INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.

"PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PARA UNA MEJOR INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN DEL TURISTA NACIONAL E INTERNACIONAL."

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera.

Autor: Cadena Hernández Carlos Andrés

Tutor: Lic. Rogelio Vargas.

Quito, Octubre 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Carlos Andrés Cadena Hernández

CC 142349567-3

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Carlos Andrés Cadena Hernández alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

Carlos Andrés Cadena Hernández

CC 2100456785

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y trasferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Carlos Andrés Cadena Hernández.**

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO", Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR PARA UNA MEJOR INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN DEL TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL",** el cual incluye el diseño de un recetario gastronómico innovador, para lo cual ha implementado los conocimientos

adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del recetario, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el recetario, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción del recetario por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del recetario; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del recetario; e) La protección y registro en el IEPI del recetario, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del recetario; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo

o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la

Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas

cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvención, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses**.**

En aceptación firman a los 22 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) _____ f) _____

Carlos Andrés Cadena Hernández

C.C. No. 2100456785 Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por protegerme durante mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida. A la Institución y, cada uno de los docentes que me han ayudado con sus conocimientos y virtudes primeramente a ser una buena persona para poder ser un buen profesional, mi más sincero agradecimiento al Ing.: Rogelio Vargas, tutor del presente trabajo de investigación, quien con su ayuda desinteresada me ayudó al desarrollo y finalización de este proyecto.

Agradezco también la confianza y el apoyo incondicional brindado por parte de mis padres, a mi familia que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

Gracias por todo a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Dedicatoria

Mi proyecto está dedicado principalmente a Dios,

por haberme permitido llegar hasta este punto

y haberme dado salud para lograr este objetivo,

además de su infinita bondad y amor.

A mis padres, Homero y Maura

por haberme apoyado en todo momento,

por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han infundado siempre, también por el valor mostrado para salir adelante.

Índice General

DECLARATORIA ii
CESIÓN DE DERECHOS iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL iv
Agradecimiento viii
Dedicatoria ix
Índice General x
Índice de Figuras xii
Índice de Tablas xii
Índice de Cuadros xiii
Índice de Anexos xiii
Resumen Ejecutivo xv
Introducción xvii
CAPÍTULO I 1
1.0 ANTECEDENTES 1
1.01.02. Atractivos Naturales. 11
1.01.03. Atractivos Religiosos. 13
1.01.04. Atractivos Culturales. 14
1.01.05. Costumbres y Tradiciones. 15
1.01.06. Comidas y Bebidas Típicas. 16
1.02. Justificación 18
1.03. Definición del problema 19
CAPÍTULO II 23
2.0 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS 23
2.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS 24
CAPÍTULO III 26
3.0 PROBLEMA Y OBJETIVOS 26
3.01. Árbol de Problemas 26
3.02 Árbol de objetivos 28
CAPÍTULO IV 30
4.0. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS 30
4.01. Matriz de análisis de alternativas 31
Análisis de Alternativas 31
4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos 32

4.03. Diagrama de estrategias 34
4.04. Matriz de marco lógico 35
CAPÍTULO V 41
5.0. PROPUESTA 41
5.01. Antecedentes 42
5.01.01. Definición de atractivos turísticos 42
5.02.02. Inventario de atractivos turísticos 43
5.02.03. Conceptos Etimológicos 43
5.02.04. Tipos de Marketing 44
5.02.04. Las 4 "P" del Marketing 45
5.02.05. Análisis Foda 45
5.02.06. Investigación de mercado 47
5.02.07. Segmentación de mercados 49
5.02.08. Instrumentos de la investigación 53
5.01.05. Población y Muestra 54
5.01.06. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN 57
5.01.07. Tabulación e interpretación de datos 57
5.02. Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución) 75
5.02.01. Estrategias de Marketing. 75
5.02.01.01. Plaza 75
5.02.01.02. Producto 77
ITINERARIO PARA UN TOUR EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL 78
5.02.01.03. Precio 80
5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta 84
CAPÍTULO VI 86
6.0. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 86
6.01. Recursos 86
6.01.01. Talento Humano 86
6.01.02. Recursos Tecnológicos: 87
6.01.03. Recursos Materiales 88
6.01.04. Recursos Económicos 88
6.01.05. Tiempo. 6 meses 88
6.02. Presupuestos 89
6.03. Cronograma 91
CAPÍTULO VII 92
7.0. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓNES 92

7.01. Conclusiones 92
7.02. Recomendaciones 93
BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS 94
ANEXOS 97

Índice de Figuras

Figura 1 9
Figura 2 11
Figura 3 23
Figura 4 26
Figura 5 28
Figura 6 34

Índice de Tablas

Tabla 1 15
Tabla 2 19
Tabla 3 20
Tabla 4 24
Tabla 5 30
Tabla 6 31
Tabla 7 32
Tabla 8 35
Tabla 9 46
Tabla 10 48
Tabla 11 49
Tabla 12 52
Tabla 13 54
Tabla 14 57
Tabla 15 58
Tabla 16 59
Tabla 17 60
Tabla 18 61
Tabla 19 62
Tabla 20 63
Tabla 21 64
Tabla 22 65
Tabla 23 66
Tabla 24 67
Tabla 25 68

Tabla 26 69
Tabla 27 70
Tabla 28 71
Tabla 29 72
Tabla 30 76
Tabla 31 78
Tabla 32 79
Tabla 33 80
Tabla 34 86
Tabla 35 87
Tabla 36 88
Tabla 37 89
Tabla 38 91

Índice de Cuadros

Cuadro 1 55

Índice de Anexos

Anexo 1 Encuesta 97
Anexo 2 Teatro Municipal lugar turístico cultural 98
Anexo 3 Pintura del baile tradicional de inocentes matizada por un famoso pintor de la Ciudad. 98
Anexo 4 Tradicional baile de San Gabriel 98
Anexo 5 Carros Alegóricos 99
Anexo 6 Paisajes de la Ciudad de San Gabriel 99
Anexo 7 Flora endémica de los diferentes lugares turísticos 100
Anexo 8 Centro turístico religioso de la Ciudad Iglesia Matriz 100
Anexo 9 Paisaje de la hermosa Ciudad de San Gabriel 101
Anexo 10 Procerato del Trabajo 101
Anexo 11 Municipio de Montúfar 102
Anexo 12 Piedra Larga 102

Índice de Gráficos

Gráfico 1 57
Gráfico 2 58
Gráfico 3. Le gusta a usted viajar 59
Gráfico 4. En que temporada prefiere salir de viaje. 60
Gráfico 5 Generalmente cada que tiempo viaja usted. 61
Gráfico 6. En sus últimas vacaciones cuál fue su destino de viaje. 62
Gráfico 7 63
Gráfico 8 64

Gráfico 9 65
Gráfico 10 66
Gráfico 11 67
Gráfico 12 68
Gráfico 13. Le gustaría conocer la ciudad de San Gabriel. 69
Gráfico 14 . En que sitio le gustaría hospedarse. 70
Gráfico 15 . Que deporte le gustaría practicar. 71
Gráfico 16 . Medios de comunicación masiva. 72
Gráfico 17 79
Gráfico 18 . Guía Turística 82
Gráfico 19 Tríptico 83
Gráfico 20 . Fan Page Facebook 84

Resumen Ejecutivo

El turismo en el Ecuador se ha ido incrementado en los últimos años de una manera prodigiosa ya que está beneficiando a todos los sectores que intervienen en el sector turístico es por esto que cada una de las provincias, cantones, parroquias, ciudades de todo el territorio ecuatoriano se están desarrollando paulatinamente para ofrecer un servicio de mayor calidad hacia los turistas nacionales e extranjeros.

El presente proyecto consiste en la elaboración de un Plan de Marketing Turísticos para una mejor información y orientación del turismo nacional e internacional, en la Ciudad de San Gabriel Cantón Montufar

San Gabriel, un lugar para el turismo por ser la tierra de lo frailejones o también conocida como el "Valle de la eterna primavera", ubicada en el Norte del Ecuador, en la Provincia del Carchi, Cantón Montufar se encuentra aproximadamente a 39,5 km del Sur de Tulcán. Es una de las pocas Ciudades que en la sierra Ecuatoriana conserva el mensaje español en sus fachadas y calles ancestrales. Posee una temperatura promedio media anual de 12.5 grados centígrados. Cuenta con hermoso atractivos turísticos naturales, religiosos y culturales como: El bosque de los Arrayanes, Las Cascada de Paluz, El Pilar de Athal (Sitios ideales para excursión e investigación botánicas). La iglesia Matriz, La iglesia San José, (Sitios ideales para el conocimiento e investigación religioso en la Ciudad). El procerato de Trabajo, el teatro municipal (Sitios ideales para el conocimiento e historia cultural de los pobladores y el crecimiento de la Ciudad a través de los años.)

Abstract

Tourism in Ecuador has been increasing in recent years in an important way manner. Since it is benefiting all sectors involved in the tourism sector. This is why each of the provinces, counties, parishes, cities throughout Ecuador are gradually developing to provide a higher quality service to domestic and foreign tourists.

This project involves the development of a Tourism Marketing Plan for better information and guidance of the national and international tourism, in the City of San Gabriel, in Montufar Canton.

San Gabriel, a place for tourism because it is the land of the frailejones or also known as the "Valley of Eternal Spring", located in northern Ecuador in Carchi Province, Montufar Canton. It is approximately 39.5 km at the South of Tulcán.

It is one of the few cities in the Ecuadorian sierra that retains the message in Spanish facades and ancient streets. It has an average annual temperature of 12.5 degrees Celsius. It has beautiful natural, religious and cultural and tourist attractions: The Forest "Arrayanes" Paluz Waterfall," El Pilar de Athal" (ideal for hiking and botanical research sites). The main church, The church of San Jose, (ideal sites for religious knowledge and research in the City). "Procerato del trabajo"

, the municipal theater (ideal sites for knowledge and cultural history of the people and the growth of the city over the years.)

Introducción

El presente trabajo de investigación inicia con el propósito de crear una guía turística de información y orientación cultural, natural para promover el turismo en el sector y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar".

Por lo tanto el trabajo investigativo está comprendido por siete capítulos:

El primer capítulo está compuesto por los antecedentes, contexto, justificación y problema central; el segundo hace referencia al análisis de involucrados, el mapeo y matriz de análisis de involucrados; el tercero se refiere a problemas y objetivos, se cuenta con el árbol de problemas y árbol de objetivos; el cuarto tiene que ver con el análisis de alternativas, entre los cuales se destaca la matriz de análisis de alternativas, matriz de impactos de los objetivos, diagramas de estrategias y matriz de marco lógico; el quinto cuenta con la propuesta, compuesta por los antecedentes de herramienta o metodología que propone como solución, el análisis FODA, investigación de mercados, población y muestra, instrumentos de la investigación, análisis de la información, descripción de la herramienta o metodología que propone como solución y la formulación del proceso de aplicación de la propuesta, en el sexto capítulo; se hace constar los aspectos administrativos, se pone énfasis en los recursos, presupuesto y cronograma de actividades: y se finaliza con el séptimo capítulo, que tiene que ver con las conclusiones, recomendaciones obtenidas del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1.0 ANTECEDENTES

TEMA; Plan de marketing turístico de la ciudad de San Gabriel Cantón Montufar para una mejor información y orientación del turismo nacional e internacional.

TÍTULO: Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE

AUTOR: Verónica de Sion de Josse.

INSTITUCIÓN: Ministerio de Turismo

AÑO: Junio-2014

CONCLUSIÓN: Mediante esta investigación podremos observar como el turismo se desarrolla en el Ecuador dando información real de interés personal por visitar atractivos turísticos naturales y culturales de nuestro País.

TÍTULO: Plan de marketing turístico del Cantón Mira.

AUTOR: Marco Manuel Obando Pastas.

INSTITUCIÓN: Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

AÑO: Abril-2014.

CONCLUSIÓN: Mediante la siguiente investigación podremos analizar cómo se realiza paso a paso un plan de marketing correctamente como ayuda para realizar el mismo proyecto.

TÍTULO: Asociación de Municipales Ecuatorianas (AME).

AUTOR: GAD municipales y metropolitanos.

INSTITUCIÓN: Ministerio de Turismo del Ecuador.

AÑO: Abril-2012.

CONCLUSIÓN: A través de este documento se utilizara la información principal para poder conocer las riquezas culturales y gastronómicas de San Gabriel.

TÍTULO: Estudio de factibilidad para la creación de un camping turístico en la ciudad de San Gabriel Provincia del Carchi.

AUTOR: Sandra Elizabeth Delgado Jaramillo.

INSTITUCIÓN: Universidad Politécnica Salesiana.

AÑO: Diciembre del 2011.

CONCLUSIÓN: Mediante este estudio de factibilidad se podrá utilizar la información para poder desarrollar un plan de marketing relacionado al turismo.

TÍTULO: Turismo ecológico en el Cantón Montufar y su incidencia en el desarrollo local.

AUTOR: Mayra Gáleas.

INSTITUCIÓN: Universidad Técnica del Norte.

AÑO: Julio del 2011

CONCLUSIÓN: Mediante esta investigación se podrá utilizar la información para fomentar lo más importante del turismo ecológico, cultural, natural relacionado a un plan turístico.

1.01 Preámbulo Contextual

El turístico se lo ha desarrollado desde tiempos inmemorables sin conocimientos técnicos del mismo, por esta razón surge la necesidad de tecnificar esta disciplina para lograr objetivos con mejores resultados, como es el caso comercial de las 7 maravillas del mundo esto ayudo turísticamente con el crecimiento económico en los países donde se encontraban estas maravillas, que no eran más que manifestaciones culturales dentro de un estratégico plan de marketing el cual ha desempeñado un roll trascendental en el turismo mundial hasta la actualidad.

En América del Sur el marketing turístico se hace notar por la biodiversidad de flora, fauna, escenarios naturales y culturales, que albergan una gran variedad de climas como la humedad tropical de la Selva Amazónica, el frío seco de la Patagonia, la aridez del Desierto de Atacama, los vientos de la Tierra del Fuego y sus

diferentes culturas ancestrales que cada país se encarga de conservar como tesoro patrimonial dando a conocer el turismo a nivel mundial del Subcontinente Americano. (Calderon, 2013)

La república del Ecuador con 283.560 km2 de extensión territorial (según el Instituto Geográfico Militar del Ecuador) está situado geográficamente sobre la línea equinoccial territorial en la parte continental al noroeste de América del Sur, separado por 539.96 millas náuticas del Archipiélago del Colón o Región Insular (Galápagos) en el Océano Pacífico, en el territorio continental es atravesado por el callejón Interandino conocido también como Cordillera de los Andes, esta es la razón principal de las diferentes altitudes o pisos climáticos que posee el Ecuador, por su posición geográfica y la Cordillera de los Andes se caracteriza por poseer 4 regiones geográficas plenamente diferenciadas como; Andina, Amazónica, Litoral e Insular dentro de estas regiones se distribuyen 24 provincias, el Ecuador ocupa el puesto 17 de países megas diversos en flora y fauna por metro cuadrado a nivel mundial contando con un 10% de flora y el 8% de fauna del globo terráqueo , además de esto cuenta con 28 pueblos y nacionalidades indígenas, 1 pueblo afro-descendiente, a pesar de esta diversidad cultural el 80% de la población ecuatoriana es mestiza, por todos estos aspectos es un país con un gran potencial turístico en América del Sur. Sabiendo esto Ecuador tiene un plan de Marketing Turístico llamado "ALL YOU NEED IS ECUADOR" en conjunto con el Ministerio de Turismo del Ecuador, que traducido al castellano significa: Todo lo que necesitas es Ecuador, que se utilizó para captar la atención de turistas potenciales, para lo cual se apoyó con la canción "All you need is love" compuesta por el británico John Lennon

e interpretado por la banda The Beatles, ayudado también por spots publicitarios en los que se muestran las maravillas naturales y culturales que posee el Ecuador incentivando al turista internacional a visitarlo; este spot se lo hiso público a nivel internacional en el Súper Bowl el 1 de febrero del 2015 siendo la fiesta más importante de los Estados Unidos, el Ecuador llego a pagar cerca de 4 millones de dólares por 30 segundos de publicidad, pese a esto dentro del Ecuador aún queda un porcentaje territorial donde es evidente la falta de afluencia turística nacional e internacional al no contar con un definido Plan de Marketing turístico con el que se daría a conocer inicialmente a nivel nacional y en un futuro a nivel internacional. (Diana, Monografias, 2015)

La provincia del Carchi se ubica en el extremo Norte del Callejón Interandino, limitándose al norte con la Republica de Colombia; al Sur y Este con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos; y al Oeste con la provincia de Esmeraldas, su extensión territorial es de 3.604,33km2, albergando una población de 164.524 de habitantes representando el 1.1% de la población del Ecuador según el último censo del 2010.

Políticamente la Provincia del Carchi se encuentra dividida en 6 cantones importantes y 26 parroquias rurales como:

- Cantón Tulcán. (Parroquias rurales): El Carmelo, El Chical, Julio Andrade, Maldonado, Pioter, Santa Martha de Cuba, Tobar Donoso, Tufiño, Urbina.
- Cantón Montufar (parroquias rurales): Cristóbal Colón, Chitán de Navarrete, Fernández Salvador, La Paz, Piartal.

- Cantón Bolívar (parroquias rurales): García Moreno, Los Andes, Monte Olivo, San Vicente de Pusir, San Rafael.
- Cantón Espejo (parroquias rurales): El Goaltal, La libertad, San Isidro.
- Cantón Mira (parroquias rurales): La Concepción, Jijón y Caamaño, Juan Montalvo.
- Cantón Huaca (parroquias rurales): Mariscal Sucre. La capital de la provincia del Carchi es Tulcán con una altura de 2.957 m.s.n.m. (Carchi G. A., 2015)

El Carchi como muchas otras regiones del Ecuador es importante por ser la provincia eminentemente agrícola productora de papa que se cultiva especialmente en Tulcán y el Cantón Montufar, ocupando el primer lugar en la producción nacional de tubérculos por su calidad y variedad como: El maíz, trigo, arveja, caña de azúcar, frejol, haba, mellocos, aguacate, ají etc. Disponiendo aproximadamente con 130.000 hectáreas, un 36% de la superficie provincial para el uso agropecuario (según la Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica), a través de investigaciones de expertos nacionales y extranjeros han establecido que las mesetas de la Provincia del Carchi constituyen zonas óptimas para la crianza de ganado, tanto de leche como de carne ya que en el cantón Tulcán se encuentra la mayor extensión de pastos y población bovina, mejorado gracias a la introducción de sementales puros. En las diferentes haciendas la producción lechera se la realiza en forma técnica por lo cual el promedio de litros de leche de vaca por día está más alto que el promedio nacional dando así mayor crecimiento de producción y calidad para la exportación nacional e

internacional del producto leche, papa, carne, fresco queso maduro, yogurt, cremas entre otros. (Prefectura, Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi, 2015).

Las principales especies de animales que se explotan son: Bovina, Porcinos, Equinos, Ovinos y Caprino. Además de una importante explotación de animales nativos que son: Conejos, cuyes y gallinas de campo.

En la Provincia del Carchi la minería no se conoció hasta finales de 1985 localizándose depósitos mineros de metales, minerales no metálicos y canteras. (Prefectura, 2015)

Indistintamente por la necesidad y escases de productos necesarios para la vida diaria se sustenta principalmente del comercio fronterizo con el departamento de Nariño de Colombia teniendo un convenio de integración entre los dos Países legalizando el comercio entre Ecuador y su vecino país Colombia, exportándose especialmente productos agropecuarios y productos manufacturados. Actualmente el comercio fronterizo disminuyo considerablemente por razones de la dolarización, por lo cual se está gestionando la creación de una zona especial de libre comercio para la provincia del Carchi. Conjuntamente la provincia del Carchi es reconocida por la diversidad de sus paisajes y la riqueza agrícola ya que se encuentra rodeado de distintos lugares turísticos notables por su extensa flora, fauna, escenarios naturales y culturales, gastronómicos y pueblos Indígenas. (Carchi G. A., 2015)

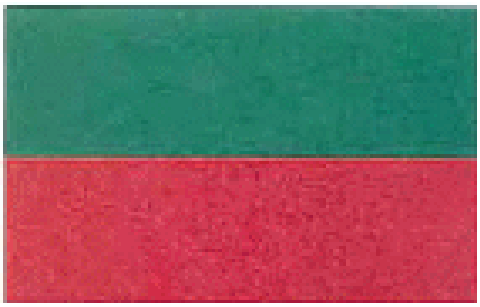
La ciudad de San Gabriel en el Cantón Montufar está ubicada en el norte del Ecuador y al centro de la provincia del Carchi con una superficie de 390 km2, con sus limistes: Al (Norte) Tulcán y Huaca, (Este) Provincia de Sucumbíos, (Sur Oeste)

Bolívar y Espejo poseen do una temperatura que oscila los 8° a 12° centígrados dependiendo de la época del año, por su nombre es conocida como una ciudad "pulcra" que por medio de mingas populares se hace acreedora a llamarse "Procerato del Trabajo" o "Ciudad de la Eterna Primavera" es llamada así por ser una ciudad luchadora y trabajadora con extenso territorio de praderas y su abundante biodiversidad en sus alrededores, se encuentra a 40km de la ciudad de Tulcán, cuenta con una población de 21.096 habitantes (10.234 hombres y 10.862 mujeres) de acuerdo al último censo del 2010. (Montufar C. , Gobierno Autónomo de la Provincia del Carchi, 2015)

El 11 de noviembre de 1922 la UNESCO declara a la ciudad de San Gabriel como "Patrimonio Nacional del Ecuador" por la fachada colonial de sus construcciones fuertes y únicas de la ciudad. (Ecuatorianas, 2012)

El cantón Montufar ofrece a propios y extranjeros maravillas turísticas para ser apreciadas, conocido por los pobladores del cantón como la ciudad de las 7 colinas, antiguo asentamiento del pueblo (Tusa, Capulí, Piartal) cuna de quienes fueron ancestros de la cultura Cuasmal. El nombre de "Montufar" se debe al Coronel Carlos Montufar prócer de la independencia ecuatoriana uno de los ilustres militares forjadores de la libertad de la ciudad de San Gabriel, nombre que fue aplicado el 27 de septiembre de 1905 alcanzando su independencia político-administrativa que lo convertía en el segundo Cantón de la Provincia del Carchi y sus diferentes parroquias de San Isidro, La paz, San Pedro de Piquer, Puntal y Mora. (Carchi G. A., 2015)

En 1947, el señor Moisés Erazo Calderón, propone el proyecto de la creación de los símbolos cantónales, el Escudo y los colores de la Bandera de color verde, que significa el color de la eterna primavera y el color rojo, segunda franja que interpreta la fe ardiente y el patriotismo franco que los montufareños saben situar a sus ideales y a su accionar minguero. El Escudo similar al tipo español, logra plasmar legado cultural de sus ancestros. (Montufar, Carchi Prefectura, 2015)



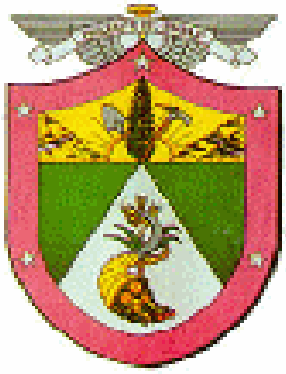


Figura 1
Escudo y Bandera

Fuente: Prefectura del Carchi

El Himno del Cantón Montufar, fue escrito por Pablo Aníbal Vela en 1949. Sin embargo en Abril de 1955, el Concejo Municipal, lo declara oficialmente como Himno al Cantón Montufar y de la Ciudad de San Gabriel. El pueblo, ostenta con orgullo, el Procerato al Trabajo, como un testimonio eterno de coraje, valor y afecto

a su tierra, epopeyas como la construcción de la vieja carretera oriental, marcaron definitivamente con letras de oro la gesta minguera.(Montufar, Carchi Prefectura, 2015)

Es importante apreciar que en el Cantón Montufar y en especial en la ciudad de San Gabriel, se desarrollan ferias importantes que se realizan los fines de semana como de la papa, ganado vacuno y la actividad comercial, está cobrando un impulso importante, unido al gran potencial turístico, al ser Patrimonio Cultural del Ecuador. Desde el año 1995, como programa de festividades de cantonización, la Feria de Exposición de Ganado Lechero se realiza según las fechas establecidas por el Municipio y asociación de ganaderos. (Montufar, Carchi Prefectura, 2015)

Los sangabrieleños, son orgullosos de sus raíces, por ser un pueblo trabajador, solidario, creativo, armónico, transparente, democrático, libre, productivo, eficiente estos valores culturales seguirá proyectando al futuro como un pueblo unido, orgulloso de su cultura, al establecer ésta, en un factor dinámico del desarrollo humano de Montufar. Cuna de grandes personajes que han destacado a nivel nacional e Internacional dejando en alto el nombre de esta generosa tierra en las 60 áreas de investigación, de deporte, educación, artesanías, artes plásticas y poesía. (Carchi G. A., 2015)

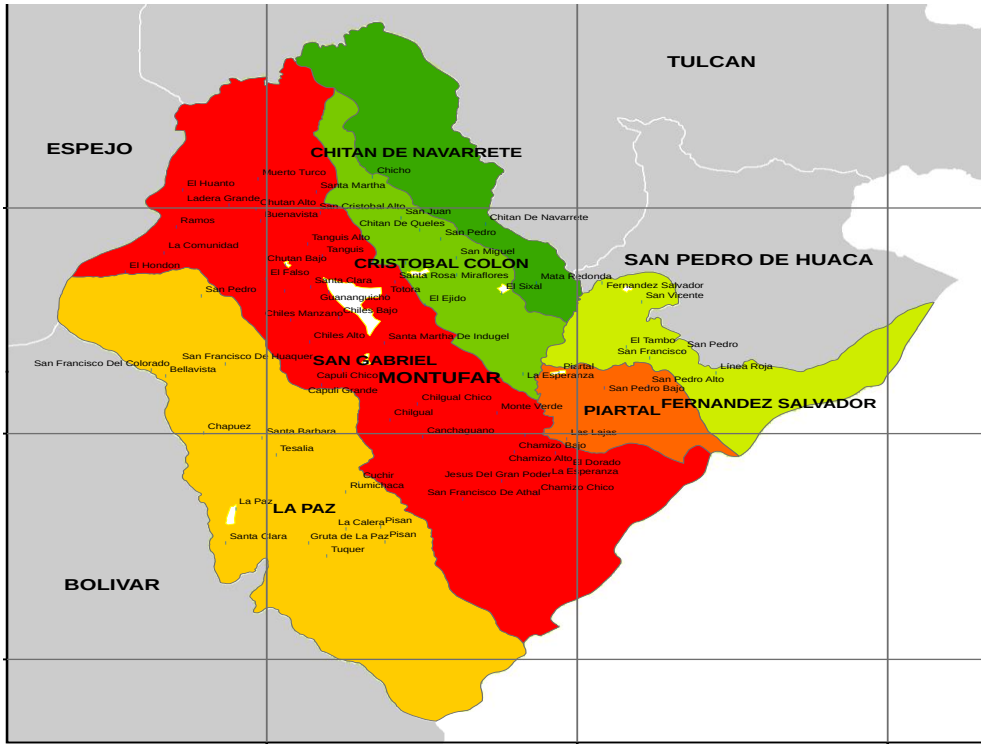


Figura 2
Mapa del Cantón Montufar

Elaborado por: Ilustre Municipio de Montufar

1.01.02. Atractivos Naturales.

- Cascada de Paluz: En la comunidad de Chután Bajo, a 4 Km. De San Gabriel se encuentra un salto natural de agua de 25 mts, que nace en los grandes humedales del páramo y formando pequeños riachuelos confluyen en el río San Gabriel, en su trayecto las aguas se precipitan presurosas , impactándose en la formaciones rocosas que producen una tenue llovizna que genera frescura y encanto al visitante. En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de los

turistas, está compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos. En especial su fauna es única y simbólica en sus alrededores encontrando colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa. (Montúfar, 2014)

- Cascada de Paluz: En la comunidad de Chután alto, a 6.5km de la ciudad de San Gabriel, enclavadas en la muralla de roca solida se encuentra la cascada ubicada entre dos pendientes rocosas de formación geológica el suelo tiene escarpados de diferentes ángulos ideal para grupos del deporte de aventura y personas de buena condición física; área segura ideal para las caminatas y los amantes de los paisajes, rodeado de magia y misterio. En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de los turistas, está compuesta por: capulí, pastos, orquídea, pinos, eucalipto. En especialmente su fauna es única y simbólica en sus alrededores encontrando, tórtolas, conejos silvestres, lechuzas pájaros de la región (Montúfar, 2014)

- Bosque de los Arrayanes: En la comunidad de Monteverde, perteneciente a la parroquia urbana San José, a 8 Km. De San Gabriel, encontramos al milenario bosque de arrayanes, con una extensión de 16 has, conformado en su mayoría por imponentes árboles de arrayán con una altura aproximada de 20 mts. Además árboles de encinos. Su flora es un soto bosque de anturios, bromelias, orquídeas. La hojarasca acumulada a través de los años forma un colchón lleno de innumerables huéspedes de animales como:

dípteros, lepidópteros, aves, chiguaca, mamíferos como: conejos, ardillas, mirlos, lobos de montaña y gorriones. (Montúfar, 2014)

- Pilar de Athal: Se encuentra a 16 Km. De la Ciudad de San Gabriel, siendo objeto de estudio por parte del arqueólogo alemán Max Hule, quien sostiene que los signos realizados en la piedra refiere a un culto al rey sol por parte de las culturas antecesoras, mientras sus habitantes creen que son cultos al agua y a la fertilidad. Petroglifo de roca rectangular con tres metros de altura y dos metros de ancho. Posiblemente su origen corresponde al Período de Integración comprendido entre los años 700 d.C. hasta 1500 d. C., perteneciente a la cultura de los Pastos. (Montúfar, 2014)

1.01.03. Atractivos Religiosos.

- Iglesia Matriz: Principal iglesia construida según la Ley de Indias, fuera de la plaza central; probablemente su construcción inicial se remonta al siglo XVI, y su reconstrucción en el año de 1869 después del terremoto de 1868 terminándose en 1895. Su primer párroco Agustín Baldospinos, en su interior guarda hermosos altares de estilo Republicano Moderno y muestras pictóricas que resalta escenas cristianas. En el altar mayor reposa la imagen de nuestra patrona la VIRGEN DE LAS NIEVES, conformada por una sola nave con tres cúpulas, dos en la parte anterior una en la parte posterior y en el centro de estas la imagen del arcángel San Gabriel. (Montúfar, 2014)

- Iglesia San José: Construida en octubre de 1953, siendo un centro de oración y educación primaria particular de los padres Josefinos, junto a esta edificaron la Escuela Pió XII. Con la instalación de esta comunidad religiosa la construcción del local toma gran incremento, y se la logra terminar la capilla. (Montúfar, 2014)

1.01.04. Atractivos Culturales.

- Teatro Municipal: Colosal sala que acoge a diferentes expositores de arte y cultura; poesía, teatro, danza, música y como eventos sociales en general. Nos da la bienvenida emanando una reflexión el mural elegante con técnica en acrílico y tendencia abstracta; al interior en la parte frontal del escenario imponente se levanta un mural el que detalla la Identidad montufareña como pueblo minguero y solidario; con una técnica al aceite y estilo realista, obras que han sido plasmadas y diseñadas por destacados artistas montufareños. (Montúfar, 2014)
- Procerato del Trabajo: Se localiza en pleno centro de la ciudad, encontramos el Monumento al procerato del Trabajo, digno reconocimiento a la gente luchadora y trabajadora de la región. Sostenido por diez columnas de estilo dórico en forma de media luna y las estrellas que simbolizan las parroquias conformadas a su alrededor del Cantón Montufar, dando un elemento cultural para quienes conocen de arte griego- romano. (Montúfar, 2014)

1.01.05. Costumbres y Tradiciones.

- Costumbres religiosas: Desde tiempos de la colonia, como resultado del proceso de conquista la evangelización cumplió un importante papel en la dominación y sometimiento de los pueblos, sin embargo la mayoría de ritos impuestos para manipular la conciencia social de los individuos de nuestra sociedad los que fueron asimilados y transmutados con los paganos ritos de nuestros antepasados citamos los siguientes; El pase del Niño, Domingo de Ramos, Miércoles de Ceniza , Las fiestas de: San Pedro, Virgen de las Nieves , San José. (Montúfar, 2014)

Tabla 1
Fechas Importantes

EVENTO	FECHA
Concurso del Tradicional Baile de Inocentes, Fiesta de Identidad Cultural del Cantón Montufar	Enero
Concurso de Comparsas de Carnaval, se festeja en la ciudad de san Gabriel y culturalizando a la población de conservación y buen uso del agua, reemplazándolo con espumas de carnaval talcos y pinturas	Febrero /Marzo
Festival Carnavalero Laguna del Salado, evento de actividad deportiva, recreación y esparcimiento dedicado a la familia, animado por la presentación de artistas de renombre local y nacional	Febrero /Marzo
Festival del Cuento Infantil, Participan todas las Escuelas del Cantón fortaleciendo la Identidad Cultural como es las Artes Escénicas	Marzo
Festival Internacional de Teatro "San Gabriel Ciudad Teatro" Corredor Cultural Latino Americano, participan países Invitados.	Abril
Fiesta Religiosa en honor a San Pedro de la Parroquia de Cristóbal Colón	Junio
Fiesta de San Juan Bautista de la comunidad de Chután Bajo	Junio
Concurso de Cometas "Vientos y Cometas "	Julio
Día de la Familia	Julio

Carrera Atlética "Nuestra Señora de las Nieves"	Agosto
Café Literario, Participan Poetas locales, provinciales, nacionales y extranjeros.	Septiembre
Festival Canino "Desfile de Mascotas y exhibición de canes amaestrados)	Septiembre
Tarde de la Miel y la Cuajada	Septiembre
Carrera de Coches de Madera	Septiembre
Desafío de los Barrios, Juegos Tradicionales	Septiembre
Carrera Ciclística "Héctor Chiles"	
Carrera Atlética "Silvio Guerra"	Septiembre
Ferias Gastronómicas, Comidas Típicas	Septiembre
Encuentro Memorial, Actividad de los Adultos Mayores del Cantón Montufar.	Septiembre
Danzas y Artes Escénicas "Tiempo de Maíz, Agua, Sol y Luna", participan cantones del País	Diciembre
Concurso de Aguinaldos, participan Instituciones Públicas y Privadas del Cantón	Diciembre
Festival de Villancicos "Voces de Navidad"	Diciembre
Concurso de Años Viejos	Diciembre

Fuente: Ilustre Municipio de Montufar

Elaborado por: Carlos Cadena

1.01.06. Comidas y Bebidas Típicas.

- Papas con cuero.- Delicioso plato preparado a base de cuero de chancho, papas enteras todo esto preparado en una exquisita salsa de maní.

- Cuy Asado.- El delicioso y tradicional cuy criollo asado en la brasa de carbón que es acompañado de papas de la zona, canguil, lechuga, tomate riñón y de las vísceras del mismo una sabrosa zarza.
- Hornado.- Chancho horneado en los antiguos hornos de leña; este plato está conformado por papas mote lechuga, tomate riñón y un sabroso ají de piedra.
- Tortillas de papa con Fritada.- Es un plato tradicional compuesto de tortillas de papa, mote, carne de chancho, lechuga, tomate, aguacate y una exquisita ensalada de remolacha.
- El queso amasado.- Es tradicional y autentico de nuestra zona preparado a base de leche entera de ganado vacuno y sal que se lo puede acompañar con pan, papas enteras, habas, choclos, mellocos.
- Caldo de gallina Criollo.- Es un plato auténtico de la ciudad compuesto con gallina de campo, zanahoria, culantro, papas enteras.
- Chicha.- Es un compuesto fermentado en ollas de barro a base de arroz, piña, caña de azúcar, trigo o mote.

- Los Hervidos.- Son preparados con jugo de limón, maracuyá, naranja; guayusa, azúcar y el tradicional aguardiente (puntas) que son consumidos en las diferentes festividades de la ciudad y el cantón.

1.02. Justificación

Es importante conocer que el turismo hoy en día es una de las actividades más significativas y fundamentales que genera capitales dentro de nuestro país por lo cual es necesario estar al tanto de acontecimientos turísticos en la ciudad de San Gabriel debido a la reducida información y promoción, de los patrimonios naturales y culturales significativos, con el fin de conocer física y virtualmente cada uno de estos, el desarrollo de este Plan de Marketing tiene como finalidad fomentar el turismo en la ciudad de San Gabriel buscando el mejoramiento económico e interviniendo en el interés de la comunidad para una mayor información y orientación de la disposición de vida apegándose a su libertad y bienestar, el turismo es la herramienta que mejora la calidad de vida tanto a la ciudad como a sus pobladores reduciendo el índice de pobreza, con el mantenimiento necesario del ecosistema podremos mantener los escenario naturales y culturales en buen estado sabiendo que el turismo es un gran pilar de la economía con un crecimiento espacioso entre la ciudades y pueblos.

El fin que busca la elaboración del presente proyecto de marketing turístico es aumentar los ingresos de cada uno de los pobladores de los diferentes sectores de la ciudad de San Gabriel ya que habrá mejores utilidades en cada una de sus empresas y micro emprendimientos, además los turistas tendrán la oportunidad de conocer y apreciar de la mejor manera los lugares turísticos con mayor interés a lo tradicional y costumbres gastronómicas y por la extensa flora, fauna y calidez que brindan sus pobladores.

1.03. Definición del problema

Escases de información para dar a conocer los diversos lugares turísticos principales y emblemáticos de la ciudad de San Gabriel ubicada en el Cantón Montufar, de esa manera se promocionara y se dará información correcta de una forma técnica y organizada, los escenarios turísticos naturales y culturales siendo propia de la ciudad cautivando la mayor visita de los turistas Nacionales e Internacionales, mejorando la calidad de vida de los habitantes

Tabla 2
Escala

1.	Baja
2.	Media Baja
3.	Media
4	Media Alta
5	Alta

Fuente: Municipio de Montufar

Elaborado. Por: Carlos A. Cadena H.

Análisis: Esta tabla de escala servirá para dar una puntuación correcta y exacta a la tabla de la definición del problema Matriz "T" para determinar cómo afectara las fuerzas bloqueadoras y ayudaran las fuerzas motivadoras para un desarrollo correcto del proyecto mejorando la comprensión del tutor, y lector.

Tabla 3
Matriz T

Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Desinterés de parte de la población y autoridades para mejorar las actividades de turismo en el sector	Escasa información turística de la Ciudad de San Gabriel Cantón Montufar para los turistas Nacionales e Internacionales				Promocionar el turismo mediante diferentes medios de comunicación de la ciudad.
Fuerzas Impulsadoras	**I**	**P.C**	**I**	**P.C**	**Fuerzas Bloqueadoras**
Motivar, mediante conferencias relacionado con el hacer turístico a los pobladores en San Gabriel.	4	5	3	1	Desinterés de la población sobre la importancia del ámbito del turismo
Dar a conocer a las autoridades la importancia del turismo y su económica de la Ciudad de San Gabriel mediante asambleas.	5	4	4	1	Inasistencia de autoridades en las asambleas.
Informar a los pobladores y comunidades sobre la importancia de la riqueza natural y cultural de San Gabriel.	4	5	5	1	Desinterés de los pobladores y comunidades en revalorizar su riqueza natural y cultural.
Capacitar a los pobladores dándoles información del turismo que abunda en la ciudad y el correcto servicio a cada uno de los turistas.	5	5	3	2	Escasa información de turismo y servicio al cliente, que desmotiva a los pobladores a la asistencia de la capacitación.
Dictar talleres de emprendimiento turístico subsidiados por el gobierno autónomo descentralizado del cantón Montufar.	4	5	4	1	A pesar del mencionado subsidio, el núcleo económico familiar de los pobladores se ve afectado al no poseer presupuesto para recibir los talleres de emprendimiento.

Fuente: Municipio de Montufar

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Análisis de la Tabla "Matriz T": Mediante esta tabla podremos buscar las posibles soluciones de nuestro problema central sabiendo la situación empeoradora y la situación mejoradora, tomando en cuenta las circunstancias como encontraremos los diferentes problemas en la Ciudad de San Gabriel.

La fuerza impulsadora con su respectiva fuerza bloqueadora que se sitúan en la más alta puntuación trata; de capacitar a los pobladores dándoles información del turismo que abunda en la ciudad, y el correcto servicio a cada uno de los turistas esto aporta con la satisfacción de la necesidades turística del visitante y una mejor comunicación entre poblador-turista, pese a esto podemos enfrentar una fuerza bloqueadora como; escasa información del turismo y servicio al cliente, que desmotiva los pobladores a la asistencia de la capacitación..

Como fuerza impulsadora es motivar, mediante conferencias relacionado con el hacer turístico a los pobladores en San Gabriel con una intensidad mayor se lo realizaría con el apoyo de las autoridades del cantón dando información importante sobre el turismo potencial que existe en cada uno de estos sitios naturales, culturales y religiosos e incentivando a cada uno de los pobladores atreves de dichas conferencias en colaborar en el crecimiento turístico de la ciudad de San Gabriel, como fuerzas bloqueadoras tenemos el desinterés de la población sobre la importancia del ámbito del turismo con una intensidad media baja afectando de forma moderada a los turistas por la escasa información de los importantes lugares turísticos en la ciudad a visitar y a sus habitantes con menor ingreso económico en cada uno de sus negocios e empresas.

Como fuerza impulsadora daremos a conocer a las autoridades la importancia del turismo y su economía de la ciudad de San Gabriel mediante asambleas con una intensidad mayor, se enfatizara en puntos primordiales del turismo en la ciudad de San Gabriel como recuperar espacios verdes de recreación naturales, museos y manifestaciones culturales entre otros captando el interés del turista en visitar la ciudad y sus alrededores, así ayudando al crecimiento económico de las comunidades y pobladores en sus oficios de trabajo diario como fuerza bloqueadora tenemos inasistencia de autoridades en las asambleas con una intensidad media alta, por las despreocupación de las autoridades en el futuro se darían posible desacuerdos financieros y turísticos.

Como fuerza impulsadora informar a los pobladores y comunidades sobre la importancia de la riqueza natural y cultural de San Gabriel con una intensidad mayor que ayudara a conservar, concientizar los atractivos autóctonos del sector como fuerza bloqueadora tenemos el desinterés de los pobladores y comunidades en revalorizar su riqueza natural y cultural con una intensidad media baja causando a corto o largo plazo la desculturización de sus costumbres originarias.

Como fuerza impulsadora tenemos en dictar talleres de emprendimiento turístico subsidiados por el gobierno autónomo descentralizado del cantón Montufar con una intensidad media alta motivando a los pobladores en general a crear micro-empresas destinado al servicio turístico para mejor sus ingresos económicos, como fuerza bloqueadora a pensar del mencionado subsidio, el núcleo económico familiar de los pobladores se ve afectado al no poseer presupuesto para los talleres respectivos.

CAPÍTULO II

2.0 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

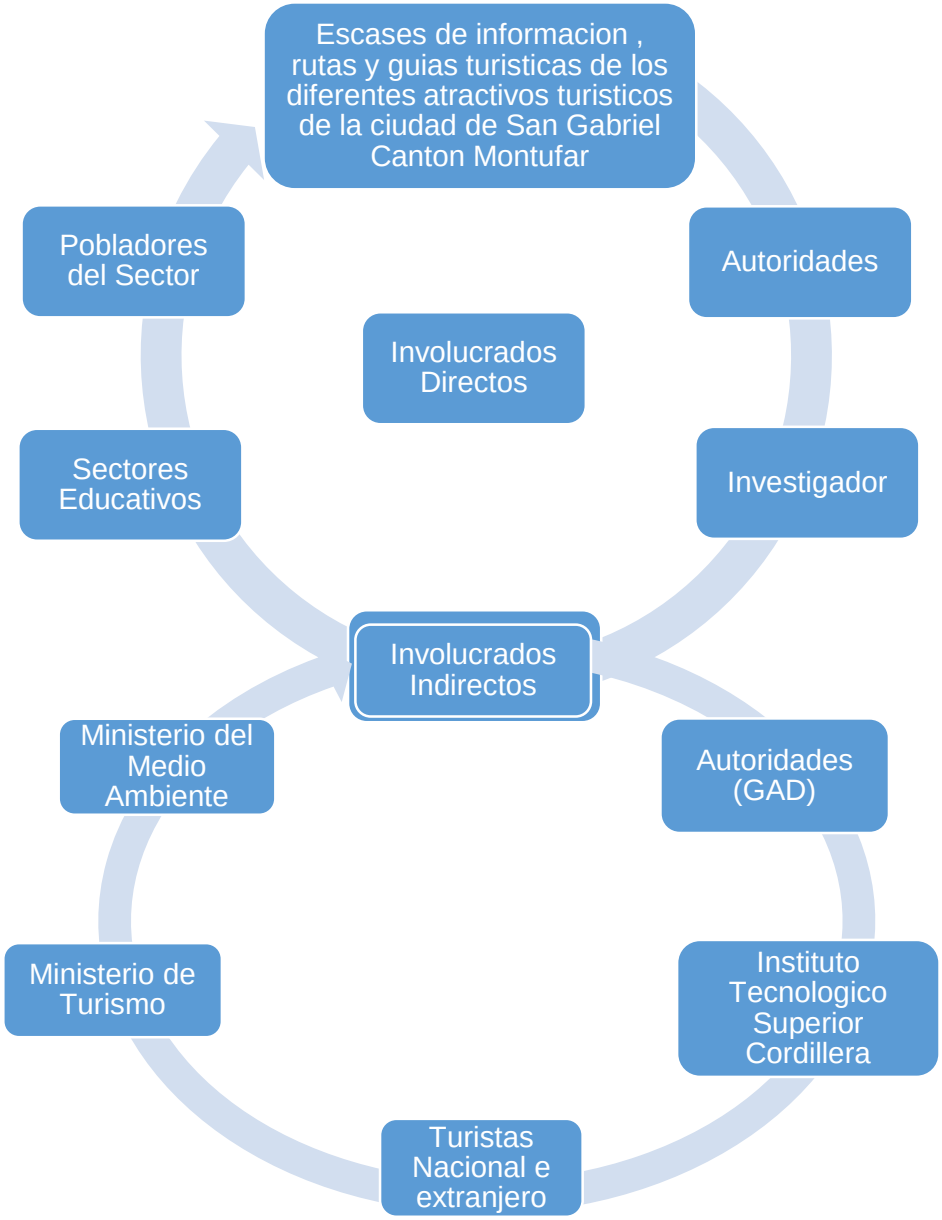


Figura 3
Mapas de involucrados

Elaborado por: Carlos Cadena

Análisis: En el siguiente grafico de Mapeo de Involucrados analizando los involucrados Directos e Indirectos siendo los individuos o entidades que será beneficiadas.

2.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Tabla 4
Análisis de Involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Pobladores del sector	✓		35%
Sectores Educativos	✓		8%
Establecimientos de Alojamiento	✓		15%
Autoridades	✓		5%
Investigador	✓		20%
Autoridades (GAD)		✓	3%
Turistas Nacional e Internacional		✓	2%
Ministerio de Turismo		✓	5%
Ministro de Medio Ambiente		✓	3%
Cooperativas de Ahorro y Crédito		✓	2%
Total			100%

Elaborado por: Carlos Cadena

Análisis: Ésta tabla es denominada "Matriz de Análisis", contiene los beneficiarios directos e indirectos y junto a estos el porcentaje de beneficio que tienen con el desarrollo del proyecto, en una escala del 1% al 100%.

En esta tabla podemos apreciar en que porcentajes serán beneficiados directamente los pobladores del sector que serán favorecidos con el 35% ya que se incrementara visiblemente la afluencia turística en la ciudad. Los sectores educativos están beneficiados en un 8% ya que se incrementara el conocimiento de los estudiantes sobre los sitios turísticos de la ciudad y sus alrededores. Los establecimientos de alojamiento están beneficiados en un 15% siendo favorable económicamente para cada uno de los establecimientos de la ciudad. Las autoridades se benefician en un 5% aumenta el crecimiento turístico a nivel nacional y un mayor ingreso financiero para el municipio del cantón. El investigador será beneficiado con el 20% por la elaboración del proyecto, obteniendo beneficio del mismo. En cuanto a beneficiarios indirectos tenemos en primer lugar al Ministerio de Turismo en un 5% ya que regula, normaliza, da derechos y obligaciones para todo emprendimiento turístico manejado por profesionales o no profesionales. Los turistas nacionales e internacionales se encuentran beneficiados con el 2% ya que se encuentran interesados en conocer, el mundo natural, cultural y patrimonio de la ciudad o país. Las autoridades (GAD) se encuentran beneficiados con el 3% ya que se encarga el consecutivo proceso de crecimiento del turismo. El ministerio de medio ambiente se encuentra beneficiado con el 3% ya que cuenta con normas para la protección de flora y fauna del país, pero lo hacen cumplir a los turistas mediante los guías de turismo. Las cooperativas de ahorro y crédito se encuentra beneficiado con el 2% se encarga de brindar financiar emprendimientos turísticos para que el emprendedor brinde un servicio de calidad y confort al turista o al visitante.

CAPÍTULO III

3.0 PROBLEMA Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de Problemas

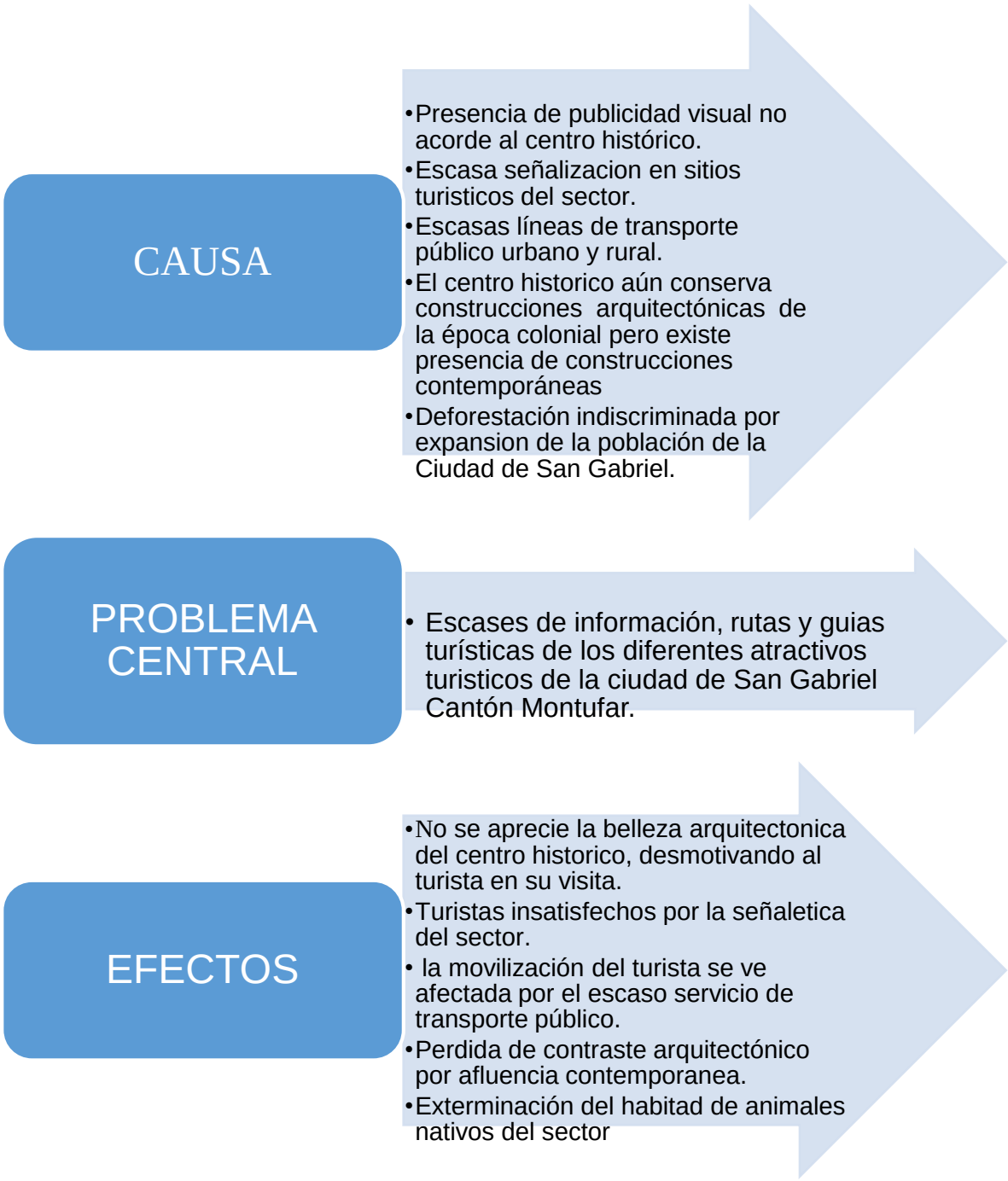


Figura 4
Árbol de problemas
Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Análisis: En el siguiente gráfico se muestran los problemas reales que existen en la Ciudad de San Gabriel como la escaza información de rutas y guías turísticas de los diferentes atractivos emblemáticos de la ciudad lo cual se tiene como consecuencia la escaza señalización en los sitios turísticos del sector siendo una de las más vitales para el progreso económico y turístico de la Ciudad.

Por escaza señalética en la Ciudad sobre los atractivos turísticos que va a ofrecer la Ciudad de San Gabriel se tiene bajos ingresos económicos y así el nivel de vida de los pobladores cada vez es más bajo y por el desconocimiento lamentablemente se ha tenido poca afluencia turística.

3.02 Árbol de objetivos

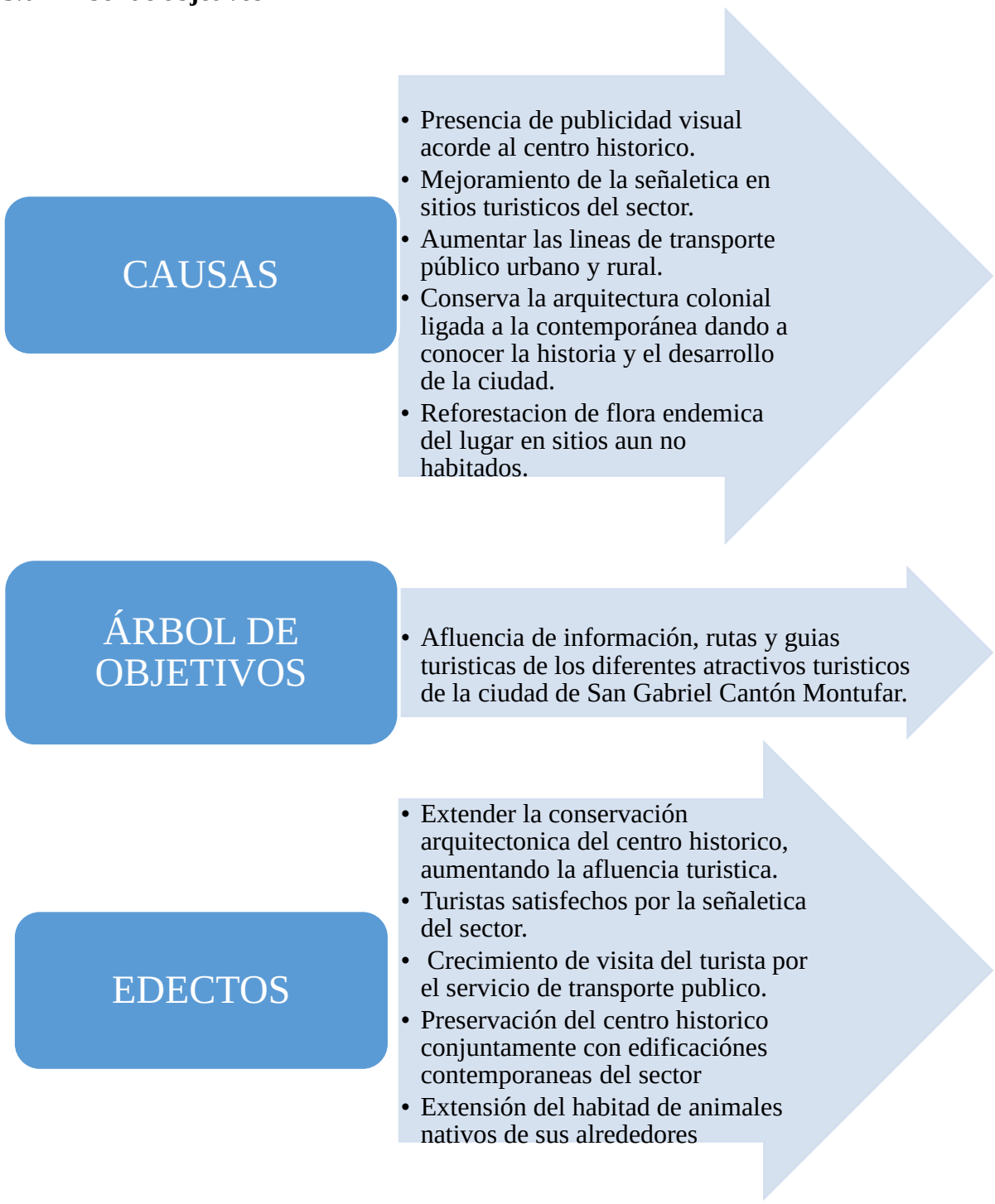


Figura 5
Árbol de objetivos
Elaborado por: Carlos Cadena

Análisis: El gráfico descrito anteriormente nos da a conocer los objetivos planteados para la ejecución del presente plan de marketing con la ayuda y colaboración de las autoridades del Cantón y la comunidad de la Ciudad de San Gabriel se logrará el incremento del turista nacional e internacional.

Uno de los objetivos es mejorar y extender la conservación arquitectónica del centro histórico, aumentando la afluencia turística, con la preocupación de las autoridades se lograr generas más ingresos económicos para generar fuentes de empleo a los pobladores de la Ciudad.

.

CAPÍTULO IV

4.0. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

En la siguiente tabla detallará el análisis e interpretación de cada uno de los objetivos específicos conjuntamente mediante los resultados del análisis y la categorización del proyecto de acuerdo a las escalas de rango; se comprobará la viabilidad y sustento del proyecto.

Tabla 5
Escala de Rangos

Escala	Categoría
1-5	Bajo
6-11	Medio Bajo
12-17	Medio Alto
17-25	Alto

Elaborado: Carlos Cadena.

Análisis de la Tabla: Mediante esta tabla se determinará el valor y categoría de cada uno de los objetivos específicos propuestos en la Matriz de análisis de alternativas; determinando así una escala de rango calificado del 1-5 correspondiente a la categoría de bajo y de 17-25 la categoría con intensidad alta, logrando la ejecución y llevar a cabo la propuesta del proyecto

4.01. Matriz de análisis de alternativas

Tabla 6

Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Elaborar publicidad visual acorde al centro histórico.	5	3	3	2	2	15	Media alta
Mejorar la señalética del sector turístico del Cantón.	4	3	2	3	2	14	Media alta
Acrecentar las líneas de transporte público urbano y rural.	5	3	3	1	1	13	Media alta
Extender la conservación arquitectónica del centro histórico, aumentando la afluencia turística.	3	1	5	4	2	15	Media alta
Reforestar la flora endémica del lugar en sitios aun no habitados	3	2	1	2	3	12	Media alta
Capacitar a la comunidad en el tema de turismo	5	3	2	3	3	16	Media alta

Elaborado por: Carlos Cadena

Análisis: Mediante la tabla de alternativas se mostró de manera numeraria cada uno de los objetivos planteados anteriormente en el árbol de objetivos, considerando así el grado de factibilidad del proyecto, detallando cada objetivo específico y cómo afecta en el impacto del propósito, factibilidad técnica, económica, social, política; y cultural categorizándose de acuerdo a la tabla de rangos detallando siendo así el establecer análisis de impacto entre la carrera y material de apoyo con una categoría media baja

4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos

Tabla 7
Impacto de objetivos

Factibilidad a lograrse	La ganancia es mayor a la inversión	Se mejora la economía de la población	Sostener el equilibrio económico en la Ciudad	Se mejorara el incremento de visita de turistas.
Impacto de genero	Incremento de la participación de la comunidad hacia el turismo	Se incrementa el desarrollo de aprendizaje de los estudiantes	Mantiene equidad laboral de la población	Incentivar a futuras generaciones el cuidado de la naturaleza
Impacto ambiental	Protección ambiental de la naturaleza de la Ciudad.	Evita la contaminación de materiales no reciclables	Deleita al estudiante en un futuro ámbito laboral	Ayuda a mantener excelente relaciones entre pobladores y turistas
Relevancia	Genera mayor confort en el desarrollo del turismo del sector	Se crean nuevos recursos naturales turísticos	Responde a la expectativas de la población que imparte el turismo	Realizar proyectos comunitarios acerca del turismo existente.
Sostenibilidad	Participa la ciudad bajo	Se incrementa las costumbre y	Se mantiene las costumbres y	

	estándares de calidad	tradiciones de sus alrededores	tradiciones sean culturales, religiosas	

Elaborado por: Carlos Cadena

Análisis: Mediante la tabla de la matriz de impactos de objetivos se relacionara con puntos importantes de la tabla; en su factibilidad a lograrse ayudando a la población y sus comunidades en el incremento económico social, en impacto de género, generará un aumento de aprendizaje en los estudiantes y la participación de la ciudadanía en el turismo mientras que en la participación de impacto ambiental se promoverá la protección de flora y fauna nativa o endémica del sector, proporcionando información correcta, promulgando armonía entre pobladores y turistas, de esta forma la relevancia de los atractivos sean sostenibles para evitar posibles problemas turísticos en la ciudad de San Gabriel.

4.03. Diagrama de estrategias

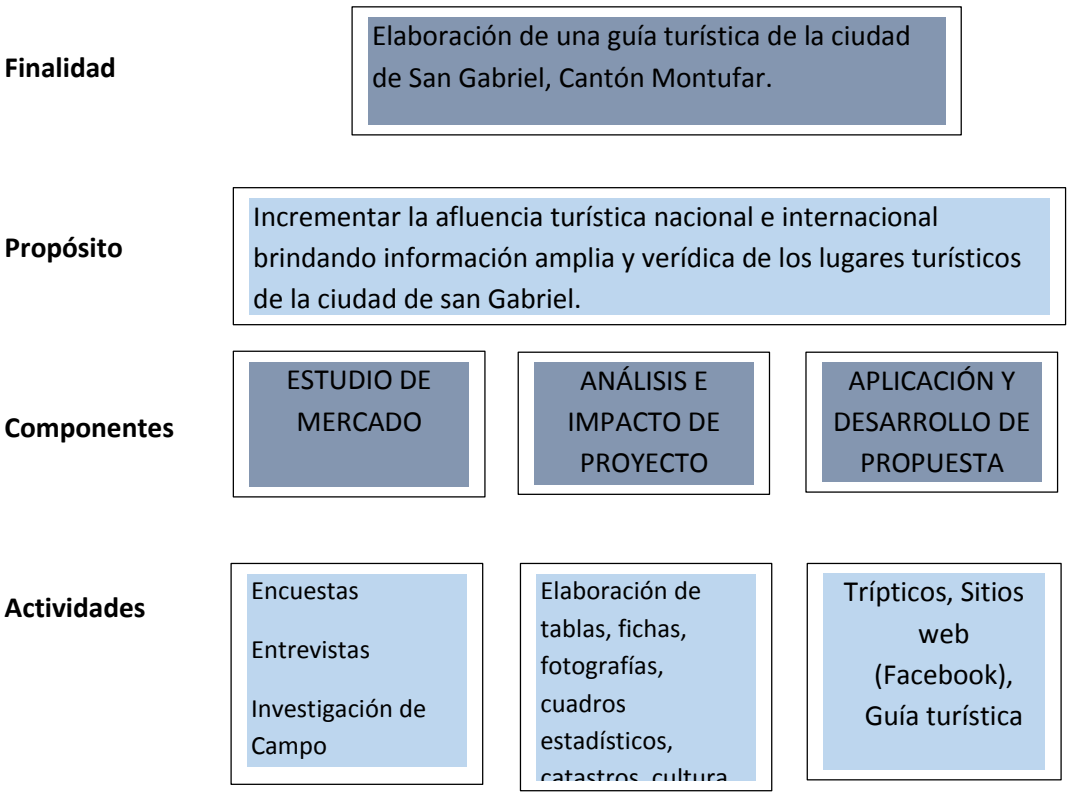


Figura 6
Diagrama de estrategias
Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

4.04. Matriz de marco lógico

Tabla 8
Matriz de marco lógico

Finalidad	Indicadores	Medio de verificación	Supuestos
Fin Elaboración de una guía turística de la ciudad de San Gabriel, Cantón Montufar.	Afluencia de turistas en la ciudad, comunidad y el incremento económico en los diferentes negocios	Verificación y satisfacción Interés de la población	Apoyo Gobierno Autónomo Descentralizado de la Ciudad de San Gabriel Cantón Montufar
Propósito Incrementar la afluencia turística nacional e internacional brindando información amplia y verídica de los lugares turísticos de la ciudad de san Gabriel.	Desarrollo económico y social de la ciudad, comunidades, parroquias.	Incremento de fuentes de empleo	Apoyo de profesionales y el apoyo de las autoridades
Componente Estudio de mercado. Análisis e impacto de proyectos. Aplicación y desarrollo de propuesta.	Se podrá medir el interés de los turistas en el turismo por el número de visitas que se obtengan de las redes sociales Se tendrá una idea clara sobre lo que los turistas desean ya que pueden dejar sus comentarios, sugerencias en las diferentes redes sociales y en la página de YouTube	Mejor calidad de vida con nuevas oportunidades laborales. Incremento de turistas. Mayores ingresos económicos.	Autoridades Micro-Empresas

Actividades Encuestas Entrevistas Investigación de Campo	Determinar oportunidades Fortalecer debilidades y amenazas Tabular la información recogida	Mejoramiento, desarrollo de la comunidad y ciudad Satisfacción y aceptación de los turistas	La ciudad de San Gabriel cuenta con CD promocional, tríptico, roll up, gigantografía y publicaciones en redes sociales Convenios

Elaborado por: Carlos Cadena.

CAPÍTULO V

5.0. PROPUESTA

Con la elaboración de un **Plan de marketing turístico** en la ciudad de San Gabriel Cantón Montufar se lograra mejorar la demanda de turistas y mejorar el nivel económico de la comunidad que es la más beneficiada con el presente proyecto, en dar a conocer los lugares turísticos para que el turista se sienta satisfecho en tener otras alternativas de descanso que pueda disfrutar en familia o amigos de un momento de diversión.

La ciudad de San Gabriel ofrece varios lugares de relax y diversión que muchos turistas nacionales e internacionales no lo conocen porque hay escaza información, en donde el turista pueda tener información exacta de cómo se puede llegar a cada lugar, lo que se buscara es facilitar al turista de información necesaria que pueda conocer su destino deseado varias de la personas encuestadas comenta que desearían conocer los diferentes lugares turísticos naturales y culturales de la ciudad de San Gabriel ya que tienen escaso conocimiento de los lugares del sector, esa es la propuesta de captar la atención de las personas de todo el país que les guste viajar para ofrecer nuevos productos y nuevos lugares de relajación que puedan compartir con las personas cercanas logrando atraer gran cantidad de visitantes al Cantón y mejorar el turismo en dicho lugar, con esfuerzo y el excelente trabajo en conjunto con las autoridades, miembros de la comunidad se pueda lograr la meta deseada en buscar el desarrollo turístico y progreso económico.

5.01. Antecedentes

5.01.01. Definición de atractivos turísticos

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico, los atractivos turísticos pueden ser naturales, culturales o patrimonial. (GAD, 2015)

Se toma en cuenta los 3 principales objetivos que plantea el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador hacia el 2020 como ejes de un turismo sostenible y sustentable:

- Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. (PLANDETUR, 2007-2020)

- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país. (PLANDETUR, 2007-2020)

- "Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada."

5.02.02. Inventario de atractivos turísticos

Es un catálogo de lugares o establecimientos de interés turístico de un área determinada, esto nos permite conocer los atractivos turísticos que cuenta la Ciudad de San Gabriel. (Véase anexos)

5.02.03. Conceptos Etimológicos.

- Turismo: Turismo se deriva del Latín "tornare" que refiere a la acción que realiza un individuo o individuos por lo cual se puede definir al turismo como la actividad que realiza las personas que consiste en viajar con la finalidad de retornar a su domicilio actual. (ClubEnsayos, 2013)

- Marketing: Es el concepto inglés, que trascrito al castellano significa mercadeo o mercadotecnia, es la disciplina dedicada al análisis de los mercados y sus consumidores, es una gestión comercial con el objetivo de captar, retener y satisfacer necesidades de clientes potenciales. (Deficion.De, 2015).

5.02.04. Tipos de Marketing

- Marketing directo.- Es un sistema interactivo que obtiene seguidores y resultados en sus transacciones porque se da a conocer en los medios publicitarios de un lugar. El marketing directo se asocia más con el contacto personal como la entrega de un volante. (MP, 2015)

- Marketing relacional.- Está incluido dentro del anterior y se basa en un principio fundamental se trata de hacer amigos y estos serán los que compren, es decir obtener beneficio a cambio de la satisfacción de un cliente. (MP, 2015)

- Marketing virtual.- Es el que se aplica al internet y está dirigido a cada persona que tenga un ordenador y conexión a la red, este posee una herramienta que nos ayudara mucho para dar a conocer el nuevo atractivo turístico. (MP, 2015)

- Marketing mix.- Se define a sí mismo como mezcla de marketing, es decir se trata de utilizar distintos tipos, herramientas de marketing para alcanzar los objetivos de la empresa, existen 4 variables en el marketing mix que son utilizadas en las empresas como el producto, venta, promoción, y precio. (MP, 2015)

5.02.04. Las 4 "P" del Marketing

En este proyecto se utilizara las 4 "P" que establece el marketing y se las detallara a continuación:

- Producto.- En marketing se entiende por producto los bienes o productos físicos, servicios, personas, lugares, instituciones.
- Precio.- El precio es aun considerado como uno de los elementos más importantes que condiciona la cuota del mercado de la empresa y su rentabilidad.
- Plaza.- Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a promocionar y vender cierto producto o servicio.
- Promoción.- Es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir y recordarles al mercado la existencia de un producto o servicio, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del destinatario.

5.02.05. Análisis F.O.D.A.

El análisis FODA es un diagnostico que nos ayuda a describir, a detectar los problemas más comunes que está sucediendo en el lugar, dentro de una empresa o negocio y así llevar un control de lo analizado para poder enfrentar las amenazas de mercado lo cual nos permite tener nuevas oportunidades y con esto lograr poder ver las cosas positivas y negativas del proyecto.

Tabla 9

FODA

INTERNA	(FO)	INTERNA
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS**	**DEBILIDADES**
Recursos naturales y culturales Potencial turístico Variedad de flora y fauna disponible. Abundante producción agropecuaria Recursos Hídricos. Promociona el turismo y provisiona capital para el crecimiento de la ciudad El patrimonio conserva la historia de una ciudad.	Con el extenso potencial turístico natural, cultural y patrimonial de la ciudad de San Gabriel se aprovechara de la mejor manera, responsable el incremento del turista extranjero siendo satisfactorio y beneficioso para la Ciudad en el progreso financiero local a través del turismo.	La falta de gestión de recursos económicos para mejorar y mantener los lugares turísticos. Falta de conocimiento por parte de la ciudadanía hacia su potencial turístico Inadecuado manejo de los recursos naturales y culturales Inexistencia de un plan de marketing. La contaminación visual en publicidad y cableado que afecta al potencial turista.
EXTERNA	**(DA)**	**EXTERNA**
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIAS**	**AMENAZAS**
Creación de planes, programas y proyectos para atraer inversiones externas. Desarrollo económico local a través del turismo. Regeneración y dinamización de la economía a través del turismo y patrimonio.	Mediante un adecuado mantenimiento y control de visualización en publicidad que afecte al potencial turístico en la ciudad excluir lo innecesario de estas para llamar la atención del turista nacional.	Apatía de los ciudadanos de ciudad. Crecimiento urbanístico no controlado. Pérdida de las viviendas que son iconos del Patrimonio Cultura.

Elaborado por: Carlos Cadena

Análisis de la tabla FODA: Los atractivos inducen a los turistas a visitar el lugar, la planta turística (transporte, alojamiento y los servicios auxiliares) proporciona bienestar al visitante durante su estancia y la infraestructura garantiza el funcionamiento esencial de todos los elementos, de esta manera el turista se sentirá a gusto con todas las comodidades y facilidades que encuentre a su mano.

5.02.06. Investigación de mercado

Es la recopilación, registro y análisis de información, relacionados con el producto y servicios, los cuales se realiza de madera sistemática y expresa, de esta forma se establecen objetivos y estrategias, para la investigación de mercado existen diferentes técnicas pero solo dos son las más importantes: La cualitativa que busca conocer factores homogéneos de un grupo como pensamientos y sentimientos, con el apoyo de encuestas o entrevistas; la segunda es la cuantitativa que se encarga de la recopilación de datos o información que sean medibles o cuantificables, estas técnicas de investigación de mercados tiene que ser estrictamente exactas y eficientes. (Gomez Cañon, 2014)

La investigación de mercado en este proyecto permitirá recopilar datos importantes del turismo en la Ciudad San Gabriel que posteriormente se los interpretará y se los utilizará, ayudando al investigador a realizar una adecuada toma de decisiones para cumplir y lograr las satisfacciones del turista. (Undima, 2015)

"Para la diferente investigación de mercados se utiliza métodos cuantitativos y cualitativos, siendo métodos estadísticos en los cuales se utiliza encuestas, entrevistas

que buscan obtener datos que son precisos, confiables para el cliente y el investigador."

Tabla 10
FLUJO DE TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR DEL ECUADOR

DESCRIPCIÓN	2008	2009	VAR %	2010	VAR %	2011	VAR %	PROMEDIO %
TURISMO RECEPTOR (MILLES DE TURISTAS)	859.888	840.555	-2.25	937.487	11.53	1.005.297	7.23	5.51
TURISMO EMISOR (MILES DE TURISTAS)	663.601	733.459	10.53	800.809	9.19	815.199	1.79	7.17
TOTAL	196.287	107.096	-45.44	136.618	27.57	190.098	39.15	7.09

Elaborado por: Carlos Cadena

Cabe recalcar que la mayor afluencia de turistas en la provincia del Carchi es debido al límite fronterizo con el vecino país de Colombia ya sea estrictamente por negocios o por turismo, del total de turistas que arriban al Ecuador apenas el 6.98% llega a la provincia del Carchi, sea este por arribo aeroportuario o por vía terrestre, del porcentaje de turismo en la provincia el 30% visita la ciudad de san Gabriel y sus atractivos turísticos sean estos culturales o naturales. La ciudad de San Gabriel no tiene mucha demanda turística pese a ser Patrimonio Nacional del Ecuador declarado por la UNESCO en 1992, pero brinda servicios turísticos de buena calidad a bajos

precios como alojamiento, alimentación y actividades relacionadas al turismo. (JARAMILLO, 2011)

Tabla 11
PORCENTAJES DE TURISMO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

LOCALIDAD	TURITAS NACIONALE E INTERNACIONALE	%
ECUADOR	1.005.297	100
PROVINCIA DEL CARCHI	70169.73	6.98
CIUDAD SAN GABRIEL	21050.91	30 % del 6.98%

Elaborado por: Carlos Cadena

En La siguiente tabla se muestra el porcentaje del turista nacional e internacional.

5.02.07. Segmentación de mercados

Una segmentación de mercado se compone de personas y organizaciones con necesidades, dinero que gastar y el deseo de gastarlo. Sin embargo, dentro de la mayor parte de los mercados las necesidades y deseos de los consumidores no diferentes a la de los demás. (Undima, 2015)

- Beneficios de la Segmentación de mercados.- "Permite la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un centro turístico y el diseño más eficaz de la mezcla de marketing para satisfacerlas. Las empresas turísticas de tamaño mediano pueden crecer más rápido si obtienen una posición sólida en los segmentos especializados del mercado."

"La empresa turística crea una oferta de producto o servicio más perfeccionada y pone el precio apropiado para el cliente o el turista."

"La selección de canales de distribución y de comunicación se facilita en mucho en la promoción del sector."

"Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable y efectiva a las demás."

- Tipos de Segmentación de mercado en el proyecto:

- Segmentación Geográfica: "Subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles."
- Segmentación Demográfica: 2Se utilizara con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso.2
- Segmentación Psicológica: "Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores."

Según la investigación de mercado que se realizó para este proyecto se decide realizar dos segmentos: a) Segmento interno que corresponde al turista nacional como variable geográfica este tipo de turista será proveniente de cualquier parte del país, la variable demográfica tendrá las siguientes características; el rango de edad de este

turista será de 18 a 65 años, no habrá distención de sexo (hombre, mujer o distintas orientaciones sexuales) no habrá distinción de estado civil sea este con hijos o sin hijos (soltero, casado, divorciado o viudo), como variable psicológica este tipo de turista deberá sentir gusto por aprender nuevas culturas y tradiciones, disfrutar la gastronomía tradicional, relacionarse con la población, enfrentar nuevas experiencias y aventuras bajo un estar de respeto hacia los pobladores y a sí mismo: b) Segmentación externa que corresponde al turista internacional, su variable geográfica depende de cualquier país de los diferentes continentes sin importar su

raza, cultura, religión, situación económica o pensamiento político, según su variable demográfica el rango de edad de este tipo de turista será 17 a 65, no habrá ninguna distinción de sexo (hombre, mujer o distintas orientaciones sexuales), no será inconveniente el estado civil de este tipo de turista, o, si tiene o no hijos (casado ,soltero, divorciado, viudo), por último según su variable psicológica este tipo de turista deberá de ser aventurero y tener gusto por relacionarse con personas de distinta cultura, deberá ser responsable con el medio ambiente, y estar dispuesto asumir nuevas experiencias y riesgos todo esto en base a las actividades turísticas.(Marketing, 2015)

Tabla 12
SEGMENTACIÓN DE MERCADO

TIPO DE SEGMENTACIÓN	SITUACIÓN GEOGRÁFICA	SITUACIÓN DEMOGRÁFICA	SITUACIÓN PSICOLÓGICA
TURISTA NACIONAL (SEGMENTACIÓN INTERNA)	Provenientes de cualquier lugar del territorio ecuatoriano.	* Edad entre 18 a 65 años. * Hombre o Mujer. * No es inconveniente el estado civil del turista. * No es inconveniente si el turista tiene o no descendencia.	* Este tipo de turista poseerá características como: aventurero, curiosidad, respeto e interés por el aprendizaje de nuevas costumbres y tradiciones. * Además tiene que tener gusto por: contacto con la naturaleza, arquitectura citadina y relación con los pobladores.
TURISTA INTERNACIONAL (SEGMENTACIÓN EXTERNA)	Provenientes de cualquier país.	* Edad entre 17 a 65 años. * Hombre o Mujer. * No es inconveniente el estado civil del turista. * No es inconveniente si el turista tiene o no descendencia.	* Este tipo de turista poseerá características como: aventurero, curiosidad, interés y un profundo respeto por el aprendizaje de nuevas costumbres y tradiciones. * Además tiene que tener gusto por: contacto con la naturaleza, arquitectura citadina y relación con los pobladores.

Elaborado por: Carlos Cadena

5.02.08. Instrumentos de la investigación

Son las herramientas que se utilizará para el desarrollo del proyecto, mediante estos se recopilará y analizará los distintos datos obtenidos para determinar la confiabilidad, objetividad y adecuación, así se sabrá si el turista nacional o internacional desea conocer los diferentes lugares turísticos de la Ciudad de San Gabriel logrando llegar al resultado final que comprende el desarrollo y factibilidad de esta investigación, con estas herramientas se buscara encontrar nuevos métodos con los cuales se puede captar la atención del turista potencial mediante guías turísticas (folletos escritos), trípticos, sitios web (Facebook) donde se proporcione información turística de la Ciudad de San Gabriel.

Aquí se detalla los instrumentos de investigación:

- **Encuestas.- "**Sirven para obtener información correcta que permitirá el desarrollo de esta investigación. Estas encuestas son elaboradas y ejecutadas por el investigador al turista nacional e internacional."
- **Entrevistas.-** Es una herramienta que ayuda a relacionar al investigador con el turista nacional o internacional, al saber sus necesidades y sugerencias turísticas, esto ayuda significativamente a mejorar e incrementar el producto y servicios turísticos de la Ciudad de San Gabriel para llegar a ser reconocidos a nivel global.
- **Investigación del campo.-** "Esta herramienta ayuda al investigador a percibir las falencias o malas prácticas de turismo en la Ciudad de San Gabriel,

mediante fotografías o videos documentales sean naturales y culturales realizados por el investigador."

- **Documentación técnico-científica.-** "Este tipo de herramienta informativa es proporcionada por las autoridades municipales del GAD municipal del Cantón Montufar o son recopilación de sitios WEB confiables que ayuda con argumentación del proyecto."

5.01.05. Población y Muestra

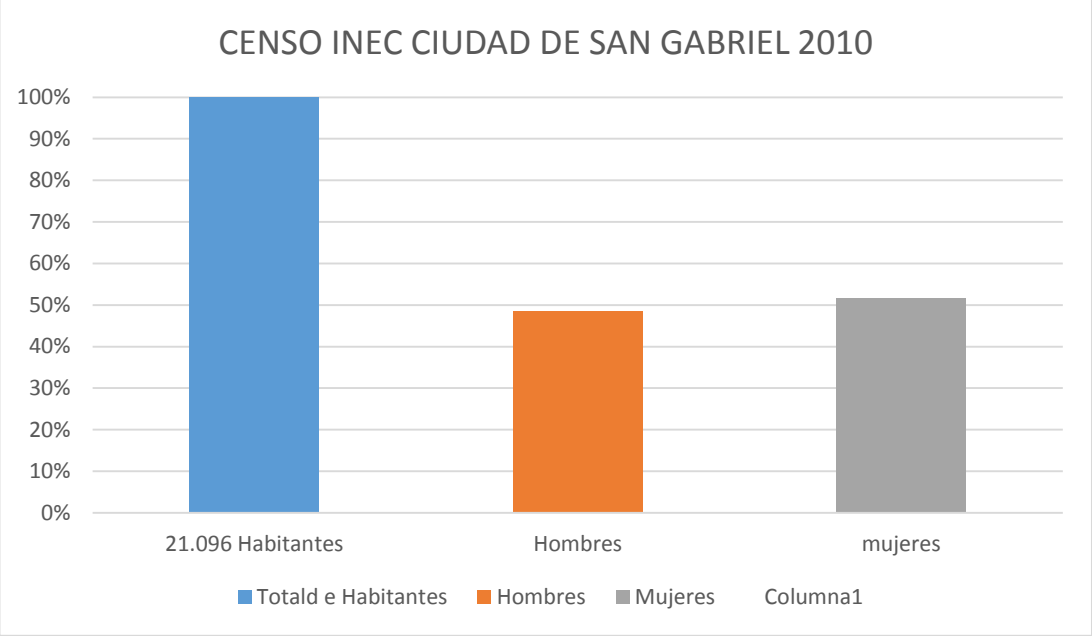
La Ciudad de San Gabriel pertenece a la parroquia San Gabriel y es cabecera cantonal del Cantón Montufar que está dentro de la Provincia del Carchi, San Gabriel tiene u extensión territorial de 344.5 km^2, según el último censo realizado en el 2010 la población es de 21,096 habitantes. (CENSO INEC, 2010)

Tabla 13
NUMERO DE HABITANTES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

SECTOR	SEXO		TOTAL
	HOMBRE	MUJER	
San Gabriel	10.234	10.862	21.096

Fuente: INEC Censo población y vivienda 2010
Elaborado por: Carlos Cadena

Cuadro 1
INEC



Fuente: INEC
Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Mediante las estadísticas de población de la Ciudad de San Gabriel se decide tomar la "muestra de población" con fines de investigación, para la cual se utilizará una fórmula que se detallara a continuación utilizando un marguen de error del 5%

FÓRMULA:

Se decidió aplicar la siguiente fórmula para tomar una muestra de la población:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

Z=base al nivel de confianza 95%

p= probabilidad de éxito 50%

q= probabilidad de éxito fracaso 50%

e= Margen de error 5%

Resolución de la fórmula:

$$n = \frac{(1{,}96)^2 * 0{,}50 * 0{,}50 * 21{,}096}{(0{,}05)^2\,(21{,}096 - 1) + (1{,}96)^2 * 0{,}50 * 0{,}50}$$

$$n = \frac{3{,}94 * 0{,}50 * 0{,}50 * 21{,}096}{0{,}0015(21{,}095) + 3{,}84 * 0{,}50 * 0{,}50}$$

$$n = \frac{20.252{,}16}{52{,}73 + 0{,}96}$$

$$n = \frac{20.252{,}16}{53{,}69}$$

$$n = 377{,}20$$

$$n = 378// \leftarrow respuesta\ redondeada\ al\ inmediato\ superior.$$

El tamaño de la muestra es de 378 esto servirá para realizar el número de encuestas como motivo de investigación del presente proyecto.

5.01.06. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

5.01.07. Tabulación e interpretación de datos

Encuesta dirigida el 75% a la Ciudad de Quito y el 25% a la Ciudad de San Gabriel para conocer la opinión del encuestado sobre los lugares turísticos de la Ciudad

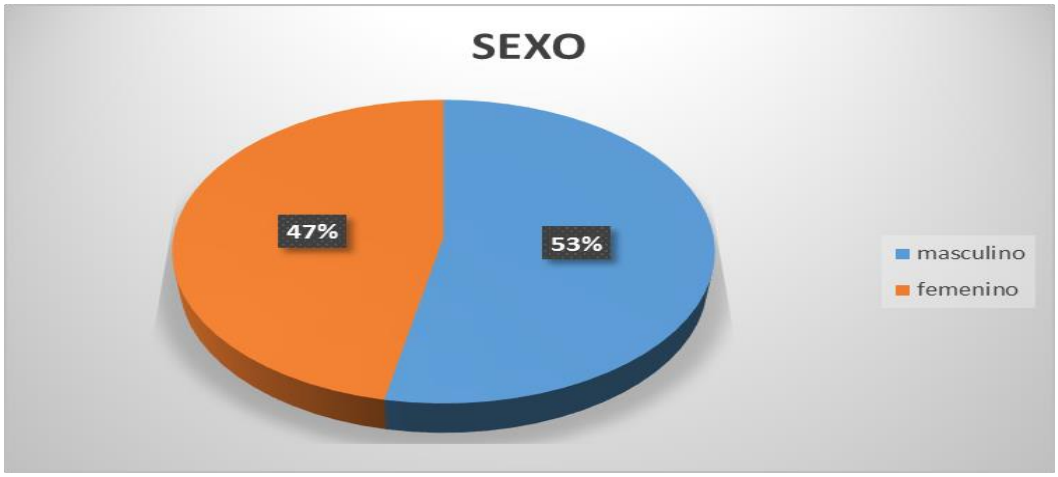
- **Genero:**

Tabla 14

	masculino	femenino	n
frecuencia	201	177	378
%	53,17	46,88	100

Elaborado por: Carlos Cadena

Gráfico 1



Elaborado por: Carlos Cadena

De las encuestas realizadas se obtiene que el 53% fue contestada por el sexo masculino y el 47% por el sexo femenino.

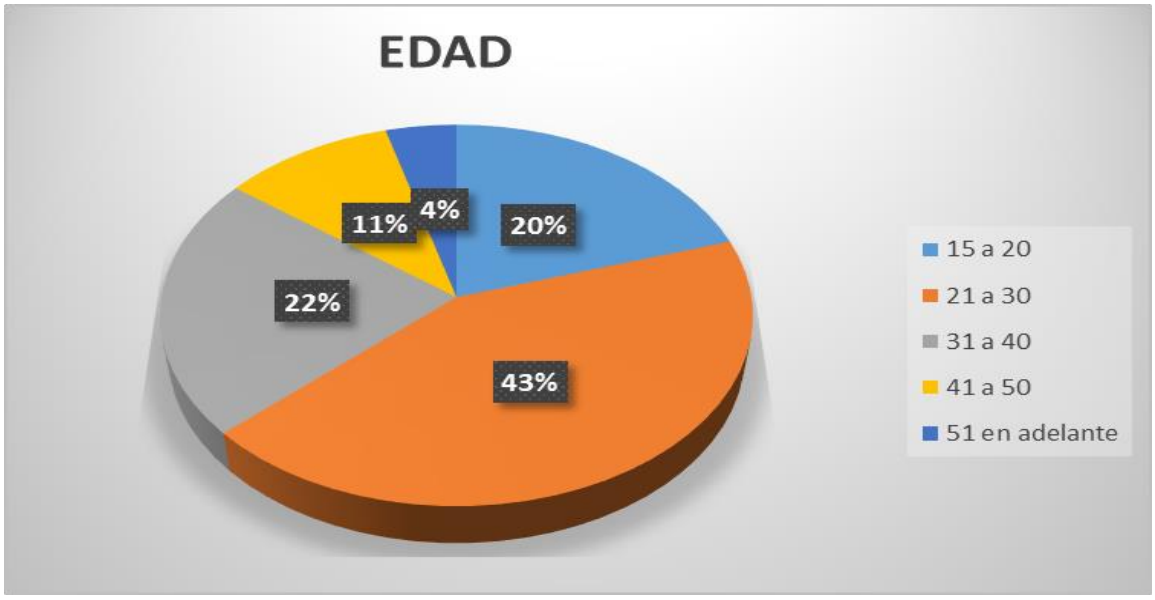
- **Edad:**

Tabla 15

	15 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 en adelante	n
frecuencia	76	163	84	39	16	378
%	20,1	43,12	22,22	10,31	4,23	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 2



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

De las encuestas realizadas se obtiene que el 43% de personas entre los 21 a 30 años contestaron la mayoría de encuestas.

1.- Le gusta a usted viajar.

Tabla 16

	Si	No	n
Frecuencia	340	38	378
%	89,94708	10,05291	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H

Gráfico 3. Le gusta a usted viajar

.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

En los datos obtenidos según los encuestados se muestra que el 90% le gusta viajar y conocer los diferentes lugares turísticos del Ecuador.

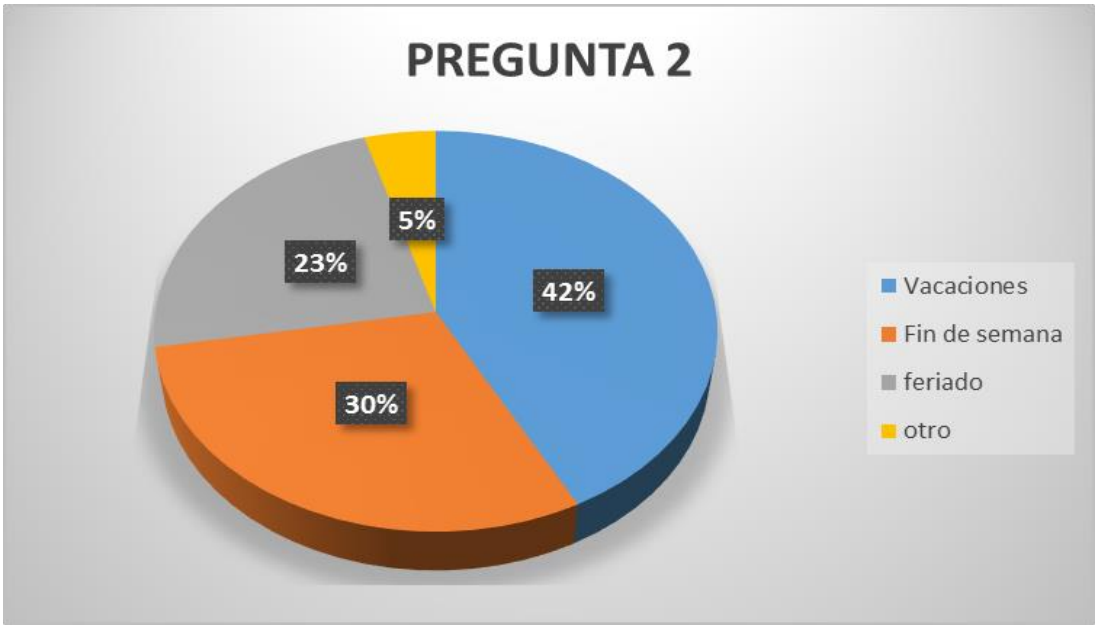
2.- En que temporada prefiere salir usted de viaje.

Tabla 17

	Vacaciones	Fin de semana	feriado	otro	n
Frecuencia	160	113	88	17	378
%	42	29,89	23,28	4,49	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 4. En que temporada prefiere salir de viaje.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

De la siguiente pregunta encuestada se obtiene el 42% de que las personas prefieren salir de viaje en vacaciones por el motivo de trabajo y estudio, ya que también existe tiempo para planear un viaje ordenado y seguro para el turista.

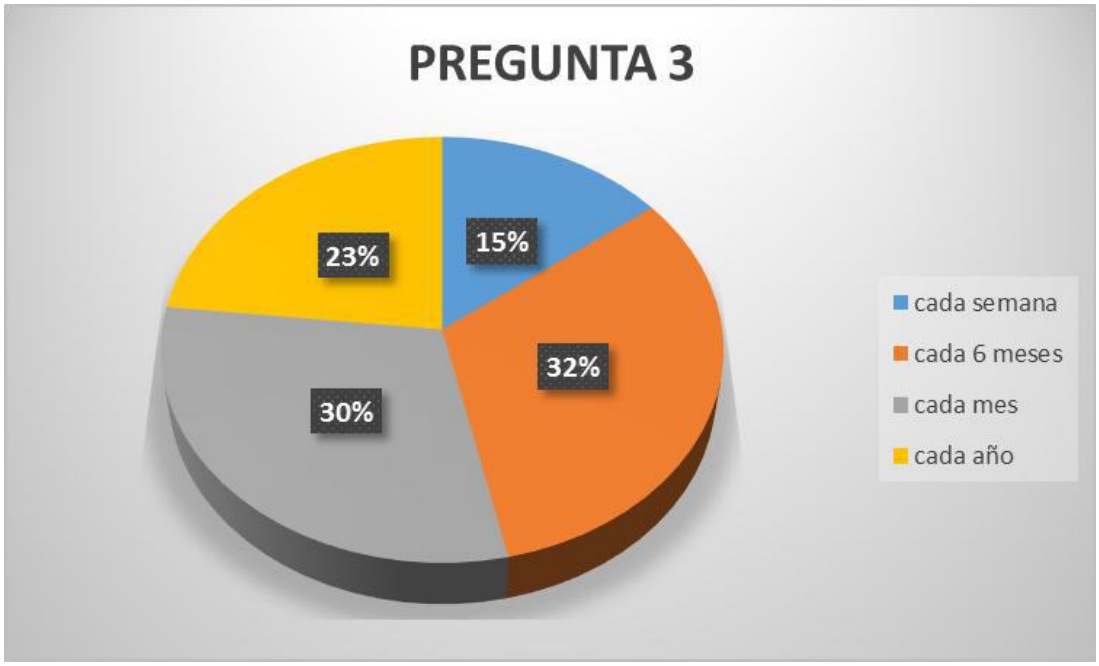
3.- Generalmente cada que tiempo puede viajar usted.

Tabla 18

	cada semana	cada 6 meses	cada mes	cada año	n
Frecuencia	55	121	114	88	378
%	14,55	32	30,15	23,28	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 5 Generalmente cada que tiempo viaja usted.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

De la siguiente pregunta encuestada el 32% de las personas sale de viaje cada 6 meses es un lapso en donde puede ahorrar dinero, y el mayor tiempo que se puede pasar en amigos y familia.

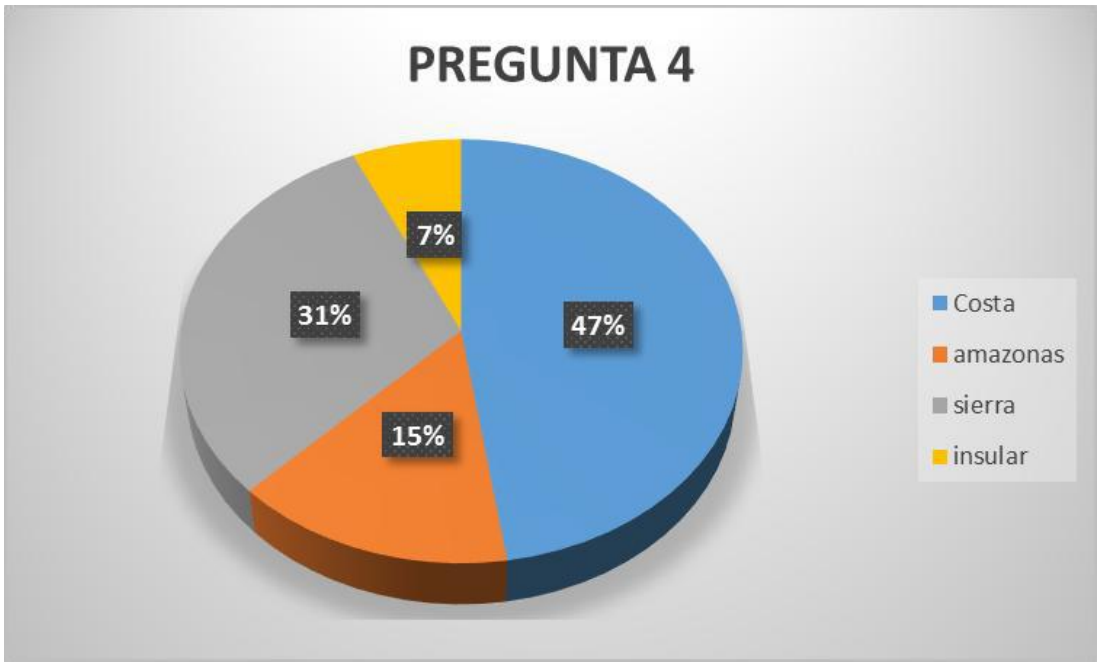
4.- En sus últimas vacaciones cual fue su destino de viaje.

Tabla 19

	Costa	amazonas	sierra	insular	n
Frecuencia	180	56	116	26	378
%	47,61	14,81	30,68	6,87	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H

Gráfico 6. En sus últimas vacaciones cuál fue su destino de viaje.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

En los datos obtenidos de acuerdo a los encuestados el 47% de las personas eligió la región costa por su clima y la diferente, variada biodiversidad de flora y fauna, los lugares más preferidos para el turista son las playas y los ríos.

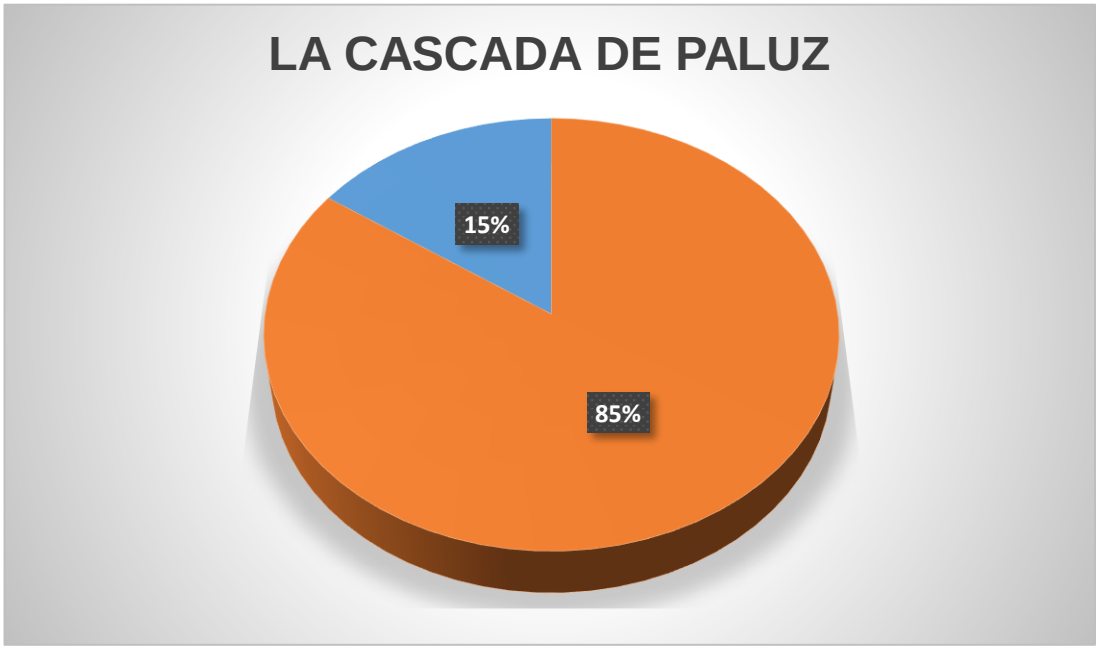
5.- Conoce usted los lugares turísticos de la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar"

Tabla 20

	Si	No	n
Frecuencia	320	58	378
%	84,65	15,34	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 7



Elaborado por: Carlos A. Cadena H

El 85% de las personas encuestadas si conocen las Cascadas de Paluz siendo un lugar de descanso natural para jóvenes, mayores y niños, conociendo el medio ambiente del sector.

Tabla 21

	Si	No	n
frecuencia	140	238	378
%	37,03	62,96	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 8



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

El 63% de las personas encuestadas no conocen la Iglesia Matriz siendo patrimonio religioso de la Ciudad de San Gabriel, en donde el turista podría conocer sobre la historia de la Ciudad relacionándose en lo religioso del sector.

Tabla 22

	si	no	n
frecuencia	203	175	378
%	53,7	46,29	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 9



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

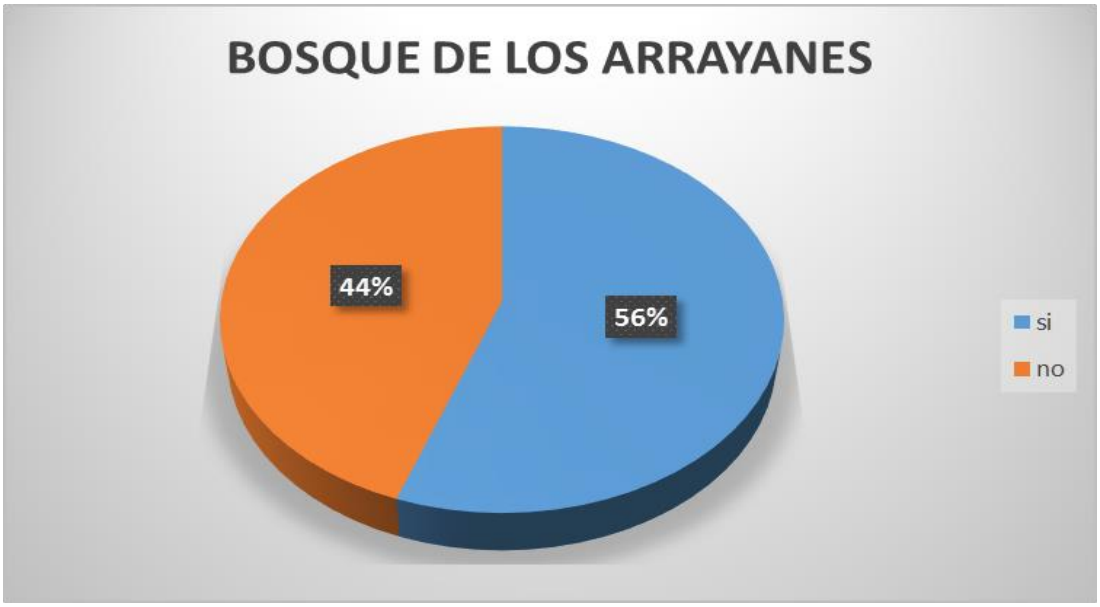
El 54% de las personas encuestadas conocen el Teatro Municipal siendo patrimonio cultural de la Ciudad de San Gabriel, desde su construcción ha llenado de alegría y emoción a la población ya que cada tiempo el municipio organiza eventos artísticos, teatro, comedia donde se disfruta entre amigos y familia.

Tabla 23

	si	no	n
frecuencia	210	168	378
%	55,55	44,44	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 10



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

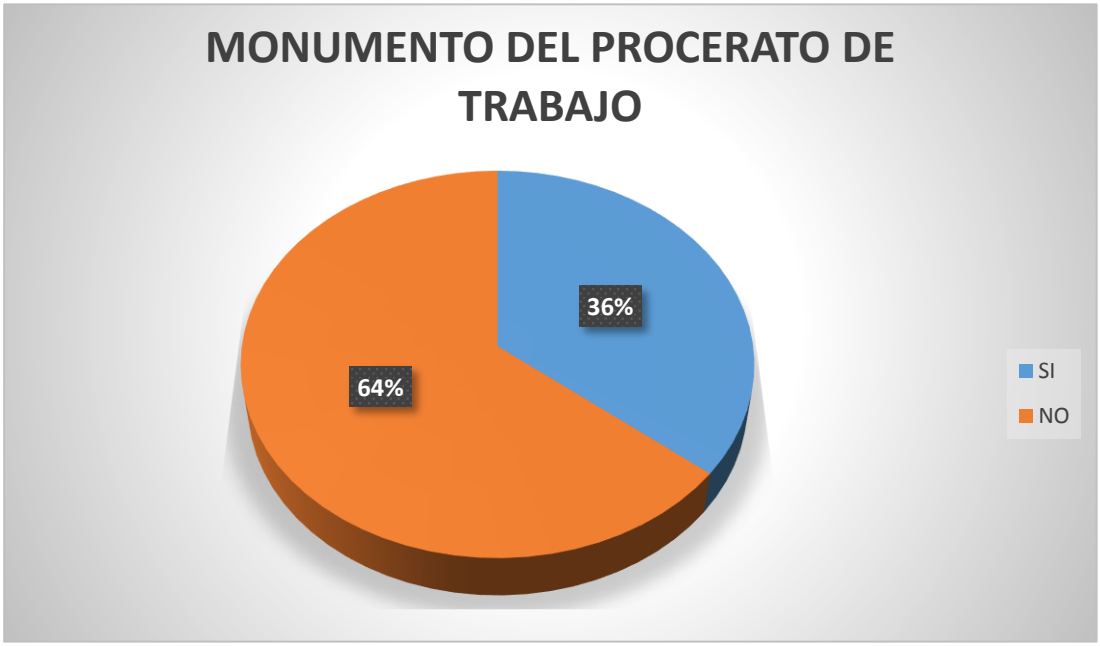
El 56% de las personas encuestadas conocen el Bosque de los Arrayanes siendo patrimonio natural de la Ciudad de San Gabriel en donde se puede apreciar el hermoso árbol de arrayan único de la naturaleza y su extensa flora y fauna del lugar atrayendo a turistas nacionales e internacionales amantes de la vegetación, aire puro y la tranquilidad que ofrece el bosque.

Tabla 24

	si	no	n
frecuencia	135	243	378
%	35,71	64,28	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 11



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

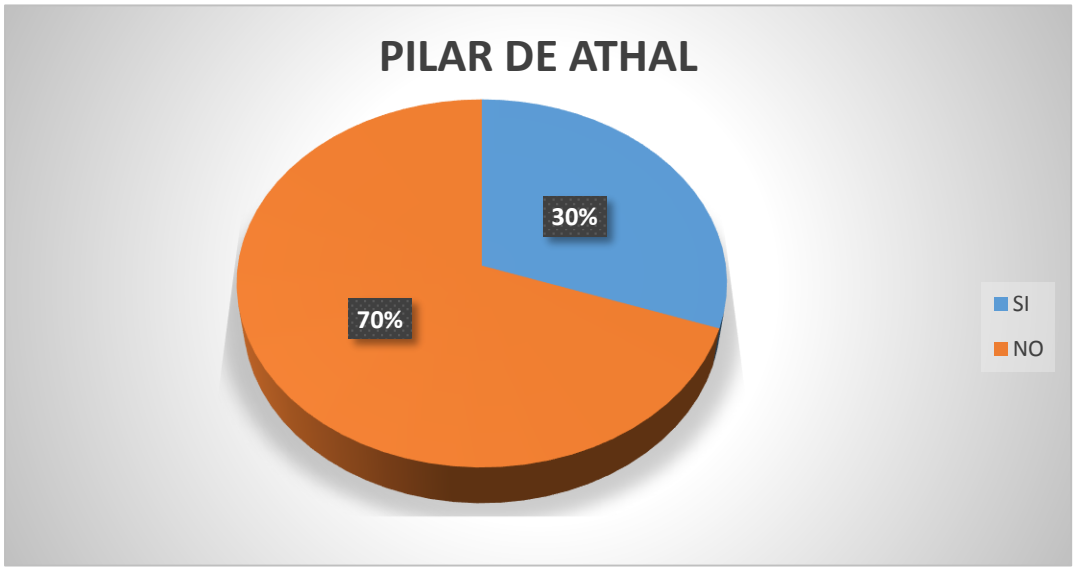
El 64% de las personas encuestadas no conocen el Monumento del Procerato de Trabajo siendo un monolito muy importante para dar a conocer al turista que visite la Ciudad de San Gabriel sintiéndose satisfecho no solo por conocer las estructuras patrimoniales que se han mantenido en buen estado atreves de los años sino también por la amabilidad que existe de parte de los habitantes.

Tabla 25

	si	no	n
frecuencia	115	263	378
%	30,42	69,57	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 12



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

El 70% de las personas encuestadas no conocen el Pilar de Trabajo siendo un monolito muy importante para dar a conocer al turista que visite la Ciudad de San Gabriel sintiéndose satisfecho no solo por conocer las estructuras patrimoniales que se han mantenido en buen estado atreves de los años sino también por la amabilidad que existe de parte de los habitantes.

6.- Si no conoce le gustaría conocer la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar"

Tabla 26

	si	no	n
Frecuencia	350	28	378
%	92,59	7,4	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 13. Le gustaría conocer la ciudad de San Gabriel.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

En los datos obtenidos de acuerdo a los encuestados el 93% de las personas si le gustaría tener información de los lugares turísticos y conocer más de nuevas alternativas de descanso que ofrece a los turistas de gran riqueza de flora, fauna y de los bellos paisajes únicos en la Ciudad.

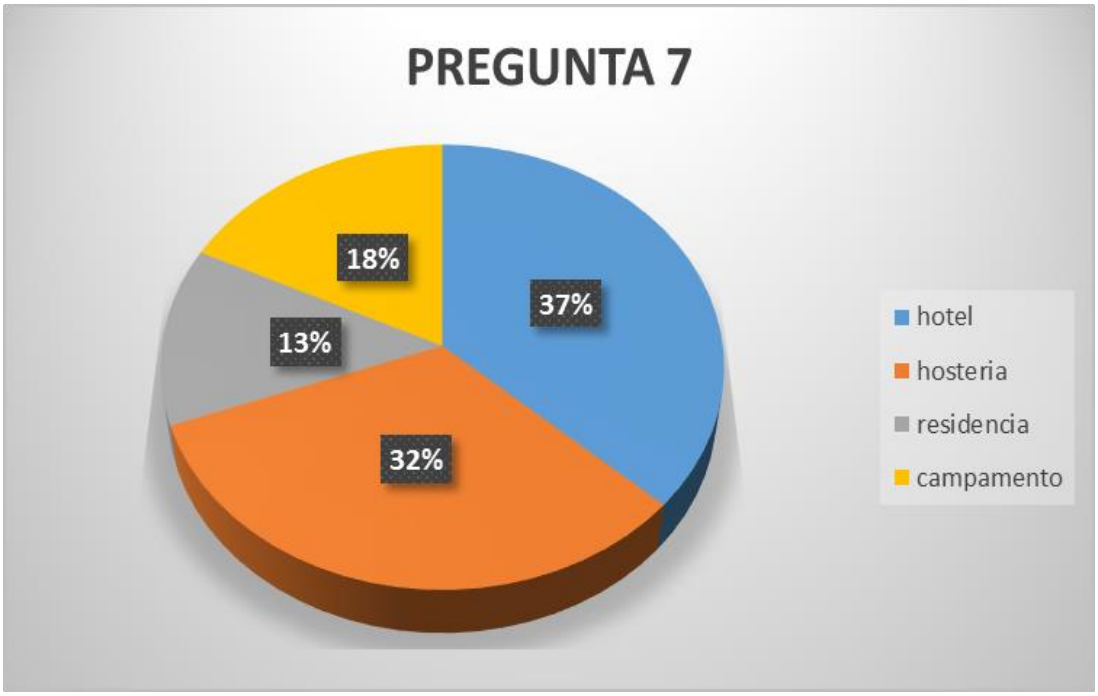
7.- En que sitios le gustaría hospedarse.

Tabla 27

	hotel	hosteria	residencia	campamento	n
frecuencia	139	123	49	67	378
%	36,77	32,53	12,69	17,72	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 14 . En que sitio le gustaría hospedarse.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

En los datos obtenidos de acuerdo a los encuestados el 37% de las personas, escogieron hospedarse en un hotel ya que prefieren la mejor comodidad para relajarse y sentirse a gustos en los días de estadía del turista.

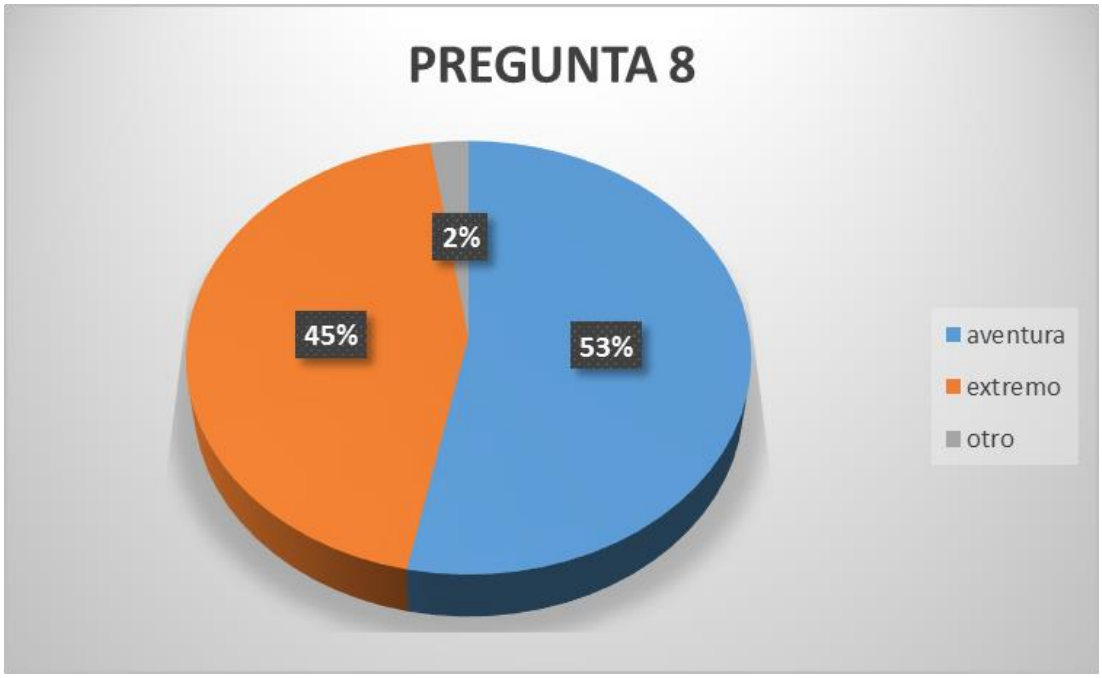
8.- Que deporte le gustaría practicar. (Aventura, Extremo).

Tabla 28

	aventura	extremo	otro	n
frecuencia	201	168	9	378
%	53,17	44,44	2,38	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 15 . Que deporte le gustaría practicar.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

De la siguiente pregunta encuestada se obtiene que el 53% de las personas les gustaría practicar el deporte de Aventura ya que en los diferentes lugares turísticos naturales de la Ciudad de San Gabriel se puede aventurar el turista en conocer el amplio territorio de la Ciudad con las debidas precauciones.

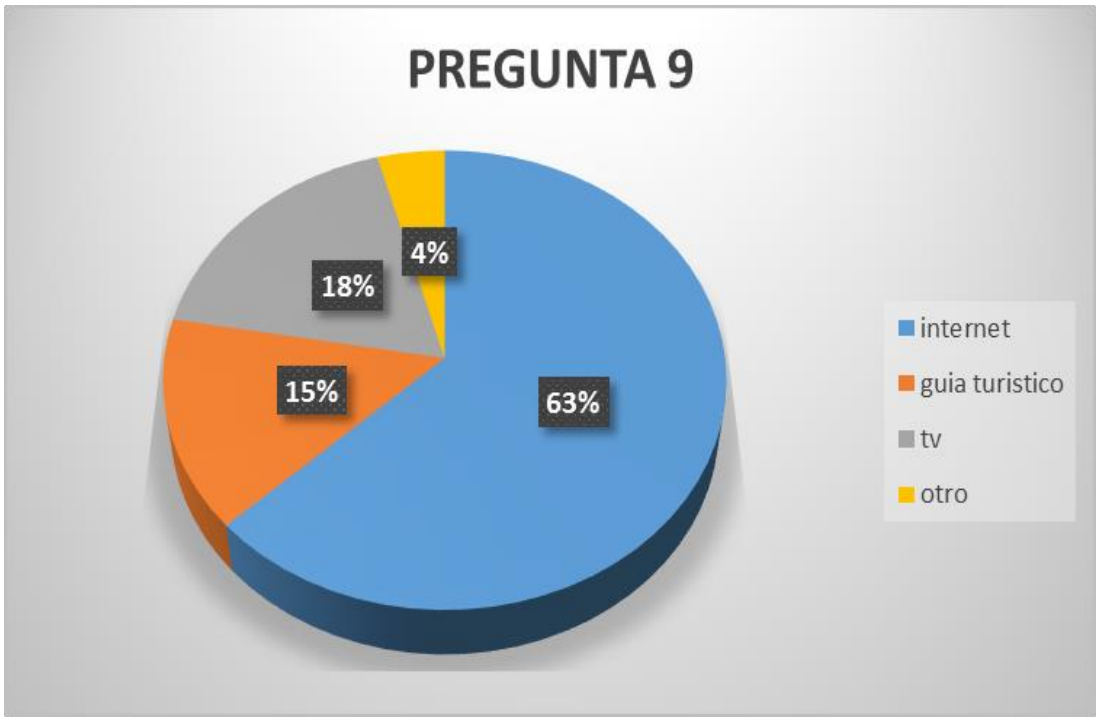
9.- Por medio de que le gustaría tener información de los sitios turísticos.

Tabla 29

	internet	guia turistico	tv	otro	n
frecuencia	238	56	68	16	378
%	62,96	17,81	17,98	4,23	100

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 16 . Medios de comunicación masiva.



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

De la encuesta realizada se obtiene que el 63% de las personas les gustaría informarse por medio del Internet ya que hoy en día es la forma más rápida para conocer un sitio turístico, las rutas de cómo se puede llegar y sus servicios que ofrece dicho lugar.

RESPONDA CON UNA "X" LA RESPUESTA. NO ES NECESARIO INCLUIR SU NOMBRE EN LA PRESENTE ENCUESTA, SOLO COMPLETE LOS SIGUIENTES DATOS.

***. GENERO**

Masculino…….. Femenino…….

***. Edad**

8 a 24…….. 25 a 32……. 32 a 59.....

1. Le gusta a usted viajar.

SI….. NO…..

2.- En que temporada prefiere salir usted de viaje.

Fin de semana….. Feriado…..

Vacaciones….. Otros…..

3.- Generalmente cada que tiempo puede viajar usted.

Cada semana….. Cada mes…..

Cada seis meses….. Cada año…..

4.- En sus últimas vacaciones cual fue su destino de viaje.

Costa….. Amazonas…..

Sierra….. Insular….

5.- Conoce usted los lugares turísticos de la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar".

	SI…..	NO…..
*. La Cascada de Paluz.	……..	……..
*. La Iglesia Matriz.	……..	……..
*. Teatro Municipal.	……..	……..

*. El Bosque de los Arrayanes. …….. ……..

*. Monumento del Procerato de Trabajo. …….. ……..

*. El Pilar de Athal. …….. ……..

6.- Si no conoce le gustaría conocer la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar".

SI….. NO…..

7.- En que sitios le gustaría hospedarse.

Hotel….. Hostería…..

Residencia….. Campamento…..

8.- Que deporte le gustaría practicar entre: (Aventura, Extremo)

Aventura….. Otros…..

Extremo…..

9.- Por medio de que le gustaría tener información de los sitios turísticos.

Internet….. Revistas…..

Tv….. Otros…..

Gracias por su colaboración.

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

5.02. Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)

5.02.01. Estrategias de Marketing.

5.02.01.01. Plaza

Con el presente proyecto se dará a conocer a más turistas los diferentes lugares turísticos de la Ciudad de San Gabriel, a través de los años se ha consolidado en los atractivos naturales y culturales como el mejor en la conservación de flora, fauna, gastronómico y patrimonial orientados al turismo familiar nacional e internacional en la Ciudad y el Cantón. Se encuentra ubicada al Norte del Ecuador y en el centro de la provincia del Carchi.

Imagen 1 Ciudad de San Gabriel



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Servirán como canales de distribución distintas tour operadoras a nivel nacional en especial en las ciudades más pobladas del país (Quito, Guayaquil, Ambato y

Cuenca), oficinas del MINTUR, agencias de viajes a nivel nacional en especial en las ciudades más pobladas del país (Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca) y las redes sociales.

Con la elaboración del presente proyecto se beneficiara el Municipio, autoridades así como la población de la Ciudad de San Gabriel, brindando un servicio de calidad para el turista, concientizando la importancia de la conservación del patrimonio y del medio ambiente.

Tabla 30
Pronostico del crecimiento turístico

		Sin la elaboración del proyecto	Con la elaboración del proyecto
X	AÑO	TURÍSTAS	TURÍSTAS
13	2013	8,785	
14	2014	9,850	
15	2015	10.596	17,258
16	2016	15.952	25,785

Elaborado por: Carlos Cadena

Sin la elaboración del proyecto el crecimiento de turista será sostenido tal cual lo ha sido hasta el día de hoy, si incluimos la elaboración del presente proyecto tendremos un incremento del 25% de la afluencia turística especialmente del mercado de estudias, adultos que gustan en conocer la naturaleza limpia y pura, de parte de los adultos mayores les interesa más lo cultural o patrimonial.

5.02.01.02. Producto

El recorrido cultural, patrimonial y natural de los lugares turísticos de la Ciudad durara entre 6 horas que se realiza acompañado por un guía en el cual dará a conocer la historia, gastronomía, cultura, flora y fauna endémica del sector, para que las personas pueda observar, apreciar y concientizar al turista sobre lo importante que es la conservación de cada uno de los nombrados lugares turísticos. También se contara con el servicio de practicar los diferentes deportes de aventura y extremo.

Con el inicio del presente proyecto turístico se tendrá un aumento aproximadamente de 1500 turistas mensualmente entre ellos nacionales e internacionales en temporada alta y 500 turistas en temporada baja. Ya que la Ciudad de San Gabriel esconde maravillosos lugares turísticos para conocer, relajarse y divertirse de la mejor manera y sanamente en familia, amigos o pareja. Para dar una buena atención al turista existirá 2 guías profesionales para conocer el turismo cultural en la ciudad como 2 guías para conocer los atractivos naturales de sus alrededores de la Ciudad, cada guía acompañara a grupos de max. 20 personas para así poder evitar accidentes menores o mayores y poder conservar el patrimonio emblemático de la Ciudad. Cada guía saldrá con su grupo en un tiempo estimado de 2 horas después del anterior grupo que haya realizado sus actividades.

ITINERARIO PARA UN TOUR EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

Tabla 31

DÍA 1					
FECHA	HORA DE INICIO	ACTIVIDAD	LOCALIDAD	PRESTADOR DE SERVICIO	CONTACTO PRESTADOR
La fecha se establecerá cuando se realice el tour.	08h00	Salida de la ciudad de Quito.	Ciudad de San Gabriel	MARCOTOUR TRANSSERVICE	Sr. Marco Espinoza
	10h00	Visita mercado Artesanal de los Ponchos (Ciudad de Otavalo)			
	13h30	Almuerzo en la ciudad de San Gabriel.		Las parrilladas del capulí.	Sra. Mercedes Gonzales
	15h00	Visita a la elaboración del original queso amasado.		Fábrica artesanal	Sr. Juan Caicedo
	16h00	Visita Pilar de Athal			
	17h30	City by Night ciudad de San Gabriel.			
	19h00	Cena y alojamiento.		Hotel San Francisco	Sr. Francisco León

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

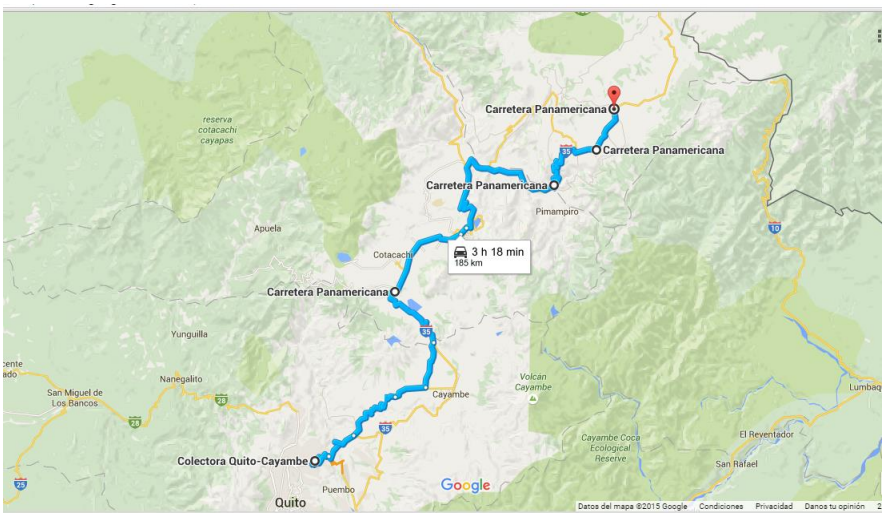
Tabla 32

DÍA 2					
FECHA	HORA DE INICIO	ACTIVIDAD	LOCALIDAD	PRESTADOR DE SERVICIO	CONTACTO PRESTADOR
La fecha se establecerá cuando se realice el tour.	08h00	Desayuno	Ciudad de San Gabriel	Hotel San Francisco	Sr. Francisco León
	09h30	Visita Cascada de Paluz 1 y 2.			
	12h00	Vista Bosque de los Arrayanes.			
	13h30	Almuerzo típico en la ciudad de San Gabriel.		Restaurante típico la Bandera	Sra. María Melo
	16h30	Vista a Yaguarcocha			
	19h30	Llagada a Quito.		MARCOTOUR TRANSSERVICE	Sr. Marco Espinoza

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Gráfico 17

Ruta Quito-San Gabriel- Quito



Fuente: Google maps

5.02.01.03. Precio

La entrada en general de los diferentes lugares turísticos de la Ciudad y actividades que se puede realizar contara con los siguientes precios ya que las recaudaciones ayudaran al mantenimiento del mismo (Algunos será gratuitos)

Tabla 33
MATRIZ DE COSTEO

CUENTAS	VALOR NETO UNITARIO	IVA (12%)	IMP. AL SERVICIO (10%)	COSTO UNITARIO TOTAL	COSTO GRUPAL TOTAL	FRECUENCIA	TOTAL
Transporte terrestre	250,00			250	250	2	500
Paseo chiva	5,00			5	100	1	100
Alojamiento	20,00	2,40	2,00	24,40	488,00	1	488,00
Desayunos	3,00	0,36	0,30	3,66	73	2	146
Almuerzos	2,50	0,30	0,25	3,05	61	2	122
Cenas	3,00	0,36	0,30	3,66	73,20	1	73,20
Entrada Bosque Arrayanes	2,00			2,00	40,00	1	40,00
Honorarios Guía (2)	60,00	7,20		67,20	134,40	2	268,80
						COSTO TOTAL	1738,4
						Imprevistos 5%, UTILIDAD (25%)	521,52
						PRECIO DE VENTA	2259,92
						COSTO UNITARIO	86,92
						PRECIO UNITARIO	113,00

5.02.01.04. Promoción

En la ejecución del presente proyecto se utilizaran diferentes herramientas, donde se proporcionará información turística de los diferentes lugares naturales o culturales de la Ciudad de San Gabriel.

Las herramientas que se utilizaran se las detalla a continuación:

- **Guía Turística**

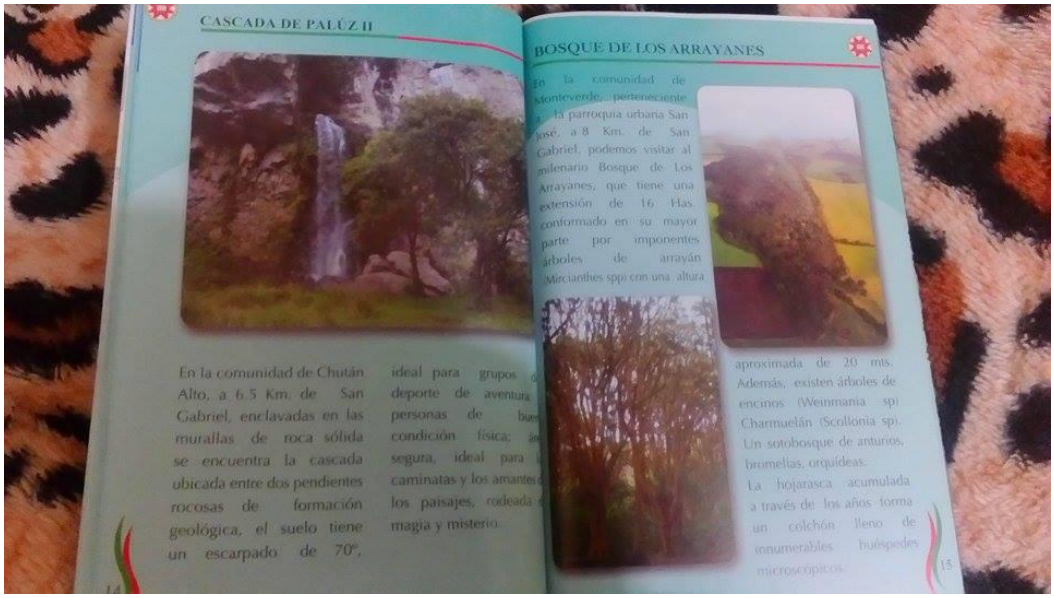
1.- Esta diseñada con un logotipo de las áreas más representativas del sector.

2.- Tiene un eslogan Yo❤San Gabriel (lugar mágico para vivirlo y sentirlo)

3.- La estructura de la guía turística es de un formato es 15cm (alto) x 11cm de ancho en papel couche full color.

4.- El programa que será utilizado para el diseño y retoque fotográfico, diagramación es denominado **Ilustrador.**

Gráfico 18 . Guía Turística



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

- **Trípticos**

1.- Es diseñado con las fotografías que representan la riqueza y belleza de la Ciudad

2.- Fotos de lugares turísticos más representativos, en papel couche full color.

3.- Tiene un mapa vial, información exacta de lugares turísticos, logotipos del sector.

4.- Tiene un eslogan. San Gabriel Ciudad de la eterna Primavera

5.- La estructura del Folleto es de un formato de 21cm (alto) x 29.7 cm de ancho en papel couche full color.

Gráfico 19 Tríptico



Fuente: Google Imagen de Tríptico

Contenido: En la portada se ubicará su slogan, con una fotografía de San Gabriel haciendo publicidad de sus atractivos turísticos. En el interior del tríptico se ubicara atractivos naturales, culturales, actividades que puede practicar y mapa de la Ciudad de cómo llegar al lugar, medios de transportes y también se ubicara fotografías de los atractivos turísticos que existen, número de contactos, emergencia todo esto se realiza a full color.

- **Sitios web (Redes Sociales FACEBOOK)**

1.- Se elaboró una página en el Facebook dando información principal de la Ciudad de San Gabriel.

2.- Contiene datos importantes y lugares emblemáticos turísticos de la Ciudad

3.- Se informara por este medio las diferentes actividades y cambios turísticos culturales y naturales.

Gráfico 20 . Fan Page Facebook



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Con la elaboración de una guía turística, sitios web (Redes Sociales), trípticos habrá un incremento de turistas nacionales o internacionales, se llevará a cabo convenios con las pequeñas y grandes empresas donde los turistas puedan obtener mayor información mediante las herramientas publicitarias que se aplicaran en este Plan de Marketing y puedan tener una información exacta sobre los sitios turísticos de la Ciudad de San Gabriel, también se establecerá convenios con:

- **Convenio con Instituciones Educativas:** El convenio con estudiantes potenciará las salidas de campo para observación, identificación y análisis de

información de flora y fauna nativas del lugar, así como también la visita de los atractivos turísticos culturales existentes en la Ciudad de San Gabriel .

- **Convenio con el GAD Municipal de Montufar:** Con el fin que las capacitaciones tanto técnicas como educativas involucren a toda la población para que estén informados acerca de buenas prácticas de turismo y las aportaciones que brindará el mismo.
- **Publicidad visual, escrita y sitios web:** Mediante ubicación de gigantografias en lugares estratégicos, entregando trípticos, en la Ciudad de San Gabriel, además con el manejo adecuado de redes sociales en sitios web (Facebook) se logrará el objetivo que es difundir los atractivos turísticos del sector para el beneficio tanto de la población como de los turistas.

Los medios que se utilizara para la distribución de la información será:

- Sitio WEB FACEBOOK.
- Terminales terrestres.
- Hoteles.
- Bibliotecas.
- Farmacias.
- Oficinas del GAD Municipal de Montufar
- Ferias y exposiciones

CAPÍTULO VI

6.0. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

Se denominan recursos, a las personas, maquinarias, tecnología, dinero, que se emplean como medios para lograr los objetivos que nos permiten llegar a la meta. (wikipedia, 2012)

6.01.01. Talento Humano

Se entiende como una combinación lleno de características, destrezas, aptitudes que tiene una persona para comprender de manera inteligente la forma de resolver en determinada ocupación. (Blog, 2013)

Tabla 34
Talento Humano

Investigador:	Carlos A. Cadena H.
Tutor:	Lic.: Rogelio Vargas
Lector:	Ing.: Viviana Gangotena
Profesora de Proyectos:	Ing: Gissela Paredes

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

6.01.02. Recursos Tecnológicos:

Son herramientas que nos permiten hacer levantamiento de información mediante investigación, fotografías o temas escritos.

Tabla 35
Recursos Tecnológicos

Recursos Tecnológicos
➢ Laptop
➢ Cámara
➢ Celular
➢ Flash Memory
➢ Internet
➢ Impresora

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

6.01.03. Recursos Materiales

Son todas las herramientas que nos permiten elaborara la información de un tema.

Tabla 36
Recursos Materiales

Recursos Materiales
➢ Resmas de papel bond
➢ Marcadores
➢ Borradores
➢ Lápiz
➢ Bolígrafos

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

6.01.04. Recursos Económicos

Es la cantidad de dinero que se contara para llegar al objetivo deseado.

1.807,20

6.01.05. Tiempo. 6 meses

6.02. Presupuestos

Es la calidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos con el fin de lograr con la propuesta del proyecto.

Tabla 37
Presupuesto

N# Orden	Detalle	Cantidad	V.Unitario	V. Total	Responsable
	Recursos Tecnológicos				
1	Laptop	1	$450,00	$450,00	Autogestión
2	Internet	6 meses	$10,00	$60,00	Autogestión
3	Cámara	1	$130,00	$130,00	Autogestión
4	Impresora	1	$120,00	$120,00	Autogestión
5	Micro-SD	1	$15,00	$15,00	Autogestión
6	Cd	3	$1.50	$4,50	Autogestión
		Sub Total		**$779,50**	
	Recursos Materiales				
7	Copias	150	$0.03	$4,50	Autogestión
8	Impresiones	170	$0,10	$17,00	Autogestión
9	Recargas C.	10	$1,00	$10.00	Autogestión
10	Cuaderno	1	$2,00	$2,00	Autogestión
11	Lápiz	1	$0,60	$0,60	Autogestión
12	Anillados	3	$5,50	$16,50	Autogestión
13	Esferos	2	$0.80	$1,60	Autogestión
14	Gigantografía	1	$15,00	$15,00	Autogestión

15	Empastados	2	$20,00	$40,00	Autogestión
		Sub Total		**$107.20**	
	Recursos Humanos				
16	Movilización	10	$5.20	$52,00	Autogestión
17	Hospedaje	5	$10,00	$50,00	Autogestión
18	Alimentación	20	$2.00	$40,00	Autogestión
Sub Total				**$142,00**	
Sub Total Presupuesto de Marketing				**$780,00**	
Total General				**$1808,70**	

Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

6.03. Cronograma

Tabla 38
Cronograma I+D+I

FECHAS	CAPÍTULO	PROYECTOS INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	PROYECTOS I+D+I
19/06/15	1	El problema	Antecedentes
13/07/15	2	Marco Teórico	Análisis de Involucrados
07/08/15	3	Metodología	Problemas y Objetivos
04/09/15	4	Procesamiento y Análisis	Análisis de Alternativas
2/10/15	5	Propuesta	Propuesta
12/10/15	6	Aspectos Administrativos	Aspectos Administrativos
12/10/15	7	Conclusiones y Recomendaciones	Conclusiones y Recomendaciones
16/10/15	1 al 7	ENTREGA DEL ACTA DE APROBACION FIRMADA POR EL TUTOR AL LECTOR	
21/10/15	_ _ _ _ _	ENTREGA DE LAS ACTAS FIRMADAS DEL LECTOR AL CONSEJO DE CARRERA	
23/10/15	_ _ _ _ _	ENTREGA DE 2 ANILLADOS Y 1 EMPASTADO A LA DIRECCIÓN DE CARRERA	
24/10/15	_ _ _ _ _	APROBACIÓN DE SUSTENTACIÓN	
24/10/15	_ _ _ _ _	ENTREGA DE EJEMPLARES AL TRIBUNAL DESIGNADO	
26/10/15	_ _ _ _ _	INICIO DE LAS SUSTENTACIÓN 15-15	

Elaborado por: Carlos Cadena

CAPÍTULO VII

7.0. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓNES

7.01. Conclusiones

- Incrementar la oferta turística para generar mayores ingresos y fuentes de trabajo a la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar.
- Gracias a este proyecto se lograra concientizar a la gente del cuidado de la naturaleza y del buen manejo ambiental para conservar el patrimonio cultural y a las ves natural.
- Charlas a estudiantes de educación básica, bachillerato y superior del potencial turístico que existe en la Ciudad y en el Cantón para intensificar el turismo nacional e internacional.
- Con la creación del presente Plan de Marketing turístico de la Ciudad de San Gabriel Cantón Montufar para una mejor información del turista nacional e internacional, los estudiantes y los extranjeros obtendrán información adecuada para conocer y movilizarse a los diferentes lugares turísticos que ofrece la hermosa Ciudad sea cultural, natural, gastronomía o patrimonial dependiendo del gusto de cada persona.
- La población sangabreleña tienen un bajo conocimiento apropiado del turismo existente dentro y en los alrededores de la ciudad de lo cual sería provechoso darles a saber correctamente de cada lugar turístico para el beneficio de cada uno, teniendo alternativas de trabajo a través del turismo a quien lo necesite y nuevas formas de ingresos económico.

7.02. Recomendaciones

- Se recomienda al departamento de turismo de la Ciudad de San Gabriel debe continuar con las actividades que está realizando en beneficio del turismo en la Ciudad y en el sector, tales como ferias turísticas, gastronómicas y culturales.
- Se recomienda al Municipio de la Ciudad de San Gabriel poner en marcha el presente proyecto, porque gracias a la información turística, el cantón obtendría mayores fuentes de ingreso, mayor desarrollo e incremento de fuentes de empleo.
- Es recomendable que el turista reciba una correcta información y capacitación acerca del cuidado de la flora y fauna endémica, estas diferentes especies no se verán amenazadas manteniéndose en buen estado el medio ambiente.
- Se recomienda una explotación adecuada y estable de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la Ciudad, mediante una planificación estratégica y disminuyendo los impactos negativos para que cada uno de estos recursos prevalezcan para futuras generaciones de la misma manera manteniendo un desarrollo sustentable y aumentando el turismo.

BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

Anonimo. (02 de 11 de 2012). *bloque de metodologia de investigacion*. Recuperado el 27 de 08 de 2015, de Tipos de investigacion: https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/

Blog. (10 de 11 de 2013). *Talento Humano*. Obtenido de Talento Humano: http://talentohumanofaba2013.blogspot.com/2013/03/definicion-de-talento-humano.html

Calderon, I. L. (12 de Marzo de 2013). *Repositorio*. Obtenido de Repositorio: http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2426/1/106914.pdf

Carchi, G. A. (14 de 06 de 2015). *Carchi Prefectura*. Obtenido de Carchi Prefectura: http://.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?start=16

Carchi, G. A. (17 de 06 de 2015). *El Desarrollo Continuo*. Obtenido de El Desarrollo Continua: http://www.carchi.gob.ec/images/informacion_cantonal/CARCHI.pdf

Carchi, P. (14 de 06 de 2015). *Canton Espejo*. Obtenido de Canton Espejo: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

Carchi, P. (14 de 06 de 2015). *Cantón Espejo*. Obtenido de Cantón Espejo: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

Carchi, P. (14 de 06 de 2015). *Canton Huaca* . Obtenido de Canton Huaca: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

Carchi, P. (14 de 06 de 2015). *Canton Túlcan*. Obtenido de Canton Túlcan: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

Carchi, P. (14 de 06 de 2015). *El Angel*. Obtenido de El Angel: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

Carchi, P. d. (14 de 06 de 2015). *V Chiles*. Obtenido de V Chiles: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

CENSO INEC, 2. (2010). *CENSO INEC, 2010.* GAD MUNICIPAL DE MONTUFAR: INEC.

ClubEnsayos. (12 de 06 de 2013). *ClubEnsayos*. Obtenido de ClubEnsayos: http://www.clubensayos.com/Temas-Variados/ETIMOLOG%C3%8DA-DEL-TURISMO/278034.html

Dedinión.De. (21 de 06 de 2008-2015). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De: http://definicion.de/orientacion/

Deficion.De. (12 de 06 de 2015). *Definicion.DE*. Obtenido de Definicion.DE: http://definicion.de/marketing/

Desentralizado, G. A. (17 de 06 de 2012). *Cantón Montufar*. Obtenido de Cantón Montufar: http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/340-canton-montufar

Diana, A. (17 de 06 de 2015). *Monografias*. Obtenido de Monografias: http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml

Diana, A. (17 de 06 de 2015). *Monografias.com*. Obtenido de Monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml

Ecuatorianas, A. d. (17 de 06 de 2012). *Gad Municipales del Pais*. Obtenido de Gad Municipales del Pais: http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/340-canton-montufar

Espejo, T. (14 de 06 de 2015). *Carchi Prefectura*. Obtenido de Carchi Prefectura: http://www.carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/turismo?limitstart=0

Gomez Cañon, V. (01 de Abril de 2014). *Investigación de Mercados-Marketing (Mercadeo)*. Obtenido de Investigación de Mercados-Marketing (Mercadeo): https://www.youtube.com/watch?v=8J67VG5sTBM

JARAMILLO, S. E. (18 de Diciembre de 2011). *UPS*. Obtenido de UPS: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3050/1/UPS-QT-02927.pdf.pdf

Marketing, T. (12 de 10 de 2015). *Segmentacion de Mercados*. Obtenido de Segmentacion de Mercados: http://www.todomktblog.com/

Monografias.com. (27 de 06 de 2008). *Segmentacion de Mercados*. Obtenido de Segmentacion de Mercados: http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml

Montufar, C. (16 de 06 de 2015). *Carchi Prefectura*. Obtenido de Carchi Prefecura: http://carchi.gob.ec/index.php/informacion-cantonal/canton-montufar/itemlist/category/36-cant%C3%B3n-montufar

Montufar, C. (15 de 06 de 2015). *Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi*. Obtenido de Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi: http://carchi.gob.ec/images/informacion_cantonal/MONTUFAR.pdf

Montufar, M. d. (2014). Atractivos turisticos de Montufar. *Montufar*, 10.

MP, B. (12 de 10 de 2015). *Marketing*. Obtenido de Marketing: http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6826

Municipalidades, G. (16 de 06 de 2012). *Asociacion de Municipalidades Ecuatorianas*. Obtenido de Asociacion de Municipalidades Ecuatorianas: http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/340-canton-montufar

País, G. M. (17 de 06 de 2012). *Cantón Montufar*. Obtenido de Cantón Montufar: http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/340-canton-montufar

PLANDETUR, M. (2007-2020). *PLANDETUR.* Quito.

Prefectura, G. P. (06 de 21 de 2015). *Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi*. Obtenido de Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi: http://www.carchi.gob.ec/images/informacion_cantonal/CARCHI.pdf

Prefectura, G. P. (21 de 06 de 2015). *Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi*. Obtenido de Gobierno Autonomo de la Provincia del Carchi: http://www.carchi.gob.ec/images/informacion_cantonal/CARCHI.pdf

Undima. (30 de 09 de 2015). *MARKETING XXI*. Obtenido de ,MARKETING XXI: http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm

Viajandox. (16 de 06 de 2012). *Cantón Montufar*. Obtenido de Cantón Montufar: http://www.viajandox.com/carchi/montufar-canton.htm

Viajandox. (16 de 06 de 2014). *Cantón Montufar*. Obtenido de Cantón Montufar: http://www.viajandox.com/carchi/montufar-canton.htm

Viajandox. (16 de 06 de 2014). *Cantón Montufar*. Obtenido de Cantón Montufar: http://www.viajandox.com/carchi/montufar-canton.htm

wikipedia, C. (13 de 07 de 2012). *Recursos*. Obtenido de Recursos: https://es.wikipedia.org/wiki/Recurso

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

5.- ¿Conoce usted los lugares turísticos de la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar"?

	SI	NO
La Cascada de Palúz	○	◉
La Iglesia Matriz	○	◉
Teatro Municipal	◉	○
El Bosque de los Arrayanes	○	◉
Monumento del Procerato de Trabajo	◉	○
El Pilar de Athal	○	◉

6.- ¿Si no conoce le gustaría conocer la Ciudad de San Gabriel "Cantón Montufar"?

- ◉ SI
- ○ NO

7.- ¿En que sitios le gustaría hospedarse?

- ◉ Hotel
- ○ Hosteria
- ○ Residencia
- ○ Campamento

8.- ¿Que deporte le gustaría practicar?

- ◉ Aventura
- ○ Extremo
- ○ Otros: [ ]

9.- ¿Por medio de que le gustaría tener información de los sitios turísticos?

- ◉ Internet
- ○ Guía Turistica
- ○ TV
- ○ Otros: [ ]

"Gracias por su colaboración"

[ ]

- ○ Cada mes
- ○ Cada año

4.- ¿En sus ultimas vacaciones cual fue su destino de viaje?

- ◉ Costa
- ○ Amazonas
- ○ Sierra
- ○ Insular

Anexo 2 Teatro Municipal lugar turístico cultural



Elaborado por: Carlos A. Cadena H.

Anexo 3 Pintura del baile tradicional de inocentes matizada por un famoso pintor de la Ciudad.



Anexo 4 Tradicional baile de San Gabriel

Anexo 5 Carros Alegóricos



Anexo 6 Paisajes de la Ciudad de San Gabriel



Anexo 7 Flora endémica de los diferentes lugares turísticos



Anexo 8 Centro turístico religioso de la Ciudad Iglesia Matriz



Anexo 9 Paisaje de la hermosa Ciudad de San Gabriel



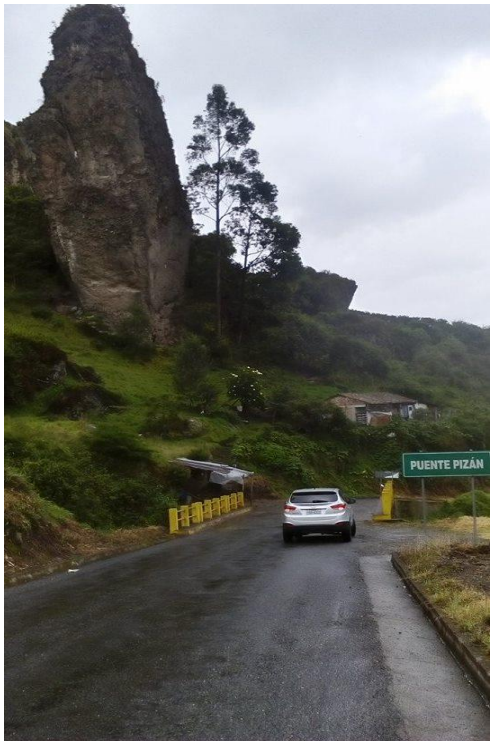
Anexo 10 Procerato del Trabajo



Anexo 11 Municipio de Montufar



Anexo 12 Piedra Larga



Las fotografías que constan en Anexos son inéditas de: Carlos A. Cadena H.

LEVANTAMIENTO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS NUTARALES Y CULTURALES DE LA CUIDAD DE SAN GABRIEL

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES ENCUESTADOR: GMM / UPEC - ETE — FICHA: Nº01 FECHA: marzo 2012 SUPERVISOR EVALUADOR: GMM - Turismo NOMBRE DEL ATRACTIVO: Ciudad de San Gabriel PROPIETARIO: CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales — TIPO: Histórica SUBTIPO: Arquitectura Civil
2. UBICACIÓN PROVINCIA: Carchi — CANTÓN: Montufar CALLES: Entre Bolívar y Montufar — NÚMERO: S/N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Cristóbal Colón NOMBRE DEL POBLADO: Huaca

C A L I D A D	**V A L O R I N T R Í N S E C O**	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: 2.888 m.s.n.m. TEMPERATURA : 10 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:1000 -1250 cm^3 LATITUD: 035.897 LONGITUD: 7750.117 ESTILO La ciudad de San Gabriel según el trazado original reedita el diseño y técnica española adaptada a la geografía local, propia de la arquitectura civil tradicional. CONSERVACIÓN DEL ESTILO La adaptación del trazado urbano a la topografía dio como resultado un manzaneo muy homogéneo desarrollado entre vías principales, hoy las calles Bolívar, Montufar y Los Andes, consideraciones como ingresos principales a la ciudad. En la construcción de las viviendas se aprovecharon los bohíos, la madera y el material propio de la región. En casi todas las fachadas hay ausencia decorativa y en las de un nivel solo seis lucen cornisas, bandas o platabandas molduradas. ESTILO DEL ENTORNO Las casas y demás edificaciones que conforman la ciudad presentan materiales y técnicas constructivas tradicionales propias de la región. ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN Después del terremoto de 1.868 las nuevas casas eran de bahareque, su estructuración fue adaptada solucionando rápidamente dinteles y amarres estructurales de soleras, techo de madera y paja, la reconstrucción fue mediante mingas. Las edificaciones fueron construidas a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, presenta materiales y técnicas constructivas tradicionales propias de la región. ESTADO DE CONSERVACIÓN En la mayoría de las edificaciones se puede observar falta de mantenimiento del estilo original; más bien se han introducido reformas ajenas a las construcciones iniciales. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL El trazado inicial consideró un espacio muy amplio para destinarlo a plaza principal, alrededor de la cual se hallan varias edificaciones públicas como el edificio Municipal, Casa de Gobierno. Curiosamente se excluyó a la Iglesia Matriz debido a un problema topográfico y también porque en ese lugar existió un mercado indígena muy concurrido, llamado antiguamente tianguis. LÍMITES El centro histórico de la ciudad de San Gabriel está comprendido de sur a norte desde la Calle Montúfar hasta la calle Bolívar. MATERIALES UTILIZADOS Se utilizó madera de encino blanco y rojo, aliso, arrayán, para atar cabestros DECORACIÓN En casi todas las fachadas hay ausencia de decoración; en las de un nivel solo seis lucen cornisas, bandas o platabandas molduradas. PERMISOS Y RESTRICCIONES:

C A L I D A D	**V A L O R E X T R Í N S E C O**	**4. USOS (SIMBOLISMO)** Turismo Cultural(Historia) **ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)** Concurso del Tradicional Baile de Inocentes (Enero) Comparsas de Carnaval (Febrero) Festival Carnavalero Festival Internacional de Teatro (Abril) Fiestas de Cantonización (Septiembre)	**5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO** ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ **CAUSAS:** Mantenimiento de las viviendas y arquitectura tradicional **5.1 ~~PATRIMONIO (Atractivos Culturales)~~** **Nombre:** Centro Histórico de la Ciudad de San Gabriel **Fecha de Declaración:** **Categoría:** Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ■ **6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO** ALTERADO ■ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐ **CAUSAS:** Presencia de locales comerciales y oficinas públicas, privadas en las viviendas de este patrimonio.

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DIAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio:
ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio:
					AVIONETA						Día Fin:
					HELICÓPTEROS					Naturales:	De 6:00am a 18:00pm

Observaciones:

APOYO

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: Cristóbal Colón- San Gabriel

DESDE: Cristóbal Colón HASTA: San Gabriel

FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 3.5 km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐	☐	☐

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐	☐

PRECIO

SI	NO	ENTRADA LIBRE	OTROS
☐	☐	■	

OBSERVACIONES:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Cascada de Paluz I	4 Km.
Iglesia Matriz	0 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	■	NACIONAL	■
PROVINCIAL	■	INTERNACIONAL	☐

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: GMM Y UPEC - ETE

SUPERVISOR EVALUADOR: GMM - Turismo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque De Los Arrayanes

PROPIETARIO: Municipio Montúfar

CATEGORÍA: Sitios Naturales TIPO: Bosques

2. UBICACIÓN		
PROVINCIA: Carchi	CANTÓN: Montúfar	LOCALIDAD:
CALLE: Camino al Chamizo	NÚMERO: S/N	TRANSVERSAL: Ingreso propiedades privadas
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: San Gabriel		
NOMBRE DEL POBLADO: Huaca		

C A L I D A D	**V A L O R I N T R I N S E C O**	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: 2846 m.s.n.m. TEMPERATURA: 12 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA :1500-1750 cm^3 LATITUD: 33.361 LONGITUD: 7747.315 UBICACIÓN Se ubica al Noreste de San Gabriel, en la comunidad de Monteverde. EXTENSIÓN Posee una extensión de 16 hectáreas. DENSIDAD Relativamente denso, con un claro en el centro. El plan de manejo determinó que existe repoblación en todo el bosque, se contabilizaron aproximadamente 42 árboles en 500 m2. ESTRUCTURA Bosque dominante en su dosel formado por árboles de arrayán y soto bosque conformado por moras (*Rubus sp.)*, chilcas (*Baccharis sp*.), especies del género *Peperomia*, además se tiene otras especies como encinos (*Weinnmania pinata*), pandala (Prunus *rugosa*), uvilla (Aegiphila *monticola*), orquídeas de los géneros *Onsidium sp., Lephantes sp. Masdevalia sp.*, pumamaqui (*Oreopanax sp.)Entre* otras. ALTURA Los árboles de arrayán alcanzan los 17 metros. Otros árboles apenas alcanzan 2 o 3 metros de altura debido a que el arrayán es una especie dominante e impide que otras especies crezcan. DIVERSIDAD DE ESPECIES Se han registrado 18 especies de árboles, arbustos de las familias Rubiaceae con dos géneros, cuatro de la familia Piperaceae, y plantas rastreras de las familias Araceae (Anturios), Verbenácea, (uvillo), *Piper sp.*(cordoncillo), moras silvestres (Rubus glaucus). En cuanto a fauna destaca la presencia de insectos: Dípteros, lepidópteros; aves: *Columbina buckleyi* (tórtolas), golondrinas, colibríes, pájaros carpinteros, lechuzas, chiguaco (Turdus fuscater); mamíferos: conejo (Sylvilagus brasiliensis), ardilla (Sciurus granatensis), lobo(Pseudolopex culpeus), DIVERSIDAD DE FAUNA ASOCIADA *(Turdus fuscater)* Chiguaca, (*Zonotrichia capensis) G*orriones, (*Zenaida auriculata)* Torcaza*, (Columba fasciata) P*aloma*, (Geotrygon frenata) P*erdiz*, (Columbina buckleyi)* Tortolita, (*Pseudolopex culpeus) L*obo de páramo, (*Sylvilagus brasiliensis),* Conejos, *(Mustela frenata) C*hucuri. DIVERSIDAD DE EPÍFITAS

		Musgos, helechos, bromelias (*Tillandsia sp.)* y orquídeas. VALOR HISTÓRICO DEL BÓSQUE En este bosque según evidencias halladas y varias leyendas trasmitidas oralmente por los pobladores locales, los antiguos Tusas y Pastos realizaban en este sitio ceremonias rituales antes de enterrar a sus seres queridos. Seguramente no se trataba de depositar los cuerpos de sus familiares con un rito de despedida como se acostumbra en la actualidad, sino que probablemente sus rituales implicaban hacer que los muertos retornen pacíficamente al seno de la Madre Tierra y comprometerlos para que cuiden a los vivos. INFRAESTRUCTURA Al ingreso del sitio natural se encuentra construcciones circulares que asemejan a viviendas de estilo Pasto considerados como Bohíos, Instalaciones de agua, baterías sanitarias. La reconstrucción del sendero auto guiado se la realizó en el año 2011. El sendero tiene un recorrido de 1200 metros PERMISOS Y RESTRICCIONES: Evitar arrojar basura, hacer fogatas y alterar el entorno, extraer cualquier tipo de flora.

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Ecoturismo Turismo Mítico Turismo educativo ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Gracias al manejo por parte del Municipio de Montúfar, la Comunidad de Monteverde y la Asociación Salvemos el Bosque de los Arrayanes, la conservación del atractivo es buena. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ■ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: Con la ampliación de la frontera agrícola la extensión del bosque ha disminuido

APOYO

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO	X			4X4	X				DIAS AL MES	
	SENDERO	X			TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	30 días
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
					AVIONETA						
					HELICÓPTEROS					Naturales:	De 6:00am a 18:00pm

Observaciones: Se recomienda visitar el lugar mientras exista luz del día. Puede contratar el servicio de transporte para trasladarse al atractivo turístico desde la ciudad de San Gabriel.

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: San Gabriel- Chamizo Centro

DESDE: San Gabriel HASTA: Jesús del Gran Poder
FRECUENCIA: Irregular DISTANCIA: 14 km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	ENTUBADA	ATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	☐	■	☐	☐	☐

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SEPTICO	NO EXISTE	OTROS
	☐	☐	■	☐

PRECIO

SI	NO	ENTRADA LIBRE	OTROS
☐	☐	■	

OBSERVACIIONES: El turista puede contribuir voluntariamente para el mantenimiento del Bosque a los miembros de la Asociación Salvemos el Bosque de los Arrayanes

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Laguna del Salado	3 Km.
Ciudad de San Gabriel	8 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL		NACIONAL	
PROVINCIAL	■	INTERNACIONAL	■
Otros:	■		■

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: GMM Y UPEC - ETE
SUPERVISOR EVALUADOR: Turismo GMM
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada de Paluz I
PROPIETARIO: Municipio de Montúfar
CATEGORÍA: Sitios Naturales TIPO: Ríos SUBTIPO: Cascadas

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: Carchi CANTÓN: Montúfar
CALLE: Paluz NÚMERO: S/N

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Chután Bajo
NOMBRE DEL POBLADO: Ciudad de San Gabriel

CALIDAD VALOR INTRINSECO

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 3001 m.s.n.m. TEMPERATURA : 10 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA : 1500 - 1750 cm^3

LATITUD37.317 LONGITUD 7750.949

TAMAÑO
Tiene una caída aproximada de 35m de alto y 8m de ancho
CALIDAD DEL AGUA
El agua es turbia y contaminada debido a los sembríos que existen alrededor. La temperatura del agua es de 8ºC.
FLORA Y FAUNA
Flora: suro (*Chusquea scandens*), pumamaqui (*Oreopanax sp.*), chilca (*Baccharis sp.*), mora (*Rubus sp.*), arrayán (*Eugenia sp.*), helechos (*Adiantum sp.*), eucalipto (Eucalyptus globulus Labill.) bromelias (*Tillandsia sp.*), guanto (*Bugmansia aura*), cordoncillo (*Piper sp.*).
Fauna: conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), torcazas (*Zenaida auriculata*), mirlos (*Turdus fuscater*), gorriones (*Zonotrichia capensis*), tangaras (*Euphonia xantogaster*), sacha cuy (*Agouti taczanowski*), ardillas (*Sciurus granatensis)*
DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE
La cascada está ubicada en una pendiente moderada a los lados, rodeada por vegetación herbácea, arbustiva, plantas leñosas y árboles.
El tipo de clima es ecuatorial mesotérmico semihúmedo. La cascada presenta una geomorfología de relieve escarpado en los cuales existe suelos inceptisoles que son derivados de materiales piro clástico, alofálicos y franco arenosos, tienen una gran capacidad de retención de agua y a la vez presentan un horizonte amarillo de gran espesor.
Por encontrarse en una hondonada, su entorno encierra un paisaje interesante y se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el sendero que conduce hasta la cascada.
VADOS
La cascada forma un vado de 13m de ancho por 10m de largo.
PERMISOS Y RESTRICCIONES:

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Ecoturismo Fotografía Turismo de Aventura (Trekking) ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Se mantiene las condiciones ambientales de la cascada ~~PATRIMONIO (Atractivos Culturales)~~ Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: Ampliación de la frontera agrícola y sobre pastoreo.

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO	X			4X4	X				DIAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio:
ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						30 días
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	
					AVIONETA						
					HELICÓPTEROS					Naturales:	Da Inicio 06H00 a 18H00

Observaciones: Se puede alquilar un vehículo en la ciudad de San Gabriel para llegar al ingreso de la cascada, existe una ruta de bus desde San Gabriel – Chután Bajo.

A P O Y O

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: San Gabriel - Chután Bajo (Línea de buses Urbanos - Compañía Urbamingueros)

DESDE: San Gabriel HASTA: Chután Bajo FRECUENCIA: diaria DISTANCIA: 2.5 km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ☐ ENTUBADA ☐ TRATADA ☐ DE POZO ☐ NO EXISTE ■ OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO ☐ GENERADOR ☐ NO EXISTE ■ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA ☐ POZO CIEGO ☐ POZO SÉPTICO ☐ NO EXISTE ■ OTROS

PRECIO

SI ☐ NO ☐ ENTRADA LIBRE ■ OTROS

OBSERVACIONES:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
La Laguna del Salado	11 Km.
Ciudad de San Gabriel	3 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL ■ NACIONAL

PROVINCIAL ■ INTERNACIONAL ☐

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos ■

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES ENCUESTADOR: GMM / UPEC – ETE FICHA: Nº 04 FECHA: marzo 2012 SUPERVISOR EVALUADOR: GMM - Turismo NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada de Paluz II PROPIETARIO: Sr. Raúl Villota CATEGORÍA: Sitios Naturales TIPO: Ríos SUBTIPO: Cascadas
2. UBICACIÓN **LATITUD:** PROVINCIA: Carchi CANTÓN: Montúfar LOCALIDAD: San Gabriel CALLE: Vía a Chután Alto NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: **LONGITUD:**
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Chután Bajo NOMBRE DEL POBLADO: San Gabriel

C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: 3047 m.s.n.m. TEMPERATURA: 10 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA : 1500 - 1750 cm^3 LATITUD: 037.573 LONGITUD: 7750.947 TAMAÑO Tiene una caída aproximada de 30 m de alto y 15m de ancho CALIDAD DEL AGUA El agua es turbia y contaminada debido a los sembríos que existen alrededor. El agua posee una temperatura de 8ºC. FLORA Y FAUNA Flora: suro (*Chusquea scandens*), pumamaqui (*Oreopanax sp.*), chilca (*Baccharis sp.*), mora (*Rubus sp.*), arrayán (*Eugenia sp.*), helechos (*Adiantum sp.*), bromelias (*Tillandsia sp.*), guanto (*Bugmansia aura*), cordoncillo (*Piper sp.*). Chaquilulo (Fauna: conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), torcazas (*Zenaida auriculata*), mirlos (*Turdus fuscater*), gorriones (*Zonotrichia capensis*), tangaras (*Euphonia xantogaster*), sacha cuy (*Agouti taczanowski*), ardillas (*Sciurus granatensis* DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE La cascada está ubicada entre dos pendientes rocosa de formación geológica, rodeada por vegetación herbácea, arbustiva, plantas leñosas y árboles naturales y exóticos. Debido a la humedad que presenta los alrededores de la cascada, el suelo es pantanoso con presencia de cortaderas, el agua que nace de los acuíferos es de color amarillenta por la presencia de hierro. Por encontrarse en un cañón de formación geológica, su entorno encierra un paisaje encantador y se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el sendero que conduce hasta la cascada. PERMISOS Y RESTRICCIONES: Para ingresar al atractivo no hay restricciones pero se debe tener cuidado al momento de atravesar el sendero con las circundas, ya que los animales domésticos pueden causar daños en los cultivos y pastizales que se encuentran en terrenos de propiedad privada

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Ecoturismo Fotografía Turismo de Aventura (Trekking) ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Se mantiene las condiciones ambientales de la cascada PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: El entorno de la cascada esta conservado debido a que se encuentra en un cañón de formación geológica, impidiendo alterar el entorno que rodea a la cascada

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365	
	LASTRADO				AUTOMÖVIL	X					
	EMPEDRADO	X			4X4	X				DIAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio:
ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						30 días
					OTROS					HORAS AL DIA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	
					AVIONETA						
					HELICPTEROS					Naturales:	08H00 a 17H00

Observaciones:

A P O Y O

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: San Gabriel – Chutan Bajo.

DESDE: San Gabriel HASTA: Chutan Bajo FRECUENCIA: diaria DISTANCIA: 3Km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	☐	☐	☐	☐	■

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR		NO EXISTE	OTROS
	☐	☐	☐	■

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
	☐	☐	☐	■

PRECIO

SI	NO	ENTRADA LIBRE	OTROS
	☐	☐	■

OBSERVACIONES:
Para ingresar se debe atravesar por terrenos de propiedad privada.

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Cascada de Paluz	2 Km
Ciudad de San Gabriel.	6 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	■	NACIONAL	☐
PROVINCIAL	☐	INTERNACIONAL	☐

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: GMM / UPEC - ETE

FICHA: Nº 04

FECHA: marzo 2012

SUPERVISOR EVALUADOR: GMM - Turismo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pilar de Athal

PROPIETARIO: Edison Maspud

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: Carchi	CANTÓN: Montúfar	LOCALIDAD: Athal
CALLE:	NÚMERO: S/N	TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: San Gabriel

NOMBRE DEL POBLADO: La Paz

C A L I D A D	V A L O R I N T R Í N S E C O	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: 2.617 m.s.n.m. TEMPERATURA: 12 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA: 1500 - 1750 cm^3 LATITUD: 30,538 LONGITUD: 7748.53 UBICACIÓN Una enorme roca con inscripciones se encuentra al sureste de la ciudad de San Gabriel hacienda El Vínculo. Este petroglifo de forma paralele pida se ubica a unos 30m de la orilla este del río Cuasmal. ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN Posiblemente corresponde al Período de Integración comprendido entre los años 700 d.C. hasta 1500 d. C., perteneciente a la cultura Pasto. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Tiene una altura de 3m y sus cuatro lados de 2.60 a 2.80m. En la cara superior tiene varios signos, la mayoría geométricos, sobresale un rectángulo dividido diagonalmente. INTERPRETACIÓN El arqueólogo alemán Max Uhle (1932), cree que este signo está relacionado con el culto al sol. En cambio, Peña herrera y Costales (1968:399) sostienen que dicho signo no tiene sentido heliolátrico y que el conjunto de signos estarían más bien relacionados con el culto al agua, En la prospección arqueológica realizada el 30 de octubre de 1997 (Echeverría J. y W. Oña, observación personal), se pudo constatar que los signos se grabaron superficialmente en la roca y no hay evidencias de pulimento. Por el efecto de los agentes externos a través del tiempo, casi se han borrado y no hay contraste de color. A más de los signos señalados por algunos investigadores, descubrimos que también la superficie superior de la piedra tiene signos grabados, se destacan dos pares de doble espiral, una de aproximadamente de siete espiras o vueltas y otra de tres. Estos signos se hicieron seguramente para plasmar un mensaje, es difícil su interpretación. Probablemente, sea la manifestación estilizada de algún mito, un lugar ceremonial, quizá de iniciación de un Shamán; un mojón o límite tribal. La espiral es una figura que expresa movimiento rotatorio, posiblemente la doble espiral signifique el viento (Porras 1985:230). Sin duda, este petroglifo merece una investigación profunda y una adecuación del sitio PERMISOS Y RESTRICCIONES: Para ingresar al atractivo se debe solicitar permiso al propietario del terreno

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Turismo Cultural (arqueología) Turismo Científico ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ■ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: Por agentes externos los rasgos y figuras se ha borrado y no Hay contraste de color. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ■ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: Rodean al petroglifo cultivos, pastizales y ciertas viviendas

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL						
	EMPEDRADO		x		4X4	X				DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Lunes
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Día Fin: Domingo(30 días)
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio: 08:00 AM
					AVIONETA						Día Fin: 18:OO PM
					HELICÓPTEROS					Naturales:	

Observaciones: Para llegar al sitio turístico se debe contratar transporte, en la ciudad de San Gabriel.

APOYO

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA:
DESDE: HASTA: FRECUENCIA:
DISTANCIA: ……

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	ENTUBADA	ATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	☐	■	☐	☐	☐

ENERGÍA ELÉCTRICA

	SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR		NO EXISTE	OTROS
		■	☐		☐

ALCANTARILLADO

	RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
	☐	☐	☐	■	☐

PRECIO

	SI	NO	ENTRADA LIBRE	OTROS
	☐	☐	■	

OBSERVACIIONES:
.

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Gruta de la Paz	3 Km.
Bosque Ceja	
Andina Padre Haragán	7 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	■	NACIONAL	☐
PROVINCIAL	■	INTERNACIONAL	☐

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES ENCUESTADOR: GMM / UPEC - ETE FICHA: Nº 02 FECHA: marzo SUPERVISOR EVALUADOR: GMM – Turismo 2012 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Matriz de San Gabriel PROPIETARIO: Diócesis de San Gabriel CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Históricas SUBTIPO Arquitectura Religiosa
2. UBICACIÓN PROVINCIA: Carchi CANTÓN: Montúfar LOCALIDAD: San Gabriel CALLE: Bolívar NÚMERO: 11-10 TRANSVERSAL: García Moreno
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Huaca NOMBRE DEL POBLADO: Cristóbal Colón

CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: 2884 m.s.n.m. — TEMPERATURA: 12 ºC — PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA: 1500 - 1750 cm^3 LATITUD: 35.848 — LONGITUD: 7750.055 ESTILO El diseño y construcción bien podría atribuirse a Pedro Brunning, en razón de la influencia ecléctica que es dominante. También se observa un estilo gótico tanto en la fachada cuanto en los interiores (encañonados y arquería central y laterales). Dentro de la iglesia existen hermosos altares de estilo republicano moderno y muestras pictóricas que resaltan escenas bíblicas CONSERVACIÓN DEL ESTILO Trata de mantener el estilo original a pesar de que fue reconstruida hace 10 años. ESTILO DEL ENTORNO Guarda la arquitectura civil tradicional. El espacio de la plazoleta mayor nivel ubicada en la esquina de la manzana, muestra un empozamiento original que permitió conformar el entorno cultural y el simbolismo que ahora conserva. En la parte externa existe la Cruz Pasto en razón de que el templo es un sitio ceremonial respetado por los antiguos Pastos. EPOCA DE CONSTRUCCIÓN Tiene una construcción similar a la de la iglesia de Huaca data del año de 1578; la segunda se construyó en 1612 gracias al cacique Sebastián García Paspuel Tuza y sus descendientes. Esta iglesia era de paja y madera de montaña. En 1740 se construye otra iglesia más amplia gracias a la ayuda de la cacica Juana Paspuel Tuza quien amplía en 10 varas más el largo de la iglesia. En 1905 con ocasión de la cantonización de San Gabriel se termina de remodelar la iglesia y se pone bajo el amparo de Nuestra Señora de la Nieves Tuza y por vez primera vez se utiliza teja en toda la iglesia ya que antiguamente tenía solamente la parte superior que era de una sola nave. Más tarde recibe varias reconstrucciones debido a la humedad y calidad de los materiales. En 1990 se reconstruye totalmente la iglesia con el aporte del Municipio de Montúfar, la Diócesis de Tulcán y se le da un estilo modernista. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Está conformada por una sola nave con tres cúpulas: dos en la parte anterior una la parte posterior y en el centro de estas la imagen del arcángel San Gabriel. MATERIALES UTILIZADOS Piedra, cal, cemento, encofrado, ladrillo. MUESTRAS RELEVANTES En el altar mayor se encuentra la imagen de la Virgen de las Nieves que es una figura "Juca" es decir que solamente tiene la figura sin vestido y encarnado. Posteriormente en la restauración le anexaron un vestido esgrafiado pertenece a la escuela quiteña siglo XVIII, tiene 50cm de altura, cabello natural (peluca), sobre cabello de madera es una de las más hermosas figuras coloniales que existen en la Provincia del Carchi. DECORACIÓN Modernista, excepto el altar mayor que es decorado con pan de oro. PERMISOS Y RESTRICCIONES

C A L I D A D	V A L O R E X T R Í N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Turismo Religioso Turismo Cultural (historia) ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Fiestas Patronales de la Virgen de las Nieves	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Mantenimiento por parte de las autoridades eclesiásticas . PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Se mantiene la armonía arquitectónica

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				288	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: martes Día Fin: domingo(30 días)
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: 07:00 AM Día Fin: 19:OO PM
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones: Se puede visitar el interior del templo de martes a domingo a las 07:00 horas, sábados a las 07:00 horas, 15:00 horas, 17:00 horas, domingos 07:00 horas, 09:00 horas, 11:00 horas, 19:00 horas.

A P O Y O

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:
NOMBRE DE LA RUTA: Tulcán - San Gabriel
DESDE: Tulcán HASTA: San Gabriel
FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 42 km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	■ ENTUBADA	☐ ENTRATADA	☐ DE POZO	☐ NO EXISTE	☐ OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	■ GENERADOR	☐	NO EXISTE	☐ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	■ POZO CIEGO	☐ POZO SÉPTICO	☐ NO EXISTE	☐ OTROS

PRECIO

SI	☐	☐ ENTRADA LIBRE	■ OTROS

OBSERVACIIONES:
.

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Cascada de Paluz I	4 Km.
Ciudad de san Gabriel	0 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	■	NACIONAL	☐
PROVINCIAL	■	INTERNACIONAL	☐

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR: GMM / UPEC - ETE		FICHA: Nº 02
SUPERVISOR EVALUADOR: GMM – Turismo		FECHA: marzo 2012
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia San José de San Gabriel		
PROPIETARIO: Diócesis de San Gabriel		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Históricas
SUBTIPO Arquitectura Religiosa		
2. UBICACIÓN		
PROVINCIA: Carchi	CANTÓN: Montúfar	LOCALIDAD: San Gabriel
CALLE: Bolívar	NÚMERO: 11-10	TRANSVERSAL: García Moreno
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Huaca		
NOMBRE DEL POBLADO: Cristóbal Colón		

CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: 2700 m.s.n.m. TEMPERATURA: 12 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA: 1500 - 1750 cm^3 LATITUD: 49.848 LONGITUD: 7810.242 ESTILO El diseño y construcción bien podría atribuirse a Pedro Brunning, en razón de la influencia ecléctica que es dominante. También se observa un estilo gótico tanto en la fachada cuanto en los interiores (encañonados y arquería central y laterales). Dentro de la iglesia existen hermosos altares de estilo republicano moderno y muestras pictóricas que resaltan escenas bíblicas CONSERVACIÓN DEL ESTILO Trata de mantener el estilo original a pesar de que fue reconstruida hace 8 años. ESTILO DEL ENTORNO Guarda la arquitectura civil tradicional. El espacio de la plazoleta mayor nivel ubicada en al frente del coliseo de la ciudad, muestra un empozamiento original que permitió conformar el entorno cultural y el simbolismo que ahora conserva. En la parte externa existe la Cruz Pasto en razón de que el templo es un sitio ceremonial respetado por los antiguos Pastos. EPOCA DE CONSTRUCCIÓN Tiene una construcción similar a la de la iglesia de Huaca data del año de 1578; la segunda se construyó en 1612 gracias al cacique Sebastián García Paspuel Tuza y sus descendientes. Esta iglesia era de paja y madera de montaña. En 1740 se construye otra iglesia más amplia gracias a la ayuda de la cacica Juana Paspuel Tuza quien amplía en 10 varas más el largo de la iglesia. En 1905 con ocasión de la cantonización de San Gabriel se termina de remodelar la iglesia y se pone bajo el amparo de Nuestra Señora de la Nieves Tuza y por vez primera vez se utiliza teja en toda la iglesia ya que antiguamente tenía solamente la parte superior que era de una sola nave. Más tarde recibe varias reconstrucciones debido a la humedad y calidad de los materiales. En 1990 se reconstruye totalmente la iglesia con el aporte del Municipio de Montúfar, la Diócesis de Tulcán y se le da un estilo modernista. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Está conformada por una sola nave con tres cúpulas: dos en la parte anterior una la parte posterior. MATERIALES UTILIZADOS Piedra, cal, cemento, encofrado, ladrillo. MUESTRAS RELEVANTES En el altar mayor se encuentra la imagen de la Virgen de las Nieves que es una figura "Juca" es decir que solamente tiene la figura sin vestido y encarnado. Posteriormente en la restauración le anexaron un vestido esgrafiado pertenece a la escuela quiteña siglo XVIII, tiene 50cm de altura, cabello natural (peluca), sobre cabello de madera es una de las más hermosas figuras coloniales que existen en la Provincia del Carchi. DECORACIÓN Modernista, excepto el altar mayor que es decorado con pan de oro. PERMISOS Y RESTRICCIONES

C A L I D A D	V A L O R E X T R Í N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Turismo Religioso Turismo Cultural (historia) ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Fiestas Patronales de la Virgen de las Nieves	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO NO ALTERADO ☐ DETERIORADO CONSERVADO EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Mantenimiento por parte de las autoridades eclesiásticas . PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO NO ALTERADO ☐ DETERIORADO CONSERVADO EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Se mantiene la armonía arquitectónica

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				288	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: martes
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Día Fin: domingo(30 días)
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: 07:00 AM
					AVIONETA						Día Fin: 19:OO PM
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones: Se puede visitar el interior del templo de martes a domingo a las 08:00 horas, sábados a las 08:00 horas, 15:00 horas, 17:00 horas, domingos 07:00 horas, 09:00 horas, 11:00 horas, 19:00 horas.

A P O Y O

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:
NOMBRE DE LA RUTA: San Gabriel
DESDE: Tulcán HASTA: San Gabriel
FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 42 km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	■ NTUBADA	☐ ACARREO	☐ DE POZO	☐ NO EXISTE	☐ OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	■ GENERADOR	☐	NO EXISTE	☐ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	■ POZO CIEGO	☐ POZO SÉPTICO	☐ NO EXISTE	☐ OTROS

PRECIO

SI	☐	☐ ENTRADA LIBRE	■ OTROS

OBSERVACIIONES:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Cascada de Paluz I	4 Km.
Ciudad de san Gabriel	0 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	■	NACIONAL	☐
PROVINCIAL	■	INTERNACIONAL	☐

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES ENCUESTADOR: GMM / UPEC-ETE FICHA: Nº 08 FECHA: marzo 2012 SUPERVISOR EVALUADOR: GMM - Turismo NOMBRE DEL ATRACTIVO: Baile de Inocentes PROPIETARIO: CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Acontecimientos Programados SUBTIPO: Fiestas
2. UBICACIÓN PROVINCIA: Carchi CANTÓN: Montúfar LOCALIDAD: San Gabriel CALLE: Bolívar NÚMERO: TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Cristóbal Colón NOMBRE DEL POBLADO: Huaca

C A L I D A D	V A L O R I N T R Í N S E C O	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTRA: 2.914 m.s.n.m. TEMPERATURA: 10 ºC PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:1000-1250 cm^3 LATITUD: 035.897 LONGITUD: 7750.117 MOTIVACIÓN No se ha establecido con exactitud desde cuando inicia la tradición del Baile de Inocentes, fiesta que se realiza para expresar los sentimientos de un pueblo matizado con peculiaridades físicas, sociales, culturales y su quehacer vivencial. PERIODICIDAD Se lo realiza el último sábado de enero de cada nuevo año. LUGAR DE REALIZACIÓN Se inicia en el Parque Carlos Montúfar, en el barrio San José en el sector conocido como la Posta, en la Av. Atahualpa y calle Induje, continúa por la calle Bolívar y termina en el parque Principal (Plaza González Suárez) frente al edificio principal del Gobierno Municipal de Montúfar este trayecto tiene un recorrido aproximado de 1.5 Kms. DESCRIPCIÓN DE PROGRAMAS El Gobierno Municipal de Montúfar ha institucionalizado el evento, y a través del departamento de Educación, Cultura, Deportes, Turismo; iniciando con la planificación y la convocatoria a la culta ciudadanía montufareña y a los cantones vecinos, instituciones Educativas de los diferentes niveles del cantón, provincia y la región norte del Ecuador como también a los grupos culturales del vecino país de Colombia, clubes, grupos organizados, asociaciones. El tradicional Baile de Inocentes es una fiesta con mucha algarabía y humor por parte de los participantes quienes utilizan diversos trajes y preparan comparsas con las que realizan este recorrido interactuando con los espectadores que los toma por sorpresa para ponerlos a participar en escena hasta llegar al parque principal donde se encuentra una tarima en la cual están autoridades y parte del jurado calificador, en este espacio tienen tres minutos para demostrar la composición de la comparsa con alegría y picardía para el deleite de los espectadores. En esta fiesta se recuerda a los personajes del pueblo, como también no faltan los personajes representativos como curas, monjas, la pareja de novios, los adultos, policías, militares, viudas, duendes, diablos y en infaltable intrépido payaso, que al son de las diferentes tonadas dan rienda suelta a las destrezas de diferentes pases de baile con mucha alegría y ocurrencias de los danzantes, durante el trayecto. Dentro de la propuesta para el desarrollo de este evento el Gobierno Municipal de Montúfar hace reconocimientos económicos para el mejor disfraz, payaso, pareja y la mejor composición de comparsa.} PARTICIPACIÓN En esta fiesta participan la colectividad montufareña en razón que es parte de su tradición, como también asisten desde los cantones vecinos y delegaciones invitadas, no existen límites de edad para participar en este festejo. PERMISOS Y RESTRICCIONES

C A L I D A D	V A L O R E X T R Í N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Turismo Cultural Fotografía ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Los habitantes de la ciudad de San Gabriel y del cantón han mantenido viva la tradición del festejo, en la actualidad existen nuevos personajes no tradicionales. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ CAUSAS: Se refleja lo cultural, lo simbólico, artístico, picaresco de tiempos, escenarios pasados y presentes, se mantiene el recorrido

APOYO

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				1	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Sábado
ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin: Sábado
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio: 15H00
					AVIONETA						Día Fin:
					HELICÓPTEROS					Naturales:	

Observaciones: No existen prohibiciones ni restricciones que impidan la visita

A P O Y O

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: Tulcán – San Gabriel

DESDE: San Gabriel HASTA: Cristóbal Colón
FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 42 Km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐	☐	☐

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR		NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐	☐

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐	☐

PRECIO

SI	NO	ENTRADA LIBRE	OTROS
☐	☐	☐	

OBSERVACIIONES:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Cascada de Paluz	4 Km.
Bosque de los Arrayanes	8 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	■	NACIONAL	■
PROVINCIAL	■	INTERNACIONAL	■

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: GMM / UPEC-ETE

FICHA: Nº 07
FECHA: marzo 2012

SUPERVISOR EVALUADOR: GMM - Turismo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Quesos Amasados

PROPIETARIO: Varios

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: Carchi

CANTÓN: Montúfar

CALLE:

NÚMERO: S/N

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Huaca

NOMBRE DEL POBLADO: Cristóbal Colón

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 2.873 m.s.n.m.

TEMPERATURA: 10 ºC

PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:1000-1250 cm^3

LATITUD: 035.897

LONGITUD: 7750.117

CALIDAD Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Los quesos son elaborados en forma artesanal utilizando leche entera, por lo que se tiene mucho cuidado en las condiciones de higiene a fin de lograr un buen resultado. El sabor del queso es salado y la textura granulada. El producto final es empaquetado en fundas plásticas y comercializado. Aproximadamente se elaboran 3000 unidades diarias, que son comercializados localmente y en otras partes, se comercializan en ciudades como Ibarra y Quito

INSTALACIONES EXISTENTES

En la ciudad de San Gabriel existen algunos sitios en donde elaboran el producto, pero no disponen de infraestructura técnica.

FORMA DE PREPARACIÓN

Se recopila la leche, se calienta durante 10 minutos y se la deja entibiar. Luego se mezcla con leche fría y compuesta con cuajo, se almacena en tanques plásticos, en estado de reposo.

Una vez que se obtiene el quesillo, se mezcla con sal yodada y se lo muele a mano hasta eliminar todo el suero con el objeto de lograr una textura granulada. Más tarde se vierte en moldes redondos y se los deja reposar durante una hora hasta lograr que el producto se solidifique. En este punto está homogénea lista para su comercialización.

ESPECIALIDAD

Quesos amasados y quesillos (cuajadas)

INGREDIENTES

Leche, Sal, Cuajo

PERMISOS Y RESTRICCIONES

C A L I D A D	V A L O R E X T R Í N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) Turismo Gastronómico ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ CAUSAS: Por ser la elaboración una tradición, la gente que elabora trasmite sus conocimientos de generación en generación. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: Fecha de Declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ■ DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ CAUSAS: la tradición continúa tanto en consumo como en la elaboración, que es transmitida de generación en generación.

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DIAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio: 14:00 pm
					AVIONETA						Día Fin: 18 pm
					HELICÓPTEROS					Naturales:	

Observaciones: Se debe solicitar el permiso para acceder al sitio de elaboración

APOYO

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:
NOMBRE DE LA RUTA: Tulcán- San Gabriel
DESDE: Tulcán HASTA: San Gabriel FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 42 km

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	■	☐	☐	☐	☐

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS
■	☐	☐	☐

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
■	☐	☐	☐	☐

PRECIO

SI	NO	ENTRADA LIBRE	OTROS
☐	☐	☐	☐

OBSERVACIONES:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
Bosque los Arrayanes	8 Km.
Cascada de Paluz	3 Km.

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	NACIONAL	
■	☐	
PROVINCIAL	INTERNACIONAL	
■	☐	

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR