago: Efectivo <input type="checkbox"/> Otros	
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES: Entre dos y tres días, turistas nacionales y extranjeros	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Hospedarse	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
20. Ficha realizada por: Mónica Tito	21.Fecha: 10/06/2009

3.1.3.3.2 Fichas de Restaurantes

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN FAROLAS LOS SALINAS Y J. BENIGNO GRIJALVA	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2977144	5. E - MAIL	6. WEB
7. OPERA DESDE:		
8. TIPO Y CATEGORÍA Restaurante - Cuarta		
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	8 mesas (32 plazas)	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago: efectivo <input type="checkbox"/> Otros		
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Existen 5 personas a cargo de el restaurante		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE		
<input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano		

15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: Transporte público y particular	
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
18. Ficha realizada por: Mónica Tito	19. Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN FRANG POLLO RIOFRÍO Y SUCRE	2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2977310	5. E - MAIL	6. WEB
7. OPERA DESDE:		
8. TIPO Y CATEGORÍA Restaurante – Cuarta		
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	10 mesas (30 pax)	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas		

<input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago: efectivo <input type="checkbox"/> Otros	
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Hay tres personas a cargo del negocio	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia - dípticos <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: transporte público y particular	
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
18. Ficha realizada por: Mónica Tito	19. Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN ASADERO RICO POLLO AV. ESPEJO # 10-90 Y SAN VICENTE	2. FICHA N° 3	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. FONO 2977844	5. E - MAIL	6. WEB
7. OPERA DESDE:		
8. TIPO Y CATEGORÍA Restaurante - Cuarta		
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>		

11. CAPACIDAD	
Capacidad Restaurante	13 mesas (50 plazas)
Capacidad Salones	
Capacidad Terraza	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago: Efectivo <input type="checkbox"/> Otros	
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:	
Hay seis personas que están a cargo del negocio	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE	
<input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:	
<input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> Promoción directa propia – dípticos <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: transporte particular y público	
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:	
<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
18. Ficha realizada por: Mónica Tito	19.Fecha: 10/06/2009

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN MARISQUERÍA EL SABROSÓN JOSÉ BENIGNO GRIJALVA 5-10 Y BOLÍVAR		2. FICHA N° 4
3. FICHAS ASOCIADAS:		
4. FONO 097899964	5. E - MAIL	6. WEB
7. OPERA DESDE:		
8. TIPO Y CATEGORÍA Restaurante - Cuarta		
9. UBICACIÓN: Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante		5 mesas (20 plazas)
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículo/s para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines / terrazas para uso clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratado a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago: Efectivo <input type="checkbox"/> Otros		
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Hay cinco personas a cargo del negocio		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano		

15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia - dípticos <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reservan con anticipación <input type="checkbox"/> Reservan Internet <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medio de Transporte: transporte público y privado	
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (Indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/ o licencias)	
18. Ficha realizada por: Mónica Tito	19.Fecha: 10/06/2009

3.1.4 Área de Marketing

Los folletos, trípticos, dípticos del cantón Espejo se caracteriza por colocar la frase “El paraíso más cercano al cielo”:

Foto 1: Imagen del Cantón Espejo



La municipalidad del Cantón Espejo dentro de su organización estructural no presenta un departamento o área dirigida a Marketing; por lo que no existe un plan de marketing referente al aspecto turístico del cantón. En la administración actual se han ejecutado varios avances para la promoción como lo realizado por la persona encargada de la Oficina de Turismo (ITUR), el Lic. Arturo Mier; quién ha realizado dípticos, flayers, trípticos informativos con la ayuda del Ministerio de Turismo para la promoción de los atractivos.

Otra forma de promocionar el Cantón Espejo ha sido a través de diversos medios de comunicación como lo son las ferias turísticas (FITE) realizadas en diferentes ciudades del país, o a través del canal Teleamazonas con un documental del Cantón, además, aprovechan

cuando van a veces canales cercanos como TV NORTE de Ibarra, también han hecho uso de los espacios “Solo para aventureros” en el Diario LA HORA, en el cual se ha publicado los atractivos que existen en Espejo.

Dípticos informativos:

Foto 2: Díptico del Cantón Espejo

Los mismos que contienen: Presentación, datos generales del cantón, un mapa de los atractivos turísticos, información importante; alojamiento, restaurantes y fiestas importantes del Cantón, además fotografías de los atractivos.

Además encontramos información sobre las distancias existentes entre El Ángel y los diferentes atractivos.



Foto 3: Tríptico del Cantón Espejo



En el tríptico podemos encontrar datos generales sobre los atractivos turísticos naturales y culturales que existen en el Cantón Espejo con sus respectivas fotografías; además brinda información acerca de la historia del cantón; de los establecimientos turísticos de Espejo y números de contacto; incluye también un mapa en el cuál se puede ubicar los atractivos.

La Provincia del Carchi cuenta con una página web www.carchi.gov.ec, con un link del Cantón Espejo; en este sitio se puede encontrar información acerca del municipio y atractivos con su respectiva descripción, historia y datos generales del cantón. Sin embargo existen falencias en la página web ya que en lo referente al alojamiento, restaurantes y lugares de amenidad para los visitantes no existe información.

Por parte del Ministerio de Turismo existe una página web www.turismosierranorte.gov.ec; en la cual esta datos del Cantón Espejo, lo que permite al turista que pueda conocer los beneficios que tendrá al visitar los atractivos turísticos.

3.1.4.1 Estrategias de Unidad de Turismo de la Municipalidad de Espejo

Los objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Espejo son:

1. Concentrarse en incrementar la calidad en la prestación de servicios turísticos y darle valor agregado al Cantón para atraer a potenciales visitantes.
2. Promover e incrementar la actividad turística en Espejo para generar ingresos adicionales y dinamizar la economía local.
3. Facilitar las relaciones interinstitucionales de los diferentes sectores relacionados con el turismo en Espejo para promover un trabajo conjunto participativo.
4. Poner en valor los recursos naturales existentes a nivel Cantonal a través del turismo, para inculcar una actitud de cuidado y manejo sostenible de los mismos.
5. Aprovechar las fortalezas que tiene Espejo para promover turismo: biodiversidad, atributos paisajísticos, ubicación geográfica y accesibilidad.

Para llevar a cabo los objetivos estratégicos se considera poner mayor énfasis en los siguientes puntos:

- Promover la seguridad para los visitantes
- Mejorar la imagen de Espejo como destino turístico
- Creación y fortalecimiento de productos turísticos y competitividad
- Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos mediante capacitación permanente a la empresa privada.
- Promover y apoyar un mejor ordenamiento territorial en las zonas naturales y sitios de interés turístico.
- Cuidado, protección y gestión de los atractivos turísticos.
- Mejoramiento de la comprensión y comunicación con los visitantes.

- El fortalecimiento a la gestión institucional para el desarrollo turístico.¹⁵

3.1.5 Área Financiera

El Ilustre Municipio del Cantón Espejo invierte \$2000 anuales en actividades turísticas. El Municipio no invierte ningún valor en la promoción turística del cantón.

3.2 ANÁLISIS EXTERNO

3.2.1 Microambiente

Está conformado por las fuerzas que pueden ser controladas con el fin de obtener el cambio deseado, además con el análisis respectivo se puede definir las debilidades y fortalezas que tenga el cantón en relación al tema en estudio.

3.2.1.1 Análisis de los clientes

Para conocer el perfil socio – económico de los turistas que visitan al Cantón Espejo se aplico la siguiente encuesta, cuyo formato y resultados se muestran a continuación:

3.2.1.1.1 Encuesta realizadas a los Turistas que visitan el Cantón Espejo

Datos Generales

Género:

Femenino Masculino

Edad:

15 a 25 26 a 35 36 a 45
46 en adelante

Ocupación _____

Procedencia _____

¹⁵ Gobierno Municipal de Espejo y Ministerio de Turismo (2004) “Anexos al “Plan Estratégico de Turismo del Cantón Espejo””

1. **¿Conoce usted el Cantón Espejo?**

Si

No

2. **Cuál fue su motivación principal para visitar al Cantón Espejo?**

Turismo

Vacaciones

Negocios

Otros _____

3. **¿Cuántas veces ha visitado el Cantón?**

1

2 a 3

Más de 3

4. **¿Cuántos días permanece en el Cantón Espejo?**

1 a 2

3 a 5

Más de 6

5. **¿Usted realiza la visita al cantón?**

Sola (o)

Con amigos N° de personas

En familia N° de personas

Otros _____

6. **Qué medio de transporte utilizó para llegar al Cantón Espejo?**

Público

Particular

Otro _____

7. **¿Qué tipo de alojamiento utilizo?**

Hostal

Hostería

Vivienda de familiares

Otros _____

8. **Según su criterio cuando es el período que existe mayor afluencia de turistas**

Enero – marzo

Abril – junio

Julio – septiembre

Octubre - diciembre

9. **¿Qué actividades desarrolla en el Cantón Espejo?**

Caminatas

Turismo de aventura

Ecoturismo

- Turismo de Salud
- Negocios
- Otros (especifique) _____

10. ¿Por qué medios obtuvo información turística del Cantón Espejo?

- | | | | |
|------------------|--------------------------|----------|--------------------------|
| Familia o amigos | <input type="checkbox"/> | Revistas | <input type="checkbox"/> |
| Folletos | <input type="checkbox"/> | Radio | <input type="checkbox"/> |
| Internet | <input type="checkbox"/> | | |
- Otros especifique) _____

11. ¿Qué aspectos considera que se debería mejorar para la desarrollo turístico en el Cantón Espejo?

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Vías de acceso | <input type="checkbox"/> | Información turística | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad | <input type="checkbox"/> | Promoción | <input type="checkbox"/> |
| Apoyo gubernamental | <input type="checkbox"/> | Señalización | <input type="checkbox"/> |
| Alojamiento | <input type="checkbox"/> | Restaurantes | <input type="checkbox"/> |
| Transporte público | <input type="checkbox"/> | Recreación | <input type="checkbox"/> |
- Otros (especifique) _____

12. ¿Cuál es el promedio de gasto diario que usted realiza en los siguientes servicios?

- Alojamiento _____
- Alimentación _____
- Transporte _____
- Recreación _____

13. ¿Los sitios visitados fueron de su agrado? ¿Por qué?

- Si No
- _____
- _____

14. De los siguientes servicios turísticos ¿Cuáles considera son indispensables en su permanencia? Señale los tres más importantes

- Información turística
- Restaurantes
- Alojamiento
- Señalización turística
- Recreación
- Otros (especifique) _____

15. ¿Cómo califica los servicios turísticos del Cantón Espejo?

- | | Muy Buena | Buena | Regular | Mala |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Alojamiento | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Alimentación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Transporte | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recreación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3.2.1.1.1.1 Objetivos de la encuesta

- Evaluar al cliente, conociendo el lugar de procedencia, género, motivo de viaje, tipo de alojamiento, actividades que realiza, el gasto promedio y su opinión acerca de los servicios.
- Determinar la época en la cual hay más afluencia de turistas al cantón y el origen de los visitantes, lo que nos permite obtener información acerca del perfil del turista actual en relación a los servicios que se ofrecen en el cantón.

3.2.1.1.1.2 Tamaño de la muestra

Para fijar el grupo objetivo que interesa para nuestro estudio, tomamos una muestra del total de turistas que ingresan a la Reserva Ecológica El Ángel y de la Hostería Polylepsis del año 2008.

En este caso aplicamos la fórmula de la población infinita, puesto que nuestro universo es menor a 100.000 elementos.

n = Tamaño de la muestra	348
N = Tamaño de la población	4077
P = Opiniones a favor de la investigación (valor fijo)	50%
Q = Opiniones en contra o abstenciones	50%
n / c = Nivel de confianza	95
Z = Desviación de la muestra con relación a la población	1.96%
e² = Error del muestreo, elevado al cuadrado	5%

Fórmula:
$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{(1.95)^2 * (0.5) * (0.5) * (4077)}{(0.05)^2 (4077-1) + (1.65)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

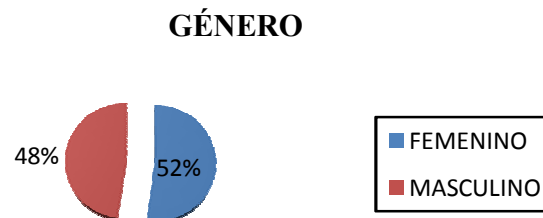
$$n = \frac{3875.698125}{11.140625} = 347.88$$

n= 348

Las encuestas fueron aplicadas a los turistas que visitan al Cantón Espejo. La recolección de información por medio de las encuestas nos permitió evaluar y analizar las necesidades del mercado con respecto al desarrollo turístico que se requiere en la actualidad.

3.2.1.1.1.3 Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales

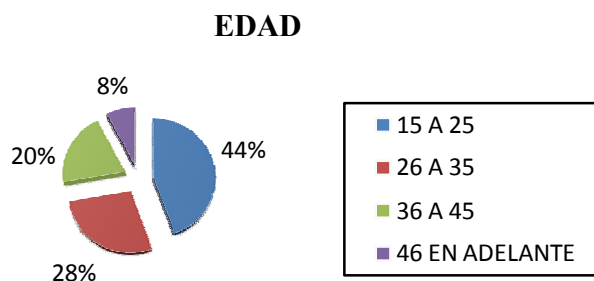
Gráfico 1:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 388 encuestas que se realizaron, 203 de los visitantes encuestados fueron mujeres, lo que corresponde al 52%, y, las 185 restantes son hombres, que representa el 48%.

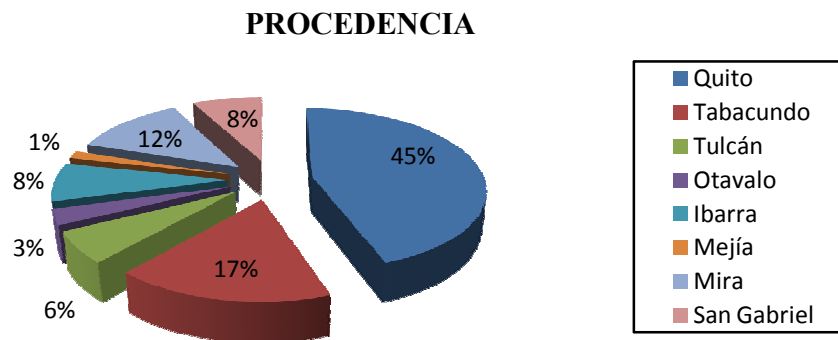
Gráfico 2:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 388 encuestas que se realizaron, el 44% de personas encuestadas se encuentran entre los 15 a 25 años, lo que determina que el Cantón es visitado por gente joven, y un porcentaje menor, es decir, el 8% corresponde a visitantes de 46 años en adelante.

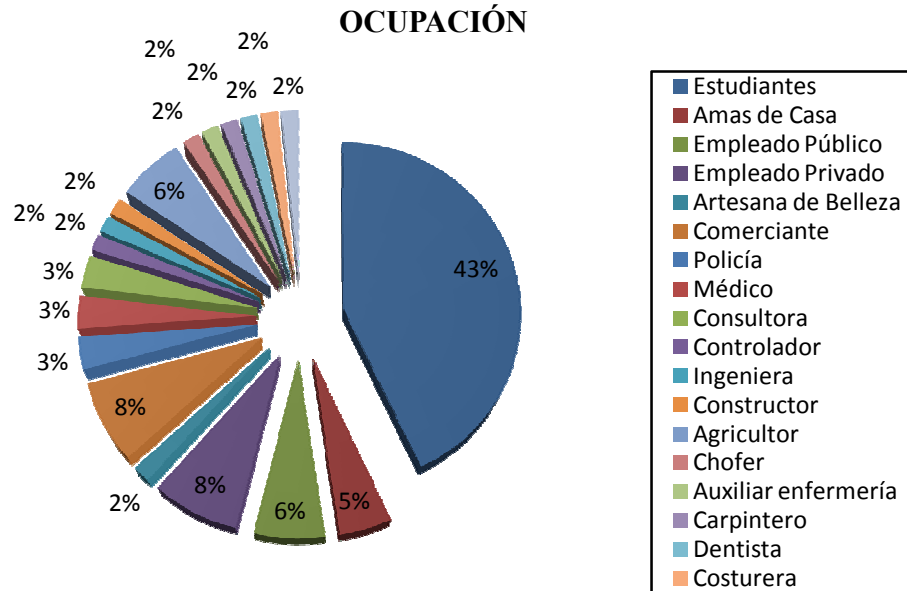
Gráfico 3:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 388 encuestas que se realizaron, 173 de los encuestados corresponden a la ciudad de Quito que representa el 45% que es el mayor porcentaje; seguido por el Cantón Tabacundo con el 17% y Cantón Mira con el 12%, y en un menor porcentaje los turistas que arriban provienen de Ibarra y San Gabriel (8%) cada uno; Tulcán (6%), Otavalo (3%), Mejía el 1%.

Gráfico 4:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 388 encuestas que se realizaron, en promedio el 43% de los turistas encuestados que visitan el Cantón Espejo son estudiantes, seguido de un 8% correspondiente a los comerciantes y empleados privados; y en menor porcentaje, con el 2% visitan turistas con educación superior.

Gráfico 5:

1. ¿Conoce usted el Cantón Espejo?

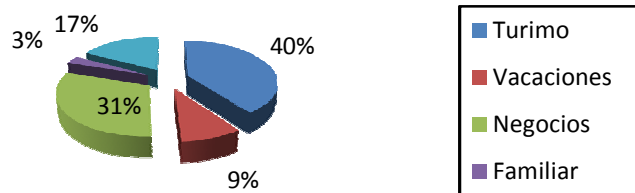


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 388 encuestas que se realizaron, se observa que el 83% de los turistas encuestados conocen el Cantón Espejo; y en menor porcentaje con el 17% no conocen el cantón.

Gráfico 6:

2. ¿Cuál fue su motivación principal para visitar al Cantón Espejo?

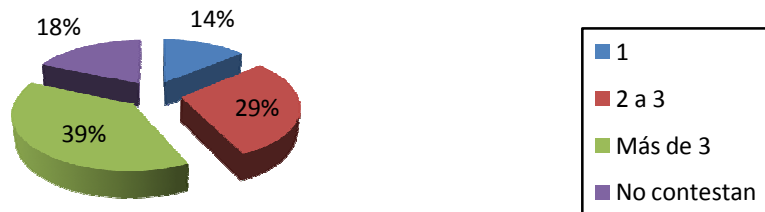


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: El motivo principal de visita al cantón Espejo según las personas encuestadas es el turismo con el 40%, en segundo lugar por negocios con el 31%, en tercer lugar por vacaciones con el 9%, en cuarto lugar con un menor porcentaje con el 3% por visita a familiares, y el 17% corresponde a turistas que no contestaron.

Gráfico 7:

3. ¿Cuántas veces ha visitado el Cantón?

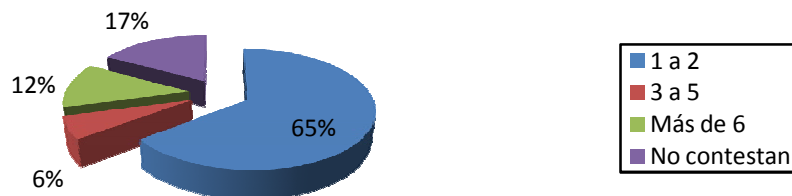


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Podemos observar que la mayoría de turistas con el 39% han visitado el cantón Espejo más de tres ocasiones lo que refleja que los turistas que visitan al cantón frecuentemente, el 29% han visitado de 2 a 3 veces y con el 14% lo han visitado una sola vez, y el 18% restante representa a las personas encuestadas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 8:

4. ¿Cuántos días permanece en el Cantón Espejo

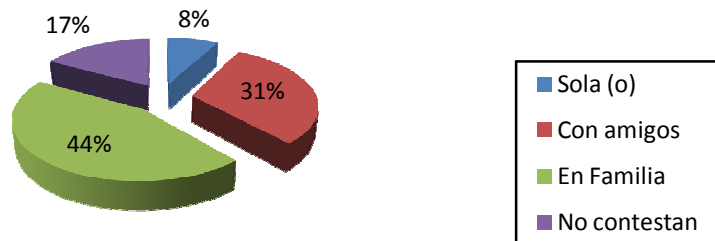


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En este gráfico podemos observar que el 65% de los turistas encuestados permanecen de 1 a 2 días, en segundo lugar con el 12% más de 6 días, en tercer lugar de 3 a 5 días con el 6%, y con el 17% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 9:

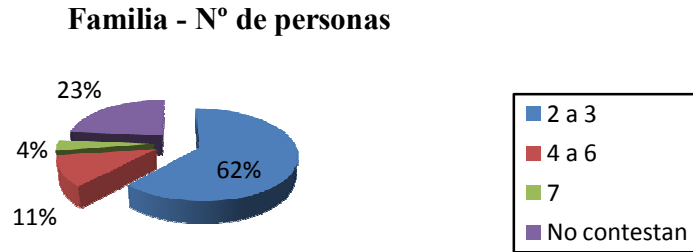
5. ¿Usted realiza la visita al cantón?



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de turistas encuestados el 44% han visitado el cantón en familia, el 31% con amigos y con un menor porcentaje solos con el 8%, y el 17% restante corresponde a las personas que contestaron la pregunta.

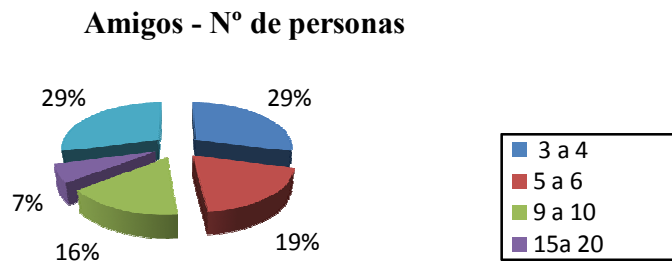
Gráfico 10:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las personas que visitan el cantón Espejo en familia el 62% van entre 2 a 3 personas; el 11% van entre 4 a 6 personas; el 4% entre siete personas; y el 23% restante corresponde a las personas que contestaron la pregunta.

Gráfico 11:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las personas que visitan el cantón Espejo con amigos el 29% van entre 3 a 4 personas; el 19% van entre 5 a 6 personas; el 16% entre 9 a 10 personas; el 7% van entre 15 a 20 personas y el 29% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 12:

6. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar al Cantón Espejo?

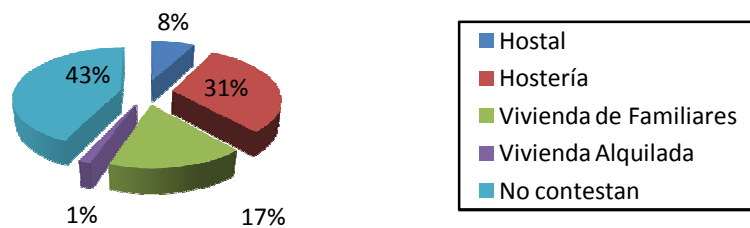


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de personas encuestas el 43% ha utilizado transporte privado para llegar al Cantón Espejo, el 40% ha utilizado transporte público, el 17% corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 13:

7. ¿Qué tipo de alojamiento utilizo?

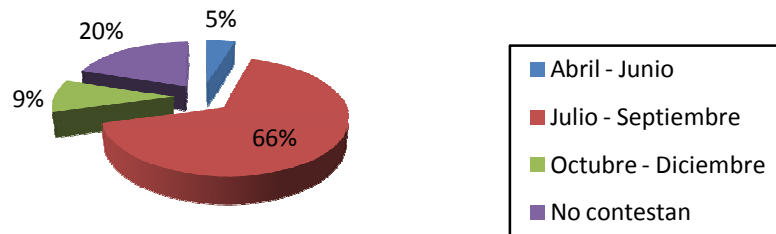


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio de los personas encuestadas el 31% de los visitantes encuestados se ha hospedado en hostería, el 17% se hospedó en vivienda de familiares, el 8% se ha hospedado en Hostales, el 1% se hospedó en una vivienda alquilada, y el 43% representa a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 14:

8. Según su criterio cuando es el período que existe mayor afluencia de turistas

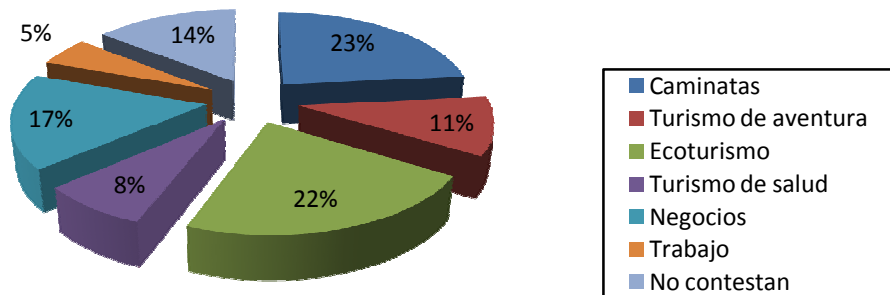


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos, encontramos que el período en la que existe mayor afluencia de turistas es en los meses de Julio a Septiembre con el 66%; de Octubre a Diciembre con el 9%; en el período de Abril a Junio con el 5%; y el 20% restante corresponde a las personas encuestas que no contestaron.

Gráfico 15:

9. ¿Qué actividades desarrolla en el Cantón Espejo?

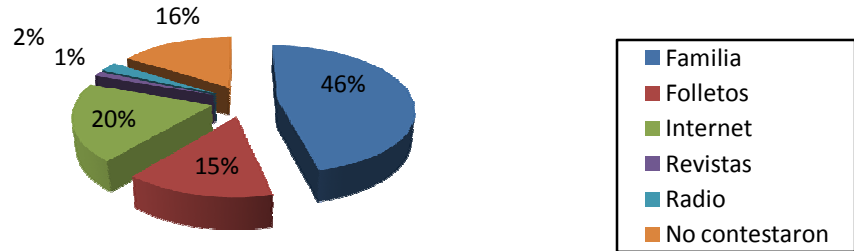


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de encuestas aplicadas, se ha determinado que el 23% de los turistas se dedican a realizar caminatas; el 22% realiza ecoturismo; el 17% se dedica a negocios; el 11% ha realizado turismo de aventura; el 8% ha practicado turismo cultural; en menor porcentaje con el 5% se ha dedicado al trabajo; y el 14% restante corresponde a la personas encuestadas que no contestaron.

Gráfico 16:

10. ¿Por qué medios obtuvo información turística del Cantón Espejo?

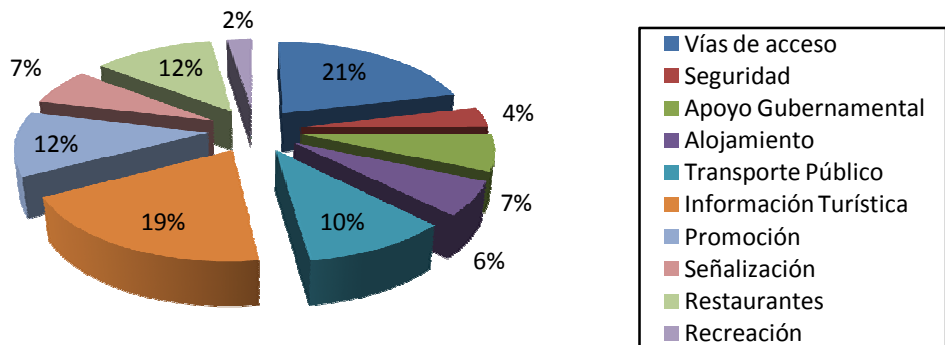


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En el gráfico, se observa que el 46% de las personas encuestadas ha obtenido información turística del cantón Espejo a través de los familiares; el 20% obtuvo información por medio del internet; el 15% mediante folletos; en menor porcentaje con el 2% a través de la radio; el 1% por medio de revistas; y el 16% de las personas encuestadas no contestaron la pregunta.

Gráfico 17:

11. ¿Qué aspectos considera que se debería mejorar para el desarrollo turístico en el Cantón Espejo?



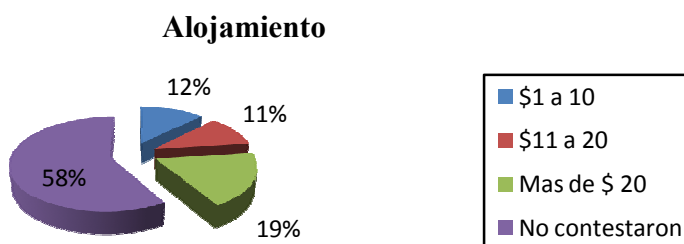
Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Según la opinión de los turistas encuestados los aspectos en los que se debe mejorar de mayor porcentaje tenemos: el 21% las vías de acceso a los atractivos del cantón Espejo; el 19% información turística; el 12% tanto para la promoción como para

restaurantes; y en porcentajes menores tenemos: al transporte con el 10%; apoyo gubernamental y la señalización con el 7%; el alojamiento con el 6%; la seguridad del cantón con el 4% y el 2% a la recreación.

Gráfico 18:

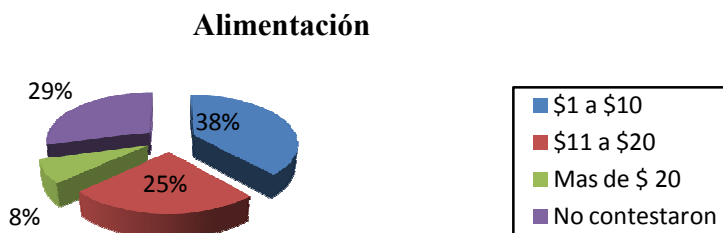
12. ¿Cuál es el promedio de gasto diario que usted realiza en los siguientes servicios?



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas, se puede observar que el 19% de los turistas encuestados realizan un gasto diario de más de \$20 diarios, el 12% entre \$1 a \$10 en alojamiento, en tercer lugar tenemos el 11% gastan entre \$11 a \$20 por día; y el 58% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

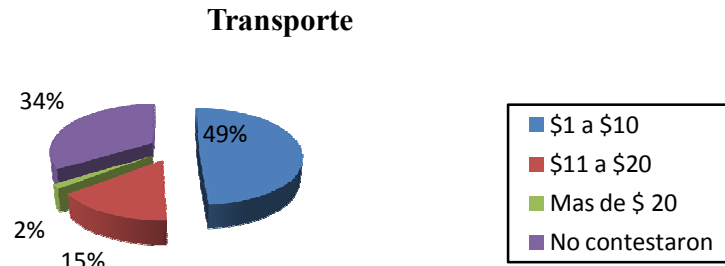
Gráfico 19:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: El 38% de los turistas encuestados admitieron que su gasto diario en alimentación es entre \$1 a \$10; en un 25% gastan entre \$11 a \$20; el 8% realiza un gasto superior a los \$20; y el 29% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

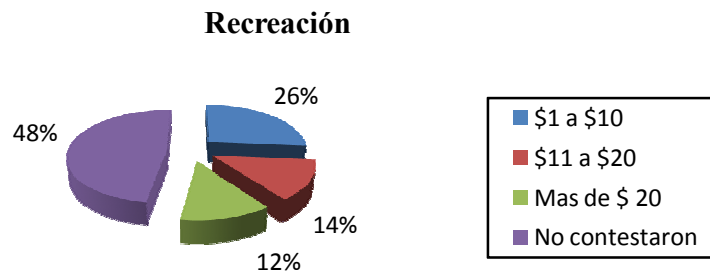
Gráfico 20:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos, el 49% de los encuestados gasta entre \$1 a \$10 diarios en transporte; el 15% por este servicio gasta entre 11\$ a \$20; en un 2% realizan un gastos superior a los \$20; y el 34% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 21:

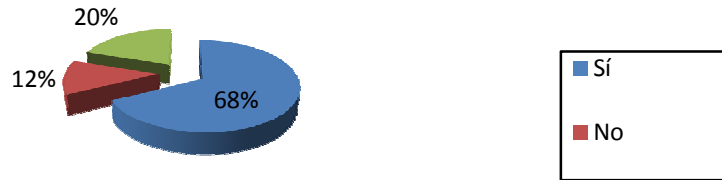


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio, el 26% de los turistas encuestados gasta entre \$1 a \$10 diarios; seguido por el 14% que representa un gasto entre \$11 a \$20, y en menor porcentaje con el 12% realizan un gasto superior a los \$20; y el 48% corresponde a las personas encuestadas que no respondieron a la pregunta.

Gráfico 22:

13. ¿Los sitios visitados fueron de su agrado?



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de turistas encuestados, el 68% considera que los lugares visitados fueron de su agrado; en un 12% respondieron que no fueron de total agrado los atractivos turísticos; y el 20% corresponde a las personas que no contestaron.

Gráfico 23:

14. De los siguientes servicios turísticos ¿Cuáles considera son indispensables en su permanencia?

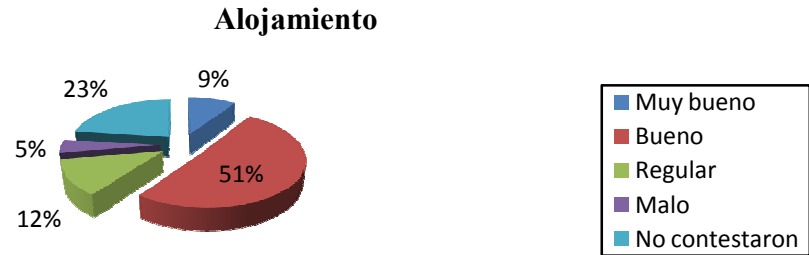


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En el gráfico se puede observar que tres servicios más importantes según la opinión de los turistas encuestados son: Información turística con el 29%; seguido por restaurantes con el 23% y en tercer lugar se encuentra la señalización con el 17%; y en menores porcentajes están: alojamiento con el 15%; recreación 9% y el 7% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 24:

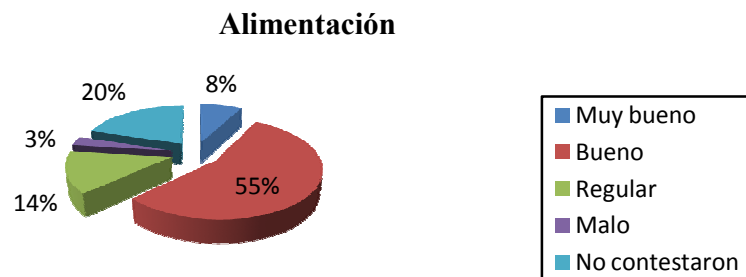
15. ¿Cómo califica los servicios turísticos del Cantón Espejo?



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de turistas encuestados el 51% considera que el servicio turístico de alojamiento es bueno; seguido por el 12% que opina que es regular; y en menor porcentaje tenemos que el 9% considera que es muy bueno; y un 5% califica que es malo; y el 23% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

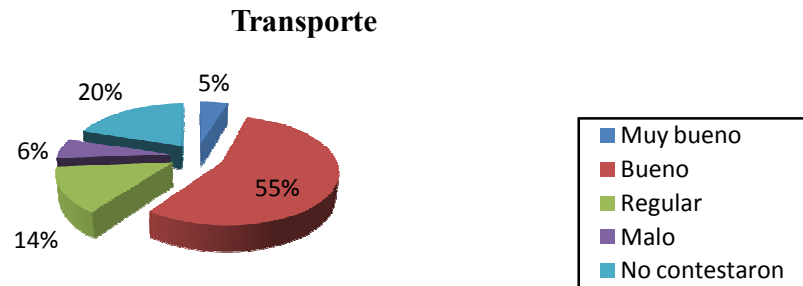
Gráfico 25:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio; el 55% de los turistas encuestados considera que el servicio turístico de alimentación es bueno; seguido por el 14% que opina que es regular; y en menor porcentaje tenemos que el 8% considera que es muy bueno; y un 3% califica que es malo; y el 20% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

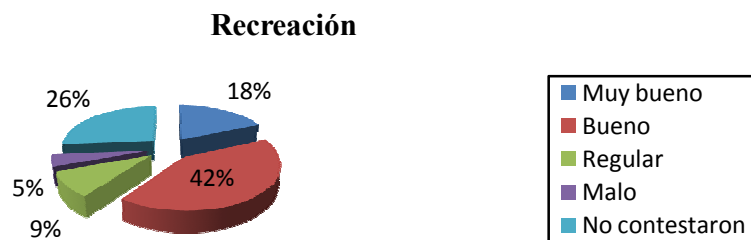
Gráfico 26:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de turistas encuestados el 55% considera que el servicio turístico de transporte es bueno; seguido por el 14% que opina que es regular; y en menor porcentaje tenemos que el 6% considera que es malo y un 5% califica que es muy bueno; y el 20% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

Gráfico 27:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio, el 42% de los turistas encuestados considera que el servicio turístico de recreación es bueno; seguido por el 18% que opina que es muy bueno; y en menor porcentaje tenemos que el 9% considera que es regular y un 5% califica que es malo; y el 26% restante corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

3.2.1.1.2 Encuestas aplicadas a los pobladores del Cantón Espejo

Datos Generales

Género: Femenino Masculino

Edad: 15 a 25 26 a 35 36 a 45
46 en adelante

Ocupación _____

1. ¿El Cantón cuenta con servicios básicos de calidad?

Muy bueno
Buena
Regular
Mala

2. ¿Cuánto conoce acerca de los atractivos turísticos que posee el Cantón Espejo?

Mucho
Poco
Nada

3. ¿Cree que el Cantón Espejo tiene un adecuado desarrollo turístico?

Si No

4. Según su criterio cuando es el período que existe mayor afluencia de turistas

Enero – marzo
Abril – junio
Julio – septiembre
Octubre - diciembre

5. Considera usted que con una mayor difusión sobre los atractivos se incrementaría el turismo en el Cantón.

Si No

6. ¿Realiza Ud. Actividades turísticas en el Cantón Espejo?

Si No

7. ¿Cree que usted que el Cantón cuenta con un buen sistema de seguridad para los turistas local, nacional y extranjero?

Si No

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar para desarrollar el turismo en el Cantón?

Visita Cascadas

Turismo cultural	<input type="checkbox"/>
Ecoturismo	<input type="checkbox"/>
Turismo de Salud	<input type="checkbox"/>
Otros _____	

9. ¿Cómo califica los servicios turísticos existentes en el Cantón Espejo?

	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recreación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Qué aspectos considera que se debería mejorar para la desarrollo turístico en el Cantón Espejo?

Vías de acceso	<input type="checkbox"/>	Información turística	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Promoción	<input type="checkbox"/>
Apoyo gubernamental	<input type="checkbox"/>	Señalización	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Restaurantes	<input type="checkbox"/>
Transporte público	<input type="checkbox"/>	Recreación	<input type="checkbox"/>
Otros (especifique) _____			

3.2.1.1.2.1 Objetivos de la encuesta.

- Evaluar cómo se desarrolla la actividad turística en el cantón Espejo.
- Analizar la opinión de los pobladores acerca de los servicios turísticos que posee el cantón.
- Establecer los factores que la población considera necesarios para mejorar la actividad turística.

3.2.1.1.2.2 Tamaño de la muestra

Para obtener la siguiente información, tomamos la muestra de la proyección poblacional del cantón Espejo del año 2009 que es de 1512 habitantes (INEC – PROYECCIÓN CANTONAL 2001).

En este caso aplicamos la fórmula de la población infinita, puesto que nuestro universo es menor a 100.000 elementos.

n = Tamaño de la muestra

371

N = Tamaño de la población	15012
P = Opiniones a favor de la investigación (valor fijo)	50%
Q = Opiniones en contra o abstenciones	50%
n / c = Nivel de confianza	95
Z = Desviación de la muestra con relación a la población	1.95%
e² = Error del muestreo, elevado al cuadrado	5%

Fórmula:
$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{(1.95)^2 * (0.5) * (0.5) * (15012)}{(0.05)^2(15012-1) + (1.95)^2*(0.5) * (0.5)}$$

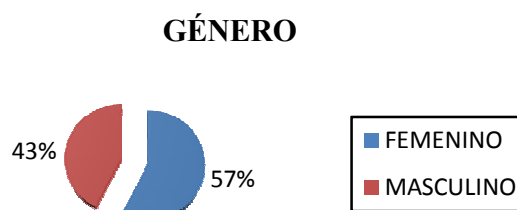
$$n = \frac{14270.7825}{38.4781} = 370.88$$

n = 371

Las encuestas fueron aplicadas a la población que circundaba en el centro de la ciudad; las personas fueron escogidas al azar, ya que en el centro de la ciudad se encuentra el mayor tránsito de personas.

3.2.1.1.2.3 Análisis de las encuestas aplicadas a los pobladores del cantón Espejo.

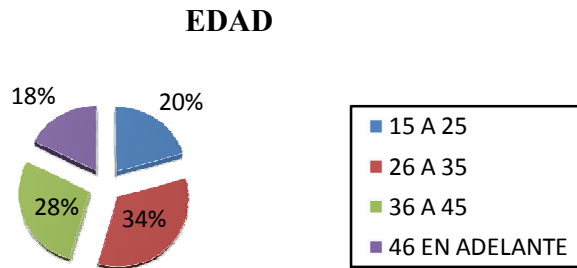
Gráfico 28:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 371 encuestas que se realizaron, 213 personas encuestadas fueron del género femenino, lo que corresponde al 57%, y, las 158 restantes pertenecen al género masculino, que representa el 43%.

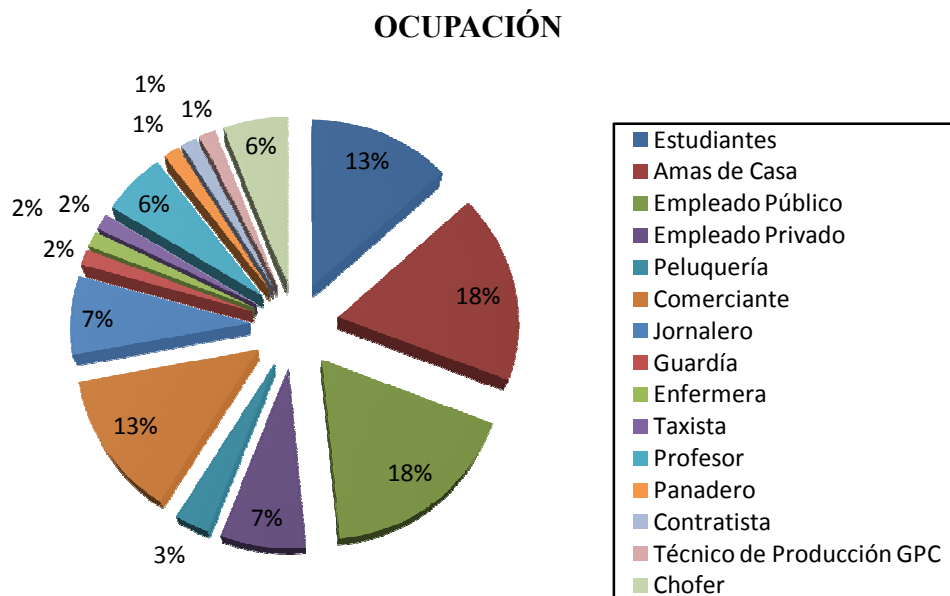
Gráfico 29:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 371 encuestas que se realizaron, el 34% de personas encuestadas se encuentran entre los 26 a 35 años; el 28% oscilan entre los 36 a 45 años; en un porcentaje menor con tenemos el 20% entre los 15 a 25 años y el 18% corresponde a personas de 46 años en adelante.

Gráfico 30:



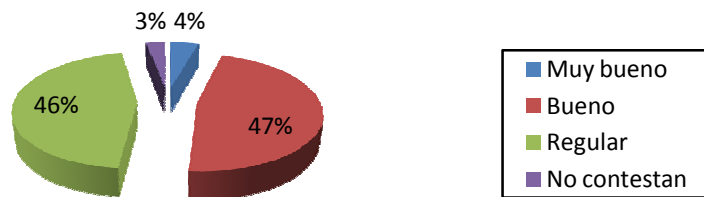
Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De las 371 encuestas que se realizaron, las ocupaciones de mayores porcentajes son: amas de casa y empleado público con el 18% cada una; seguido por los estudiantes y

comerciantes con el 13% respectivamente; y en menor porcentaje tenemos el 7% por parte de los jornaleros y el 31% restante está distribuido en una población que posee instrucción superior en diferentes campos profesionales.

Gráfico 31:

1. ¿El Cantón cuenta con servicios básicos de calidad (luz, agua y teléfono) ?

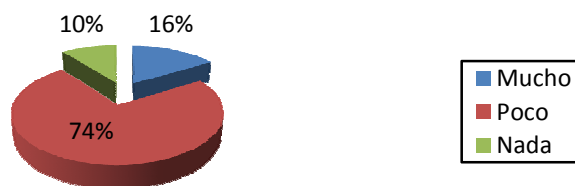


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de encuestas realizadas a la población, el 47% considera que los servicios básicos son buenos; seguidos por el 46% que opinan que es regular; y el 4% considera que los servicios son muy buenos; y el 3% corresponde a las personas que no respondieron a la pregunta.

Gráfico 32:

2. ¿Cuánto conoce acerca de los atractivos turísticos que posee el Cantón Espejo?



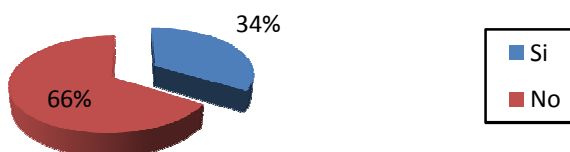
Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio; el 74% de la población encuestada conoce poco acerca de los atractivos turísticos debido a la falta de información turística; en un 16% de personas

conoce mucho sobre los lugares turísticos y en un menor porcentaje con el 10% de la población no tiene conocimientos sobre los atractivos turísticos del cantón Espejo.

Gráfico 33:

3. ¿Cree que el Cantón Espejo tiene un adecuado desarrollo turístico?

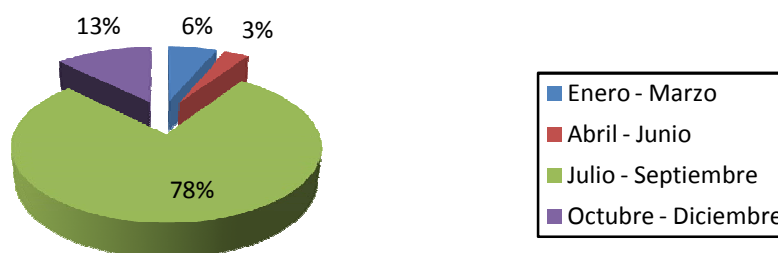


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Los pobladores del cantón Espejo consideran en un 66% que no cuenta con un adecuado desarrollo turístico; y un 34% considera que posee un adecuado desarrollo turístico.

Gráfico 34:

4. Según su criterio cuando es el período que existe mayor afluencia de turistas



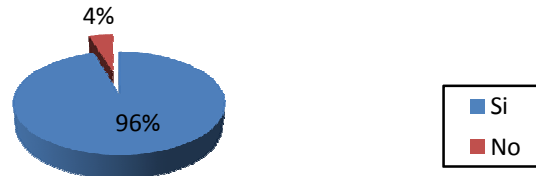
Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De acuerdo a las encuestas aplicadas, en el período del año entre Julio y Septiembre existe mayor afluencia de turistas hacia el cantón Espejo con el 78% debido a la época de vacaciones y por las fiestas de cantonización; también tenemos un 13% que

arriban en Octubre a Diciembre, y con menor afluencia en los periodos de Enero a Marzo con el 6% y de Abril a Junio con el 3%.

Gráfico 35:

5. Considera usted que con una mayor difusión sobre los atractivos se incrementaría el turismo en el Cantón

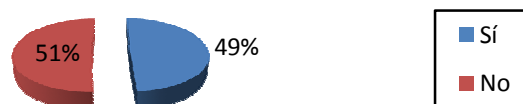


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio, el 96% de las personas encuestas considera que con una mayor difusión de los atractivos del cantón Espejo se incrementaría la actividad turística, y el 4% no cree que se logre incrementar la actividad turística en el sector.

Gráfico 36:

6. ¿Realiza Ud. Actividades turísticas en el Cantón Espejo?

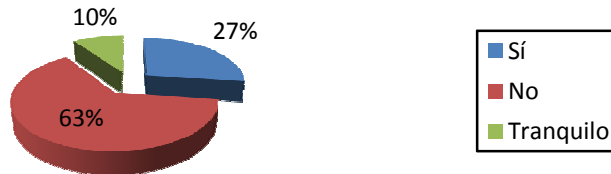


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Del total de personas encuestadas, el 51% de la población no realiza actividades turísticas; y el 49% si acude a los diferentes atractivos turísticos que posee el cantón Espejo.

Gráfico 37:

7. ¿Cree usted que el Cantón cuenta con un buen sistema de seguridad para los turistas local, nacional y extranjero?

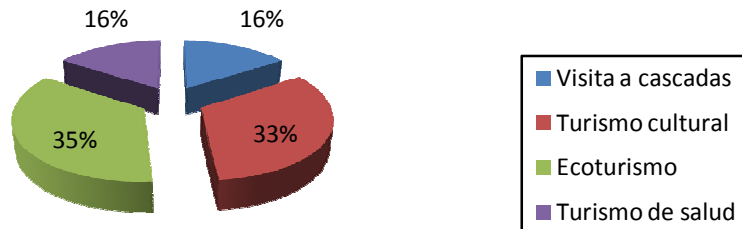


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio; el 63% de la población considera que el cantón Espejo no cuenta con un buen sistema de seguridad; mientras que el 27% opina que si existe seguridad en el cantón; y en una minoría con el 10% considera que el cantón es tranquilo por lo que no hace falta seguridad.

Gráfico 38:

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar para desarrollar el turismo en el Cantón?

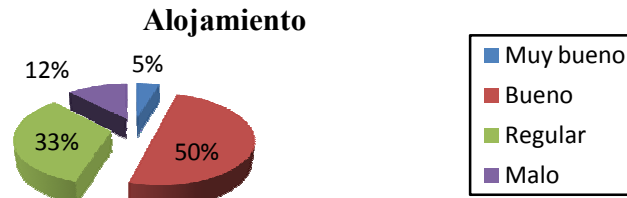


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Se analiza que las actividades que más les gustaría realizar a los pobladores del cantón para desarrollar el turismo en el sector son: ecoturismo en primer lugar con el 35%, en segundo lugar tenemos el turismo cultural con un 33% y con el 16% tanto las visitas a cascadas y turismo de salud.

Gráfico 39:

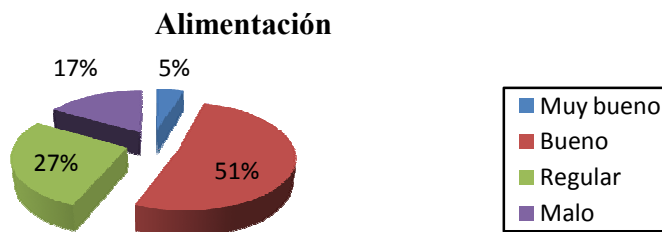
9. ¿Cómo califica los servicios turísticos existentes en el Cantón Espejo?



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: Los pobladores del cantón Espejo en su mayoría califican al servicio de alojamiento que oferta el cantón es bueno con el 50%; seguido por el 33% que opinan que regular ya que no existe muchos establecimientos hoteleros siendo este aspecto muy importante para el desarrollo turístico; con el 12% consideran que es malo y con el 5% consideran que es muy bueno.

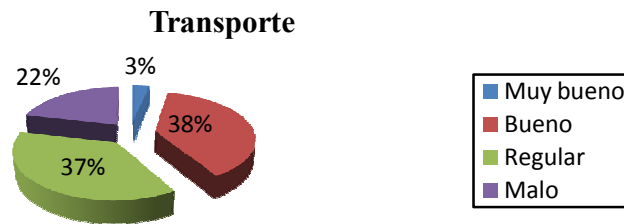
Gráfico 40:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio; el 51% de los pobladores encuestados califican al servicio de alimentación como bueno; seguido por el 27% que opinan que es regular ya que no existe muchos restaurantes; con el 17% consideran que es malo y el 5% consideran que es muy bueno.

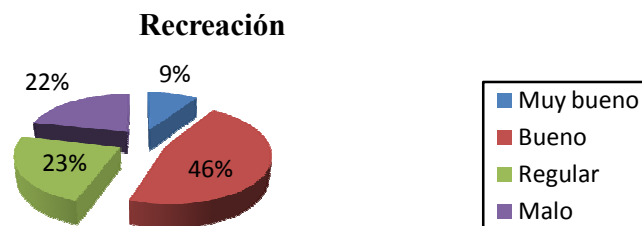
Gráfico 41:



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: De la población encuestada el 38% considera que el servicio de transporte es bueno; seguido por el 37% que opinan que es regular puesto que existe pocas líneas de transporte; el 22% consideran que es malo este servicio y el 3% consideran que es muy bueno.

Gráfico 42:

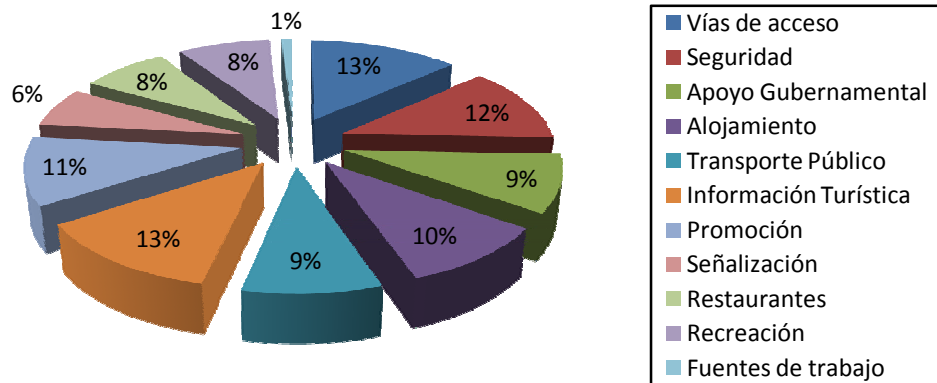


Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En promedio; el 46% de los pobladores encuestados califican al servicio de recreación como bueno; seguido por el 23% que opinan que es regular; el 22% consideran que es malo y el 9% consideran que es muy bueno este servicio.

Gráfico 43:

10. ¿Qué aspectos considera que se debería mejorar para la desarrollo turístico en el Cantón Espejo?



Elaborado por: Mónica Tito

Análisis: En el gráfico se puede verificar que la población piensa que debería mejorar en mayores porcentajes los siguientes aspectos: Vías de acceso e información turística con el 13% cada uno, seguridad con el 12% cada uno, promoción con el 11%, alojamiento con el 10%; y en menor porcentaje que también se los debe considera son: apoyo gubernamental, transporte público con el 9% respectivamente, recreación y restaurantes con el 8% cada una, la señalización con el 6% y el 1% restante corresponde a crear fuentes de trabajo para la población.

3.2.1.1.3 Entrevista aplicada al encargado de la Oficina de Turismo (ITUR)

La entrevista se la realizo al Lic. Arturo Mier, quien está a cargo de la Oficina de Turismo en la Ciudad El Ángel, Cantón Espejo.

1. ¿En que se basa la economía de la ciudad?

Todo el cantón se puede decir se dedica a la agricultura, a la ganadería y esas dos son los ingresos mas y ahora últimamente las florícolas con el tema de las flores, con esa tema que consigue la economía para aquí, para todo el cantón.

2. ¿Cómo se maneja el turismo dentro del Cantón Espejo?

Bueno en turismo es nuevo casi en el cantón por el tema de la Reserva Ecológica El Ángel; empezó desde hace unos 15 años empezaron a venir los turistas, pero de una forma no muy masiva y se puede decir que está no se ocupando un 10%, un 5-10% de los ingresos del cantón en turismo. Ahora actualmente ya se está un poco como se puede decir ordenando la actividad turística desde que se creó la oficina de turismo, se descentralizó el cantón turísticamente, se ha hecho el plan estratégico, se ha venido haciendo algunos trabajos desde el 2003, y digamos que no en sí mismos directamente no se ha dado mucho beneficios; ¿no sé a cuantas personas se podría beneficiar la hostería polylepis?, la comunidad de Morán aquí los restaurantes, los hostales, se han beneficiado de una manera directa, los transportistas. Pero no si haya una pregunta de este tipo para que después contestarle como estamos manejando.

3. ¿Cómo se llevo a cabo este cambio y cuáles son los resultados que se ha obtenido con la descentralización?

El tema de la descentralización es un tema muy fuerte para el cantón porque la descentralización es la transferencia de competencias; pero la competencias aquí son muy pocas, tenemos como ocho establecimientos turísticos que pagan impuestos súper bajos; bueno ese no es el tema; sino la cantidad de establecimientos, diga usted que se recauda alrededor de unos \$500 o \$300 anual; con eso no alcanza para gestionar nada, entonces, sin embargo el titulo de ser descentralizados nos ha ayudado un poco, ya que el Ministerio de Turismo le hemos dado dos proyectos y nos apoyado en dos proyectos, financiando una parte de los proyectos; para avanzar en el sendero de las termas de “Chacapamba”, el Baño del Cacique y para un puente y el tema de señalización turística, y también que siempre nos tomen en cuenta para las ferias, para un poco de promoción, pero en si como beneficiarse no se beneficiado con el tema de descentralización pero si se ha logrado la creación de la oficina de turismo, ITUR, si ha tenido un poco de ventajas.

4. ¿Cuál es la principal fuente de ingreso dentro del turismo?

La principal fuente de ingreso en el turismo, es el alojamiento que ha recibido por ejemplo, en el caso de la Hostería Polylepis, a mas de hostería está haciendo de operador; entonces se cobra no solo de alojamiento sino por la comida, paseo, caminatas, las actividades que se realizan.

Bueno a esta hostería digamos que la comunidad la ve como un monopolio y dicen que no da beneficio a la comunidad, entonces si bien es cierto ese tema hay que aceptarlo no, pero también hay que darnos cuenta y ser consientes de la promoción que ha hecho la hostería que es tremenda tanto a nivel nacional e internacional que ya todas las personas dicen: ¿qué es el polylepis? ¿Qué donde esta? ¿Qué queremos conocer? y ya pues entonces, claro que la mayor parte de personas que han venido a esta hostería casi no han hecho un turismo colectivo, han venido directamente a visitar a la hostería y se han regresado. Y el propietario les habla que solamente existe la hostería, el bosque polylepis es lo mejor del mundo y nada más. No se ha dado esa información completa de los atractivos que tiene el cantón, por eso es que nosotros tratamos de que los turistas ingresen por la oficina para darles la información y luego ya sigan hasta allá.

Hay una ordenanza que dice “que todos los turistas que ingresen al cantón deberán pasar por la oficina de turismo” y siempre hasta llegar a cumplir el objetivo es tiempo; bueno actualmente pensamos ya retomar el tema de coordinación con todos los actores que antes no había actores involucrados; ahora si existen comunidades que ya están organizadas e inclusive hemos trabajado con la fundación “Ayuda en Acción” estamos empezando estos programas a unificar estas comunidades; organizar ya legalmente. Entonces se puede decir que ya tenemos actores; antes había atractivos y no los actores, que las personas se hagan responsables; antes había un grupo de veinticinco guías desde el 2002 pero de todos los 25 unos son profesores, y solo dos son activos. Ahora se formo otro grupo de nueve y ahora si hay un buen grupo.

5. ¿Cómo cataloga usted la situación turística del cantón?

La situación turística en este cantón al momento se puede decir que ya está dando sus primeros pasos; ya vemos resultados pequeños, digo pequeños al ser planes porque no hay mucho financiamiento con el tema de promoción, hemos hecho dípticos, trípticos guías que hemos repartido en Cuenca, Guayaquil en la FITE, y ya estamos viendo unos resultados, ya están acudiendo más turistas, han incrementado el ingreso y bueno ya vemos que la gente también se interesa un poco en hacer artesanías, eso creo yo que es importante, porque si no hay involucramiento de la gente el proyecto no es sostenible.

6. ¿Posee políticas de desarrollo turístico para el cantón?

Si existen políticas de desarrollo turístico de hecho hay un Plan de Desarrollo Estratégico de Turismo, hay un convenio y ese existen las políticas de turismo, pero mientras no estemos organizados, la gente no esté involucrada. Estamos recién en el proceso de armar el Consejo Cantonal de Turismo, no podemos aplicar esas políticas que en sí vienen desde el Ministerio de Turismo.

7. ¿Cuáles son los proyectos turísticos que actualmente se están llevando a cabo dentro del Cantón Espejo?

Bueno empezamos en esta administración; bueno en la primera administración dieron el primer paso para hacer el Plan Estratégico, luego hicieron un proyecto en la Reserva Ecológica El Ángel, La Laguna el Voladero con una ONG; ARD que hicieron la construcción de senderos, señalización, casa de guardianía en el sector de la Laguna el Voladero. La capacitación del primer grupo de guías, y bueno según en esta administración cuando ya ingresamos a este municipio empezamos con el proyecto de Rescate y Senderización de los atractivos existentes de aquí de la ciudad a 1km que son la Cascada el Pailón, las termas del Cacique Blas Ángel en el sector Chilcapamba, es un proyecto de aquí casi un 80% municipal.

Otro proyecto es el de señalización que ya lo vamos prácticamente ya está contratada la empresa, señalización turística; también estamos con un proyecto aprobado se puede decir que hemos empezado con algunas acciones con la fundación “Ayuda en Acción” que se

llama “Proyecto Turístico Comunitario Corredor Turístico El Ángel – Las Golondrinas”, es un gran proyecto en el que están involucradas cuatro comunidades y ahí está contemplado infraestructura, albergue comunitario, puentes colgantes, un refugio en el Bosque Golondrinas, temas organizativo de las comunidades, temas de promoción turística para este proyecto, capacitaciones para las comunidades, bueno y al final tratar de vender este producto por medio de Paquetes Turísticos.

Otros proyectos pequeños como la organización de eventos como: El Carnaval del Frailejón, también en fin de año lo que es el toro von nocturno, hay también las festividades, la expo feria y así algunos eventos que se están organizando y tratando de dejar ya institucionalizando.

También tenemos un grupo nuevo de guías que se llama “Cóndor Mirador”; también les hemos ayudado hacer un proyectito pequeño para que les entreguen en comodato una casa de guardianía “El Salado” en el Sector el Bosque Polylepis, por parte del Ministerio de Medio Ambiente, que está abandonado para que les entreguen a ellos y que hagan desde ahí lo que es guardianía, control de la reserva y conservación y oferten los servicios de guías nativos, para servicios de alojamiento, alimentación y también las esposas de los guías el tema de las artesanías.

Y ahora existe también en el Bosque Polylepis donde es la hostería, porque el bosque tiene más o menos unas diez hectáreas; unas cuatro hectáreas pertenecen a un propietario de aquí del Sr. Salas; una media o una media pertenece a la Hostería Polylepis y unas cinco a seis hectáreas a la comunidad a la Asociación San Luis, entonces les estamos ayudando en la organización inclusive vamos hacer ahí grandes proyectos con la Fundación un Centro de Interpretación para que lo maneje la comunidad, la Asociación San Luis, y prácticamente hicimos ya una minga para la construcción de un sendero, para que los turistas pueden venir directamente y les hacemos el contacto con los guías y ellos los llevan y no ingresan a la hostería sino van directamente al bosque, es un bosque inclusive muy bonito no está alterado y les hacen paseos por el bosque con las explicaciones del caso.

8. ¿Posee convenios con empresas privadas?

Con empresas privadas entregamos en comodato un Balneario de Aguas Termales La Calera, que anteriormente estaban un poco descuidados, y ahora le entregamos en comodato mediante una entrega de proyecto y bueno le han hecho mejoras, adecuaciones y está funcionando muy bien, tiene una buena acogida.

Recién entregamos en comodato el Parque Bellavista, ahí un salón, cafetería para hacer noches culturales, y queda a siete cuadras de la ciudad.

9. ¿Cuál cree usted que es el principal problema para el desarrollo turístico del Cantón?

El principal problema que existe aquí es el estar fuera de la vía principal, la vía principal que conecta Colombia – Ecuador es la que ingresa por Tulcán, y va directamente a Ibarra por Bolívar, El Oasis, El Valle del Chota entonces nosotros estamos fuera de esta vía principal, esto se puede decir que es una debilidad que tenemos, pero tenemos unos proyectos, bueno el proyecto de señalización nos ayudaría un poco a disminuir esa debilidad, no sé creo que un gran proyecto podría darse puede ser el de antes los transportes la vía principal era Tulcán – Laguna EL Voladero (el páramo) por la Reserva Ecológica El Ángel y baja, entonces los buses venían por aquí claro se podría decir que no estábamos fuera de salida, entonces no sé si se pueda retomar otra vez esa vía, para no quedar tan aislados de la vía principal.

10. ¿Qué material promocional existe del Cantón Espejo por parte del Municipio?

Bueno el material promocional del cantón, primeramente lo ha hecho el Ministerio de Turismo, pero él lo hace a nivel general de Sierra Norte que es Imbabura – Carchi, y saca un poquito de Espejo. Pero el Municipio ha hecho unas mil guías Turísticas solo del Cantón que ya hemos entregado en la FITE, Cuenca: hemos hecho un reportaje con Teleamazonas de siete minutos, aprovechando cuando viene a veces canales cercanos como TV NORTE de aquí de Ibarra, hemos utilizado esos espacios para promocionar, también tenía un espacio en el Diario LA HORA, que se llamaba “Solo para aventureros”, publicábamos todos los atractivos que existen aquí, y eso es lo único que se ha hecho.

11. Cree que es factible desarrollar un Plan de Marketing Turístico para mejorar la acogida del Cantón.

Sí, bueno de hecho con el apoyo de la Fundación “Ayuda en Acción” tenemos un pequeño plan para promocionar el cantón, más que todo el corredor en el cual está incluido el cantón, ahí en esa promoción va lo que es el Balneario La Calera, la ciudad El Ángel que ahora ya cuenta con atractivos aquí en la ciudad, Lagunas El Voladero, Bosque Polylepis, Cañón de Morán; con el corredor hasta salir a la Juntas, a Gualchán con la vía Guayupe que conecta a San Lorenzo. Entonces ahí tenemos un pequeño presupuesto destinado al proyecto en el plan de promoción pero digamos que se lo piensa dar en el 2001 o a finales del 2010 pero si es importante un Plan de Marketing urgente, emergente se podría decir porque se puede hacer la primera fase en este momento y luego con la fundación entonces a finales del 2010 se podría hacer la segunda fase del plan.

12. ¿Tiene apoyo económico por parte del Estado para el desarrollo turístico del Cantón?

Hay una partida presupuestaria que viene aquí al Municipio, y de ahí está designado \$2000 para el área de turismo anuales; solo para proyectos nada para la promoción, eso es lo que existe, en realidad no se puede hacer mucho con eso.

13. ¿Cuál es el ingreso que recibe por el Turismo?

Bueno no tenemos la verdad hecho un análisis de los ingresos que recibe el cantón por el turismo, pero no sé tal vez el Ministerio de Ambiente, quien es responsable de administrar la Reserva Ecológica El Ángel, y los turistas pagan el ingreso a la reserva, yo creo ello deben tener este rubro.

14. ¿Cuáles son los lugares más visitados en el Cantón?

Bueno, el lugar más visitado y llamado el atractivo estrella de la provincia del Carchi son las Lagunas del Voladero de la Reserva Ecológica El Ángel, luego le hemos puesto al Bosque Polylepis por la promoción que le ha dado la Hostería y creo que esta en tercer puesto o tercer lugar el tema del Corredor que avanza desde Morán hasta Las Juntas que

creo yo para mi manera de ver es uno de mejores atractivos del cantón pero le falta ahí un poco de inversión.

15. ¿Cuáles son las festividades que se realizan dentro del Cantón y en qué fechas?

Bueno eso están en la guía impresa; pero las más importantes son las festividades de cantonización que son en septiembre que inician desde el 15, 20 hasta finales de Septiembre. El evento más llamativo es el Día de Chacharero con la cacería del zorro, que es típica de aquí es originaria de aquí, que en la actualidad en Ibarra le han dado más empuje y ahora es más sonada. También hay el rodeo, paseos del Chagra, La cacería del Venado, luego está el Carnaval del Frailejón en febrero, las Fiestas de San Pedro, de la Virgen del Carmen, las Fiestas de San Isidro, bueno hay bastantes.

16. ¿En qué meses del año cree usted que el Cantón Espejo es más visitado por los turistas?

Temporada alta, casi como en todas partes del mundo empieza en mayo hasta agosto, septiembre.

17. ¿Cuál cree usted que son los principales competidores?

Cantón Cotacachi; por el tema de la Laguna Cuicocha y la ventaja de su vía asfaltada hasta la laguna. Otro competidor no creo que tendríamos porque la Reserva El Ángel es única con frailejones.

18. ¿La comunidad se beneficia o está involucrada en el turismo?

Desde hace unos quince años la única comunidad que ha estado involucrada con el turismo es la Comunidad de Morán, que ha venido trabajando con el turismo comunitario. Recién se está empezando a extender a la comunidad de Eloy Alfaro y Jesús del Gran Poder, de la parroquia la Libertad. El Ángel indirectamente con sus hostales, transporte, tiendas.

19. ¿Cómo ve proyectado al Cantón con un adecuado desarrollo turístico?

La visión de este cantón es dinámico porque actualmente se ha dado un turismo pasivo se puede decir, porque solamente venían los turistas a la Reserva Ecológica; visitaban Laguna

el Voladero bajan y nunca paraban, porque no había un atractivo aquí en la ciudad, actualmente ya existen atractivos los turistas paran aquí ven las esculturas del parque, visitan el Museo Arqueológico, luego se les informa del Parque Bellavista, el sendero a las termas y a la cascada el Pailón, ya existe otro atractivo el Bosque Polylepis.

Entonces la visión es de ver al Cantón como un Cantón prácticamente turístico debido a que tiene de todo como en botica, tiene aguas termales, los páramos, la zona subtropical, se puede hacer muchas actividades, en la zona subtropical de Gualchán que tenemos se puede hacer rafting, rapeling, inclusive estamos empezando hacer los ciclo paseos en descensos de montañas con grupos desde la Reserva Ecológica hasta El Ángel.

Ya lo veo con alquiler de cuadrones haciendo city tours porque ya se puede hacer city tour con vida nocturna que antes no existía, ya tenemos grupos musicales que se presentan en las noches, tenemos ya bastantes bares que recién han inaugurado. Entonces la idea es ver a este Cantón potencialmente turístico, no puedo decir como Baños porque nos lleva una delantera tremenda, y tiene también, como se puede decir que en un espacio reducido, tema de entrada al Oriente, el clima.

Hemos dado pasos agigantados porque inclusive la comunidad está con el tema cultural que es una fortaleza para este Cantón, que tal vez no podrá tener Baños y otros lugares, porque tenemos una cultura diferente a la del país, podemos decir que en todo el país hubieron los Incas, en cambio aquí tuvimos la cultura los Pastos, entonces esto a los turistas le atrae porque tiene sus diferencias con las otras culturas.

En este tema el Municipio le ha dado auge porque ha hecho monumentos, museos, el museo in situ que le vamos hacer en la Tres Tolas, tumbas de los pastos, tenemos los antiguos caminos, entonces en ese tema estamos dando impulso para llevarlo a cabo. Se puede decir que el Cantón tiene al año 5000 turistas y lo en unos cinco años estarán de 10000 a 15000, queremos duplicar con la imagen que de queremos dar.

20. ¿Cuál es la mayor riqueza del Cantón?

Hablando turísticamente la mayor riqueza es la Reserva Ecológica El Ángel, tenemos también Razococha se esta iniciándose como reserva está ubicada camino a Morán a mano izquierda, también tenemos una parte del Bosque Protector Golondrinas que está en el gran proyecto “El Ángel – Las Golondrinas”, y el tema cultural el tema de los Pastos.

21. ¿Cómo se preparan para recibir a los turistas?

Bueno en este momento como ya lo he mencionado, ya tenemos el grupo de guías “Cóndor Mirador”, tenemos planta turística, se puede decir ya para todo tipo es decir hostales desde cinco dólares hasta sesenta dólares, tenemos restaurantes, comidas típicas, esta oficina que brinda orientación al turista. Entonces ya se puede decir que estamos preparados para recibir grupos de turistas, ya estamos en contacto con operadoras, con ONG`S, además con otras organizaciones de turismo comunitario que ya nos están enviando turistas y recibiendo, se puede decir que ya estamos preparados no un 100% pero ya podemos atender al turista.

3.2.1.2 Segmentación de Mercado

Cuadro N° 4

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CRITERIOS	VALORES
Criterios geográficos	
Región	Sierra norte del Ecuador
Ciudad	El Ángel
Criterios demográficos	
Edad	15 a 46 años
Género	Masculino, Femenino
Grupo de personas	2 a cuatro personas
Ocupación	Estudiantes, comerciantes y personas con educación superior
Criterios psicográficos	
Clase social	Clase media
Frecuencia de Compra	Frecuencia media

3.2.1.3 Perfil del Cliente

Los visitantes del Cantón Espejo en su mayoría son personas adultas entre 15 a 46 años; entre hombres y mujeres que llegan desde la ciudad de Quito, Imbabura y El Carchi. La mayor parte de los turistas son estudiantes universitarios, comerciantes y en menor porcentaje personas con estudios superiores.

Las visitas al cantón se dan entre dos a tres veces, con frecuencia anual, de manera semestral, feriados o por vacaciones; los motivos que los motivan a llegar al cantón Espejo en mayor porcentaje son las actividades turísticas como ecoturismo, turismo de aventura, caminatas.

Las personas viajan en grupos entre dos a cuatro personas, gran parte de este grupo se quedan entre un día a dos días, siendo su hospedaje una hostería o casa de familiares. Los servicios que más utilizan son alimentación, recreación, transporte y alojamiento, con un gasto promedio en cada uno de los servicios está entre un dólar a diez dólares. Las actividades turísticas del Cantón Espejo se dieron a conocer a través de familiares, seguido por información turística por medio del internet.

3.2.1.4 Análisis de la Demanda

3.2.1.4.1 Demanda Histórica

Cuadro N° 5

DEMANDA DE TURISTAS QUE LLEGAN AL CANTÓN ESPEJO

Años	Número de Turistas	Variación
2005	3629	
2006	3922	8.08%
2007	4100	4.53%
2008	4077	0.56%

Fuente: Dirección del Ministerio de Ambiente de El Ángel y la Hostería Polylepsis

3.2.1.4.2 Demanda Actual

Los datos de la demanda actual fueron tomados de una muestra estadística, que se obtuvo por medio de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales que visitaron el cantón Espejo.

El 45% de los turistas que han ingresado al cantón Espejo corresponden a la ciudad de Quito; pues aproximadamente 1835 personas son de esta procedencia.

El 17%, corresponden al Cantón Tabacundo, aproximadamente 693 personas son de esta procedencia.

El 12% de los turistas corresponden al Cantón Mira, y aproximadamente son 489 personas,

De igual forma, llegaron desde Ibarra y San Gabriel el 8% respectivamente, que corresponde a 652 personas.

El 6% de los turistas proviene de Tulcán, es decir 245 personas; el 3% provienen de Otavalo aproximadamente 122 personas y finalmente tenemos el 1% del cantón Mejía, es decir 41 personas.

3.2.1.4.3 Demanda Futura

La demanda futura es importante para llevar a cabo el proyecto, ya que por medio de este cálculo se proyectará el número de turistas que tendrá el destino.

Para realizar la respectiva proyección nos basaremos en las cantidades obtenidas en la demanda histórica del universo en estudio, para lo cual utilizaremos el método de regresiones y mínimos cuadrados, el mismo que consiste en agrupar datos dispersos dentro de una función lineal mediante un proceso estadístico que establece la diferencia respecto a la media aritmética y regresión de los datos de la función lineal.

Cálculo de la Demanda de Turistas Nacionales

Función Lineal por mínimos cuadrados: $Y' = a + bx$

$$a = \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i^2 \right) \left(\sum_{i=1}^n v_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i Y_i \right) \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)}{n \left(\sum_{i=1}^n X_i^2 \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2}$$

$$a = \frac{(15728)(30) - (40081)(10)}{(30*4) - (10*10)} = \frac{471840 - 400810}{120 - 100} = \frac{71030}{20} =$$

a = 3551.5

$$b = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n X_i Y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right) \left(\sum_{i=1}^n v_i \right)}{n \left(\sum_{i=1}^n X_i^2 \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2}$$

$$b = \frac{(40081)(4) - (15728)(10)}{(30*4) - (10*10)} = \frac{160324 - 157280}{120 - 100} = \frac{3044}{50} =$$

b = 152.2

$$y = \frac{15728}{4} = 3932$$

3.2.1.4.4 Proyección de la Demanda Futura

Cuadro N° 6

BASES PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

x	AÑOS	NUMERO DE TURISTAS (Y)	x ²	xy	Y'=a+bx	(Y' - y) ²	(y-y) ²
1	2005	3629	1	3629	3704	51984	91809
2	2006	3922	4	7844	3856	5776	100
3	2007	4100	9	12300	4008	5776	28224
4	2008	4077	16	16308	4160	51984	21025
10		15728	30	40081	15728	115520	141158

Proyección Demanda Futura

Fórmula: $Y = a + bx$

Factor tiempo para el año 2009

$$2009 = 3551.5 + (152.2*9) = 4921$$

Factor tiempo para el año 2010

$$2010 = 3551.5 + (152.2*10) = 5074$$

Cuadro N° 7

DEMANDA TURÍSTICA PROYECTADA CANTÓN ESPEJO 2009-2014

Años	Proyección (turistas)
2009	4921
2010	5074
2011	5226
2012	5378
2013	5530
2014	5682

3.2.1.5 Análisis de la Oferta – Servicios Turísticos

3.2.1.5.1 Alojamiento

3.2.1.5.1.1 Oferta Histórica

Los datos que se detallarán a continuación, fueron obtenidos del Catastro de Carchi, 2008 del Ministerio de Turismo, la oferta histórica corresponden a la evaluación de la capacidad de alojamiento que posee el Cantón Espejo.

Cuadro N° 8

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CANTÓN ESPEJO, AÑO 2008

ESTABLECIMIENTOS Y CATEGORÍAS					
NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO DE ACTIVIDAD	N° HABIT.	PLAZAS	OCUPACIÓN ANUAL
BLAS ANGEL	Tercera	Pensión	10	20	7300
PAISAJES ANDINOS	Tercera	Hostal residencia	12	24	8760
POLYLEPIS EL	Primera	Hostería	6	40	14600
ANGEL EL	Segunda	Hostería	6	24	8760
FRAILEJONES DE EL ÁNGEL LOS	Tercera	Hostería	7	14	5110
PAZ Y MONTAÑA	Segunda	Hostería	14	24	8760
TOTAL	6 HOSTERÍAS		55	146	53290

Fuente: Ministerio de Turismo; SIIT Carchi 2008

Cuadro N° 9

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CANTÓN ESPEJO, AÑO 2009

ESTABLECIMIENTOS Y CATEGORÍAS					
NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO DE ACTIVIDAD	N° HABIT.	PLAZAS	OCUPACIÓN ANUAL
BLAS ANGEL	Tercera	Pensión	11	22	8030
PAISAJES ANDINOS	Tercera	Hostal residencia	13	25	9125
POLYLEPIS EL	Primera	Hostería	14	60	21900
ANGEL EL	Segunda	Hostería	6	24	8760
FRAILEJONES DE EL ÁNGEL LOS	Tercera	Hostería	7	14	5110
PAZ Y MONTAÑA	Segunda	Hostería	14	24	8760
TOTAL	6 HOSTERÍAS		65	169	61685

Fuente: Ministerio de Turismo; SIIT Carchi 2009

3.2.1.5.1.2 Oferta Futura

La oferta futura es importante para llevar a cabo el proyecto, ya que por medio de este cálculo se proyectará el número de turistas que tendrá el destino.

Para realizar la respectiva proyección nos basaremos como referencia el número de plazas que se utilizaron a partir del año 2007 hasta el 2009 de la oferta histórica del universo en estudio, para lo cual utilizaremos el método de regresiones y mínimos cuadrados, el mismo que consiste en agrupar datos dispersos dentro de una función lineal mediante un proceso estadístico que establece la diferencia respecto a la media aritmética y regresión de los datos de la función lineal.

Cálculo de la Oferta Turística

Función Lineal por mínimos cuadrados: $Y' = a + bx$

$$a = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Xi^2 \right) \left(\sum_{i=1}^n vi \right) - \left(\sum_{i=1}^n XiYi \right) \left(\sum_{i=1}^n Xi \right)}{n \left(\sum_{i=1}^n Xi^2 \right) - \left(\sum_{i=1}^n Xi \right)^2}$$

$$a = \frac{(159870)(14) - (336530)(6)}{(14*3) - (6*6)} = \frac{2238180 - 2019180}{42 - 36} = \frac{21900}{6} =$$

$$a = 36500$$

$$b = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n XiYi \right) - \left(\sum_{i=1}^n Xi \right) \left(\sum_{i=1}^n Yi \right)}{n \left(\sum_{i=1}^n Xi^2 \right) - \left(\sum_{i=1}^n Xi \right)^2}$$

$$b = \frac{(336530)(5) - (159870)(6)}{(14*3) - (6*6)} = \frac{1009590 - 959220}{42 - 36} = \frac{50370}{6} =$$

$$b = 8395$$

$$y = \frac{159870}{3} = 53290$$

3.2.1.5.1.3 Proyección de la Oferta Futura

Cuadro N° 10

BASES PROYECCIÓN DE LA OFERTA

x	AÑOS	NUMERO DE TURISTAS (Y)	x ²	xy	Y'=a+bx	(Y' - y) ²	(y-y) ²
1	2007	44895	1	44895	44895	70476025	70476025
2	2008	53290	4	106580	53290	0	0
3	2009	61685	9	185055	61685	70476025	70476025
6		159870	14	336530	159870	140952050	140952050

Proyección Oferta Futura

Fórmula: $Y = a + bx$

Factor tiempo para el año 2009

$$2009 = 36500 + (8395 * 9) = 112055 \text{ plazas}$$

Factor tiempo para el año 2010

$$2010 = 36500 + (8395 * 10) = 120450 \text{ plazas}$$

Cuadro N° 11

OFERTA TURÍSTICA PROYECTADA CANTÓN ESPEJO 2010-2014

Años	Proyección (turistas)
2010	120450
2011	128845
2012	137240
2013	145635
2014	154030

Hay que demostrar si existe déficit o superávit en el abastecimiento de la demanda. Para ello se debe confrontar la demanda proyectada con la oferta proyectada.

3.2.1.5.1.4 Balance Oferta – Demanda

Al realizar es estudio se pudo analizar dos variantes como son la demanda y oferta de plazas actual multiplicado por un promedio de ocupación anual.

Cuadro N° 12

SUPERÁVIT ENTRE DEMANDA Y OFERTA DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN ESPEJO, 2010 – 2014

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	BALANCE
2010	120450	5074	115376
2011	128845	5226	123619
2012	137240	5378	131862
2013	145635	5530	140105
2014	154030	5682	148348

Estos resultados sustentan que existe un superávit en relación oferta – demanda turística, por lo que la elaboración de un Plan de Marketing Turístico para el Cantón Espejo es viable porque tiene una amplio número de plazas hoteleras para abastecer a los turistas que visitan este cantón, y de este modo se puede promocionar y a la vez los turistas quedarán satisfechos con la oferta existente en el lugar.

3.2.2 Macroambiente

Ecuador es un país multiétnico con una riqueza cultural, natural y arqueológica, está situado en la línea ecuatorial latitud cero. Tiene una extensión de 256.370 kilómetros cuadrados. Su capital es Quito y se divide en 24 provincias distribuidas en las cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular.

3.2.2.1 Factores Políticos

Nueva Constitución del Ecuador

La Constitución ecuatoriana da inicio a la proclamación y cumplimiento de sus estatutos, reformas y artículos con los derechos fundamentales para los ecuatorianos a través de los cuales se avala una vida con calidad y garantías; el cumplimiento es el inicio del verdadero desarrollo económico, social y ambiental de nuestro país; pero el estado no es el único guardián de estos deberes; la comunidad también debe velar que se cumplan la constitución.

La industria del turismo es un ente globalizado, uno de los actores fundamentales en la actividad turística y por lo cual muchos países como el nuestro adoptan un especial interés por parte de visitantes extranjeros es la diversidad tanto natural como cultural (Título VII Régimen del buen vivir Capítulo 3, Biodiversidad y recursos naturales) como lo son los pueblos, comunidades étnicas y ancestrales habitantes de nuestro Ecuador y que en tal razón gozan del derecho de ser respetados como personas y representantes de culturas antepasadas y tradicionales de nuestro territorio.

La naturaleza es el motor de la vida en todas sus expresiones por ello pertinentemente la constitución ha otorgado un capítulo específico “Título II – Derechos; capítulo 7, Derechos de la naturaleza” para detallar los derechos de la Pachamama; sin embargo la conservación ambiental ha sido degradada durante mucho tiempo; por lo que el ecoturismo tiene como principio fundamental la lucha e intento por conservar, recuperar o mitigar los daños ambientales y se espera que sea viable la aplicación y cumplimiento de estos derechos favorables para nuestra naturaleza ecuatoriana.

El régimen de desarrollo planteado en la constitución está centrada en la integridad absoluta del Ecuador como nación soberana donde se imparta el derecho y deber de consolidar la equidad, y la buena organización económica, política sociocultural y ambiental, con el fin de garantizar a nivel nacional el buen vivir reflejado en la convivencia armónica con lo ambiental y lo físico además de mejorar la calidad de vida, recuperar los recursos y mantener una estabilidad regional a fin de que Ecuador sea un país territorialmente

equilibrado, promoviendo a su vez la diversidad cultural factores que en gran medida satisfarán a la concentración de visitantes a nuestro país por su estabilidad y gran organización territorial; adicionalmente la participación de la comunidad es fundamental para la propagación y promoción de las artes, ciencia y saberes ancestrales. (Título VI - Régimen de desarrollo; Capítulo primero - principios generales).

El turismo involucra a la infraestructura de las ciudades como imagen de su promoción es por ello que es indispensable mantener un equilibrio urbanístico y natural dentro del espacio rural y urbano de las ciudades; por ello la sección quinta de vivienda y hábitat de la constitución bien manejada y cabalmente cumplida, será una estrategia de apoyo a la actividad y promoción turística ya que se reorientará la presentación de las zonas urbanas y rurales y se equilibraría el hábitat, la vivienda y el medio ambiente. (Título VII - Régimen del buen vivir; Sección Sexta - Cultura)

Es importante e interesante que se haya tomado atención al aspecto de la cultura, por medio de la cual se presenta todo tipo de expresión artística conservado a través del tiempo como una manifestación que compruebe la existencia de hechos pasados y que van quedando como patrimonio intangible de un país para difundir su historia a las futuras generaciones; al recuperar o reconstruir un monumento el estado está fomentando a valorar lo nuestro y motiva a todo el país a recuperar la identidad pasada y mantenerla viva a lo largo de la vida nacional. (Título VII - Régimen del buen vivir; Sección Sexta - Cultura)

Ministerio de Turismo – MINTUR

La visión del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo en el Ecuador es: “Ser reconocida como líder en el desarrollo turístico sostenible en la región andina y consolidar el éxito de la actividad turística en el Ecuador a través de un modelo de gestión pública descentralizado, efectivo y eficiente”¹⁶.

¹⁶ www.turismo.gov.ec

La descentralización del turismo en el Ecuador se ampara en la Constitución Política y en instrumentos legales que están vigentes en diversos municipios que recibieron competencias de turismo.

El Ministerio de Turismo, cuenta con la Ley de Turismo, aprobada el 27 de diciembre del 2002 y el reglamento que sustenta su acción, un Fondo de Promoción, un Plan de Marketing Internacional, la Marca País y un Plan de Competitividad que se inició en 1998.

PLANDETUR 2020

Desde el 2005 se inició El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador, PLANDETUR; nace de la necesidad de preservar los recursos existentes en el país, como lo son los bosques tropicales, glaciares eternos, extensos páramos, profunda selva, seres prehistóricos, doradas playas, ríos, lagos, montañas, 13 nacionalidades indígenas, 14 pueblos afroecuatorianos y mestizos pequeños. Pueblos artesanales, ciudades patrimoniales, pujantes urbes. Además el turismo constituye una herramienta más para el desarrollo del país de manera equitativa y solidaria para mejorar la calidad de vida del pueblo ecuatoriano.

Al pasar de los años en la actividad turística se han ido integrando diferentes actores como organizaciones públicas, privadas, y comunitarias, el Gobierno central, Municipios y más recientemente Consejos Provinciales.

La Misión del PLANDETUR es ser una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión de competitividad del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador.

Además que el PLANDETUR plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 en la cual se pueda consolidar al turismo sostenible como un eje dinámico de la economía del país, a través del cual se busca una planificación participativa coordinando los esfuerzos públicos, privados, comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible. Uno de los objetivos que tiene es convertir al turismo en una prioridad de la

política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.

Este Plan Estratégico consta de 22 programas y 78 proyectos; 6 temas para el desarrollo del turismo sostenible que son:

- Gobernanza del Sistema Turístico.
- Marketing y Promoción Turístico.
- Fomento de Inversiones y Gestión Financiera.
- Medidas Transversales de Gestión Socio – Cultural y Ambiental.
- Formación y Capacitación de Recursos Humanos y el Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística.

3.2.2.2 Factores Económicos

Para una sociedad es importante el crecimiento económico el cual implica un incremento notable de los ingresos y de la forma de vida de la población de un país. En lo referido a la materia económica se puede calcular el crecimiento anual de la economía del país a través del Producto Interno Bruto (PIB).

Crisis Económica Mundial¹⁷

La crisis económica mundial comenzó en el 2008 en Estados Unidos, debido a las decisiones monetarias que primero afectaron al sector real que está conformado por las empresas productoras de bienes y servicios y el grupo de las que también se dedican a su comercialización. La expansión del consumo y de la construcción llevó a un aumento de la producción y de las importaciones de materias primas y manufacturas. Estas últimas suministradas principalmente por China e India. La guerra de Irak redujo la oferta de petróleo. Los subsidios a los biocombustibles y la alta rentabilidad petrolera disminuyeron las tierras para producir alimentos y, por tanto, la oferta de alimentos.

¹⁷ Ferrari, César “Tiempos de incertidumbre. Causas y consecuencias de la Crisis mundial”, 2008

Los precios internacionales de los alimentos se elevaron y se sumaron los crecientes precios del petróleo y los metales; sus productores y los que les vendían bienes y servicios tuvieron su bonanza, particularmente en América Latina. Los incrementos de precios se reflejaron en las canastas de los consumidores de todo el mundo y los bancos centrales empezaron a subir su tasa de interés.

El detonante de la crisis financiera se produce por el aumento en la morosidad, la contracción del crédito hipotecario y el colapso en el precio de los inmuebles, que impacta negativamente en el valor de todos los activos vinculados a hipotecas (créditos hipotecarios y títulos financieros con respaldo de créditos hipotecarios).

El deterioro en la cartera de activos hace que, desde julio de 2007, la crisis hipotecaria comience a golpear duramente a las instituciones financieras en Estados Unidos y el resto del mundo industrializado. Las instituciones financieras empiezan a acumular fuertes detrimentos, el deterioro en el balance de las instituciones financieras provoca un colapso del valor de sus acciones y bonos.

Y ante estas pérdidas bancarias, los accionistas empezaron a vender sus acciones. Se les sumaron los accionistas de las empresas manufactureras afectadas por la reducción del crédito y de las ventas (entre septiembre de 2007 y de 2008 las de automóviles cayeron en un 21,6%) o del sector primario con precios internacionales en descenso.

La venta masiva de las acciones se reflejó en las bolsas, que cayeron estrepitosamente. En un año, hasta el 16 de octubre de 2008, el índice compuesto del New York Stock Exchange cayó un 38,7%, el de tecnología un 32,1%, el financiero un 43,3% y el de energía un 41,9%.

Todo ello implica una fuerte descapitalización de las empresas manufactureras, que deben reducir su nivel de actividad, y de las empresas bancarias obligadas a reducir el nivel de crédito, afectando aún más a las primeras.

Crisis en América Latina¹⁸

La recesión en Estados Unidos, Europa y Japón y el menor crecimiento en China, al significar una menor demanda de materias primas (metales, combustibles, productos agropecuarios) para su producción industrial, implican una disminución significativa de los precios internacionales de los commodities como el petróleo, el oro, el platino, la plata, etc.

La recesión de los países desarrollados tiene un efecto importante, sobre las remesas de los inmigrantes a los países en desarrollo. Es decir, en los años pasados, esas remesas fueron abundantes y crecientes debido a los millones de latinoamericanos que han viajado principalmente a Estados Unidos y Europa por razones económicas. La recesión económica implica un aumento del desempleo de su fuerza laboral, que se traduce en una disminución de las remesas de los inmigrantes latinoamericanos a sus países de origen.

Existe evidencia de que se están reduciendo. Según el Banco Central español, entre el cuarto trimestre de 2007 y el primer trimestre de 2008 las remesas provenientes de España cayeron el 17%; entre octubre de 2007 (máximo histórico: 770 millones) y marzo de 2008 cayeron el 25%; en el primer semestre de 2008 fueron de 1.774 millones de euros, un 7,3% menos que en el mismo periodo de 2007.

Otro efecto recae sobre los flujos de capitales e inversión extranjera directa. Lo que buscan las empresas rentabilidad, principalmente por los diferenciales de tasas de interés y por las expectativas cambiarias.

Cuando la crisis internacional se hace evidente, cae la demanda, los precios internacionales y las remesas. Los ingresos de los propietarios, directivos y trabajadores de los sectores exportadores empiezan a disminuir. Y quienes les venden bienes y servicios también reciben menos ingresos. Esto desacelera el comercio y la construcción, produce desempleo y aumenta la pobreza, más aún en las ciudades.

¹⁸ **Crisanto Mongéss, P.C.:** *"La Crisis Financiera Internacional y su efecto en Sector Real de la Economía Global"* en Contribuciones a la Economía, septiembre 2008 en <http://www.eumed.net/ce/2008b/>

Asimismo el costo de la materia prima como el petróleo ha presentado variaciones en su precio otros materiales como el cobre también experimentó un aumento en su cotización desde el 2003 siendo cada vez demandados por las grandes potencias como China e India. Sin embargo en enero del 2008 la cotización del cobre en la Bolsa de Metales de Londres superó por primera vez en su historia los US\$8000 por tonelada y en el mes de julio llegó a US\$8940 la tonelada. Al igual que el petróleo tuvo un descenso de por lo menos el 50%.

Entorno Económico Nacional

Caída del precio del petróleo

Así mismo, el Brent del Mar del Norte pasó de USD 103.64 obtenido en marzo a un promedio de USD 132.2 por barril en junio. En total, el incremento en el precio para el crudo Brent, entre enero y junio de 2008, fue de USD 40.14 por barril. El patrón de tendencias de los crudos marcadores fue seguido de manera general por los crudos ecuatorianos, el Oriente pasó de USD 91.85 por barril obtenido en marzo, cerrando en junio del 2008 con un promedio de USD 121.66.¹⁹

La subida del precio del barril de petróleo en el mercado mundial se cotizó sobre los USD 147 por barril, comparada con la dramática caída que llevó a cotizarlo hasta USD 59.69 hasta julio 2009 (BCE), debido a la volatilidad del mercado petrolero mundial, trayendo consecuencias en los movimientos económicos y en las finanzas de los países del mundo.

Para el Ecuador está forzosa caída de los precios del petróleo hace más difíciles los esfuerzos por continuar con la obra pública que permite la creación de empleos, estimular el comercio y dinamizar la economía en general, debe ser una prioridad del país, se debe pensar en la insustituible necesidad de inversión en gasto social, destinado a la salud pública y educación.

Ha existido en el precio del petróleo ecuatoriano, un ligero repunte, después de que el siete de noviembre de 2008, el barril estuvo en 44,87 dólares. Esta cifra incluye los descuentos

¹⁹ Banco Central del Ecuador, “Análisis del sector petrolero II trimestre 2008”, N°8, pág. 38

que recibe el crudo por su mala calidad. El hidrocarburo a nivel mundial se cotizó en 61 dólares.

Ante los llamados de los países de la región, el Banco Mundial ofreció doblar sus préstamos en América Latina, para ayudar a pasar la crisis económica mundial.

Disminución de los envíos de dinero de los migrantes

Las remesas son importantes en la economía ecuatoriana. Las remesas rebasan la inversión privada que se realizan en el país y los recursos que llegan bajo el concepto de cooperación al desarrollo.

Además, al llegar en forma directa a alrededor de un millón de familias, la mayoría de ellas de clase media y media baja; componen el capital que más se generaliza y socializa en el Ecuador. Sin embargo las remesas enviados por los trabajadores migrantes de América Latina y de Europa ha decaído de manera significativa, ya que han comenzado a disminuirse en el 2008 tras una década de crecimiento, según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo BID; y fue acentuándose este decrecimiento a medida que países como los EE.UU., España y Japón, entraban en recesión.

Las remesas, que en un 47% llegan desde EE.UU. y 41% desde España (dato de la CAN), se redujeron en un 27% frente al mismo período de 2008 según datos publicados por Banco Central del Ecuador. La baja se debe principalmente a la recesión que atraviesa la Unión Europea (UE), donde España afronta el mayor nivel de desempleo (17.4% en marzo último) según el BC²⁰.

Las remesas equivalen a 14.4% de los ingresos de divisas para la balanza de pagos, siendo el componente más importante las exportaciones de bienes (75%). De acuerdo con datos de Observatorio de la Política Fiscal de Ecuador, de los 3.000 millones de dólares que ingresaron al país por las remesas en 2008, el 40% provino de España, es decir 1.200

²⁰ www.eluniverso.com, “Remesas de emigrantes ecuatorianos cayeron 27%”, 2009/05/20

millones de dólares. Sin embargo, se prevé que esta cifra disminuya en un 20% a finales de 2009.

Las remesas se las considera como un aporte del migrante al desarrollo del país y al de las familias que invierten los montos recibidos, considerando que las remesas son la única fuente de supervivencia para un gran número de familias de escasos y medianos recursos en los países de emigración.

Alza de precios de todos los productos

La elevación del precio en todos los productos es algo que no pasa inadvertido al habitante de este país, sino que, más bien confirma el hecho de que el Ecuador siente ya el golpe de la crisis que afecta al mundo entero.

En todos los órdenes y en todas las escalas, hay un aumento a veces drástico e inexplicable de los precios, partiendo de los productos de primera necesidad que en el transcurso de una semana se ven afectados en porcentajes de alza de hasta el 200%, todo los sectores han sido golpeados.

La inflación que en el año 2008 bordeó el 8,3 %, con la agravante de que existe menos circulante y que esto provocará un descenso dramático en las ventas, provocando una paralización al comercio y por ende a la industria²¹.

Sin embargo hay aspectos que pueden considerarse "positivos" dentro del contexto sobretodo internacional, específicamente en el área agrícola, debido a que productos como el arroz, maíz, avena y trigo, los granos básicos de la dieta mundial han subido de precio en el último año entre un 80 y 100%. Esto producido por la sobre demanda de China e India, sequías, problemas políticos en países por todo el mundo, etc. Esto ha traído preocupación en gobiernos y agencias a nivel mundial.

²¹ www.eluniverso.com, "Ecuador entre países con alta inflación el 2008", 2009/01/14

Prohibición de importaciones

El gobierno del Ecuador adoptó la restricción de importaciones, como medida para hacer frente a la crisis financiera internacional, esta recayó en 647 sub partidas, el 8,5 por ciento del total. Según los analistas, esta reducción pretende reducir el costo de las importaciones en unos 1.459 millones de dólares respecto al monto de 2008²².

La resolución señaló que la medida tiene carácter temporal por un año y que es de aplicación general, no discriminatoria, de las importaciones de todos los países del mundo, incluyendo aquellos con los que Ecuador tiene acuerdos comerciales vigentes que reconocen preferencias arancelarias.

Algunos de los productos afectados con mayor recargo, de un 35% en su valor, son las bebidas alcohólicas, los productos electrónicos, como teléfonos móviles o reproductores de música y películas y los muebles, entre otros. Partidas importadas de juguetes y videojuegos, maquillaje, bombones, pastas o mermelada, entre otros, fueron grabadas con un 30% de recargo. Además, el calzado sufrió un recargo de 10 dólares por par importado, y los productos del sector textil un recargo de 12 dólares por kilo.

Todas las decisiones en cuanto a las políticas de comercio exterior de los países, traen como consecuencia una respuesta del resto de la comunidad comercial internacional; en especial si se trata de crear barreras proteccionistas a las importaciones, tales como restricciones y aumento en los aranceles.

Con relación a la industria nacional, esta medida trató de favorecer a fortalecer este sector de la economía, debido a que al restringir las importaciones, el consumidor nacional se ha visto encausado de alguna manera a consumir los productos nacionales, ya que los equivalentes importados han aumentado sustancialmente en sus precios. Al fortalecerse la industria nacional con la restricción de las importaciones o el alza de los aranceles a las mismas, se pretendía favorecer a la inversión y por ende al aumento de las fuentes de trabajo para los ecuatorianos.

²² Palomeque, Wilson, Crisis Económica en el Ecuador, 2008

Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Según el Instituto de Estadísticas y Censos, la inflación hasta anual hasta enero del 2009 llegó a 8.36%, convirtiendo así a la ciudad de Cuenca como la ciudad más cara del país.

En el mes de julio se cerró con una inflación del -0.07%; en los mercados hay productos cuyos precios se han duplicado, el resultados de esta alza de precios se evidencia en los hogares, puesto que el sueldo que perciben no les alcanza para las compras o gastos de un mes.

A continuación la inflación por meses desde noviembre del 2008 hasta septiembre del 2009:

Tabla 11: Inflación Noviembre 2008 – septiembre 2009

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2009	3.12 %
Agosto-31-2009	2.48 %
Julio-31-2009	2.79 %
Junio-30-2009	2.86 %
Mayo-31-2009	2.94 %
Abril-30-2009	2.95 %
Marzo-31-2009	2.28 %
Febrero-28-2009	1.18 %
Enero-31-2009	0.71 %
Diciembre-31-2008	8.83 %
Noviembre-30-2008	8.51 %

Fuente: Boletín Banco Central del Ecuador 05/10/2009

Tabla 12: Inflación Agosto – Septiembre 2009

Inflación	Ago-09	Sep-09
Anual	3,33%	3,29%
Mensual	-0,30%	0,63%
Acumulada	2,48%	3,12%

Índice de Precios al Consumidor	122.65	123.41
Salarios (USD)	Ago-09	Sep-09
Salario mínimo vital promedio	254.21	254.21
Salario unificado nominal	218.00	218.00
Salario real (a)	207.27	205.98

Fuente: Boletín BCE, Cifras económicas del Ecuador, septiembre 2009

Producto Interno Bruto

El PIB es un indicador económico que mide el valor en dólares de toda la producción de bienes y servicios del país, esta contabilización se hace utilizando los precios de mercado y la producción total y se obtendrá un valor en dólares.

De acuerdo a las publicaciones del Banco Central del Ecuador, en las Cifras económicas del Ecuador con fecha septiembre 2009, el PIB ha variado en los diferentes trimestres del año 2008, como se establece en el siguiente cuadro:

Tabla 13: Producto Interno Bruto

PRODUCTO INTERNO BRUTO	2008 (*)	2009 (previs.)
Tasa de variación anual (USD 2000)	6,52%	0,98%
PIB (millones USD 2000)	23.530	23.760
PIB per cápita (USD 2000)	1.704	1.696
PIB (millones USD corrientes)	54.686	51.386
PIB per cápita (USD corrientes)	3.961	3.669
Tasa de variación PIB Trimestral (CVE)	2009.I	2009.II
PIB TOTAL	-1,31%	-0,26%
Explotación de minas y canteras	-0,39%	-0,57%
Servicios(+)	0,60%	-0,09%
Comercio al por mayor y menor	-3,06%	-1,25%
Industria manuf.(excluye refinación de petróleo)	-2,03%	-0,49%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	0,56%	-0,92%
Construcción	-0,46%	2,04%
Otras Ramas(++)	-1,21%	3,41%

Fuente: BCE, Cifras económicas del Ecuador septiembre 2009

Tabla 14: Tasas de Variación del PIB

TASAS DE VARIACIÓN PIB	
FECHA	VALOR
Junio-30-2009	-0.26%
Marzo-31-2009	-1.31%
Diciembre-31-2008	-0.25 %
Septiembre-30-2008	0.77 %
Junio-30-2008	2.33 %
Marzo-31-2008	0.51 %
Diciembre-31-2007	4.21 %
Septiembre-30-2007	1.02 %
Junio-30-2007	0.67 %
Marzo-31-2007	-0.18 %
Diciembre-31-2006	-0.14 %

Fuente: Boletín del Banco Central del Ecuador, septiembre 2009

De acuerdo a la publicación del Banco Central del Ecuador, el PIB entre el primer y segundo trimestre del año 2009 ha sufrido de diferentes variaciones como un crecimiento en el área de construcción y de otras ramas, así como la disminución en las demás áreas como minas y canteras, servicios, comercio, industria, agricultura, ganadería, caza y silvicultura; obteniendo como el PIB total del primer trimestre de -1.31% y el segundo trimestre con el -0.26%

3.2.2.3 Factores Socio - Culturales

El escenario socio – cultural es la denomina como la realidad que vive el país en su organización, funcionamiento y desarrollo.

Pobreza

El Ecuador ocupaba el puesto 17 entre 22 países latinoamericanos, según el índice de pobreza humana. En la primera mitad de la década del 2000 ha habido una reducción significativa de la pobreza. Aun así, en 2007, casi el 12.8% de los ecuatorianos se encuentra en extrema pobreza y un 38.3% se ubica dentro del nivel de pobreza. Estos índices en el Ecuador se han mantenido en los mismos niveles durante los diez últimos años.²³

²³ www.eluniverso.com, “Indigencia en la población llega al 12,8%”27/05/2007

La etnia más afectada por la pobreza, se concentra en el sector indígena, quienes poseen dos veces más índice de pobreza que la raza blanca así como los afroecuatorianos de la costa. El nivel de hacinamiento (más de tres personas en un cuarto) en los hogares llega a 29.8% a nivel nacional, entre los hogares donde el jefe es indígena llega al 48.9%.

Ecuador es el cuarto país de América Latina, tras Guatemala, Honduras y Bolivia, con peores índices de desnutrición infantil. Actualmente el 26% de la población infantil ecuatoriana de 0 a 5 años sufre de desnutrición crónica, una situación que cada vez se agrava en las zonas rurales, donde se alcanza al 35.7% de los menores, y es más crítico entre los niños indígenas, con índices de más del 40%.²⁴

Educación, Analfabetismo

Los países que se encuentran debajo del nivel latinoamericano en matriculación primaria son Colombia, Bolivia y Ecuador, este último con una tasa del 90.9% referente al año 2006. Para este último año se registro solo un 47% de personas que han completado la educación básica.

La brecha entre campo y ciudad en matriculación básica es de casi 7% y en educación básica completa, es de 40%. En el 2004, hubo 24 alumnos por profesor y 32 alumnos por aula. El 8% de los gastos gubernamentales fueron destinados a la educación, a pesar de eso en el sector indígena de cada 10 personas solo 8 se matriculan para la instrucción básica de las cuales solo 2 de ellas llegan a completar la primaria.

En el 2006, se determino que el 9.1% de los ecuatorianos son analfabetos, lo cual ha representado una reducción de 1.7% desde 1999. El analfabetismo rural es casi 3.5 veces más alto en relación a las ciudades y el 35% de analfabetos promedia una edad de 65 años o más.

La situación social del país se ve expuesta por un alto índice de pobreza, lo que genera un retraso en el desarrollo.

²⁴ www.eluniverso.com, “Ecuador 4 ° en desnutrición en A. Latina”, 2009/23/01

3.2.2.4 Factores Demográficos

La demografía es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, ubicación, edad y otros datos estadísticos, tales como tasas de mortalidad y natalidad. De acuerdo al último censo realizado por el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) el Ecuador hasta septiembre del 2008 cuenta con 14.233.123 habitantes (proyecciones), siendo los mestizos el grupo más representativo del Ecuador constituyéndose aproximadamente el 77.42% de la población actual. Los blancos, en su mayoría criollos descendientes de colonos españoles, como también inmigrantes europeos más recientes, integran alrededor del 10.45% de los ecuatorianos.

El resto de la población se componen de una importante minoría mulata que bordea el 2.73% y afroecuatoriana un 2.23%, concentrada principalmente en la norte de la costa. El 61.1 % de la población reside en centros urbanos, mientras el 39% se desenvuelve en el medio rural.

La proyección poblacional estimada para el 2010 es de 15'495.70; un incremento considerable por lo que será necesario que los gobiernos de turno tengan un rol protagónico en el control poblacional, promoviendo a la educación y planificación familiar. La distribución por sexo estimada en el 2009 es de: masculino 50.11% y Femenino 49.89%; el alfabetismo es de 91% según los datos del INEC.

Indicadores Demográficos:

- Población (proyección 2009): 14.005.449 habitantes
- Densidad poblacional: 47,7 Hab/Km²
- Crecimiento poblacional (2009): 2.2%
- Natalidad: 21.54 nacimientos /1,000 población (2008 est.)
- Mortalidad: 4.21 muertes /1,000 población (2008 est.)
- Fecundidad (hijos): 2,59 hijos nacidos/mujer (2008 est)
- Esperanza de vida: Hombres 73.94 años - Mujeres 79.84 años (2008 est)
- Educación: Pre-primaria, Primaria, Secundaria, Superior

Población Económicamente Activa

El 95% del PEA (Población Económicamente Activa) se relaciona con trabajos en el sector doméstico, sector informal y moderno, y aproximadamente 41% de este total son mujeres, estas ganan un 14% menos que los hombres por cada hora trabajo a este tipo de discriminación también hay que sumarle el hecho de ser indígena y/o discapacitada.²⁵

3.2.2.5 Factores Naturales

Desde punto de vista geográfico el Ecuador se caracteriza por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales, muchas de ellas únicas en el Planeta.

El Ecuador está en la lista de los 17 estados responsables de la mayor riqueza biológica del planeta. Esto se debe a la amplia gama de climas en sus cuatro regiones, lo que ha dado una variedad de especies tanto en flora como en fauna a lo largo del territorio ecuatoriano.

En el territorio Ecuatoriano se puede encontrar desde selvas, bosques tropicales y húmedos, montañas, islas, páramos, desiertos, valles y nevados; dentro de uno de los atractivos más importantes que tiene el país es el Archipiélago de Galápagos y su reserva marina, la cual posee especies endémicas únicas en el planeta; razón por la cual ha sido declarada Patrimonio Mundial. Uno de los ecosistemas más ricos en biodiversidad es el bosque húmedo tropical, el cual posee una biodiversidad tanto en flora y fauna.

Ecuador cuenta con el 8% de las especies de animales y el 18% de aves del planeta; cerca de 3800 especies de vertebrados han sido identificadas, así como 1550 de mamíferos, 350 de reptiles, 375 de anfibios, 800 especies de peces de agua dulce y 450 de aguas salada. Además posee cerca del 15% del total de especies endémicas de aves del mundo, las cuales

²⁵ SIISE - INEC, Sistema Integrado de Indicadores sociales del Ecuador, versión 2005 - 2006

habitan en los Andes, la Costa y región Amazónica. De igual forma las especies entre insectos sobrepasan el millón y de mariposas alrededor de 4500.

El Ecuador tiene un 10% de todas las especies de plantas a nivel mundial, las cuales en su mayoría crecen en la cordillera de los Andes, en la zona noroccidental que cuenta aproximadamente 10 mil especies. Otra región en la que se encuentra concentrada la flora es la Amazonía con alrededor de 8200 especies, entre las cuales sobresale las orquídeas.

De los 25 hot spots o puntos excepcionales por la diversidad biológica en todo el mundo, tres se hallan en el Ecuador. Uno de esos puntos son las estribaciones orientales en Los Andes y alta amazonia ecuatoriana. Otro: el bosque lluvioso Noroccidental de la provincia de Esmeraldas, y, el último, los bosques secos y semihúmedos tropicales del Sur de la Costa.

3.2.2.6 Factores Tecnológicos

La investigación, innovación continua y el desarrollo tecnológico, son considerados como la fuerza principal motriz del crecimiento económico de los países, lo cual ayudaría a la evolución social y cultural.

Además los temas de innovación y el cambio tecnológico se han convertido en temas cada vez más importantes en el análisis económico y en la toma de decisiones políticas tanto para los países desarrollados como para los que están en vías de desarrollo.

En los últimos años, el estado comenzó a demostrar un interés en promover trabajos científicos y tecnológicos, así como buscar líneas de crédito externas que puedan financiar este tipo de investigaciones, lo que representa un empuje inicial en la tarea de iniciar con el desarrollo de la tecnología.

En Gobierno Constitucional del Econ. Rafael Correa presento la “Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Ecuador 2007 – 2010” la cual es parte del “Plan de

Desarrollo Humano del Ecuador 2007 – 2010” en cuya visión se encuentra la ciencia y la tecnología, como una estrategia de planificación.

El propósito del gobierno constitucional es orientar la construcción de una política de ciencia y tecnología al servicio del país, que pueda articularse con las principales políticas, estrategias y acciones formuladas por las otras áreas del Estado. Los indicadores socioeconómicos permiten dimensionar los desafíos que el país debe asumir para lograr un crecimiento sostenido de largo plazo, que permita reducir la pobreza y la desigualdad del ingreso.

La “Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Ecuador 2007 – 2010”, integrada al proceso de planificación y desarrollo del país, impulsa la atención en las siguientes áreas consideradas de prioridad nacional: Agricultura sostenible; manejo ambiental para el desarrollo; fomento industrial y productivo; energía, diversificación y alternativas renovables; tecnología de la información y comunicación; biotecnología y recuperación de la investigación científica.²⁶

La investigación en el Ecuador, se encuentra en un nivel bajo, como resultado de esto podemos observar que la cantidad de publicaciones es poca y el uso productivo de las investigaciones es limitado. Además no existen bases estadísticas o no son accesibles.

Debido a esta falta de indicadores que permitan medir el nivel científico – investigativo en el país, se sugiere que Entidades Gubernamentales como SENACYT, principalmente, se preocupen por crear una base de indicadores tecnológicos. El Ministerio de Industrias y Competitividad ya ha tomado la iniciativa, estableciendo dentro de sus metas para el periodo 2007-2010, crear un Sistema de indicadores de innovación; ésta iniciativa debería ser imitada por las demás instituciones que también participan en el área de la Ciencia y la Tecnología, con el fin de contar con una fuente de datos que permita evaluar al país en ésta área.

²⁶ SENACYT, Medidas y políticas gubernamentales para promover la investigación y el desarrollo tecnológico en el Ecuador - Política Nacional de Ciencia, Tecnología del Ecuador 2007 – 2010

Las herramientas que el Estado puede usar para estimular el desarrollo de la ciencia y la tecnología son: Incentivos fiscales que fomenten la investigación tecnológica, instrumentos fiscales que apoyen la actividad industrial, apoyos financieros para la creación de nuevos centros tecnológicos o instituciones tecnológicas.

3.2.2.7 Datos Estadísticos de Ingreso y Salida de Turistas

Según los datos estadísticos se determina que, la tendencia histórica con mayor afluencia de turistas, se realiza en los meses de julio y agosto, registrándose durante el año 2008, 109.250 y 96336, datos obtenidos por la diferentes jefaturas de migración ubicadas a nivel nacional.

**Tabla N° 15: Llegada de Extranjeros al Ecuador
Años 2005 – 2009 (Junio)**

MESES	AÑOS					VAR% 2009/2008
	2005	2006	2007	2008	2009	
ENE	79.118	78.856	84.070	92.378	87.719	-5,04
FEB	66.052	63.408	69.534	74.174	74.124	-0,07
MAR	72.880	63.504	74.929	77.946	73.724	-5,42
ABR	60.489	62.108	67.788	67.557	74.552	10,35
MAY	63.792	57.275	68.583	74.667	71.820	-3,81
JUN	77.059	71.789	85.769	89.262	91.552	2,57
Sub total	419.390	396.940	450.673	475.984	473.491	-1
JUL	95.621	89.829	101.088	109.250		
AGO	80.181	77.826	91.309	96.336		
SEP	59.431	65.198	64.966	73.757		
OCT	63.755	66.538	72.365	79.814		
NOV	65.896	65.359	73.273	83.458		
DIC	75.614	78.865	83.813	86.698		
TOTAL	859.888	840.555	937.487	1.005.297		

Fuente: Dirección Nacional de Migración 2008 - 2009

**Tabla N° 16: Entrada de Extranjeros por Jefaturas
Años 2008 – 2009 (enero – junio)**

JEFATURAS	ENE		FEB		MAR	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
PICHINCHA	37.389	36.569	33.738	32.993	37.488	34.649
GUAYAS	19.168	19.092	18.403	18.877	19.321	19.189
CARCHI	17.122	11.979	8.535	6.479	9.788	6.507
EL ORO	16.453	17.111	12.004	13.804	9.172	11.066
LOJA	1.226	1.115	953	966	1.008	920
OTRAS JEFATURAS	1.020	1.853	541	1.005	1.169	1.393
TOTAL	92.378	87.719	74.174	74.124	77.946	73.724

JEFATURAS	ABR		*MAY		JUN	
	2008	2009	2008*	2009	2008	2009
PICHINCHA	32.147	34.103	36.255	34.388	44.692	45685
GUAYAS	16.707	18.469	18.421	18.726	22.619	24907
CARCHI	7.546	7.985	8.313	6.478	11.161	8577
EL ORO	9.805	11.770	10.035	10.571	9.205	10.612
LOJA	866	1.018	956	1.076	1.010	1174
OTRAS JEFATURAS	486	1.207	687	581	575	597
TOTAL	67.557	74.552	74.667	71.820	89.262	91.552

Fuente: Dirección Nacional de Migración 2008 - 2009

Tabla N° 17: Salida de Ecuatorianos Años 2005 – 2009 (Junio)

MESES	AÑOS					VAR% 2009/2008
	2005	2006	2007	2008	2009	
ENE	56.881	66.734	61.392	68.480	67.432	-1,53
FEB	60.491	69.855	70.704	76.765	72.147	-6,02
MAR	64.205	72.236	74.600	77.100	74.944	-2,80
ABR	48.737	60.098	64.412	63.909	64.917	1,58
MAY	48.063	51.973	63.825	65.071	57.725	-11,29
JUN	40.742	45.081	57.536	57.702	55.166	-4,39
Sub total	319.119	365.977	392.469	409.027	392.331	-4,08
JUL	54.986	59.150	72.110	72.970		
AGO	76.245	76.646	83.906	82.009		
SEP	64.724	69.938	72.515	69.338		
OCT	50.152	57.621	66.276	67.569		
NOV	51.476	54.041	59.841	59.234		
DIC	46.899	50.086	53.752	55.052		
TOTAL	663.601	733.459	800.869	815.199		

Fuente: Dirección Nacional de Migración 2008 - 2009

**Tabla N° 18: Salida de Ecuatorianos por Jefaturas
Años 2008 – 2009 (enero – junio)**

JEFATURAS	ENE		FEB		MAR	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
PICHINCHA	25.328	27.196	27.630	24.885	31.115	28.583
GUAYAS	31.643	28.716	33.900	31.762	36.471	36.563
CARCHI	2.053	1.512	1.917	1.416	1.605	1.583
EL ORO	7.828	8.225	11.540	12.099	6.389	6.273
LOJA	1.189	1.041	1.503	1.402	1.171	1.291
OTRAS JEFATURAS	439	742	275	583	349	651
TOTAL	68.480	67.432	76.765	72.147	77.100	74.944

JEFATURAS	ABR		*MAY		JUN	
	2008	2009	2008*	2009	2008	2009
PICHINCHA	27.285	30.533	30.161	26.033	27.262	26856
GUAYAS	28.284	26.224	26.043	24.422	22.298	21032
CARCHI	1.465	1.342	1.247	1.012	1.314	1280
EL ORO	5.629	5.280	5.969	4.827	5.136	4.509
LOJA	949	947	1.319	1.009	1.199	1105
OTRAS JEFATURAS	297	591	332	422	493	384
TOTAL	63.909	64.917	65.071	57.725	57.702	55.166

CAPÍTULO IV

SÍNTESIS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CANTÓN ESPEJO

4.1 FODA

4.1.1 Análisis Interno

4.1.1.1 Fortalezas

- Identidad cultural.
- Industria de lácteos.
- Organización artesanal.
- Empresas Florícolas.
- Marco Jurídico Municipal-Ordenanzas.
- Inventario de Recursos Turísticos.
- Ubicación Geográfica.
- Suelos fértiles, productivos y para la ganadería.
- La arquitectura constituye un atractivo turístico.
- Recursos arqueológicos y escénicos naturales.
- Vertientes de aguas termales del río el Ángel.
- Recursos naturales sin explotar.
- Buen clima.
- Cerro Golondrinas.
- Diversidad biológica.
- Recursos hídricos (cascadas, ríos, paisajes).
- Adecuada infraestructura en Salud.
- Gastronomía típica.
- Infraestructura Educativa.

4.1.1.2 Debilidades

- Individualismo.
- Débil nivel organizativo.
- Crecimiento físico desorganizado.
- Deficiente infraestructura de servicios turísticos.
- No hay tratamiento de aguas servidas.
- Baja calidad de los servicios básicos (luz, agua, teléfono).
- No existe organización de sectores turísticos para tener espacios de coordinación.
- Señalización vial.
- Vías en mal estado.
- Falta de educación turística a la población.
- Desconocimiento de la población sobre los atractivos turísticos.
- No cuenta con un sistema estadístico actualizado.
- Falta de difusión de los R. Turísticos que dispone.
- Capacitación a la comunidad en relación al turismo.
- Equipamiento tecnológico en educación.
- Contaminación de agua por uso de agroquímicos no permitidos.
- Tenencia de tierras sin legalización.
- Destrucción de la vegetación.
- Cacería indiscriminada.
- Falta de apoyo gubernamental.
- Seguridad.

4.1.1.3 Matriz de Evaluación del Análisis Interno

A través de esta matriz de evaluación se puede sintetizar y evaluar las fortalezas y debilidades del cantón Espejo, para lo cual se ha asignado un valor a cada factor para determinar si el cantón cumple con las exigencias existentes y en qué grado de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades se encuentra.

La evaluación externa se realizó utilizando los siguientes criterios:

IMPORTANCIA	VALOR
Alta	5
Media	3
Baja	1
Nulo	0

Y la calificación que se le da a cada fortaleza o debilidad, está de acuerdo a la siguiente escala:

CALIFICACIÓN	
Debilidad Importante	4
Debilidad Menor	3
Fortaleza Importante	2
Fortaleza Menor	1

N°	Variables Claves	Importancia	Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado
	FORTALEZAS				
1	Identidad cultural	5	0,02469	4	0,0988
2	Industria de lácteos	3	0,01852	3	0,0556
3	Organización artesanal	3	0,01852	3	0,0556
4	Empresas Florícolas	3	0,01852	3	0,0556
5	Marco Jurídico Municipal-Ordenanzas	3	0,01852	4	0,0741
6	Inventario de Recursos Turísticos	5	0,03086	3	0,0926
7	Ubicación Geográfica	3	0,01852	4	0,0741
8	Suelos fértiles, productivos y para la ganadería	5	0,03086	4	0,1235
9	La arquitectura constituye un atractivo turístico	5	0,03086	4	0,1235
10	Recursos arqueológicos y escénicos naturales	5	0,03086	4	0,1235
11	Vertientes de aguas termales del río el Ángel	3	0,01852	3	0,0556
12	Recursos naturales sin explotar	5	0,03086	4	0,1235
13	Buen clima	3	0,01852	3	0,0556
14	Cerro Golondrinas	5	0,03086	4	0,1235
15	Diversidad biológica	3	0,01852	3	0,0556
16	Recursos hídricos (cascadas, ríos, paisajes).	5	0,02469	4	0,0988
17	Adecuada infraestructura en Salud	3	0,01852	3	0,0556
18	Gastronomía típica	3	0,01852	3	0,0556
19	Infraestructura Educativa	3	0,01852	3	0,0556

	DEBILIDADES				
20	Individualismo	5	0,03086	2	0,0617
21	Débil nivel organizativo	5	0,03086	2	0,0617
22	Crecimiento físico desorganizado	3	0,01852	2	0,0370
23	Deficiente infraestructura de servicios turísticos.	3	0,01852	2	0,0370
24	No hay tratamiento de aguas servidas	5	0,03086	2	0,0617
25	Baja calidad de los servicios básicos (luz, agua, teléfono)	5	0,03086	1	0,0309
26	No existe organización de sectores turísticos para tener espacios de coordinación	5	0,03086	2	0,0617
27	Señalización vial	5	0,03086	2	0,0617
28	Vías en mal estado	5	0,03086	2	0,0617
29	Falta de educación turística a la población	3	0,01852	2	0,0370
30	Desconocimiento de la población sobre los atractivos turísticos.	3	0,01852	2	0,0370
31	No cuenta con un sistema estadístico actualizado.	5	0,03086	2	0,0617
32	Falta de difusión de los R. Turísticos que dispone	5	0,03086	2	0,0617
33	Capacitación a la comunidad en relación al turismo	5	0,03086	2	0,0617
34	Equipamiento tecnológico en educación	3	0,01852	2	0,0370
35	Contaminación de agua por uso de agroquímicos no permitidos	3	0,01852	2	0,0370
36	Tenencia de tierras sin legalización	3	0,01852	1	0,0185
37	Destrucción de la vegetación	5	0,03086	2	0,0617
38	Cacería indiscriminada	5	0,03086	2	0,0617
39	Falta de apoyo gubernamental	5	0,03086	2	0,0617
40	Seguridad	5	0,03086	2	0,0617
	TOTAL	164	1		2,6463

Análisis:

De acuerdo al análisis de la matriz de evaluación del análisis interno, se alcanzó un resultados de 2.64, comparando con el valor promedio, es decir 2.5 nos da como resultado que existe mayores fortalezas respecto a las debilidades en el cantón Espejo.

4.1.2 Análisis Externo

4.1.2.1 Oportunidades

- Existen Proyectos de Desarrollo Turístico.
- Creciente demanda turística.
- Creciente interés de la gente por temas ambientales.
- PLANDETUR 2020.
- Presencia de ONG para apoyo de manejo de RR. NN.
- El Gobierno muestra interés en el sector turístico.
- Cercanía a Colombia en mercado.
- Desarrollo del turismo comunitario en el país.
- Aceptación en el mercado para productos artesanales manuales.
- Aumento de profesionales en turismo.
- Recursos escénicos naturales.
- Posibilidad de promoción turística.
- Coordinación interinstitucional.

4.1.2.2 Amenazas

- Situación Colombia - Ecuador afecta al turismo, generando una formación distorsionada.
- Pérdida de costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas.
- Comercio colombiano más competitivo.
- Incremento de la delincuencia.

- Importación de productos.
- Calidad de servicios turísticos que existen en el país.
- Fumigaciones del plan Colombia.
- Degradación de los recursos naturales.
- Inestabilidad política - económica del país.
- Trámites Burocráticos.
- La promoción realizada por parte de otros países de Latinoamérica.

4.1.2.3 Matriz de Evaluación del Análisis Externo

A través de esta matriz de evaluación se puede sintetizar y evaluar las oportunidades y amenazas del cantón Espejo.

La evaluación externa se realizó utilizando los siguientes criterios:

IMPORTANCIA	VALOR
Alta	5
Media	3
Baja	1
Nulo	0

Y la calificación que se le da a cada fortaleza o debilidad, está de acuerdo a la siguiente escala:

CALIFICACIÓN	
Debilidad Importante	4
Debilidad Menor	3
Fortaleza Importante	2
Fortaleza Menor	1

N°	Variables Claves	Importancia	Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado
	OPORTUNIDADES				
1	Existen Proyectos de Desarrollo Turístico	5	0,045455	4	0,1818
2	Creciente demanda turística	5	0,045455	4	0,1818
3	Creciente interés de la	5	0,045455	3	0,1364

	gente por temas ambientales				
4	PLANDETUR 2020	5	0,045455	4	0,1818
5	Presencia de ONG para apoyo de manejo de RR. NN.	5	0,045455	4	0,1818
6	El Gobierno muestra interés en el sector turístico	5	0,045455	4	0,1818
7	Cercanía a Colombia en mercado	3	0,027273	3	0,0818
8	Desarrollo del turismo comunitario en el país	3	0,027273	3	0,0818
9	Aceptación en el mercado para productos artesanales manuales	3	0,027273	3	0,0818
10	Aumento de profesionales en turismo	5	0,045455	4	0,1818
11	Recursos escénicos naturales	5	0,045455	4	0,1818
12	Posibilidad de promoción turística	5	0,045455	4	0,1818
13	Coordinación interinstitucional	5	0,045455	4	0,1818
	AMENAZAS				
14	Situación Colombia - Ecuador afecta al turismo, generando una formación distorsionada.	5	0,045455	2	0,0909
15	Pérdida de costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas	5	0,045455	2	0,0909
16	Comercio colombiano más competitivo	5	0,045455	2	0,0909
17	Incremento de la delincuencia.	5	0,045455	1	0,0455
18	Importación de productos	5	0,045455	2	0,0909
19	Calidad de servicios turísticos que existen en el país	3	0,027273	2	0,0545
20	Fumigaciones del plan Colombia	5	0,045455	1	0,0455
21	Degradación de los recursos naturales	5	0,045455	1	0,0455
22	Inestabilidad política - económica del país	5	0,045455	1	0,0455
23	Trámites Burocráticos	3	0,027273	2	0,0545
24	La promoción realizada por parte de otros países de Latinoamérica	5	0,045455	2	0,0909
	TOTAL	110	1		2,7636

Análisis:

De acuerdo al análisis de la matriz de evaluación del análisis externo, se alcanzó un resultados de 2.76, comparando con el valor promedio, es decir 2.5 nos da como resultado que existe mayores oportunidades respecto a las amenazas en el cantón Espejo, la zona en estudio posee un potencial turístico para aprovecharlo con la aplicación de programas para la promoción y difusión de sus atractivos.

Conclusiones:

- El atractivo turístico más destacado es la Reserva Ecológica El Ángel, que tienen una buena acogida por parte de los turistas nacionales y extranjeros, los demás atractivos poseen una riqueza natural y cultural dignos de ser visitados, sin embargo el desconocimiento de estos lugares ha hecho que la gente no acuda, por la falta de información.
- Las condiciones climáticas, geográficas y la riqueza paisajística permiten, el desarrollar proyectos de promoción turística en diferentes modalidades, además que se concluyó que los productos potenciales para el desarrollo del turismo en el cantón son: ecoturismo y turismo de salud
- La planta turística es escasa, en lo referente al alojamiento existe seis establecimientos, de los cuales uno es de primera categoría, y los cinco restantes de segunda y tercera categoría, en el área de alimentación en el Cantón Espejo existen cinco restaurantes de cuarta categoría, a los cuales pueden acudir los turistas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA MERCADOLÓGICA

5.1 MACROPROGRAMA ESPEJO

MACROPROGRAMA ESPEJO	
PROGRAMAS	PROYECTO
Sistemas de inteligencia de Mercados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio de Mercado
Identidad Turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marca, logotipo y slogan ▪ Banco de imágenes
Programa de Diseño	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de Web Turística ▪ Mantenimiento de página web
Programa de Materiales Varios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño gráfico, levantamiento de textos y traducciones ▪ Bolsas ▪ Afiches ▪ Camisetas
Ferias de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelos de Stands

5.1.1 PROGRAMA DE SISTEMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS
PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Este proyecto consiste en establecer una base de información que está apoyada en estudios periódicos y consistentes para proveer información turística de forma regular, que abarque a los turistas, la competencia y el entorno, así como también desarrollar una capacidad de análisis par a interpretar los resultados de las investigaciones.</p>

5.1.2 PROGRAMA DE IDENTIDAD TURÍSTICA
PROYECTO: MARCA, LOGOTIPO Y SLOGAN
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Definición de una marca turística de destino, la marca con mensajes permanentes y diferentes aplicaciones. La marca es un distintivo que expresa la identidad turística corporativa y se la considera como el recuerdo mental en el mercado.</p> <p>Es importante tener un logotipo y eslogan del Cantón Espejo que represente su riqueza natural y cultural, a través de estos elementos se lograría posesionar en el mercado nacional. Cabe recalcar que el logotipo debe ser llamativo y con una tonalidad que sea fácil de ubicarse en la mente de los turistas.</p> <p>El slogan utilizado en el Cantón Espejo se una frase corta que es fácil de entender y su idea atrae al turista a que visite el cantón.</p>

PROGRAMA DE IDENTIDAD TURÍSTICA
PROYECTO: BANCO DE IMÁGENES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Se debe realizar la producción de un CD, para la prensa y profesionales del sector turístico, que contenga una selección fotográfica con derechos limitados de edición. Además se puede trabajar a la par con la preparación de afiches y folletos.</p>

5.1.3 PROGRAMA DE DISEÑO
PROYECTO: DISEÑO DE WEB TURÍSTICA
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>En la página web del cantón Espejo, se debería mostrar la oferta de los servicios, además</p>

información general e historia, información turística del cantón.

La página web debe tener las siguientes características:

- Ser fácil de cargar, que se pueda visualizar desde cualquier computador sin problemas.
- Proporcionar una retroalimentación con los usuarios.
- Atención de dudas y reclamaciones
- Soporte bilingüe (español e inglés)
- Circuitos turísticos sugeridos para los próximos feriados
- Calendario de eventos importantes en el año
- Mapa turístico del área
- Mapa que muestre ciudades y destinos
- Galería de imágenes
- Noticias y eventos
- Blogs de viajes
- Enlaces recomendados

PROGRAMA DE DISEÑO

PROYECTO: MANTENIMIENTO PAGINA WEB

BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Contratación de un servicio de mantenimiento de la página web que asegure la incorporación de nuevas informaciones y la actualización automática de los existentes. Incorporar una hemeroteca de los boletines y noticiarios de prensa y trade, con acceso restringido a usuarios del sector. Es indispensable, asegurar que la página se encuentre entre las cinco primeras posiciones de los buscadores tipo google.com, lycos.com, yahoo.com, entre otros.

5.1.4 PROGRAMA DE MATERIALES VARIOS

PROYECTO: DISEÑO GRÁFICO, LEVANTAMIENTO DE TEXTOS Y TRADUCCIONES

BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Contratación de un servicio de diseño gráfico, levantamiento de textos y traducciones para la producción de publicaciones y folletería en general.
Además es muy importante asegurar que se trate de correctas traducciones, fieles y garantizadas. Es preferible gastar un poco más de dinero y no sacrificar los contenidos en los textos. Se debe de asegurar que el mensaje llegue en excelentes condiciones. Cuidar la sintaxis y la ortografía de los idiomas seleccionados como prioritarios.

PROGRAMA DE MATERIALES VARIOS
PROYECTO: BOLSAS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Diseño y producción de bolsas, para la entrega de materiales de promoción que incorporen la marca turística del destino. Además, elaborar el diseño textil relacionado con la artesanía del cantón Espejo, que será entregado como un obsequio a los turistas que visiten el cantón.

PROGRAMA DE MATERIALES VARIOS
PROYECTO: AFICHES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Diseño y producción anual de una series de afiches sobre los productos prioritarios, generales y especializados, para la distribución al trade y ocasionalmente al consumidor. También se colocarán en las oficinas de información turística y en las ferias, workshops y seminarios turísticos de Ecuador.

PROGRAMA DE MATERIALES VARIOS
PROYECTO: CAMISETAS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Diseño y producción de camisetas, incorporando la nueva marca turística, que sirvan tanto para regalos a públicos seleccionados como para uniformes de las personas que atienden en los diferentes tipos de presentaciones (ferias, seminarios, workshops).

Así mismo, permiten genera un acuerdo con establecimientos de venta de artesanías y en oficinas de turismo para su venta al consumidor final.

5.1.5 PROGRAMA DE FERIAS DE TURISMO
PROYECTO: MODELOS DE STANDS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Diseño y producción de un modelo de stand con varias superficies y contenidos. El modelo de stand se debe crear en base a dos criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La imagen que se quiere transmitir • El uso del mismo <p>Desde el punto de vista de la imagen los aspectos a considerar son dos. Por un lado, la nueva identidad corporativa y los materiales que la definen y la hacen coherente. Por otra parte hace referencia al uso, hay que considerar los diferentes espacios del mismo: información general del cantón Espejo, espacios para otros participantes –operadores y productos-, la zona de bar y almacén para guardar el material.</p>

5.2 Macroprograma de Promoción de Mercados

MACROPROGRAMA DE PROMOCIÓN DE MERCADOS		
PROGRAMAS		PROYECTOS
Prensa	Viajes de Familiarización	▪ Viajes de Reportajes
	Relaciones Públicas	▪ Kits de Prensa ▪ Boletín de Prensa
	Publicaciones	▪ Folleto Trade

Trade		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Video ▪ CD- DVD
	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revistas
	Noticias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Boletines Operadores
	Presentación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participación en ferias ▪ Workshops Generales
Turista	Publicaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Folleto Consumidor ▪ Guías de Viaje ▪ Folleto Díptico ▪ Mapas

5.2.1 PROGRAMA DE PRENSA TURÍSTICA
PROYECTO: VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN VIAJES DE REPORTAJES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Con el objetivo de seguir una mayor difusión en medio especializados de turismo y actualizar los contenidos acerca del destino que ahora cuenta, se pretende en un plazo de tres años, aparecer en todos los medio importantes de los mercados seleccionados. Para ello se establecerá una base de potenciales de interés y se formularán objetivos anuales.</p> <p>En esta actividad habrá que trabajar con las líneas aéreas y el sector turístico formulando a partir de los planes anuales por mercado, un marco de cooperación conjunta. Además, se establecerá un sistema directo de información permanente.</p>

PROGRAMA DE PRENSA TURÍSTICA
PROYECTO: RELACIONES PÚBLICAS KITS DE PRENSA
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Diseño, producción y actualización del dossier informativo general del destino.

El contenido que se debería tener en cuenta es:

- Folleto
- CD o DVD del cantón
- Selección de noticias de presentación en medio: frases estrella.
- CD con banco de imágenes
- Nota de prensa de presentación del destino
- Regalo de materiales promocionales.

PROGRAMA DE PRENSA TURÍSTICA

PROYECTO: RELACIONES PÚBLICAS BOLETÍN DE PRENSA

BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Elaboración de un boletín quincenal o mensual de noticias turísticas, para su envío por email a las diferentes bases de datos de periodistas. Crear un modelo general con identidad del cantón, en sus diferentes versiones por idiomas. Enviar también a embajadas, consulados y organizaciones ecuatorianas en todo el mundo.

5.2.2 PROGRAMA DE TRADE TURÍSTICO

PROYECTO: PUBLICACIONES FOLLETO TRADE, VIDEO CD-DVD

BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Es un folleto, de tamaño DIN A-4, dirigido a los operadores y agencias de viajes para presentar el destino. Los elementos que se deben tomar en cuenta en el folleto son: portada, información de los atractivos, alojamiento, mapa turístico, medios de transporte, etc.

Definición y producción de una presentación audiovisual del destino, en los diferentes formatos de video, CD y DVD, y en los idiomas seleccionados como prioritarios.

PROGRAMA DE TRADE TURÍSTICO
PROYECTO: PUBLICIDAD – REVISTAS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>En el primer año, y con el fin de reforzar la actuación de los centro de información turística y direccionar hacia la nueva web, se propone efectuar una campaña de presentación del destino en las principales revistas dirigidas a las agencias y hoteles de cada mercado.</p> <p>La decisión de las revistas concretas se efectuará con la colaboración de la asociación de agencias de viajes, tour operadores, hoteles en los mercados prioritarios, en Quito y Guayaquil.</p>

PROGRAMA DE TRADE TURÍSTICO
PROYECTO: NOTICIAS – BOLETINES OPERADORES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Con el objetivo de mantener informados a los diferentes operadores de los mercados prioritarios y a las personas clave de su organización, se pretende emitir un boletín informativo mensual, basado en el formato de correo electrónico, sobre novedades, mejoras en infraestructuras, nuevos accesos, actuaciones promocionales, etc. Se emitirán en los idiomas seleccionados como prioritarios.</p>

PROGRAMA DE TRADE TURÍSTICO
PROYECTO: PRESENTACIÓN PARTICIPACIÓN EN FERIAS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>La propuesta se centra en la idea de realizar esta acción bajo dos criterio: interés nacional, internacional. Es importante que se evalúe la decisión de asistir a una feria en función de</p>

los resultados obtenidos el año anterior, número de visitantes, perfil de expositores, cobertura en medios, número de compradores, procedencia de los compradores entre otros. Recordar que a las ferias se acude para hacer contactos que propicie hacer negocios en el año, lo cual se traslade a la venta al destino turístico del cantón Espejo y aumento de turistas tanto nacionales.

En las ferias se recomienda actuar con oferta privada del destino que complemente la presentación general y especializada del mismo.

PROGRAMA DE TRADE TURÍSTICO
PROYECTO: PRESENTACIÓN WORKSHOPS GENERALES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Las denominadas Jornadas Profesionales tienen el objetivo de presentar al cantón Espejo a las agencias de viaje de los principales mercados emisores, se propone la celebración de workshops de carácter genera. Organizados por la entidad promotora del destino, que también son denominados seminarios de capacitación.</p> <p>Implican un contacto directo entre representantes de la oferta y de la demanda.</p>

5.2.3 PROGRAMA TURISTA
PROYECTO: PUBLICACIONES FOLLETO CONSUMIDOR – GUÍAS DE VIAJE – FOLLETO DÍPTICO – MAPAS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Definición y producción en los idiomas seleccionados de un folleto dirigido al consumidor final para ser distribuido preferentemente por las agencias que venden El Ángel – Espejo , y por las oficinas de información turística del cantón.</p> <p>Elaboración de una guía de viajes dirigida al consumidor final para ser distribuido</p>

preferentemente por los centros de información turística de las agencias, por los centros de información turística, librerías, hosterías, agencias de viajes, entre otros.

Creación de un folleto díptico para ser distribuido masivamente al consumidor final, especialmente en ferias y eventos.

Diseño y producción de una mapa turístico del cantón Espejo, y mapas de ofertas turísticas especializadas, en el cual debe constar la marca, mensaje permanente, los cuales pueden ser vendidos en los centros de información turística como un mecanismo de autogestión de la promoción turística.

5.3 Macroprograma de Turismo del Cantón Espejo

MACROPROGRAMA DE TURISMO DEL CANTÓN ESPEJO		
PROGRAMAS		PROYECTOS
Información	Centros de Información Turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Call Center
	Señalización Turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accesos
	Publicaciones Locales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seminarios de Promoción ▪ Cooperación Desarrollo
Sensibilización	Calidad Turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seminarios Profesionales ▪ Turismo de Calidad
	Espejo es Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campaña de Publicidad
Cooperación Promocional	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación del Plan de Marketing ▪ Presentación de Planes Operacionales
	Congresos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Congresos y Eventos

5.3.1 PROGRAMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
PROYECTO: CENTROS DE INFORMACIÓN CALL CENTER
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Implementación de un centro de llamada que recepte llamadas interesadas en visitar el destino: que brinde asistencia al turista, que sea interlocutor con los operadores, que atienda dudas y reclamaciones, inclusive que permita llevar estadísticas de llamada y perfiles de turistas.

PROGRAMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
PROYECTO: SEÑALIZACIÓN DE ACCESOS MEJORAMIENTO DE LA ESTRUCTURA VIAL Y DE LA PLANTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Definir, producir e implantar un modelo propio de señalización turística. Se sugiere articular el manual de señalética del Ministerio de Turismo del Ecuador, con el cuaderno de descentralización “Señalética y Rutas Turísticas Urbanas en Ecuador de autoría del CONAM, en el cual se visualizan interesantes soluciones prácticas.</p> <p>Recordar que este es elemento notable de todo plan de promoción de una localidad o destino turístico, apuntaremos a “facilitar” la estancia en el mismo visitante, así como la difusión de orientaciones a éste sobre cómo realizar un uso sostenible de sus recursos.</p> <p>En las vías de acceso al Cantón Espejo como a los atractivos, se encontró deficiencias, debido a esto se debe mejorar las vías que comunican a los atractivos, es por eso que se debe realizar un inventario de las vías y formular una propuesta de mejoramiento y mantenimiento de estas vías.</p> <p>El objetivo del programa de la planta de servicios es mejorar las instalaciones turísticas</p>

existentes, tanto en lo que corresponde al hospedaje como alimentación, lo que se puede lograr a través de la ejecución de un proyecto de capacitación que debe ser responsabilidad del Municipio de Espejo junto al Ministerio de Turismo y el sector privado.

PROGRAMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
PROYECTO: PUBLICACIONES LOCALES SEMINARIOS DE PROMOCIÓN
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>El déficit sobre conocimientos de marketing y promoción turística detectada en la encuesta de opinión interna, así como el análisis de la situación actual, lleva a proponer que aprovechando la experiencia de la implantación del Plan de Marketing Turístico del cantón Espejo, se diseñe y realice un conjunto de seminarios de capacitación para el personal del área de turismo y funcionarios de los entes de promoción turística local sobre marketing turístico de</p> <p>Esta acción debe ser trabajada con descentralización tanto del Ministerio de Turismo del Ecuador – AME –; CONCOPE, y el Consejo Nacional de Modernización del Estado – CONAM. Ya que trabajando en la misma línea pueden configurar un nuevo modelo de marketing turístico de Ecuador. No se descarta la posibilidad de traer profesionales del exterior para temas muy particulares.</p>

PROGRAMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
PROYECTO: PUBLICACIONES LOCALES COOPERACIÓN DESARROLLO
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
<p>Para conseguir una mejora cualitativa de los folletos existentes y para asegura un empate con la imagen del turismo del cantón, se recomienda establecer unos modelos de folletos consumidor y folleto “trade” o CD que sirvan como referencia en las nuevas creaciones de folletos de los entes locales y que a la vez optimicen este proceso de cooperación y uniformización del material que se promueve y distribuye.</p>

5.3.2 PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN
PROYECTO: CALIDAD TURÍSTICA SEMINARIOS PROFESIONALES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Creación de seminarios especializados por sectores y dirigidos a la mejora de calidad total. De las encuestas sobre valoración y satisfacción nos han permitido mostrar que salvo en las operaciones de precio alto, la calidad de la gestión del alojamiento, de la restauración (restaurantes), el transporte, etc. No están a nivel internacional que debería de situarse.
PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN
PROYECTO: CALIDAD TURÍSTICA TURISMO DE CALIDAD
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Con el fin de premiar las actuaciones emprendidas en este campo; tanto públicas como privadas, y potenciar la difusión interna, se propone crear un premio o distintivo de calidad a entregar anualmente en un evento a nivel de destino dedicado al turismo. Será necesario realizar una pequeña campaña de esta entrega en los medios locales.
PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN
PROYECTO: ESPEJO ES TURISMO CAMPAÑA DE PUBLICIDAD
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Es fundamental diseñar circuitos turísticos, que impliquen una estadia en el cantón, aprovechando el potencial turístico que existe, en lo referente al ecoturismo.
Realización de una campaña de publicidad, dirigida al público general orientada a posicionar el turismo como un sector importante en la economía del cantón.
Las campañas también se pueden utilizar para comunicar los logros obtenidos, informar

sobre los nuevos puestos de trabajo creados en el sector, las inversiones realizadas, etc.
Complementar la campaña con un conjunto de campañas sectoriales dirigidas a la mejora de la calidad en cada ámbito.

5.3.3 PROGRAMA DE COOPERACIÓN PROMOCIONAL
PROYECTO: PROMOCIÓN PRESENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Se propone la realización, en las principales ciudades del cantón, de sesiones de presentación y difusión del Plan de Marketing Turístico del cantón Espejo, de la marca turística y de sus aplicaciones principales.

PROGRAMA DE COOPERACIÓN PROMOCIONAL
PROYECTO: PROMOCIÓN PRESENTACIONES DE PLANES OPERACIONALES
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Preparación de las sesiones profesionales de trabajo sobre los planes operacionales anuales por mercado, para su discusión y el establecimiento de las acciones conjuntas entre el sector privado y el sector público.

PROGRAMA DE COOPERACIÓN PROMOCIONAL
PROYECTO: CONGRESOS Y EVENTOS
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
Constituye un tipo de acción de marketing directo. En esta categoría entra la celebración en la localidad de Congresos, Jornadas Técnicas, Exposiciones, etc. Eventos que por sí mismos constituyen una modalidad turística de notable rentabilidad económica y que ejercen además una acción difusora de la imagen y marca del destino en los mercados emisores, y de fomento de visitas al mismo.

CAPÍTULO VI

PRESUPUESTO DE MEDIOS

Selección de Medios

A través del plan de medio se definirán los medios de comunicación a utilizarse, para informar a los turistas la existencia de los atractivos turísticos que posee el Cantón Espejo.

Publicidad a través de los medios auditivos y audiovisuales.

- **Televisión**

Este medio de comunicación es el más utilizado, y en el cual existe una mayor inversión para la publicidad, ya que tiene un gran impacto en la audiencia, y llega tanto a nivel nacional como internacional a través de la página web que poseen.

Los medios televisivos escogidos fue; **GAMAVISIÓN** y **ECUAVISA INTERNACIONAL**, ya que posee prestigio y es de transmisión nacional e internacional.

- **Radio**

Es un medio que se caracteriza la participación y atención de los radioescuchas, ya que es un medio flexible y adaptable, además publicitar en radio es más accesible en relación a la publicidad en la televisión.

Las radios seleccionadas para la publicidad turística del Cantón Espejo son: La Luna, Canela, Zaracay y América, en las cuales se realizarán 4 cuñas diarias los días lunes, miércoles, viernes, en estas cuñas se invitará a los población a visitar el Cantón Espejo y sus atractivos.

Medios Escritos

A través de estos medios se puede posicionar en la mente del consumidor al destino turísticos, además que en la preense escrita se puede variar los anuncios ya que posee gran dinamismo y se lo distribuye a nivel nacional.

Los medios escogidos son: el Comercio y diario La Hora, ya que son diarios de circulación nacional con mayor cobertura dentro de las ciudades del país.

En el periódico El Comercio con cobertura nacional, se realizara la publicidad semestralmente los días domingos en la sección “Siete Días” en la cual se dará a conocer los diferentes atractivos, ubicación, vías de acceso, está publicación se realizará en el primer semestre en el mes de febrero y el segundo anuncio en el mes de julio – agosto por la época de vacaciones.

De igual manera se publicarán en diferentes revistas a nivel nacional como: La Familia, Terra Incógnita, Revista This is Ecuador, en las cuales se dará a conocer sobre las fiestas tradicionales y atractivos turísticos del Cantón Espejo.

Medios Gráficos

El beneficio de los medios gráficos es que son de fácil distribución y además que sus costos son bajos, los cuales contendrán información del cantón acerca de los atractivos turísticos de la zona e información relevante para el turista; por tanto se ha seleccionados los siguientes medios gráficos:

- **Dípticos:** Es un material impreso formado con dos tableros que se cierran por un costado, como las tapas de un libro, el cual constará la información relevante para el turista y que de esta manera tenga una visión global del cantón.

- **Trípticos:** material impreso distribuido en tres hojas, unidas de modo que puedan doblarse las de los lados sobre la del centro, en el cual contendrá información clara y precisa del cantón, además se utilizará imágenes e ilustraciones.
- **Afiches:** Es un medio impreso masivo cuyo objetivo es llamar la atención al observador.
- **Gigantografías:** Elemento mayor al formato A3
- **Flayers:** Es un material impreso, en una hoja donde se coloca datos relevantes acerca del destino turístico a promocionar.

Presupuesto del Plan de Medios

MACROPROGRAMA ESPEJO		
PROGRAMAS	PROYECTO	COSTO APROXIMADO
Sistemas de inteligencia de Mercados	Estudio de Mercado	700
Identidad Turística	Marca, logotipo y slogan	600
	Banco de imágenes	700
Programa de Diseño	Diseño de Web Turística	550
	Mantenimiento de página web	120
Programa de Materiales Varios	Diseño gráfico, levantamiento de textos y traducciones	800
	Bolsas 100 (2)	500
	Afiches 1500 (3)	675
	Camisetas, gorras 240	1560
Ferias de Turismo	Modelos de Stands	2240
TOTAL		8445

MACROPROGRAMA DE PROMOCIÓN DE MERCADOS		
PROGRAMAS	PROYECTOS	COSTO APROXIMADO
Prensa	Viajes de Familiarización	449,64
	Relaciones Públicas	
	<i>Periódico (2)</i>	
	El Comercio 1/8 pág. 4,59 x 12,76cm. Full color (2)	2128
	Diario La Hora 1 pág. Full color (4)	1088
	<i>Radio (6)</i>	
	Radio La Luna 10 cuñas de 30'	600
	Radio Canela 10 cuñas de 30'	1080
	Radio Saracay 10 cuñas de 30'	900
	Radio América 10cuñas de 15'	504
Trade	Publicaciones	
	Folleto Trade, CD - DVD	576
	Publicidad	
	Revista Terra Incógnita Módulo. ancho 4,5 cm y 5 cm alto (4)	340
	Revista This is Ecuador (4)	428
	Revista La Familia 1/2 pág. Full color 28,80cm de ancho x 13,20 alto (2)	3707,2
	Noticias	
	Gamavisión 20' (6)	1116
	Ecuavisa Internacional 20' (6)	936
	Presentación	
Ferias (3)	3360	
Turista	Publicaciones	
	Trípticos 2500 (3)	2850
	Dípticos 2000 (3)	1260
	Gigantografías 20 (2)	920
	Flayers 2000 (3)	2100
TOTAL		24342,84

MACROPROGRAMA DE TURISMO DEL CANTÓN ESPEJO		
PROGRAMAS	PROYECTOS	COSTO APROXIMADO
Información	Centros de Información Turística	1900
	Señalización Turística	2000
	Publicaciones Locales	
	Seminarios de capacitación	3500
Sensibilización	Calidad Turística	
	Capacitación	2500
	Espejo es Turismo	
	Campaña publicidad	3600
Cooperación Promocional	Promoción	
	Presentación plan de marketing	1500
	Congresos y Eventos	1800
TOTAL		16800

VALOR TOTAL DEL PLAN DE MARKETING

1. MACROPROGRAMA ESPEJO

Monto Total: 8445 USD

2. MACROPROGRAMA DE PROMOCIÓN DE MERCADOS

Monto Total: 24342,84 USD

3. MACROPROGRAMA DE TURISMO DEL CANTÓN ESPEJO

Monto Total: 16800 USD

VALOR TOTAL: 49587,84 USD

PLAN DE FINANCIAMIENTO

Es necesario resaltar que, como producto de la autogestión que se procura desarrollar en el primer año se establezcan estrategias con empresas privadas del cantón, a fin de que en los meses subsiguientes mediante convenios se acuerde la entrega de fondos de dichas empresas a cambio de promoción y publicidad en diferentes atractivos turísticos del sitio en estudio.

La municipalidad de Espejo tendrá el apoyo del Gobierno Provincial del Carchi, Casa de la Cultura, Dirección de Cultura y organismos seccionales, entre otras instituciones públicas y privadas. También será importante la participación del Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente, conjuntamente con la Comisión de fiestas del Municipio de Espejo y la Oficina de Turismo de El Ángel.

Además para que el plan de marketing tenga el éxito deseado, es necesario realizar un control a la ejecución del mismo, el cual estará a cargo de la Unidad de Turismo, conjuntamente con la Dirección de educación, cultura y deportes, la misma que designará una comisión que se conformará por representantes del municipio y de diferentes sectores turísticos del cantón.

El seguimiento del plan es necesario para medir los alcances y limitaciones durante el proceso de ejecución del plan, de esta manera se podrá reforzar lo planteado o de lo contrario se hará un consenso para buscar soluciones alternas y así evitar que el normal desarrollo del plan se detenga.

Sin duda el control es una herramienta indispensable para otorgarle transparencia al proceso, economizar tiempo, dar soluciones en la marcha y que los diferentes actores trabajen eficazmente por alcanzar los objetivos planteados.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- A través del análisis situacional del cantón se estableció la realidad de la actividad turística de Espejo, además se identificó las características del mercado turístico, preferencias de los clientes.
- Se determinó que no se ha desarrollado una cultura turística en la población por falta de conocimiento de los atractivos existentes en el cantón, para lo cual debería existir una coordinación pública y privada para incentivar la actividad turística en la población.
- Mediante el análisis del sector turístico se llegó a la conclusión que el Cantón Espejo posee una variedad de atractivos y potenciales turísticos, que a su vez poseen desventajas en cuanto a la infraestructura y facilidades para el desarrollo turístico, además que existe una débil institucionalidad, bajo nivel de compromiso, y la poca cultura de trabajo en equipo, lo que podría afectar el desarrollo turístico del cantón para lo cual se debe poner mayor énfasis en estos aspectos.
- Las competencias turísticas asumidas por el Gobierno Municipal de Espejo, es deficiente en relación a los esfuerzos que se debe realizar para dar a conocer los atractivos turísticos, ya que lo presupuestado para el área turística no permite realizar proyectos que permitan la promoción turística del cantón.
- A través del análisis F.O.D.A., se llegó a la conclusión que en Cantón Espejo, posee fortalezas que se las debe reforzar para mejorar el desarrollo turístico, en beneficio de la población incentivando a la gente a interesarse por la actividad turística para mejorar su calidad de vida.

- Se elaboró una propuesta mercadológica que nos permite conocer de una manera detallada, los materiales y medios que se requieren para implementar el Plan de Marketing y los beneficios que se pueden obtener al aplicarlo mejorando la actividad turística de los destinos que se ofrece.
- El plan de medio propuesto permite elegir los medios de comunicación más adecuados para dar a conocer la riqueza turística del cantón Espejo, además se elaboró el presupuesto que permite dar una visión global del Plan de Marketing con valores asequibles, y de acuerdo a esto buscar los posibles financiamientos para su ejecución.

7.2 RECOMENDACIONES

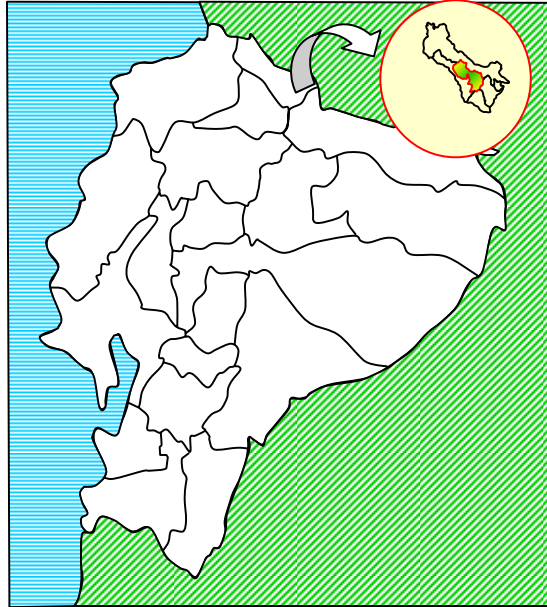
- Crear alianzas estratégicas entre el Municipio de Espejo; las empresas hoteleras y de alimentación; el Ministerio de Turismo; Ministerio de Medio Ambiente y la comunidad para un desarrollo adecuado del turismo en el cantón en beneficio de la población a través de la promoción de la riqueza turística que existe en el cantón.
- El MINTUR deberá capacitar al personal encargado del área turística, e incentivar a que estos pongan en práctica lo aprendido a través de talleres de concientización turística, dando a conocer los beneficios económicos y sociales que brinda esta actividad.
- Tomar en cuenta a la actividad turística como una fuente de ingreso y empleo para la población mejorando la calidad de vida en el cantón.
- Apoyar los proyectos turísticos de las instituciones, que impulsen el desarrollo de la actividad turística en el cantón para mejorar la señalización, rotulación y senderización hacia los atractivos que se encuentran dentro de la jurisdicción del cantón Espejo.
- El Plan de Marketing se lo debe actualizar anualmente para un mejor resultado, además se debe proponer nuevas estrategias de acuerdo a la realidad que se vaya presentado en el cantón para tener éxito en su ejecución, y el seguimiento de este estará a cargo la

persona encargada de la Oficina de Turismo de El Ángel conjuntamente con la Municipalidad de Espejo.

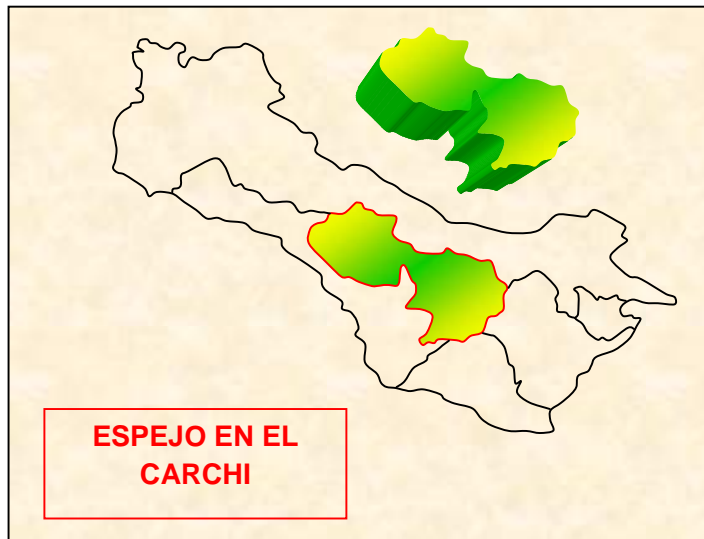
- Dar a conocer los objetivos que se desea alcanzar en lo referente a la actividad turística a la ciudadanía, y a la vez mantenerla informada sobre los avances en este tema, y de este modo incentivar a la gente a que se involucre en el turismo puesto que esta actividad es una fuente de empleo para la población.
- Se debe desarrollar productos especializados y avanzados con los recursos potenciales, adaptándoles a las necesidades de la demanda, comercializándoles a través de los canales más adecuados y posicionarlos mediante campañas de comunicación eficaces.

ANEXOS:

Mapa 1: Mapa del Cantón Espejo



Mapa 2: Cantón Espejo



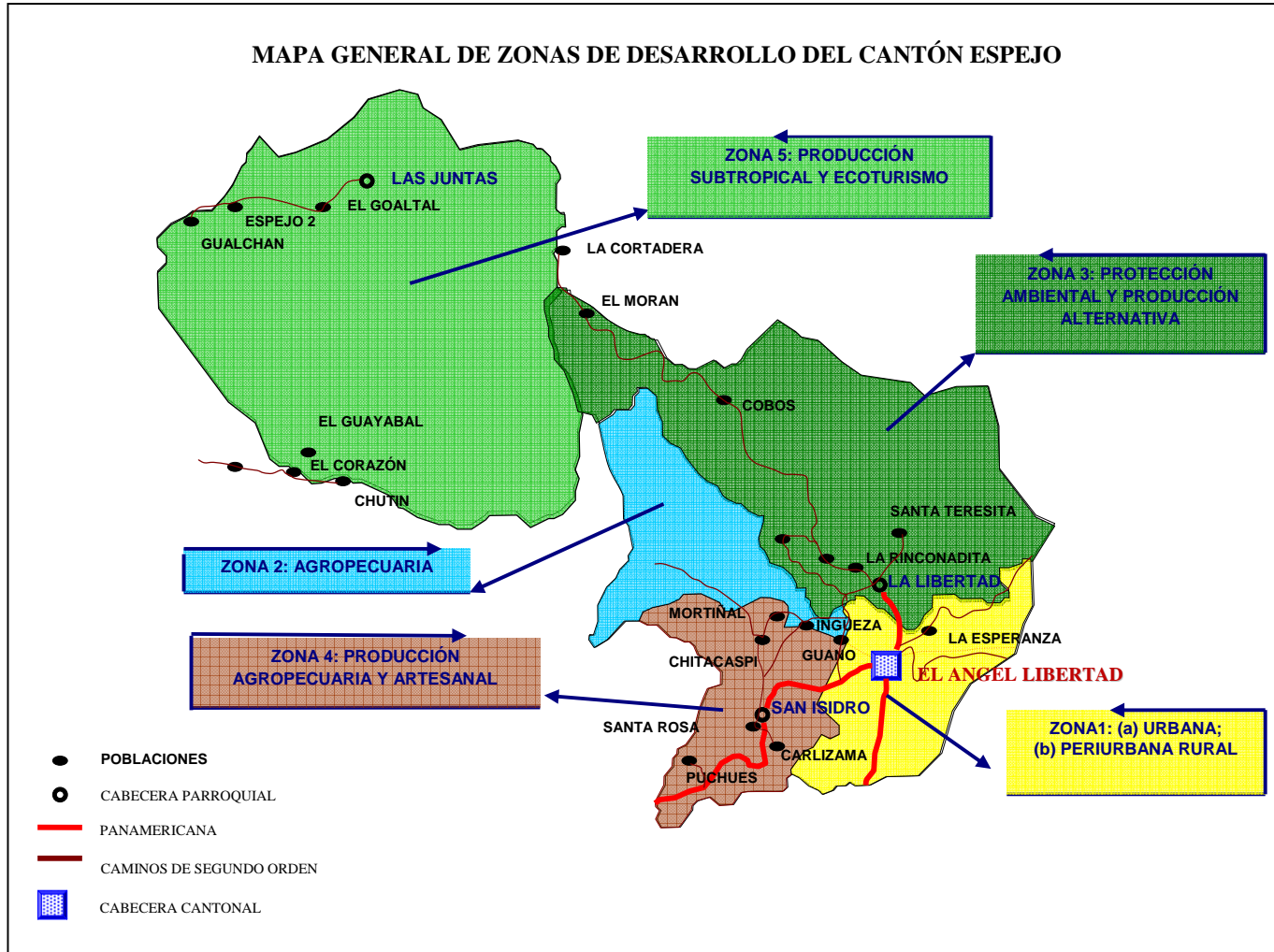
Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Espejo - 2004

Mapa 3: Mapa Político del Cantón Espejo



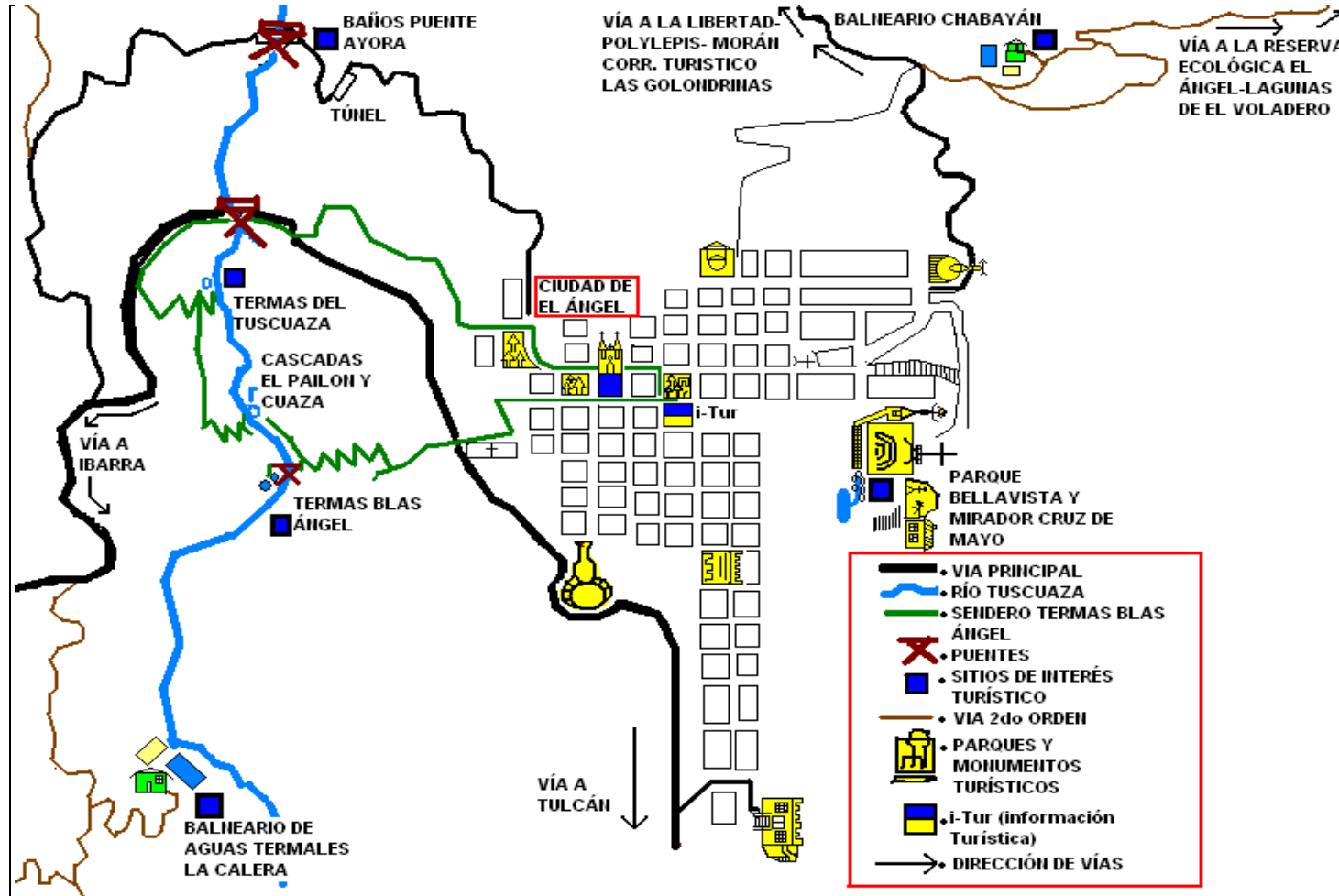
Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Espejo – 2004

Mapa 4: Zonas de Desarrollo del Cantón Espejo



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Espejo - 2004

Mapa 5: Ciudad El Ángel



Realizado por: Arturo Mier

Mapa 6: Vías de Acceso



Realizado por: Arturo Mier

BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, Miguel Ángel, Marketing de Destinos Turístico, Trillas, México 2004
- ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DEL ECUADOR, Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Espejo, 2003
- AULESTIA, Hernán, Guía Metodológica, Elaboración de Tesis , Primera Edición, UTE, junio 1995
- BARRERA, Alfonso; ESPINOZA, Ma. Fernanda, Maravilloso Ecuador, Colombia 2004
- BERNAL César Augusto, Metodología de la Investigación, Editorial PEARSON HALL, México, Segunda Edición, 2006
- BOULLÓN, Roberto, Planificación Territorial del Espacio Turístico, Editorial Trillas, México 2003
- GARCÍA, Ana, Guía para la estructuración de Productos Turísticos, Quito 2006
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, Cantón Espejo, 2001
- KOTLER Philip, Fundamentos de Marketing, Prentice Hall, México, última Edición
- KOTLER, Philip,; BOWEN, John; MAKENS, James, Marketing para Turismo, Prentice Hall Tercera Edición, México
- KOTLER, Philip,; BOWEN, John; MAKENS, James, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo, Prentice Hall Tercera Edición, México

- LÓPEZ, Aurelio, Técnico en Hotelería y Turismo, Editorial Cultural S.A. 2003
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Plan Estratégico de Turismo de Tulcán, Octubre 2003
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Plan Integral Turístico del Ecuador, 2003
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, PLANDETUR 2020, Edición Diciembre 2007
- PONCE, Javier; MONTENEGRO, Manuel; SOSA, Lucía, Nueva Enciclopedia del Ecuador, Editorial Planeta Colombiana, Bogotá, marzo 2003
- PROYECTO PRO – ODM, Provincia del Carchi, Editorial SOBOG GRAFIC, Ecuador, Diciembre 2007
- VÁSQUEZ, Gustavo, Ecuador en la Mitad del Mundo, Guía Turística y Ecología

PÁGINAS WEB

- www.ame.gov.ec
- www.carchi.gov.ec
- www.cce.org.ec/carchi
- www.mmrree.gov.ec
- www.recorrecuador.com/carchi/espejo