



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS**  
**NATURALES**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL  
CANTÓN SAQUISILÍ”**

---

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciadas en  
Turismo

**Autoras:**

Arias Molina Daniela Alejandra  
Calvopiña Palacios Ámbar Sarahi

**Tutora:**

Benavides Zura Norma Lucía

**LATACUNGA - ECUADOR**

**Febrero 2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Daniela Alejandra Arias Molina, con cédula de ciudadanía No. 1725395709 y Ámbar Sarahi Calvopiña Palacios, con cédula de ciudadanía No. 1751286616, declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación: "Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Saquisilí" siendo la Licenciada. Mg. Norma Lucía Benavides Zura, Tutora del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Daniela Alejandra Arias Molina

Estudiante

CC. 1725395709



Ámbar Sarahi Calvopiña Palacios

Estudiante

CC. 1751286616



Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mg.

Docente Tutora

CC. 1002669644

## CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **ARIAS MOLINA DANIELA ALEJANDRA**, identificada con C.C. No. **1725395709**, de estado civil soltera y con domicilio en Quito, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.- LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Saquisilí” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico**

Inicio de carrera: octubre 2018-marzo 2019

Finalización de la carrera: abril 2022- agosto 2022

Aprobación en Consejo Directivo: 03 de junio del 2022

Tutora: Licenciada. Mg. Norma Lucía Benavides Zura

Tema: Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Saquisilí

**CLÁUSULA SEGUNDA.- LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA.-** Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA.- OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- f) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.-** El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.-** El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA.- CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.-** Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA.- LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.- LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.-** El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.-** En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.-** Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 10 días del mes de febrero del 2023.

Daniela Alejandra Arias Molina  
**LA CEDENTE**

Fabrizio Tinajero Jiménez, Ph.D.  
**LA CESIONARIA**



## CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **AMBAR SARAHI CALVOPIÑA PALACIOS**, identificada con C.C. No. **1751286616**, de estado civil soltera y con domicilio en Quito, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.- LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Saquisilí” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico**

Inicio de carrera: octubre 2018-marzo 2019

Finalización de la carrera: abril 2022- agosto 2022

Aprobación en Consejo Directivo: 03 de junio del 2022

Tutora: Licenciada. Mg. Norma Lucía Benavides Zura

Tema: Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Saquisilí

**CLÁUSULA SEGUNDA.- LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA.-** Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA.- OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- f) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.-** El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.-** El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA.- CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.-** Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA.- LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.- LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.-** El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.-** En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.-** Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 10 días del mes de febrero del 2023.

Ámbar Sarahi Calvopiña Palacios  
**LA CEDENTE**

Fabricio Tinajero Jiménez, Ph.D.  
**LA CESIONARIA**

## AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutora del Proyecto de Investigación con el título:

**“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ”**, de **Arias Molina Daniela Alejandra** y **Calvopiña Palacios Ámbar Sarahi**, de la carrera **Licenciatura en Turismo**, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre-defensa.

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mg.

**DOCENTE TUTORA**

CC: 1002669644

## AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, los postulantes: Arias Molina Daniela Alejandra y Calvopiña Palacios Ámbar Sarahi, con el título del Proyecto de Investigación: “IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Lector 1 (Presidenta)

Ing. Andrade Ayala Andrea Isabel, M.Sc.

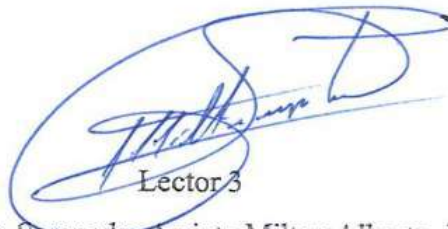
CC: 1719291468



Lector 2

Lcdo. Abarca Zaquinaula Manuel Antonio, Mgs.

CC: 1103989669



Lector 3

Ing. Sampedro Arrieta Milton Alberto, M.Sc

CC: 0602636987

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a mi padre celestial por darme las fuerzas para cumplir con mi objetivo y no desfallecer ante las adversidades que se me presentaron durante este camino. En segundo lugar, quiero agradecer a mi amada familia por ser ese pilar fundamental en mi vida tanto económico como emocional. En tercer lugar, quiero agradecer a mi tutora por brindarme su apoyo, su tiempo y encaminarme de manera correcta durante este proceso. En último lugar, pero no menos importante a los docentes por forjarme en este arduo camino y compartir su conocimiento en las aulas de mi querida Universidad Técnica Cotopaxi.

Daniela Alejandra Arias Molina

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a mi padre celestial por darme las fuerzas para cumplir con mi objetivo y no desmayar ante cualquier adversidad, en segundo lugar, quiero agradecer a mi madre Tatiana Palacios, por estar presente en todo este proceso de mi vida universitaria y siempre ser esa mano amiga. En tercer lugar, agradecer a la Ing. Norma Lucía Benavides por ser esa guía que me motivo y me enseñó aprender de los errores y seguir adelante, y por último a los docentes de la carrera de turismo por impartirme de su conocimiento y sabiduría para poder ser una gran profesional.

Ámbar Sarahi Calvopiña Palacios

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar de manera especial a mi madre María Molina por ser la persona más importante y guiarme durante todo este viaje universitario; sin ella no hubiera sido posible culminar una etapa más y también mencionar a todas esas personas que forman parte importante de mi vida como lo es mi padre, mi hermano y la persona que amo, ellos siempre han estado ahí incondicionalmente apoyándome cada día para terminar con éxitos mis estudios.

Daniela Alejandra Arias Molina

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar principalmente a Dios por cumplir sus promesas y acogerme entre sus brazos como la niña de sus ojos, a mi madre quien ha estado incondicionalmente y no me ha soltado la mano, también quiero dedicar a mis abuelos, quienes han sido mi pilar fundamental para la culminación de mis estudios y ser mis segundos padres y quiero dedicar a mi familia en general por creer en mí y darme todo su apoyo y siempre poner mi vida en manos de Dios.

Ámbar Sarahi Calvopiña Palacios



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**TÍTULO: “IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ”**

AUTORES: Arias Molina Daniela Alejandra  
Calvopiña Palacios Ámbar Sarahi

**RESUMEN**

Saquisilí es un lugar de encanto que se encuentra en el corazón de la provincia de Cotopaxi, conocido como Asiento Comercial y Turístico del Ecuador. El proyecto se basó en la elaboración de productos turísticos para el cantón, esto se realizó con el fin de generar nuevas propuestas turísticas que sean aplicadas por el University Tourism Center. Se planteó 3 objetivos, el primer objetivo consiste en un inventario descriptivo de los principales productos que se han elaborado para el cantón, se realizó revisión bibliográfica, dando como resultado 3 productos, de la Universidad Técnica de Cotopaxi y el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, posteriormente se inventario de acuerdo a los elementos que conforman un producto en base a la metodología: Manual para la planificación de productos turísticos “Suiza-SECO”( Secretaria de Estado para Asuntos Económicos).El segundo objetivo es el diseño de productos turísticos, basado en la metodología del primer objetivo, se registró la oferta del cantón , se aplicó 381 encuestas en que dieron como resultado el perfil del turista, se elaboró el FODA y se diseñó 3 productos turísticos en base al turismo de naturaleza, cultural y religioso. Por último, el tercer objetivo es la elaboración de un plan de marketing enfocado en la promoción y difusión en el University Tourism Center, en base a la metodología: “Libro “Introducción al Marketing” del Ph.D. Fabricio Tinajero y la Ph.D Idalia Pacheco, se estableció estrategias en base al FODA cruzado, se elaboró tablas MEFI Y MEFE, se describió la competencia y proveedores, se formuló objetivos del plan y se aplicó el marketing mix(producto, precio, plaza y promoción), además se realizaron entrevistas a las autoridades del GADMIC. Como conclusión se describieron 3 productos existentes en el cantón mediante una base de datos, se diseñaron 3 productos turísticos de acuerdo con el perfil del turista y se elaboró un plan de marketing en relación a las estrategias de promoción para ser difundidas en el University Tourism Center. Se recomienda la elaboración de una metodología para el inventario de productos turísticos y mantener una buena comunicación con las autoridades del GADMIC para su posterior aplicación.

**Palabras clave:** Productos turísticos, oferta, demanda, planta turística, plan de marketing, FODA cruzado, marketing mix, inventario descriptivo, University Tourism Center.

**COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY**

**AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES FACULTY**

**TOPIC: "TOURIST PRODUCTS IDENTIFICATION AND ELABORATION FOR THE CANTON SAQUISILÍ"**

**AUTHORS:** Arias Molina Daniela Alejandra

Calvopiña Palacios Ámbar Sarahi

**ABSTRACT**

Saquisilí is a charming place located in the heart from Cotopaxi province, it is known as the Commercial and Tourist Seat of Ecuador. The project was based on the tourist products elaboration for the canton, this was done, in order to generate new tourist proposals which are applied by the University Tourism Center. It was raised 3 aims, the first aim consists a main products descriptive inventory, what have been developed for the canton, it was made a bibliographic review, giving as result 3 products of Cotopaxi Technical University and Cordillera Higher Technological Institute, later, it was made an inventory, according to the elements, what make up a product based on to the methodology: Manual for the tourist products planning "Switzerland-SECO" (State Secretary for Economic Affairs). The second aim is the tourist products design, it based on the first aim methodology, it was registered the offer from canton, it was applied 381 surveys that giving as result, it was got the tourist profile, it was elaborated the FODA and was desing 3 tourist products into based on nature, cultural and religious tourism. Finally, the third aim is a focused marketing plan elaboration on the promotion and diffusion in the University Tourism Center, based on the "Book "Introduction to Marketing" methodology by Ph.D. Fabricio Tinajero and Ph.D. Idalia Pacheco, it was established strategies based on the crossed FODA, it was elaborated MEFI and MEFE tables, it was described, the competition and suppliers, it was formulated the plan aims and was applied the marketing mix (product, price, place and promotion) further interviews with GADMIC authorities. As conclusion, it was described 3 existing products in the canton, through a database, it was designed 3 tourist products, according to the tourist profile and it was elaborated a marketing plan into relation to promotional strategies for being disseminated in the University Tourism Center. It is recommended to develop a methodology for the tourist products inventory and maintain good communication with the GADMIC authorities its subsequent application.

**Keywords:** Tourism products, supply, demand, tourism plant, marketing plan, crossed, FODA marketing mix, descriptive inventory, University Tourism Center.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
DEDICATORIA.....	xi
DEDICATORIA.....	xii
RESUMEN .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	3
3.1 Directos .....	3
3.2 Indirectos.....	3
4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	4
5. OBJETIVOS .....	5
5.1. Objetivo General.....	5
5.2. Objetivos específicos .....	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS .....	6
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TÉCNICA.....	8
7.1 Fundamentación legal .....	8
7.1.1 Constitución de la República del Ecuador .....	8
7.1.2 Ley del Turismo .....	9
7.1.3 PLANDETUR 2020 .....	9
7.1.4 PLAN NACIONAL DE TURISMO 2030 .....	11
7.2 Marco Teórico.....	11
7.2.1 Turismo .....	11
7.2.2 Inventario turístico .....	12
7.2.3 Recurso turístico.....	12
7.2.4 Atractivo turístico.....	13
7.2.5 Producto turístico .....	13

7.2.6 Patrimonio Cultural .....	15
7.2.7 Ruta turística .....	16
7.2.8 Recorrido turístico.....	16
7.2.9 Marketing .....	17
7.2.10 Plan de marketing.....	17
7.2.11 Planta Turística.....	17
7.2.12 Oferta y demanda .....	18
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS. ....	18
9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL .....	19
9.1 Metodología planteada para el objetivo 1 .....	19
9.2 Metodología planteada para el objetivo 2 .....	21
9.3 Metodología planteada para el objetivo 3 .....	24
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	27
10.1 Historia.....	27
10.2 Características climáticas.....	28
10.3 Ubicación geográfica .....	28
10.4 Resultados objetivo 1 .....	29
10.4.1 Descripción de productos turísticos del cantón Saquisilí.....	29
10.5 Resultados del objetivo 2 .....	38
10.5.1 Oferta.....	38
10.5.1.1 Accesibilidad. ....	38
.....	39
10.5.1.2 Servicio de transporte. ....	40
10.5.1.3 Atractivos turísticos.....	40
10.5.1.4 Actividades turísticas.....	48
10.5.1.5 Alojamiento. ....	50
10.5.1.6. Servicio de Alimentos y Bebidas.....	52
10.5.1.7. Servicio de Ocio y Esparcimiento. ....	55
10.5.1.8 Servicio de Agencia de Viajes.....	56
10.5.1.9 Servicios básicos.....	57
10.5.2 FODA .....	58
10.5.3 Demanda.....	59
10.5.3.1 Análisis e interpretación de encuestas. ....	59
10.5.3.2 Perfil del Turista. ....	72
10.5.4 .Conceptualización del producto turístico.....	72

10.5.4.1 Descripción de productos potenciales. ....	72
10.5.4.2 Identificación de productos turísticos. ....	77
10.5.5 Diseño del producto .....	96
10.5.5.1 Elaboración de fichas.....	96
10.5.5.2 Gráfico del producto.....	96
10.6 Resultados objetivo 3 .....	100
10.6.1 Matrices de evaluación de resultados MEFI y MEFE.....	100
10.6.2 Análisis de estrategias FODA cruzado.....	103
10.6.2 Competencia.....	106
10.6.2.1 Descripción de la competencia. ....	106
10.6.3 Proveedores. ....	109
10.6.4 Formulación de objetivos .....	109
10.6.4.1 Objetivos del Plan de Marketing. ....	110
10.6.5 Implementación.....	110
10.6.5.1 Producto.....	110
10.6.5.1.1 Descripción de productos turísticos. ....	110
10.6.5.1.2 Guiones turísticos.....	111
10.6.5.1.3 Itinerarios. ....	119
10.6.5.1.4 Entrevistas.....	122
10.6.5.2 Precio. ....	126
10.6.5.3 Promoción.....	128
10.6.5.4 Plaza.....	129
11. IMPACTOS .....	130
11.1 Impacto Social .....	130
11.2 Impacto Ambiental.....	130
11.3 Impacto Económico .....	130
12. PRESUPUESTO.....	131
12.1 Presupuesto .....	131
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	132
13.1 Conclusiones .....	132
13.2 Recomendaciones .....	133
14. REFERENCIAS .....	134
15. APÉNDICES .....	138
Apéndice 1. Hoja de vida del equipo de investigadores.....	138
Apéndice 2. Hoja de vida del equipo de investigadores .....	142

Apéndice 3. Modelo de encuesta perfil del turista.....	144
Apéndice 4. Modelo de entrevista .....	146
Apéndice 5. Resultados de Evaluación Técnica de Atractivos Turísticos.....	147
Apéndice 6. Fichas de Atractivos Turísticos .....	149
Apéndice 7. Fichas de productos turísticos.....	158
Apéndice 8. Fichas de establecimientos de alimentos y bebidas.....	167
Apéndice 9. Fichas de establecimientos de hospedaje.....	169
Apéndice 10. Fotos de Atractivos Turísticos .....	171
Apéndice 11. Fotos Comunidades .....	175
Apéndice 12. Gastronomía.....	176
Apéndice 13. Volantes Publicitarios.....	177
Apéndice 14. Aval de traducción al idioma inglés .....	179

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios proyecto de investigación .....	3
Tabla 2 Sistematización de datos.....	6
Tabla 3 Ingresos de turistas al cantón Saquisilí año 2021 .....	21
Tabla 4 Ruta Gastronómica y Cultural .....	30
Tabla 5 Recorrido fotográfico en 360° de las 7 plazas.....	33
Tabla 6 Diseño de un circuito turístico en la parroquia de Cochapamba ubicada en el cantón Saquisilí.....	35
Tabla 7 Vías de acceso al cantón Saquisilí.....	38
Tabla 8 Servicio de transporte .....	40
Tabla 9 Descripción de atractivos turísticos.....	41
Tabla 10 Inventario de atractivos turísticos.....	45
Tabla 11 Atractivos turísticos no inventariados .....	47
Tabla 12 Actividades de atractivos turísticos .....	48
Tabla 13 Alojamiento Saquisilí .....	51
Tabla 14 Servicio de alimentos y bebidas registrados en el catastro.....	53
Tabla 15 Inventario de servicio de alimentos y bebidas.....	54
Tabla 16 Ocio y esparcimiento Saquisilí.....	55
Tabla 17 Servicio de agencias de viaje.....	56
Tabla 18 Servicios básicos del cantón Saquisilí.....	57
Tabla 19 FODA cantón Saquisilí.....	58
Tabla 20 Procedencia turistas Saquisilí .....	59

Tabla 21 Estado civil .....	60
Tabla 22 Educación .....	60
Tabla 23 Empleado.....	61
Tabla 24 Grupo de personas .....	61
Tabla 25 Edad .....	62
Tabla 26 Días de visita .....	62
Tabla 27 Motivo principal de visita.....	63
Tabla 28 Factor adicional para visitar Saquisilí .....	64
Tabla 29 Conocimiento de la ciudad .....	64
Tabla 30 Medio de transporte.....	65
Tabla 31 Alojamiento .....	66
Tabla 32 Servicios alimentarios .....	67
Tabla 33 Medio de transporte estancia .....	68
Tabla 34 Atractivos turísticos.....	69
Tabla 35 Servicio de alimentación .....	70
Tabla 36 Servicio de transporte .....	70
Tabla 37 Servicio de alojamiento .....	71
Tabla 38 Ingresos económicos mensuales.....	71
Tabla 39 Perfil del turista .....	72
Tabla 40 Conceptualización producto 1: Tour Cascada Candela Fasso.....	74
Tabla 41 Conceptualización producto 2: La Ruta del Amor .....	75
Tabla 42 Conceptualización producto 3: Recorrido Chantilín Canchagua .....	76
Tabla 43 Identificación del producto 1: Tour Cascada Candela Fasso .....	78
Tabla 44 Identificación del producto 2: La Ruta del Amor.....	79
Tabla 45 Identificación del producto 3: Recorrido Chantilín Canchagua .....	80
Tabla 46 Matriz MEFI.....	100
Tabla 47 Matriz MEFE.....	102
Tabla 48 Análisis FODA cruzado .....	104
Tabla 49 Descripción de la competencia .....	107
Tabla 50 Proveedores cantón Saquisilí.....	109
Tabla 51 Descripción de productos turísticos.....	110
Tabla 52 Itinerario Tour Cascada Candela Fasso .....	119
Tabla 53 Itinerario La Ruta del Amor .....	120
Tabla 54 Itinerario Recorrido Chantilín Canchagua.....	121
Tabla 55 Entrevista vicepresidente GADMIC Cochapamba.....	122

Tabla 56 Entrevista Director de Turismo GADMIC Saquisilí.....	124
Tabla 57 Precio Tour Cascada Candela Fasso.....	126
Tabla 58 Precio La Ruta del Amor.....	127
Tabla 59 Precio Recorrido Chantilín - Canchagua.....	127
Tabla 60 Estrategias de promoción .....	128
Tabla 61 Descripción del segmento de mercado .....	129
Tabla 62 Presupuesto proyecto de investigación.....	131

## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Líneas de productos específicos del Ecuador.....	10
Figura 2 Secuencia de desarrollo de un producto turístico.....	20
Figura 3 Aplicación de la fórmula poblaciones finitas para obtención de la muestra.....	22
Figura 4 Entrada al cantón Saquisilí.....	28
Figura 5 Ubicación geográfica de las parroquias de Saquisilí.....	29
Figura 6 Ruta gastronómica cultural .....	32
Figura 7 Recorrido fotográfico en 360 ° de las 7 plazas .....	34
Figura 8 Diseño de un circuito turístico en la parroquia Cochapamba ubicada en el cantón Saquisilí .....	37
Figura 9 Vías de acceso al cantón Saquisilí .....	39
Figura 10 Mapa turístico Tour Cascada Candela Fasso .....	97
Figura 11 Mapa turístico La Ruta del Amor.....	98
Figura 12 Mapa turístico Recorrido Chantilín- Canchagua.....	99



## 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Título**

Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el Cantón Saquisilí

**Fecha de inicio:** octubre 2022

**Fecha de finalización:** febrero 2023

**Lugar de ejecución.**

Saquisilí-Cotopaxi-zona 3.

**Institución, unidad académica y carrera que auspicia**

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera de Licenciatura en Turismo

**Proyecto vinculado:**

University Tourism Center

**Nombres de equipo de investigadores ( Apéndice 1-2)**

**Tutor:** Lcda. Mg. Norma Lucia Benavides Zura

**Correo electrónico institucional:** norma.benavides9644@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0994079798

**Estudiante – Investigador:** Daniela Alejandra Arias Molina

**Correo electrónico institucional:** daniela.arias5709@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0981987054

**Estudiante – Investigador:** Ámbar Sarahi Calvopiña Palacios

**Correo electrónico institucional:** ambar.calvopina6616@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0967674611

**Área de Conocimiento**

Servicios 81- Servicios Personales - Turismo

**Línea de investigación:** Planificación y gestión del turismo sostenible

**Línea de vinculación de la carrera:** Análisis del turismo

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La aplicación de la metodología del Manual para la Planificación de Productos Turísticos en iniciativa por la Cooperación Suiza-SECO en Convenio con Mincetur y PromPerú, constituye un plan de acción donde este contribuirá a la generación de una base de datos del inventario. La importancia de realizar un inventario descriptivo tiene como base desarrollar una adecuada estrategia y determinar el mercado. Es necesario realizar un análisis del territorio y conocer las falencias, de tal manera que ayude a identificar la gestión pública y privada en el campo turístico.

“El diseño de un producto turístico involucra componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014) . El desarrollo de un producto turístico tiene como objetivo plasmar una base de datos, que sea utilizada en bien común del proyecto University Tourism Center. La creación de un producto turístico generara nuevas fuentes de empleo, implementación de servicios turísticos que contribuyan al valor del patrimonio local y generen riqueza para el territorio.

“La elaboración de un plan de Marketing determinará lo que se conoce del mercado y pretenderá alcanzar los objetivos planteados; su enfoque principal será los clientes y competidores, que direccionan el proceso de marketing” (Fabricio Tinajero & Idalia Pacheco, 2015). El uso de este plan ayudará a la difusión y promoción de los productos turísticos del cantón Saquisilí, mejorando las estrategias del mercado y las necesidades del cliente para así conseguir la rentabilidad de estos.

El desarrollo de este proyecto de investigación tendrá beneficio para los prestadores de servicio de las parroquias del cantón Saquisilí, en especial para las comunidades que se encuentran dentro de los atractivos turísticos, si el proyecto no llegara a ejecutarse por el University Tourism Center, quedaría como base para futuros trabajos de investigación de la carrera de Turismo, esto generará nuevas propuestas que en un futuro puedan aplicarse para el beneficio de la actividad turística del cantón y a favor de los estudiante, ya que mediante alianzas de la universidad con los GADMIC , podrán realizar prácticas preprofesionales.

### 3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios del proyecto serán directos e indirectos los cuales harán uso de este en el cantón Saquisilí y sus parroquias aledañas. Así como su población actual.

#### 3.1 Directos

Los beneficiarios directos serán los 240 estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo pertenecientes a la Universidad Técnica de Cotopaxi, siendo útil esta investigación en el desarrollo de próximos proyectos que promuevan la promoción y difusión del turismo mediante el University Tourism Center.

#### 3.2 Indirectos

Será toda la población total de 25,320 habitantes del Cantón Saquisilí de los cuales 11957 son hombres y 13363 son mujeres, además de 50.300 turistas nacionales, 2753 turistas extranjeros y 23 prestadores de servicio; los cuales se verán beneficiados de manera indirecta en la generación de fuentes de empleo, los visitantes y turistas podrán conocer acerca de los sitios naturales y manifestaciones culturales que tiene el cantón.

**Tabla 1**

*Beneficiarios proyecto de investigación*

BENEFICIARIOS		DATOS ESPECÍFICOS
<b>DIRECTOS</b>	University Tourism Center	240 estudiantes
<b>INDIRECTOS</b>	Habitantes de Saquisilí	25,320 habitantes del Cantón Saquisilí
		3 establecimientos de alojamiento 14 establecimientos de alimentos y bebidas 2 establecimientos de ocio y esparcimiento
	Prestadores de Servicio	3 cooperativas de transporte
	Turistas Nacionales	50.300 turistas nacionales
	Turistas Extranjeros	2753 turistas extranjeros

*Nota.* Datos tomados de GADMIC Saquisilí (2022) /Dirección de Carrera (2023)

#### 4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Ecuador es considerado como uno de los destinos más interesantes de Latinoamérica, debido a que se concentra en una superficie muy reducida, una gran diversidad cultural, ecosistemas únicos y muy diversos, gastronomía variada, y la presencia de paisajes en las cuatro regiones naturales. La actividad turística se ha convertido en el sector socioeconómico de mayor crecimiento en el mundo, fomentando el desarrollo, dinamizando la economía, preservando los valores culturales y aprovechando los recursos naturales existentes (Monge Vaca Henry Patricio & Pruna Herrera Alvaro Emilio, 2017).

En el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Saquisilí (PDOT Saquisilí, 2015) no existe un inventario descriptivo de los productos turísticos del lugar. Se pudo observar la tesis de (Ocaña Yucaza Mishell Dayanara, 2016) , del Instituto Cordillera , en donde ella plantea una ruta turística y gastronomía en el cantón; la tesis de (Casa Fernando & Clavij Henry, 2018) de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que plantean la “Elaboración de un recorrido fotográfico en 360° para dar a conocer los diferentes espacios de comercialización conocidos como “las siete plazas” y por último la tesis de(Pazmiño Grijalva Melanie Nicole, 2019), en donde se elabora un circuito turístico para la parroquia de Cochapamba. Tomando como referencia estas tesis, se pudo evidenciar que estos productos turísticos fueron solamente planteados en papel y se tiene desconocimiento si fueron aplicados por los estudiantes o por el GADMIC de Saquisilí.

Según GADMIC Saquisilí (2022) el cantón recibe 2753 turistas extranjeros al año siendo estos de países como España, Italia, EEUU, Alemania, Brasil y en menor porcentaje de Cuba, Colombia, Chile, Haití, y 50.300 turistas nacionales de ciudades como Latacunga, Quito, Guayaquil, Ambato,etc. Se pudo realizar un análisis bibliográfico de la tesis de (Zambrano & Mendoza, 2020) , en donde plantean un “Plan de marketing para posicionar la imagen turística del cantón Saquisilí”. Se evidencia en el plan territorial y de ordenamiento que no cuentan con un plan de marketing, lo que ha causado la falta de difusión, promoción y afluencia de turistas en el cantón y solo en datos bibliográficos de tesis se puede constatar que se han propuesto planes, pero se desconoce que se hayan ejecutado.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

Elaborar productos turísticos del cantón Saquisilí para ser difundidos mediante el University Tourism Center.

### **5.2. Objetivos específicos**

- Realizar un inventario descriptivo de los productos turísticos existentes en el cantón mediante fuentes primarias y secundarias, obteniendo una base de datos
- Diseñar productos turísticos del cantón en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios
- Elaborar un plan de marketing de los productos turísticos, enfocados en la promoción y difusión en el University Tourism Center

## 6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

**Tabla 2**

*Sistematización de datos*

OBJETIVOS	ACTIVIDAD	METODOLOGIA	RESULTADOS
<p>Realizar un inventario descriptivo de los productos turísticos existentes en el cantón mediante fuentes secundarias, generando una base de datos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de productos turísticos provincia de Cotopaxi (cantón Saquisilí).</li> <li>• Elaboración de tabla en base a los elementos que conforman el producto turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión bibliográfica en fuentes secundarias: tesis.</li> <li>• Manual para la planificación de productos turísticos Suiza-SECO (Secretaria de Estado para Asuntos Económicos).</li> </ul>	<p>Inventario descriptivo de 3 productos turísticos del cantón Saquisilí:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta gastronómica cultural</li> <li>• Recorrido fotográfico en 360° de las 7plazas</li> <li>• Diseño de un circuito turístico en la parroquia de Cochapamba</li> </ul>
<p>Diseñar productos turísticos del cantón en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del destino turístico: Oferta, demanda, elaboración FODA.</li> <li>• Conceptualización de productos turísticos: Conceptualización e identificación de productos turísticos potenciales.</li> <li>• Diseño del producto turístico: fichas de hospedaje, alimentación, atractivos, productos y mapas turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión bibliográfica en fuentes secundarias: PDOT Saquisilí</li> <li>• Salidas de Campo</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Zonificación de rutas</li> <li>• Manual para la planificación de productos turísticos Suiza-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventario de la oferta del cantón</li> <li>• 381 encuestas dando como resultado el perfil del turista.</li> </ul>

		SECO (Secretaria de Estado para Asuntos Económicos).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de 3 productos turísticos y mapas</li> </ul>
Elaborar un plan de marketing de los productos turísticos, enfocados en la promoción y difusión en el University Tourism Center	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de situación: análisis matrices MEFI, MEFE y FODA cruzado, descripción de competencia y proveedores.</li> <li>• Formulación de objetivos</li> <li>• Implementación: Marketingmix (producto, precio, promoción y plaza).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión bibliográfica en fuentes secundarias: artículo de revista, tesis</li> <li>• Salidas de campo</li> <li>• Libro Introducción al Marketing Idalia Pacheco/ Fabricio Tinajero</li> <li>• Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias basadas en FODA cruzado.</li> <li>• Objetivos del plan de marketing.</li> <li>• Descripción de productos, guiones e itinerarios.</li> <li>• Presentación de entrevistas autoridades GADMIC</li> <li>• Precio de paquetes turísticos.</li> <li>• Estrategias en base a la promoción</li> <li>• Segmento de mercado</li> </ul>

## 7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO – TÉCNICA

### 7.1 Fundamentación legal

Como primer apartado se mencionará las principales entidades que regulan y permiten el desarrollo de la actividad turística, es importante mencionar la Constitución del Ecuador y los artículos que rigen el turismo, además mencionar la Ley del Turismo y los principales planes que han permitido el desarrollo de los productos turísticos como son el PLANDETOUR 2020 y el Plan Nacional de Turismo 2030.

#### *7.1.1 Constitución de la República del Ecuador*

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre (Constitución de la República del Ecuador, 2021).

Art. 71 Referente a los derechos de la naturaleza, específicamente en el título II en su capítulo séptimo señala, la naturaleza conocida también como pacha mama, lugar donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su sustento, mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, organización, oficios y técnicas progresivas.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: 1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles. 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales



Por lo tanto, recalca que todas las personas tienen derecho a ejercer la actividad del turismo, pero es responsabilidad tanto de los turistas como de los gobiernos locales proteger los sitios naturales, realizar un turismo sostenible que promueva la potencialización de los atractivos turísticos sin dejar a un lado la protección de la identidad y patrimonio cultural de las comunidades.

### **7.1.2 Ley del Turismo**

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades, promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado e incentivar el turismo interno (Congreso Nacional del Ecuador, 2014).

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones: Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

La Ley de Turismo establece que esta actividad la pueden realizar tanto entidades públicas como privadas y las comunidades en general. El Ministerio de Turismo es el ente que regula la actividad del turismo a través de leyes que fomentan la práctica de un turismo sostenible y brindan apoyo a las comunidades que deseen aplicar productos turísticos, otorgándoles todas las facilidades que se requieran para poder ejecutar los proyectos. El Congreso Nacional es quien actualiza las leyes basadas en la actividad del turismo, de acuerdo como lo rija el estado.

### **7.1.3 PLANDETUR 2020**

El PLANDETUR 2020 es un documento que busca un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base

institucional sólida, se seleccionaron tres elementos fundamentales para su diseño: 1) sostenibilidad, 2) competitividad y 3) fortalecimiento del marco legal e institucional (Ministerio del Turismo, 2007). Es una herramienta que integra los ejes principales para un buen desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador, en beneficio de la población y el aprovechamiento de los recursos.

A continuación, en la figura 1, se exponen las líneas de producto actualizadas y las variantes que integran estas líneas, producto de la revisión y análisis realizados por el Ministerio de Turismo.

**Figura 1**

*Líneas de productos específicos del Ecuador*

<b>Circuitos generales</b>	Circuitos generales	<b>Ecoturismo y turismo de naturaleza</b>	Parques nacionales
<b>Sol y playa</b>	Sol y playa		Reservas y bosques privados
<b>Turismo comunitario</b>	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
<b>Turismo cultural</b>	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	<b>Turismo de deportes y aventura</b>	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	<b>Turismo de salud</b>	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	<b>Agroturismo</b>	Haciendas, fincas y plantaciones
Haciendas históricas	<b>Turismo de convenciones y congresos</b>		Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
<b>Parques temáticos</b>		Parques temáticos	<b>Turismo de cruceros</b>

*Nota.* Imagen obtenida de (Ministerio del Turismo, 2007)

- **Circuitos generales:** Conjunto de vías y visitas.
- **Sol y playa:** Motivación que se complementa con entornos naturales que les rodea.
- **Agroturismo:** Es una hospitalidad que es ofrecida por las empresas agrarias.

- **Turismo de convenciones y congresos:** Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones, son las actividades realizadas por las personas con el propósito de participar dentro de las mismas.
- **Turismo de cruceros:** Se refiere a los viajes de placer en un velero o en un barco.

#### ***7.1.4 PLAN NACIONAL DE TURISMO 2030***

Se presenta una nueva planificación para el turismo en el país PLAN NACIONAL DE TURISMO 2030, la cual es una herramienta que pretende formular los lineamientos que impulsen al sector turístico en el país a través de la implementación de un modelo de gestión sostenible, accesible e inclusivo basado en políticas y estrategias de planificación territorial y turística (MINTUR, 2019). Este documento ayudará con la gestión turística a nivel nacional y orientará las acciones que se deberán realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible, inclusive y accesible para las futuras generaciones. En cuanto a los productos turísticos no se estableció más información ya dada en el PLANDETUR2020.

### **7.2 Marco Teórico**

#### ***7.2.1 Turismo***

Como cualquier fenómeno social, la complejidad del turismo ha motivado su estudio desde diversas perspectivas, así como variadas definiciones del concepto. El máximo regulador y veedor de esta actividad, la Organización Mundial del Turismo (OMT), creada en 1970 y actualmente organismo especializado de la ONU, plantea la siguiente definición: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, de negocios y otros”. La definición de la OMT considera al turismo dentro del paradigma de sistema, cuyos elementos se interrelacionan en busca de un mismo fin: satisfacer al turista. Sin embargo, el turismo puede cambiar dependiendo del interés y la comprensión que se tenga de esta actividad (Freire Gustavo, 2020).

El turismo es llamado la locomotora de la economía por dar inicio al estudio del comercio internacional entre los productos agrícolas, convirtiéndose rápidamente en una fuente de negocios y en una mega industria global. Desde los orígenes del hombre se ha visto impulsado por los desplazamientos de distintas personas por diferentes razones ya sean económicas, religiosas y culturales fuera de su entorno habitual y a estas se les denomina

viajeros (que pueden ser turistas o residentes locales) siendo una única rama productiva que ha obtenido algunas innovaciones, que han ayudado a satisfacer las necesidades

### **7.2.2 Inventario turístico**

El inventario de atractivos turísticos se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística (Ministerio de Turismo (MINTUR), 2017).

Es un registro integrado de elementos turísticos tanto naturales como culturales logrando contribuir para el turista un el punto clave de partida donde las necesidades y prioridades son óptimas para un buen desarrollo que permitirá que los productos turísticos se desarrollen de mejor manera, logrando así la contribución al desarrollo económico para brindar servicios de calidad a los turistas nacionales e internacionales, tomando en cuenta que un inventario es la suma de instrumentos de información benigna donde facilita la mejora de tomas de decisiones para determinada región (Carvajal Zambramo Gema Viviana & Lemoine Quintero Frank Angel, 2018).

### **7.2.3 Recurso turístico**

Según la OMT (1978), admite que los recursos turísticos son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”. Se advierte pues que para que un recurso sea catalogado como turístico no solo requiere ser atractivo, sino que además el ser humano debe intervenir sobre él con el objetivo de satisfacer las preferencias de quienes lo consumen (Cañas Marti Laura & Arnandis Rubén, 2014).

Existen de gran variedad de clasificaciones en relación con los recursos turísticos, tradicionalmente se agrupan en tres grupos, que son los siguientes elementos de atracción al viajero: recursos naturales: relacionados con la naturaleza, recursos histórico-patrimoniales: relacionados con el devenir histórico y la intervención humana y recursos etnográficos-culturales: relacionados con la cultura y las manifestaciones propias de una determinada zona.

#### **7.2.4 Atractivo turístico**

Es la suma de atractivos, servicios, bienes y equipamientos que se ofrecen al turista y responden a sus expectativas. Son los que principalmente que constituyen símbolos e imágenes de destinos con una valoración distinta a los recursos y lugares dentro de las comunidades, debido a estos ciertos atractivos reciben una alta demanda de turistas que residen en su tiempo libre y en vacaciones utilizando este término como atractivos para visitantes. Y dando reconocimiento al valor cultural exhibido. Al respecto, la Organización Mundial de Turismo sostiene que “a la hora de ofrecer actividades de ocio y atracciones turísticas, es necesario realizar previamente una buena planificación de estas, mediante el conocimiento de las necesidades del consumidor, sus posibilidades económicas y de tiempo, así como de la capacidad del destino y las necesidades de sus residentes” (Scripta Nova, 2010).

Los atractivos turísticos son aquello que, con solo el hecho de existir, permiten que turistas o personas de aventura quieran conocerlos o visitarlos es por ello por lo que se toma las siguientes palabras “fundamentalmente para que se produzca un desplazamiento de personas a un determinado lugar, es necesaria su motivación y la misma que las lleva a experimentar emociones nunca vividas.” Son elementos materiales que tiene la capacidad, por sí misma o en conjunto con otros de atraer visitantes a una determinada localidad, estos no solo pueden ser naturales sino también contruidos por el hombre. Los atractivos turísticos es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que mediante características ya sea propias o de ubicación en el contexto atraen el interés de los visitantes siendo también un bien intangible tangible que provoca e las personas una motivación para ser visitado para mejorar la demanda (Paredes Urquizo María Belen, 2011).

#### **7.2.5 Producto turístico**

De acuerdo con el estudio de (Guzmán-Hernández et al., 2019) identifican en el Estado de México en el municipio Donato Guerra una ruta alimentaria como estrategia viable que se compone de cinco circuitos que operan de forma sustentable y que enlazan los recursos naturales y culturales turísticos, la producción pecuaria de traspatio, la gastronomía típica del lugar, el interés de participación de sus pobladores y de los turistas. Por lo que se puede analizar que para México un producto turístico debe difundir la expresión y protección de su identidad, patrimonio natural y cultural de los pobladores rurales, así como las comidas tradicionales en función de sus recursos agropecuarios.

De acuerdo con el estudio de (Salinas & Medina, 2009) el centro histórico de La Habana Cuba fue declarada por la UNESCO en 1982 como Patrimonio Cultural de la Humanidad, el principal producto turístico es el centro histórico en donde se realiza excursión a sitios religiosos, visita complejo plaza vieja, hotel de la ciudad en el parque central. Los cambios transcurridos hacen más de 20 años ha sido un fenómeno que ha provocado muchas causas como son: socio ecológicas, demográficas y económicas provocando así que cada producto turístico tenga que adaptarse a las necesidades de los turistas de una manera diferente proporcionando una creciente de los mismos al momento de comprar un producto que mejore sus expectativas de visita y experiencias vividas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Comisión Europea de Viaje clasifican a los productos en ocho tipos: bienestar y salud, sol y playa, patrimonio y cultura, naturaleza, festividades locales, negocios, moda y compras y aventura y deportes extremos (Organización Mundial del Turismo - OMT, 2017). Por otro lado, instituciones gubernamentales como el Servicio Nacional de Turismo de Chile (Servicio Nacional de Turismo de Chile, 2015) definen el producto turístico como todo bien tangible e intangible consumido por un segmento de mercado específico, compuesto por elementos como el atractivo turístico, los servicios turísticos, la infraestructura, la comunidad local y la percepción- imagen-emoción.

Los turistas están motivados por vivir experiencias únicas y diferentes a las opciones de sol y playa que les brinden un cambio de identidad y les genere autorrealización y autodesarrollo (Entorno Turístico Staff, 2016). Hoy en día los productos turísticos están enfocados en la sostenibilidad y sustentabilidad, los nuevos turistas buscan un enfoque en la conservación del ambiente, la convivencia con la comunidad, dejando a un lado el aspecto económico y buscando satisfacer sus necesidades con productos alternativos.

Se define por producto turístico a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos - transporte, alojamiento, guías de viajes, etc. Por lo tanto, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad (Ministerio del Turismo, 2007). Entonces se puede entender que un producto turístico es un bien tangible e intangible en donde se involucra varios elementos como el atractivo turístico, la planta turística, actividades recreativas, infraestructura, servicio y la experiencia que vendrían a ser los elementos intangibles, además del análisis de la oferta y la demanda.

La región Costa es uno de los territorios turísticos preferidos para el viajero nacional como para el extranjero. En el año 2012, la PSE (Península de Santa Elena) se convirtió en el cuarto destino más visitado por los turistas internacionales en el país, detrás de Quito 58,09%, Guayaquil 37,28% y Cuenca 11,87% concentrando el 11,85% del turismo internacional que arribó al país. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015). Entre estos productos el que más incidencia tiene en el territorio es el turismo de sol y playa, el que se consume en todas las localidades y comunas que conforman la PSE, seguido de cerca está el producto de Turismo de Deporte y Aventura, debido a las características biofísicas que lo constituyen. Por otro lado, el tipo de producto que menos se consume es el de Turismo Cultural, esto a pesar de la importancia arqueológica y etnográfica del territorio (Arce Bastidas et al., 2020). Se puede analizar que la región costa del país se destaca por sus hermosas playas y biodiversidad, por tanto, el turismo de sol y playa de acuerdo con las cifras analizadas por el Ministerio de Turismo es el que tiene más demanda en el Ecuador, dejando a un lado la importancia cultural del mismo, reconociendo que este ámbito puede ser más desarrollado por los gestores del turismo para el diseño de nuevos productos turísticos.

En los Andes del Ecuador, en la provincia de Pichincha, cantón Quito, es el lugar con más afluencia de visitantes con una cifra de 144.769 durante el año 2022 (Jefatura de Planificación Quito Turismo, 2022); de acuerdo con el estudio de (Montero, 2011), reconoce a los mercados tradicionales de la ciudad de Quito como un recurso turístico que puede ser un producto, rescatando el patrimonio inmaterial de la ciudad a través de la conservación de prácticas culinarias de los principales mercados como son (Santa Clara, Ñaquito, San Francisco y Mercado Central).

### ***7.2.6 Patrimonio Cultural***

El contenido de la expresión “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida

(Organización de las Naciones Unidas para la Educación Ciencia y Cultura (Organización de las Naciones Unidas para la Educación Ciencia y Cultura ( UNESCO), 2022).

El patrimonio inmaterial cultural está formado por elementos no físicos de cultura, fiestas y tradiciones orales de cada comunidad, tiene como carácter lo intangible y dinámico para el mantenimiento de diversas culturas frente a una gran globalización que no solo afecta a la sociedad sino al factor de diversidad cultural de todas las naciones en el mundo contribuyendo al diálogo y respeto hacia otros puntos de vista, siendo el patrimonio inmaterial precedente de técnicas de generación en generación transmitiendo los conocimientos persistentes.

### **7.2.7 Ruta turística**

La palabra ruta proviene del francés route, que a su vez deriva del latín rupta, “Camino o dirección que se siguen para llegar a un lugar”. Es decir, una ruta es el itinerario que tiene por objetivo realizar visitas de manera ordenada a lugares de interés para la población (Ocaña Yucaza Mishell Dayanara, 2016).

Ruta turística se destaca por sus atractivos que resaltan durante el trayecto permitiendo el conocimiento cultural e histórico y su importancia, de esta manera se reactiva la economía promoviendo de distintas maneras la importancia que tienen estos distintos que han hecho que al momento de realizar un viaje y pernoctar en un lugar, genere ocio y placer que van más allá de la promoción de manera particular por los turistas sino más bien siendo una la ruta un camino hacia fines diversos que permita admirar, paisajes, sitios históricos y conectando a lugares con diversos atractivos (Municipalidad de Osa, 2022).

### **7.2.8 Recorrido turístico**

Un recorrido turístico puede definirse como un producto turístico lineal por lo tanto debe contener atractivos, servicios y obviamente accesos en él, además se define lineal pues es una sucesión de puntos (concepto de línea) sean estos atractivos o de facilidades que integrados satisfacen las necesidades y requerimientos de sus usuarios (UTEL, 2002). También se lo puede considerar como una ruta turística ya que brinda todas las facilidades para satisfacer las necesidades y gustos hasta de los turistas más exigentes.



### **7.2.9 Marketing**

Cuando hablamos de marketing estamos haciendo referencia a todas las actividades, técnicas o estrategias que tienen como fin mejorar el proceso de venta, pudiendo llegar incluso a modificar el diseño del producto si eso lo hace más atractivo para su público objetivo. Es por ello por lo que el marketing no sólo se dedica a mejorar el auspicio sino a la mejora de venta del producto o servicio el cual se dirigirá a un segmento de mercado en específico, su producción, su comercialización y el servicio de venta. El marketing no solo se centra en el producto y en su relación con los clientes o potenciales clientes, sino que también está completamente alineado con los objetivos de una empresa. Encargándose de analizar cómo la empresa es percibida en el mercado y estudiando cómo mejorar o mantener esa percepción (Arias Sevilla Pablo, 2021).

El marketing es una técnica de mercado que involucra actividades y estrategias que ayudaran a la comercialización y venta del producto. El marketing no solo se centra en la venta del producto sino en el análisis del sistema turístico (oferta, demanda, atractivos turísticos, actividades turísticas, precio, instalaciones, planta turística e infraestructura, destino turístico).

### **7.2.10 Plan de marketing**

El Plan de Marketing funciona como una guía para alcanzar los objetivos y contribuir al crecimiento de la empresa, impulsando a los resultados que se desea seguir, siendo este un resumen de planificación de estrategias vinculado a la gestión empresarial. El documento debe ser una guía para todo el equipo, que comprenderá sus responsabilidades y cómo su trabajo puede contribuir al Marketing y a la empresa a perseguir sus objetivos para una buena toma de decisiones basada en la investigación y análisis, generando resultados a corto y largo plazo para ser más sustentable.(Cardenas Jesús, 2021)

“Por lo tanto, un plan de mercadeo es un documento estratégico que detalla las acciones o pasos propuestos para alcanzar los objetivos establecidos. Un plan de mercadeo ayuda a centrar sus esfuerzos en maximizar las ganancias para su negocio” (Evans Edward & Ballen Freddy, 2021). Se entiende que un plan de marketing ayudara a poner en marcha el proceso de venta y comercialización del producto, enfocándose en un mercado y público específicos y alcanzando los objetivos planteados.

### **7.2.11 Planta Turística**

La actividad turística permite el aprovechamiento económico de los atractivos turísticos, se establece un proceso productivo alrededor de éstos; una combinación de bienes y servicios

que forman la planta turística, lo cual constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes los demandan. Esta planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido (Turismo Sucre, 2017).

La planta turística es la combinación de bienes y servicios que serán utilizados en bien común de las personas que deseen adquirirlos como son (restaurantes, hoteles, agencias de viajes etc.). Todos estos elementos constituyen la planta turística la cual ayudará a tener un mejor aprovechamiento de los atractivos turísticos y brindar la satisfacción a los clientes.

### ***7.2.12 Oferta y demanda***

En economía, “oferta” se define como todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios. A menudo, lo primero que se nos viene a la cabeza son los bienes de consumo (como los que nos solemos encontrar en los comercios), pero el término se usa en un sentido mucho más amplio y también se aplica a la mano de obra, el tráfico de bienes, divisas, materias primas. Existe una relación directa entre la oferta y la demanda, ya que la oferta suele aumentar cuando la demanda es elevada. Al principio se da lo que se denomina exceso de necesidad, esto es, cuando la demanda no se puede satisfacer con la oferta disponible. Como consecuencia, el precio de mercado sube, por lo que más empresas empiezan a ofertar el bien en cuestión, ya que (al menos en el momento adecuado) se puede ganar mucho dinero con este bien (IONOS, 2019).

Se entiende como oferta turística a todos los bienes y servicios disponibles para el cliente y la demanda se entiende por las personas, clientes, turistas que van a consumir estos bienes y servicios. La oferta y la demanda van de la mano ya que estas se complementan para la elaboración de los productos turísticos.

## **8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS.**

### **¿Existen productos turísticos en el cantón Saquisilí?**

Se registraron 3 productos turísticos propuestos para el cantón, de la Universidad Técnica de Cotopaxi y el Instituto Cordillera, sin embargo, estos productos no han sido puestos en marcha por los estudiantes y solo han quedado plasmados en papel.

## **¿La elaboración de un plan de marketing ayudará a la difusión y promoción de los productos turísticos en el University Tourism Center?**

Si ya que se plantearán estrategias en base a la promoción y difusión de los productos y además el plan estará enfocado en el marketing mix (producto, precio, plaza y promoción)

## **9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL**

### **9.1 Metodología planteada para el objetivo 1**

El tipo de investigación que se utilizó fue exploratoria, con enfoque cualitativo, de acuerdo con (QuestionPro, 2020), la investigación exploratoria es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes. Se utilizó la investigación exploratoria ya que es un tema aun no estudiado y no cuenta con una metodología basada en el inventario de productos turísticos; la recopilación de información fue mediante revisión bibliográfica en fuentes secundarias y posteriormente interpretadas en tablas con los elementos del “Manual para la Planificación de Productos Turísticos Suiza-SECO”.

Se recopiló información de tesis de la Universidad Técnica de Cotopaxi y el Instituto Cordillera, dando como resultado 3 productos turísticos, el primero es la Ruta Turística y Gastronómica que tiene por objetivo conocer las 7 principales plazas de Saquisilí, realizar una degustación de la gastronomía típica del lugar y conocer la elaboración del sombrero tradicional del lugar. La segunda es el Recorrido Fotográfico en 360° de las 7 plazas principales del cantón, que tiene por objetivo desarrollar una propuesta interactiva que facilite el acceso a recorridos fotográficos a través de un monitor, el cual ayudará a tener una mejor experiencia visual; y por último el Circuito Turístico en la Parroquia de Cochapamba, con los principales atractivos; Cerro Calquín, Laguna Tiloncocha y Cascada Candela Fazo, que tiene por objetivo la difusión, promoción y afluencia de turistas dentro de parroquia.

Para el inventario de los productos turísticos, se realizó un inventario descriptivo, basado en los elementos que conforman el producto turístico de acuerdo con el Manual para la Planificación de Productos Turístico Suiza-SECO; según la (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014), los productos son un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas,

imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. Se compone de 4 fases la primera es la identificación del recurso turístico, la segunda son los componentes que conforman el recurso turístico valorado, describiendo las instalaciones las actividades, la imagen y valor principal de la parroquia que vienen siendo sus fiestas patronales; Saquisilí cuenta con 2 patronos la Virgen del Quinche y Juan Bautista, por último la tercera son los elementos que conforman el atractivo turístico, como son la planta turística, la infraestructura y la marca; todos estos elementos conforman el productos turístico que se va ofrecer al turistas y que cumplirá con sus expectativas.

Se elaboró una tabla en donde se presentan los resultados de cada elemento, en el recurso turísticos se colocaron los principales atractivos de cada uno de los productos; para el recurso turístico valorado la metodología describe los elementos que lo conforman, se describió las actividades principales y complementarias que vienen siendo todo lo que se va a realizar el turista durante las rutas, en la imagen y valor simbólico se colocó a su principal fiesta o manifestación cultural que representa las tradiciones de Saquisilí; para el atractivo turístico, se describió los principales servicios de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, agencias de viaje, transporte turístico y en las facilidades se nombró transporte público, gasolineras, estación de policía, hospital principal y servicios higiénicos, en la infraestructura se detalló las rutas terrestres del cantón; en la imagen y marca se explicó los logotipos y sellos de cada producto turísticos; al finalizar de escribió el nombre que cada autor colocó a su ruta, recorrido y circuito.

A continuación, en la figura 2 se detalla la secuencia del producto turístico.

**Figura 2**

*Secuencia de desarrollo de un producto turístico*



*Nota. Tomado de (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)*

## 9.2 Metodología planteada para el objetivo 2

El tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva, con enfoque cuantitativo, de acuerdo con (QuestionPro, 2022), analiza las características de la población y las relaciones entre ellas, centrándose en el sujeto de la investigación. Se aplicó esta investigación ya que se realizaron encuestas en base al perfil del turista en donde se recopilaron elementos acerca de su lugar de origen, nivel socioeconómico, grado de instrucción, edad, estado civil, nivel de estudio, ingreso mensual, ocupación, grupos, organización de viaje, días de visita, motivación básica y medios de transporte. Se aplicó el cálculo de la muestra, se tomó como referencia el número de turistas que ingresaron al cantón de Saquisilí en el mes de enero a diciembre del 2021, dando un total de 53053 turistas, según GADMIC Saquisilí (2022). Con una población de 53.053 turistas se aplicó la fórmula de las poblaciones finitas, que dio como resultado una muestra de 381 encuestas. A continuación, en la tabla 3 se describe la afluencia de turistas al cantón en el año 2021.

**Tabla 3**

*Ingreso de turistas al cantón de Saquisilí año 2021*

<b>AFLUENCIA DE TURISTAS EN SAQUISILÍ ENERO- DICIEMBRE 2021</b>			
<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
7 PLAZAS	32.600	2.620	35.220
WINGOPANA	5.000	-	5.000
CASCADA CANDELA FASSO	6.500	23	6.523
LAGUNA TILONCOCHA	1.200	-	1.200
FIESTAS 18 DE OCTUBRE (CANTONIZACION)	5.000	110	5.110
			<b>53.053</b>

*Nota.* Tomado de GADMIC Saquisilí (2022)

Se puede evidenciar en la tabla 3 que el mayor número de turistas que ingresan al cantón lo hacen hacia las 7 plazas principales, el restante se traslada a sitios naturales como son la Laguna de Tiloncocha, la Cascada Candela Fasso y por último a asisten a las fiestas del 18 de

octubre por la cantonización de la ciudad; al cantón ingresan más turistas nacionales y extranjeros y estos lo hacen para conocer las ferias de Saquisilí.

Se detalla la fórmula para la aplicación de poblaciones finitas, ya que se cuenta con una muestra, en base a un nivel de confiabilidad del 95%, ya que las encuestas se realizaron en campo y no se utilizó ninguna encuesta de manera virtual. A continuación, en la figura 3 se detalla la aplicación de fórmula para poblaciones finitas.

### Figura 3

*Aplicación de fórmula poblaciones finitas para obtención de la muestra*

<b>n =</b>	$\frac{Z^2 * Npq}{e^2(N-1) + Z^2pq}$	
<b>n =</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>	= ?
<b>Z =</b>	<b>Nivel de confiabilidad</b>	= 1,96
<b>P =</b>	<b>Probabilidad de ocurrencia</b>	= 0,50
<b>Q =</b>	<b>Probabilidad de no ocurrencia</b>	= 0,50
<b>e =</b>	<b>Error de muestreo</b>	= 0,05
<b>N =</b>		53053
<b>n =</b>	$\frac{50.952}{0,0025 * 53.052 + 3,8416 * 0,25}$	
<b>n =</b>	$\frac{50.952}{133,5904}$	
<b>n =</b>	<b>381,41 ↔ 381</b>	

Se realizó investigación bibliográfica del PDOT del cantón Saquisilí, para recopilar información acerca de la oferta del cantón, se revisó guías turísticas elaboradas por el GADMIC parroquial de Saquisilí, además se obtuvo información de fichas de levantamiento de información del MINTUR de los atractivos turísticos del cantón.

Se realizó 10 salidas de campo en el mes de octubre y noviembre, las cuales ayudaron al inventario de planta turística, atractivos turísticos, la aplicación de 381 encuestas, entrevistas a las autoridades del GADMIC y prestadores de servicio del cantón.

Se realizó 3 salidas de campo en el mes de octubre y en el feriado de difuntos, en donde se encuestó a los turistas del cantón Saquisilí de manera presencial, se realizaron 10 preguntas

para conocer el perfil del turista que ingresa al cantón, los servicios turísticos y los atractivos con más afluencia turística; las preguntas se desarrollaron en base a estos elementos. En el Apéndice C, se presenta el modelo de la encuesta.

Para la elaboración de mapas turísticos se utilizó el Software ArcGIS 10.5 (Datos shapefile de cantones, rutas, puntos, imágenes satelitales para verificar los puntos exactos).

Se tomaron las coordenadas a través de imágenes satelitales, y de igual manera se verificaron los datos en las fichas de levantamiento de información del MINTUR de cada uno de los atractivos turísticos.

Para obtener resultados del objetivo 2, se usó el “Manual para la planificación de productos turísticos Suiza- SECO” que establece 3 pasos secuenciales, que se detallan a continuación:

**Análisis del destino:** Permitió identificar la situación actual de la zona, a través de elementos como son la oferta (accesibilidad, atractivos turísticos, actividades, servicios relacionados con la actividad turística: hospedaje, alimentación, agencias de viajes, ocio y esparcimiento y servicios básicos), la demanda y la elaboración del FODA.

Se inventariaron 4 atractivos mediante las fichas de levantamiento de información del MINTUR, se podrá ver los resultados de evaluación técnica de atractivos turísticos en el Apéndice E.

**Conceptualización del producto turístico:** “Conceptualizar un producto turístico implica plantear la temática principal del producto, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual” (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014).

Como primer paso para la conceptualización de los productos, se describieron elementos que la metodología toma en cuenta para caracterizar a un producto turístico y diferenciarlo de los demás. Se analizaron los principales atractivos turísticos de Saquisilí y mediante ello, elaborar los potenciales productos turísticos, presentados en una tabla que asemeja a un FODA de cada producto.

Para finalizar se identificaron los productos turísticos potenciales, siempre en función al mercado turístico; es decir, deben estar dirigidos a un público específico, considerando sus intereses de viaje, características de edad, ejes temáticos de preferencia (por ejemplo,

naturaleza, cultura, aventura, sol y playa) y también deben considerar los aspectos determinantes de la oferta (nivel de calidad en el servicio y estética en la infraestructura).

**Diseño del producto turístico:** Se elaboraron las fichas de los productos turísticos, atractivos, servicio de alimentos y bebidas, servicio de alojamiento y mapas turísticos. Se pueden revisar las fichas en los Apéndices F, G, H, I.

### 9.3 Metodología planteada para el objetivo 3

El tipo de investigación es exploratoria, con enfoque cualitativo, debido a que este plan de marketing será en favor del University Tourism Center, un proyecto nuevo que pretende poner en marcha estos con fines educativos. Los resultados obtenidos se generaron a través de la observación y la experimentación, durante la investigación se aplicó entrevistas estructuradas, diseñadas con preguntas específicas que recopilaban información de cada una de las parroquias y verificaron el nivel de aceptación de los productos propuestos para el cantón Saquisilí. Los entrevistados fueron las autoridades de cada GADMIC parroquial, ya que ellos tienen el conocimiento de la demanda, oferta y planta turística del lugar.

En el Apéndice D se encuentra el modelo de la entrevista.

Para obtener resultados del objetivo 3 se utilizó el libro “Introducción al Marketing” de acuerdo con (Fabricio Tinajero & Idalia Pacheco, 2015), se plantea al marketing como la pieza clave que determina el éxito de una organización, este consiste en el conjunto de acciones que se puede realizar para la relación existente entre el mercado y la empresa.

El libro explica el proceso del plan en 3 etapas:

#### **Análisis de la situación**

“Consiste en realizar un análisis interno y externo con el propósito de determinar los puntos fuertes y débiles de la empresa, de igual forma; identificar las oportunidades y amenazas para la misma”(Fabricio Tinajero & Idalia Pacheco, 2015).

- Se presenta análisis MEFI-MEFE y FODA cruzado

Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) es una herramienta de diagnóstico que permite identificar y evaluar los factores externos, a través de las Oportunidades y Amenazas más importantes de la Dependencia o Entidad.



Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) es una herramienta de diagnóstico que permite identificar y evaluar los factores internos, a través de las Fortalezas y Debilidades más importantes de la Dependencia o Entidad.

Para realizar las matrices de evaluación MEFI Y MEFE , se enlisto las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más importantes, se les asigno un valor a cada una, dando un total de 1, luego se multiplico por el valor ponderado, que se asignará de 3 a las fortalezas positivas, 4 a las más positivas, 1 a las debilidades muy negativas y 2 a las menos negativas; de igual manera 3 a las oportunidades positivas, 4 a las más positivas, 1 a las amenazas más negativas y 2 a las negativas. Al final deberá dar un resultado mayor a 2,50.

La matriz amenazas-oportunidades-debilidades-fuerzas (FODA cruzado) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias. Estrategias de fortalezas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas, y estrategias de debilidades y amenazas(Gutierrez Franco Joel, 2019). Al finalizar el análisis MEFI y MEFE, se desarrolló el FODA cruzado con el fin de detallar estrategias en base al elemento promoción del marketing mix.

- Se describe a la competencia indirecta que son todas las agencias de viaje que comercializan productos similares
- Se describe los proveedores (prestadores de servicio) que hacen posible la actividad turística.

### **Formulación de objetivos**

Cuando se plantea objetivos es necesario que se enfoquen a la relación entre los actores del proceso de generación y comercialización de los bienes o servicios y a los elementos que permitan lograr un posicionamiento del producto en el mercado ,que retribuyan a la empresa una mayor rentabilidad (Fabricio Tinajero & Idalia Pacheco, 2015).

Se planteó los principales objetivos del plan de marketing enfocados en la promoción y difusión de los productos turísticos

### **Implementación**

“La implementación del marketing es el proceso que convierte los planes de marketing en tareas de acción garantiza que las mismas se ejecuten de manera que se logren los objetivos establecidos en el plan”(Comunicare NeuroMarketers, 2019).

Ya que el plan de marketing está enfocado en un proyecto y a una empresa se aplicó “Las 4 P en marketing conocidas como marketing mix, otro concepto muy utilizado para hacer referencia a este conjunto de variables; se conforman por producto ( bien o servicio), precio, promoción( publicidad), plaza( lugar de comercialización)”(Peiró Enrique, 2014). Establecer estas estrategias ayudará a cumplir cada uno de los objetivos del marketing.

- **Producto**

- ✓ **Guiones:** Se elaboró guiones turísticos de los 3 productos enfocados en el estudio de(Coronel Yugsi Katherine Johanna, 2022), donde se establece que un guion debe tener su encabezado(introducción de la ruta), cuerpo( explicación de paradas de manera técnica, con datos históricos, flora, fauna,etc.) y conclusiones(fin y cierre de la ruta).
- ✓ **Itinerarios:** Se presentó itinerarios de cada producto propuesto con un aproximado de 10 horas por recorrido.
- ✓ **Entrevista:** Autoridades del GADMIC.

- **Precio**

Para la fijación de precios se utilizó el método basado en costos generados; este método centra su atención en cuantificar todos los costos incurridos en el proceso de fabricación de un producto, así se puede determinar un precio razonable e identificar claramente el margen de utilidad que se pretende obtener, permite estimar la reducción de costos por volúmenes de producción (Fabricio Tinajero & Idalia Pacheco, 2015).

Precio de venta (PV): CTU + MARGEN DE UTILIDAD

Para obtener el precio de venta por persona, se sumaron el costo de todas las actividades a realizar en el tour, además de un 5% por cualquier imprevisto que se preste, se dio un margen de ganancia del 20% que es el mínimo de porcentaje por servicios turísticos, se sumó el IVA del 12%, al final el precio se redondea y se multiplico por el número de personas para el paquete turístico.

- **Promoción:** Se presentó una tabla con las principales estrategias para la difusión y promoción del proyecto.
- **Plaza:** Se presentó una tabla con el segmento de mercado.

## 10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Antes de iniciar con la presentación de resultados del proyecto de investigación, se describió aspectos importantes de resaltar del cantón, como son su historia, características climáticas y ubicación geográfica; los cuales permitirán al lector tener un mejor conocimiento de la zona de estudio.

### 10.1 Historia

Saquisilí presente en la historia desde tiempos ancestrales, la invasión Cuzqueña le entregó su nombre de raíces quechuas y aymaras, así como cientos de mitimaes que se asentaron en los alrededores, su nombre aparece en documentos oficiales del siglo XVI, siendo parte del Casicazgo Mayor de Latacunga, y residencia permanente de la señora doña Francisca Sinasigchi, esposa del poderoso señor Sancho Hacho de Velasco. Siendo apenas una hacienda, su posición geográfica estratégica, al pie de la cordillera y lejana a los embates de las crecientes fluviales derivadas de la actividad volcánica de Cotopaxi, permitió desarrollar un fluido movimiento comercial, convirtiéndose con fluencia comercial de las ancestrales rutas de los Jumbos y los pueblos andinos del Chinchaysuyo. Su vocación comercial jamás decayó pese al paso de los siglos y finalmente el 18 de octubre 1843, se erigió como el más pequeño de los cantones de la provincia de Cotopaxi (GADMIC Saquisilí, 2022).

Saquisilí es un lugar de encanto que se encuentra en el corazón de la provincia de Cotopaxi, conocido como asiento comercial y turístico del Ecuador. Brinda al visitante nacional y extranjero atractivos de tipo religioso, artesanal, ecológico y turístico, rodeado de pueblos y nacionalidades con tradiciones ancestrales que engalanan cada tanto las calles y parroquias de este bello lugar al celebrar sus festividades. Conocido a nivel nacional e internacional como, el cantón de las siete plazas.

## Figura 4

*Entrada al cantón de Saquisilí*



*Nota.* Elaboración propia, letrero que indica la entrada al cantón Saquisilí

## 10.2 Características climáticas

**Rango altitudinal Altura:** (2900-4200 m.s.n.m)

**Temperatura media anual:** 12 °C

### a. Clima

Aproximadamente el 80% del cantón Saquisilí desarrolla sus actividades en un clima templado-frío, subhúmedo, con déficit hídrico; sus fuertes neblinas que se asientan sobre los páramos y los cultivos que se ubican a mayor altura. El 20% restante posee un clima templado – frío seco.

### b. Precipitación

Se establece que, la pluviosidad dentro del cantón se sitúa en un rango de 500 a 1000 mm/ año, la precipitación media mensual es de 69.29 mm.

### c. Temperatura

La temperatura cantonal varía entre 6° y 14° C, al oeste las temperaturas fluctúan de 6° a 8 ° C, en la parte central del cantón el rango que varía entre 8 y 10°C, mientras que en la parte sur este en la Parroquia Chantilin, la temperatura registrada va desde los 10° a 14°C.

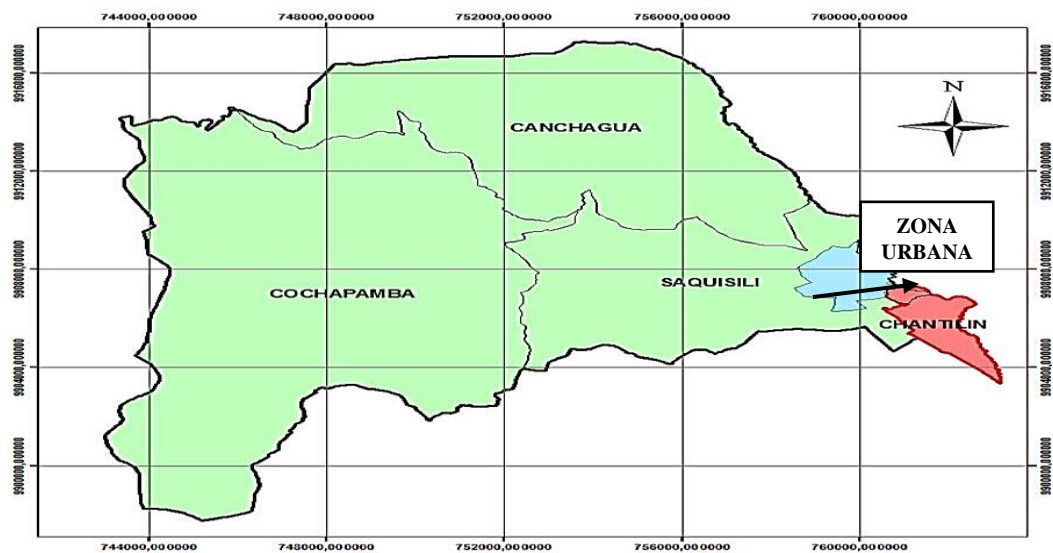
## 10.3 Ubicación geográfica

- **Norte:** Cantón Latacunga
- **Este:** Cantón Latacunga

- **Oeste:** Cantones Pujilí y Sigchos
- **Parroquias:** Saquisilí, Chantilín, Cochapamba, Canchagua
- **Fecha de creación del cantón:** 18 de octubre de 1943
- **Población total:** A los 2020 31475 habitantes
- **Extensión:** 22311.25/ha 223.11/km<sup>2</sup>

**Figura 5**

*Ubicación geográfica de las parroquias de Saquisilí*



*Nota.* Imagen tomada de (PDOT Saquisilí, 2015)

## 10.4 Resultados objetivo 1

### 10.4.1 Descripción de productos turísticos del cantón Saquisilí

A continuación, se detallan en la tabla 4, 5 y 6 los productos respectivamente.

Tabla 4

## Ruta Gastronómica - Cultural

Recurso turístico	Recurso turístico valorado			Atractivo turístico			Producto turístico
	Instalaciones turísticas	Actividades turísticas principales y complementarias	Imagen y valor simbólico	Planta turística	Infraestructura	Imagen y marca	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iglesia Matriz</li> <li>• Plaza 18 de octubre</li> <li>• Plaza Vicente Rocafuerte</li> <li>• Plaza Kennedy</li> <li>• Plaza Gran Colombia</li> <li>• Plazoleta Juan Montalvo</li> </ul>	No se nombran las instalaciones turísticas en esta ruta	<b>Actividades turísticas Principales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a cada plaza (respectivas compras)</li> <li>• Fotografías</li> <li>• Degustación de comida</li> <li>• Interacción con los indígenas</li> <li>• Visita Sitio Cultural</li> </ul>	En esta ruta se destaca:  Fiestas de la procesión de la Virgen del Quinche	<b>Transporte:</b> No se nombra transporte turístico <b>Alojamiento:</b> Hotel San Carlos  Hotel Giro Caramelo  <b>Alimentos y bebidas :</b>  Picantería Mama Charito  <b>Agencias de viaje</b>	<b>Rutas de acceso</b>  <b>Terrestre:</b> Transporte Transporte Transporte Transporte Transporte Saquisilí  <b>Comunicaciones</b> No se nombra en esta ruta  <b>Equipamiento urbano:</b>  No se nombra en esta ruta	<b>En esta ruta se considero</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sello de la ruta</li> <li>• Sello de las plazas</li> <li>• Sello del sitio cultural</li> <li>• Sello del sitio gastronómico</li> </ul>	<b>Ruta Gastronómica Cultural</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Plaza Juan Bautista</li> </ul>		<p><b>Actividades turísticas complementarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visita a la gobernación</li> <li>Lugar cultural (elaboración de sombreros)</li> </ul>		<p>No se nombra ninguna</p> <p><b>Guías</b> No se nombran guías turísticos</p> <p><b>Facilidades turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte Ciro Latacunga</li> <li>Transporte Saquisilí</li> <li>Gasolinera</li> <li>Estación de policía</li> <li>Hospital principal</li> <li>Servicios higiénicos en cada plaza</li> </ul>			
---	--	---	--	--	--	--	--

Figura 6

*Ruta Gastronómica Cultural*

*Nota.* Imagen tomada de (Ocaña Yucaza Mishell Dayanara, 2016)

En esta ruta gastronómica y cultural solo se ha tomado en cuenta los atractivos culturales que son las 7 plazas de Saquisilí, no se nombran las instalaciones turísticas; además dentro de la planta turística solo se nombra a un restaurante y no se menciona la categoría, descripción, ni dirección; de igual manera en el servicio de alojamiento. La ruta analizada está diseñada para 3 días, miércoles, jueves y domingo que son los de mayor afluencia de turistas, no se hace un estudio de la demanda, ni del mercado turístico.



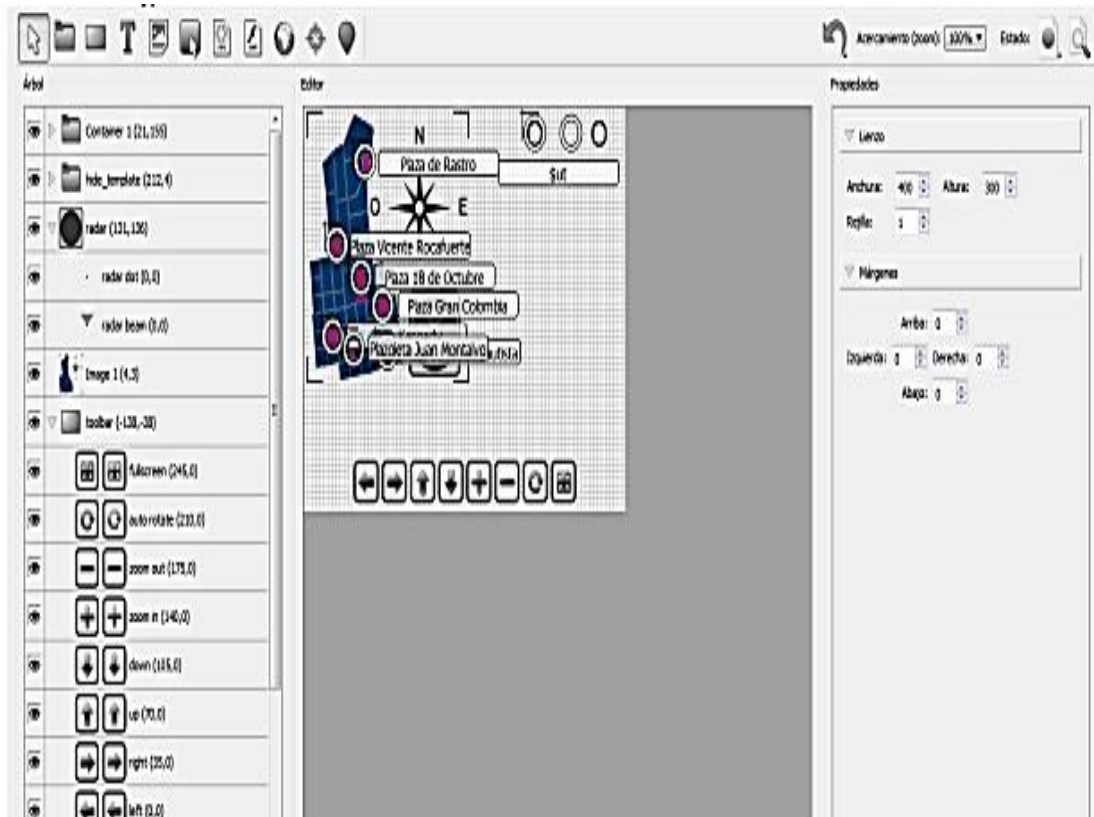
Tabla 5

*Recorrido fotográfico en 360° de las 7 plazas*

Recurso turístico	Recurso turístico valorado			Atractivo turístico			Producto turístico
	Instalaciones turísticas	Actividades turísticas principales y complementarias	Imagen y valor simbólico	Planta turística	Infraestructura	Imagen y marca	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plaza 18 de octubre</li> <li>• Plaza Vicente Rocafuerte</li> <li>• Plaza Kennedy</li> <li>• Plaza Gran Colombia</li> <li>• Plazoleta Juan Montalvo</li> <li>• Plaza Juan Bautista</li> <li>• Plaza de Rastro</li> </ul>	No se nombran las instalaciones turísticas en este recorrido	<p><b>Actividades turísticas Principales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita plaza de granos</li> <li>• Fotografía 360° (Puntos Interactivos)</li> <li>• Visualización de Productos</li> <li>• Mapa de navegación</li> </ul> <p><b>Actividades turísticas complementarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No se nombran en esta ruta</li> </ul>		Para este estudio no se tomó en cuenta el análisis de planta turística	Para este estudio no se tomó en cuenta la infraestructura	Se diseñó un logotipo de las 7 plazas	<b>Recorrido fotográfico en 360° de las 7 plazas</b>

**Figura 7**

*Recorrido fotográfico en 360° de las 7 plazas*



*Nota.* Imagen tomada de (Casa Fernando & Clavij Henry, 2018)

En el siguiente recorrido virtual, hay algunos elementos que no se tomaron en cuenta como son instalaciones turísticas, planta turística e infraestructura, tomando en cuenta que un producto turístico debe tener estos elementos; pero por temas de estudio se ha considerado a este estudio ya que un recorrido puede ser considerado como un producto turístico y es una propuesta interesante de estudiar a pesar que carece de elementos; cabe destacar que si se considera la demanda turística a la cual está dirigida esta nueva propuesta, en este estudio realizan encuestas, entrevistas y focus group como técnicas para la recolección de datos.

Tabla 6

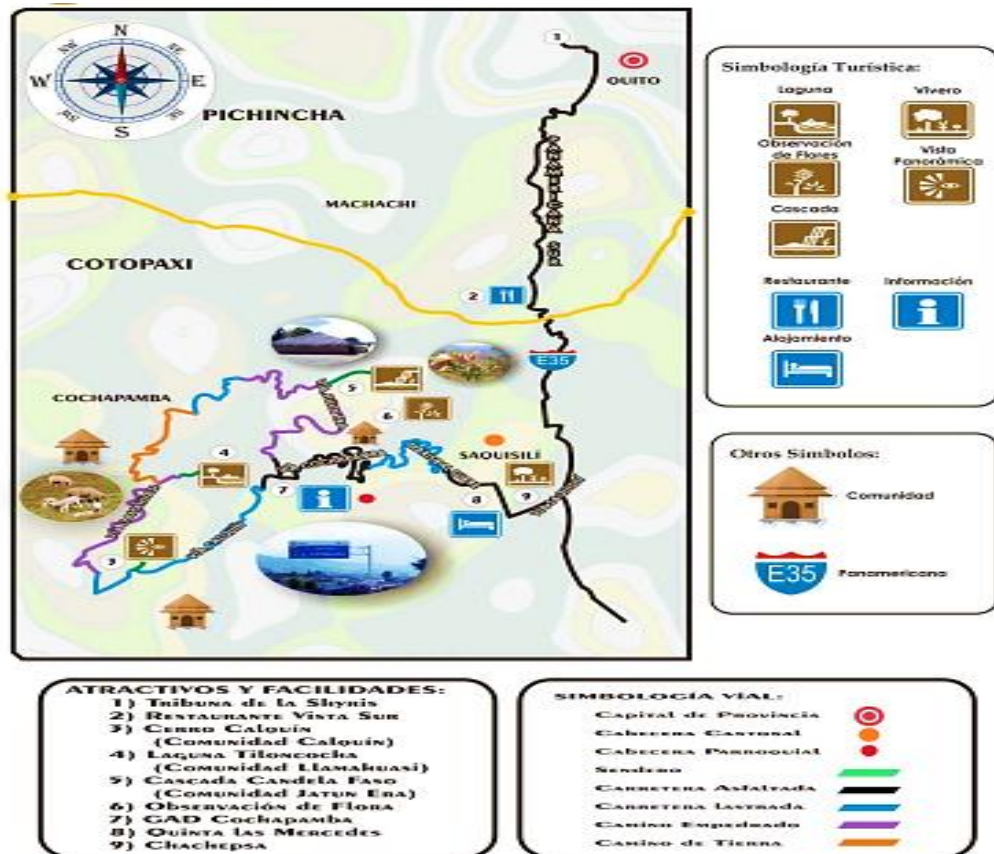
*Diseño de un circuito turístico en la parroquia de Cochapamba ubicada en el cantón Saquisilí*

Recurso turístico	Recurso turístico valorado			Atractivo turístico			Producto turístico
	Instalaciones turísticas	Actividades turísticas principales y complementarias	Imagen y valor simbólico	Planta turística	Infraestructura	Imagen y marca	
<p>Cerro Calquín</p> <p>Laguna de Tiloncocha</p> <p>Cascada Candela Fasso</p>	<p>No se nombran las instalaciones turísticas en este circuito turístico</p>	<p><b>Actividades turísticas Principales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora nativa</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Visita Tejedores Llamahuasi</li> </ul> <p><b>Actividades turísticas complementarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación de Danzantes y Coristas de Cochapamba</li> </ul>	<p>No se nombran en este circuito turístico</p>	<p><b>Transporte:</b> Transporte turístico de la agencia de viajes</p> <p><b>Alojamiento:</b> Quinta Las Mercedes</p> <p><b>Alimentos y bebidas :</b> Cafetería y Heladería Vista Sur</p> <p><b>Agencias de viaje:</b> Endless expeditions Tour Operadora</p> <p><b>Guías</b> <b>Guías Nacional:</b> Carlos Iza</p>	<p><b>Rutas de acceso</b> Terrestre: Transporte Ciro Latacunga Transporte Saquisilí</p> <p><b>Comunicaciones</b> No se nombra en este circuito turístico</p> <p><b>Equipamiento urbano:</b> No se nombra en este circuito turístico</p>	<p>Se diseñó un logotipo para esta ruta turística con el nombre de “Llamahuasi” Sabiduría Nativa</p>	<p><b>Circuito turístico en la parroquia de Cochapamba ubicada en el cantón Saquisilí</b></p>

			<p>Guías locales de las comunidades de Jatun Era y Llamahuasi</p> <p><b>Facilidades turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Transporte Ciro Latacunga</li><li>• Transporte Saquisilí</li><li>• Gasolinera</li><li>• Estación de policía</li> <li>• Hospital principal</li> <li>• Servicios higiénicos:</li></ul> <p>En los establecimientos de alimentos y bebidas y hospedaje</p>		
--	--	--	---	--	--

**Figura 8**

*Diseño de un circuito turístico en la parroquia Cochapamba ubicada en el cantón Saquisilí*



*Nota.* Imagen tomada de (Pazmiño Grijalva Melanie Nicole, 2019)

En este circuito elaborado para la parroquia Cochapamba la autora se enfoca tanto en el aspecto cultural como en potencializar los atractivos turísticos principales de la parroquia. En este proyecto de investigación planteado por una estudiante de la Universidad Central del Ecuador, se han analizado de manera correcta los elementos que se toman en consideración para que sea nombrado un producto turístico; sin embargo en el estudio realizado no tomó en cuenta las instalaciones turísticas ni la infraestructura es decir no se realizó un análisis del destino turístico, estas observaciones se tomarán en cuenta para la propuesta de productos turísticos en el siguiente objetivo.

## 10.5 Resultados del objetivo 2

### 10.5.1 Oferta

#### 10.5.1.1 Accesibilidad.

Por su ubicación geográfica la accesibilidad en el Cantón Saquisilí tiene accesos estratégicos tanto por el norte como el sur de la Panamericana. En la tabla 7 se describen. Las vías de acceso.

**Tabla 7**

*Vías de acceso al cantón Saquisilí*

<b>Vía de acceso</b>	<b>Orden de la vía</b>	<b>Destino</b>	<b>Km de distancia</b>
Vía Guaytacama	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	5,6 km
Vía Tanicuchí	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	6,9 km
Vía Poaló	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	7,7 km
Vía Patután	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	10,7 km
Camino / Vía Toacazo	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	10,9 km
Latacunga / Panamericana Sur E35	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	16,5 km
Vía Sigchos	1er orden/ asfaltada	Saquisilí	52,8 km

*Nota:* Tomado de Guía turística Saquisilí elaborada por (GADMIC Saquisilí, 2022)

Las principales vías de acceso se conectan con las parroquias del cantón de la Latacunga que es la ciudad más alejada a Saquisilí y son de primer orden, esto quiere que son vías que conectan directamente con el destino turístico a estudiar y con las diferentes parroquias del cantón. A continuación, en la figura 9 se indica en el mapa turístico de Saquisilí las vías de acceso al cantón.



### 10.5.1.2 Servicio de transporte.

**Tabla 8**

*Servicios de transporte*

<b>Transporte</b>	<b>Dirección</b>	<b>Número de contacto</b>
Cooperativa de taxis “Saquitax”	Calle 9 de octubre y Barreno	032721183
Cooperativa de “Taxis Saquisilí”	Calle Simón Bolívar	032722222
Cooperativa de buses “ Nacional Saquisilí”	Calle Manabí y Gonzáles Suarez	032722360

*Nota.* Tomado de guía turística Saquisilí elaborada por GADMIC Saquisilí (2022)

El principal servicio de transporte hacia el cantón de Saquisilí es la Cooperativa de buses “Nacional Saquisilí”, su pasaje es de 50 centavos desde el terminal de Latacunga, las 2 cooperativas de taxis trasladan a los turistas a las parroquias que no disponen de servicio de transporte urbano como son Canchagua, Cochapamba y Chantilín; además existen camionetas y automóviles privados que ofrecen este servicio dentro del cantón. Los días que existe más movilización son el miércoles, jueves y domingo para las 7 plazas principales.

### 10.5.1.3 Atractivos turísticos.

Para el inventario de sitios naturales y manifestaciones culturales, se elaboraron 2 tablas en las cuales se describió los atractivos turísticos y se categorizaron de acuerdo con las fichas de levantamiento de información del MINTUR, elaboradas por el GADMIC de Saquisilí, inventariando 7 sitios naturales y 16 manifestaciones culturales. La parroquia de Saquisilí con 14 atractivos, Chantilín 2 atractivos, Canchagua 3 atractivos y Cochapamba con 4 atractivos turísticos; se realizaron varias salidas de campo en donde se registró 2 manifestaciones culturales que no se encuentran inventariadas.

A continuación, en la tabla 9 se describen los atractivos turísticos, en la tabla 10 se inventariaron de acuerdo con su categoría, tipo, subtipo, jerarquía y administración y en la tabla 11 se registró los atractivos no inventariados respectivamente.



Tabla 9

*Descripción de atractivos turísticos*

Atractivos turísticos		
Sitios Naturales	Descripción	Parroquia
<b>Laguna de Tiloncocha</b>	La Laguna de Tiloncocha se encuentra localizada a 4023msnm, en la Parroquia Cochapamba, entre las comunidades de Llamahuasi y Chanchungaloma, a 37km, de la zona urbana de Saquisilí, la laguna tiene un área aproximada de 350 m por 200m.	Cochapamba
<b>Cascada Candela Fasso</b>	Se encuentra ubicada en la Comunidad de Jatun Era de la Parroquia de Cochapamba a una distancia de 20km de la zona urbana de Saquisilí, su altura es de 3477msnm, tiene una temperatura de 6°-10°C.	Cochapamba
<b>Cerro Ceremonial de Calquín</b>	El Cerro Ceremonial de Calquín se sitúa en la Comunidad de Calquín a 12 km del centro de la parroquia de Cochapamba, tiene una altura de 3911 msnm y su temperatura oscila entre 5° y 7°C.	Cochapamba
<b>Curiquingui Rumi</b>	Situado a 27km de la Parroquia Canchagua tiene una temperatura de 6ª 10°C, este cerro se encuentra formado por roca volcánica, está constituido por siete pequeñas cumbres, con una mezcla de rocas sobre el paisaje de paramo pajonal, las laderas bañadas por el agua y la refracción de la luz del sol sobre estas producen colores muy vistosos, que hace que la montaña sea un arte multicolor.	Cochapamba
<b>Cerro Wingopana</b>	Está ubicado en la comunidad de Yanahurco a 35km desde el centro de Canchagua, se encuentra a 4047 msnm, esta elevación es un emblemático cerró con una hermosa vista natural; se ha denominado también como el “Cerro del Amor” ya que las parejas que están en proceso de divorcio pueden ir a visitar y sentir la energía del cerro, en donde se limpia las malas energías y posteriormente a esto se reconcilian y siguen su vida.	Canchagua

<b>Laguna de los Patos</b>	La Laguna de los Patos también es conocida como la Laguna del Manantial y constituye una vertiente de agua dulce transparente, proveniente de filtraciones de agua lluvia y condensación de humedad del páramo. En este pequeño ambiente lacustre es posible apreciar diversidad de flora y fauna como patos, chuquiraguas, pajonal y hermosas gencianas. Es un lugar propicio para meditar y relajarse.	Chantilín
<b>Fuente de agua mineral</b>	Ubicada en la parroquia Chantilín “San Francisco”, a 10 minutos en auto y a 3 km de la cabecera cantonal; presenta una vialidad de fácil acceso hasta la parte alta de las fuentes y se llega por medio de una caminata hasta la fuente de agua mineral. La fuente de agua se encuentra en su estado natural cubierta por la vegetación que a través de los años a ganando posesión en ese lugar, sus aguas emergen de las profundidades del suelo formando una pequeña laguna	Chantilín
<b>Manifestaciones culturales</b>		
<b>Iglesia la Matriz</b>	La Iglesia Matriz se encuentra ubicada frente al parque central de la ciudad, tiene una fachada que rememora el arte románico, tiene forma de bóveda, la fachada tiene dos torres rematadas en cúpulas de medio punto.	Saquisilí
<b>Parque central la Concordia</b>	El Parque tiene una dimensión de 2.809 m <sup>2</sup> , con ocho entradas a su alrededor que permiten ingresar con facilidad a su interior, que encierra diez hermosas jardineras todas muy bien cuidadas con césped, vegetación ornamental y palmeras que dan un gran colorido al parque, sin dejar de lado a la pila de agua ubicada en la parte sureste, además en la misma dirección se encuentra el monumento a la Madre símbolo de la ternura y el amor incondicional de los Saquisilenses.	Saquisilí
<b>Parque recreacional Cachipamba</b>	El Parque Recreacional Cachipamba es una obra del Concejo Provincial de Cotopaxi quien viendo la necesidad de crear espacios para el sano esparcimiento y diversión de los habitantes del cantón Saquisilí, tuvo en el año de 1998 el proyecto de construcción de un parque recreacional teniendo como recurso un espacio verde que pertenecía al municipio, el cual posteriormente tuvo un proceso de construcción hasta el año 2002	Saquisilí
<b>Plaza de las hiervas</b>	Es una plaza restructurada a las facilidades de los que expenden la hierba para animales, donde se brinda el espacio necesario y facilidades para su mejor desenvolvimiento en el expendio de sus productos a las personas que llegan al lugar.	Saquisilí

<b>Plaza San Juan Bautista</b>	Se encuentra entre las calles Simón Bolívar y Abdón Calderón, ofrece una variedad de ropa, sombrero de paño, y objetos usados.	Saquisilí
<b>Plaza Juan Montalvo</b>	Se encuentra ubicada entre las calles 24 de mayo y Barreno, En esta plaza vende zapatos y accesorios de vestir.	Saquisilí
<b>Plaza Vicente Rocafuerte</b>	Se ubica entre las calles Manabí y Gonzales Suarez, a 400 metros al noroeste del Parque Central La Concordia, se realiza la venta de animales menores como cuyes, conejos, gallinas y patos además la venta de mariscos, cocinas industriales, puertas metálicas y frutas	Saquisilí
<b>Plaza Kennedy</b>	Se ubica entre las calles Pullupaxi y Barreno, a 200 metros al oeste del Parque Central La Concordia, en esta plaza ofrecen diferentes productos ya sea en granos, papas, hortalizas, frutas, etc.	Saquisilí
<b>Plaza de Rastros</b>	Vía a Canchagua esta plaza es conocida como la plaza de animales, es una de las plazas más llamativas para los turistas extranjeros por la gran cantidad de animales.	Saquisilí
<b>Plaza Gran Colombia</b>	Ubicada entre las calles García Moreno y Mariscal Sucre, a 100 metros al este del Parque Central La Concordia, Conocida como la plaza de papas, es el lugar donde se puede encontrar hortalizas, comida típica, la panela traída del subtrópico de la provincia y abarrotes variados	Saquisilí
<b>Plaza 18 de octubre</b>	Se localiza entre las calles 24 de mayo y Bartolomé de las Casas, a 200 metros al norte del Parque Central La Concordia, es conocida como la plaza de poncho, es una plaza muy colorida por sus artesanías, vestimenta tejida tradicional, trabajos artesanales utilitarios como: las cucharas de palo, aventadores, canastos, y sogas etc. Es la plaza más visitada por los turistas extranjeros y nacionales.	Saquisilí
<b>Fiestas patronales en honor a la Santísima Virgen del Quinche</b>	Estas actividades se vienen desarrollando aproximadamente hace 65 años, cuando se encomienda al Cantón en manos de su Mamá Virgen del Quinche.	Saquisilí

<b>Fiestas patronales en honor a San Juan Bautista</b>	Son celebraciones religiosas que se llevan a cabo en el mes de junio de dos a tres días. El programa de fiestas se desarrolla en la zona céntrica del Cantón Saquisilí, donde todos sus barrios participan, la organización de la fiesta es dirigida por el Comité Permanente de fiestas.	Saquisilí
<b>Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi</b>	Está ubicado en la Parroquia Canchagua, es un espacio que revela el significado y la relación del patrimonio con el visitante que llega hasta esta parroquia de la Provincia de Cotopaxi, a través de experiencias directas y aplicando los principios, cualidades y estrategias como la interpretación del patrimonio.	Canchagua
<b>Hito Santa Gertrudis</b>	Se encuentra ubicado a 3km de la Parroquia de Canchagua, el Hito es llamado vértice Santa Gertrudis y fue colocado en 1981 por el Instituto Geográfico Militar.	Canchagua
<b>Danzantes de Saquisilí</b>	El Danzante de Saquisilí es un personaje simbólico de las tradiciones y costumbres de los antecesores, que en cada fiesta se exhibían rindiendo homenaje a las festividades de Corpus-Cristy.; se dice que en tiempos incaicos los indígenas adoraban a sus dioses, admiraban al sol, la luna, los volcanes, los ríos, los truenos y todo aquello que les causara miedo y respeto lo convertían en sus dioses, a los mismos que rendían tributos con bailes para sacrificios, sembríos y cosechas.	Saquisilí

*Nota.* Tomado de fichas de levantamiento de información del MINTUR elaboradas por GADMIC Saquisilí (2022)

Tabla 10

*Inventario de atractivos turísticos*

<b>Atractivos turísticos</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>Administración</b>
<b>Sitios naturales</b>						
<b>Laguna de Tiloncocha</b>	Cochapamba	Sitios Naturales	Ambiente Lacustres	Lagunas	II	Comunitaria
<b>Cascada Candela Fasso</b>	Cochapamba	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II	Comunitaria
<b>Cerro Ceremonial de Calquín</b>	Cochapamba	Sitios Naturales	Montaña	Baja montaña	II	Comunitaria
<b>Curingui Rumi</b>	Cochapamba	Sitios Naturales	Montaña	Media montaña	II	Comunitaria
<b>Cerró Wingopana</b>	Canchagua	Sitios Naturales	Montaña	Media montaña	II	Pública y Comunitaria
<b>Fuentes de agua mineral</b>	Chantilín	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Manantial de agua mineral	II	Pública
<b>Laguna de patos</b>	Chantilín	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	II	Pública
<b>Manifestaciones culturales</b>						
<b>La iglesia Matriz</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica/ Vernácula	II	Pública
<b>Parque central la Concordia</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	II	Pública
<b>Parque recreacional Cachipamba</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	II	Pública

<b>Plaza de las hiervas</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	II	Pública
<b>Plaza San Juan Bautista</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Plaza Juan Montalvo</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Plaza Vicente Rocafuerte</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Plaza Kennedy</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Plaza de Rastros</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Plaza Gran Colombia</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Plaza 18 de octubre</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	III	Pública
<b>Fiestas Patronales en honor a la Santísima Virgen del Quinche</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas tradicionales y creencias populares	II	Pública
<b>Fiestas Patronales en honor a San Juan Bautista</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas tradicionales y creencias populares	II	Pública
<b>Centro Cultural de Interpretación Cancha Huasi</b>	Canchagua	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	Comunitaria

<b>Hito Santa Gertrudis</b>	Canchagua	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Monumentos	II	Pública
<b>Danzantes de Saquisilí</b>	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Música y danza	II	Pública

*Nota.* Tomado de fichas de levantamiento de información del MINTUR elaboradas por GADMIC Saquisilí (2022)

**Tabla 11**

*Atractivos turísticos no inventariados*

<b>Atractivos turísticos</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>Administración</b>
<b>Sitios Naturales</b>						
<b>Artesanías de Chantilín</b>	Chantilín	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	II	Privada
<b>Iglesia del Centro Parroquial Chantilín</b>	Chantilín	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II	Pública
<b>Tratamiento de pieles de ganado</b>	Chantilín	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros Agropecuarios y Pesqueros	II	Privada
<b>Iglesia Católica la Matriz Canchagua</b>	Canchagua	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	III	Pública

#### 10.5.1.4 Actividades turísticas.

La ubicación del cantón Saquisilí emana energía de la Pachamama y es un sitio propicio para actividades ancestrales”, además se pueden realizar caminatas, cabalgar por los páramos, descender en bicicleta por los chaquiñanes y tomar fotografías de la flora y fauna (El Comercio, 2018). Su ubicación ha ayudado que se desarrollen diferentes actividades ecoturísticas de acuerdo con el sitio natural o manifestación cultural y también a la propuesta de nuevos proyectos comunitarios con el fin de garantizar una vida más digna para los pobladores del cantón Saquisilí. En la tabla 12 se describen las actividades respectivamente.

**Tabla 12**

*Actividades de atractivos turísticos*

<b>Atractivos turísticos</b>	<b>Actividades Turísticas</b>
<b>Sitios Naturales</b>	
<b>Laguna de Tiloncocha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Camping</li> <li>• Observación de Aves que se puede realizar dependiendo los meses del año</li> </ul>
<b>Cascada Candela Fasso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Escalada en Agua</li> <li>• Natación</li> <li>• Avistamiento de Aves</li> <li>• Trecking</li> </ul>
<b>Ceremonial de Calquín</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>Fotografía</li> <li>• Vista Paisajística</li> </ul>
<b>Curiqingue Rumi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avistamiento de Aves</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Cabalgatas</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping</li> </ul>
<b>Cerro Wingopana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping</li> <li>• Cabalgata</li> <li>• Caminata</li> <li>• Ciclismo deportivo</li> <li>• Mirador desde la Cima del Cerro Wingopana</li> </ul>
<b>Laguna de Patos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Caminata</li> </ul>
<b>Fuente de agua mineral</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Caminata</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Camping</li> <li>• Picnic</li> </ul>
<b>Manifestaciones culturales</b>	
<b>La iglesia la Matriz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convivencia</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Participación de la celebración</li> </ul>
<b>La iglesia del centro Parroquial Chantilin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convivencia</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Participación de la celebración</li> </ul>
<b>Parque la Concordia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades recreativas</li> </ul>
<b>Parque recreacional Cachipamba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Picnic</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Caminata</li> <li>• Paseos en bote</li> </ul>
<b>Plaza de las hiervas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> </ul>
<b>Plaza San Juan Bautista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> </ul>
<b>Plaza Juan Montalvo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> </ul>
<b>Plaza Vicente Rocafuerte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> </ul>
<b>Plaza Kennedy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>Plaza de Rastros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>Plaza Gran Colombia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> </ul>

<b>Plaza 18 de octubre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>Fiestas Patronales en honor a la Santísima Virgen del Quinche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participe de las actividades</li> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>Fiestas patronales en honor a San Juan Bautista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participe de las actividades</li> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>Artesanías de Totora Chantillí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción Orgánica</li> <li>• Elaboración de diferentes objetos con la Totora</li> </ul>
<b>Centro Cultural Cancha Huasi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participe de las actividades</li> <li>• Fotografía</li> </ul>
<b>Hito Santa Gertrudis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Caminatas</li> </ul>
<b>Danzantes de Saquisilí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de la celebración</li> <li>• Presentación o representación en vivo</li> <li>• Convivencia</li> </ul>

*Nota.* Tomado de Fichas de levantamiento de información del MINTUR elaboradas por GADMIC Saquisilí (2022)

El cantón de Saquisilí permite a sus visitantes realizar varias actividades de índole religioso, comercial y artesanal mediante la convivencia y participación de las celebraciones; además de índole ecológico y turístico mediante la observación de flora y fauna, senderismo, camping, cabalgata, caminata, observación de aves y fotografía.

#### **10.5.1.5 Alojamiento.**

Para el inventario del alojamiento, se recopiló información a través de entrevistas a los propietarios de los establecimientos, en la tabla 13 se registran los datos.

**Tabla 13***Alojamiento Saquisilí*

<b>Nombre de Alojamiento</b>	<b>Actividad</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Propietario</b>	<b>Dirección</b>
<b>Quinta las Mercedes</b>	Alojamiento	Hostería	3 estrellas	Yanchapaxi Almache Mario	Barrio Tambillo
<b>Hotel colonial “Las 7 Plazas”</b>	Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Gonzalo Pizaña	Calle Simón Bolívar y Pichincha
<b>San Carlos</b>	Alojamiento	Hostal	3 estrellas	Sinchiguano Martínez Nataly	Calle Simón Bolívar y Pichincha , frente al Parque la Concordia

Existen 3 establecimientos de alojamiento dentro del cantón Saquisilí, esto se presenta debido a que los turistas nacionales no se hospedan en la ciudad, porque realizan sus viajes hacia las 7 principales plazas y su actividad principal es la compra de productos de primera necesidad; solo los turistas extranjeros deciden quedarse por más de 1 día para visitar sitios naturales de interés como es el Cerro Wingopana , Cascada Candela Fazo y Laguna de Tiloncocha.

**a. Quinta las Mercedes**

Homero Yanchapaxi, propietario de la Quinta Las Mercedes, manifestó que la construcción tiene más de 100 años y está elaborada con materiales a base de adobe, madera, ladrillo y teja que ha sido modificado con el paso de los años sin dañar los materiales propios del lugar; luego que su familia emigró por temas de estudio, él se dedicó al turismo, creando esta Quinta que opera desde el año 2015.

La Quinta las Mercedes ofrece áreas verdes, restaurantes, camping, cabañas, eventos, canchas y espacios verdes; en la época de cosecha se ofrece a los turistas la posibilidad de ver este proceso de cosecha. Los extranjeros son quienes más llegan a esta quinta, ellos ofrecen gastronomía propia del lugar, elaborada con productos propios del sector como: el cuy, la

gallina de campo, papas, habas, choclos, mellocos, etc. Los medios de promoción que utilizan son una página web, Facebook y twitter.

**b. Hotel San Carlos**

La dueña del hotel San Carlos es la Sra. Nataly Sinchiguano, quien supo manifestar que el hotel cuenta con 22 años de funcionamiento, cuenta con servicios de habitaciones simples y dobles, baño privado, tv cable y parqueadero. Los meses que llegan más los turistas son los meses de junio a julio, ya que en estas fechas se celebra a la Santísima Virgen del Quinche. Por otro lado, supo manifestar que los turistas los demás meses no llegan porque prefieren hospedarse en la ciudad de Latacunga.

**c. Hotel Colonial “ Las 7 plazas”**

El representante legal es el señor Gonzalo Pizaña, manifestó que su establecimiento de hospedaje solo brinda este servicio, cuenta con 24 camas, tanto familiares y terraza, todas las habitaciones están bien equipadas y tienen pantalla plana; el costo promedio por habitación es de \$10 y la demanda de turistas en cuanto a extranjeros son de países como Australia y EE. UU, en cambio la demanda nacional es de Quito, Loja, Cuenca, y de la región amazónica.

**10.5.1.6. Servicio de Alimentos y Bebidas.**

Existen varios establecimientos de alimentos y bebidas en el Cantón Saquisilí, pero la mayoría de los establecimientos no se encuentran registrados en el catastro; debido a que está desactualizados o no son legales (GADMIC Saquisilí, 2022), solo se encuentran registrados 3 establecimientos que tienen como categoría 1 tenedor. En la tabla 14 se detallan.

**Tabla 14***Servicio de alimentos y bebidas registrados en el Catastro*

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Actividad</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Propietario</b>
<b>Asadero “Koko Riko”</b>	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Juan Carlos Paba
<b>Restaurante “Los Pollos de la Tri”</b>	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Vicente Cueva
<b>Asadero “El Placer”</b>	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Sambache Díaz Lorena del Carmen

*Nota.* Catastro de Saquisilí obtenido de GADMIC Saquisilí (2022)

La ciudad de Saquisilí cuenta con 3 principales asaderos que se encuentran registrados en el catastro por el GADMIC, estos establecimientos de alimentos y bebidas tienen la categoría de 1 tenedor, ya que dentro de su menú ofrecen promociones de pollo asado, comida rápida y almuerzos, su precio rodea desde los \$2,50 hasta \$5. El asadero “Koko Riko” y restaurante “Los Pollos de la Tri” son dos marcas reconocidas que tienen sucursales en la ciudad de Quito.

Se registraron un total de 14 establecimientos, los cuales son clasificados como restaurantes y dentro de la categoría se considera de 1 tenedor; además se registró una cafetería con categoría de 1 taza. En la tabla 15 se describen respectivamente.

**Tabla 15***Inventario de servicio de alimentos y bebidas*

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Actividad</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Dirección</b>
Parrilladas Mateo	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle 9 de octubre
Comedor Blanquita	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Centro de Saquisilí
Casa de las truchas	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Av. 24 de mayo
Cafetería Jire	Alimento y Bebidas	Cafetería	1 taza	Av. 24 de mayo Luis Felipe Borja
Asadero el Placer	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Simón Bolívar y Pichincha
Parrilladas “ El Caporal”	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Simón Bolívar
Los pollos de “Aida”	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Mariscal Sucre y 9 de octubre
Restaurante Jimmy	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Mariscal Sucre
Asadero Koko Riko	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Pullupaxi y Mariscal Sucre
Restaurantes Los Pollos de la Tri	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Av. 24 de mayo
Menestras Verito	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Av. 24 de mayo
Restaurante La Tanda 1	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Av. 24 de mayo
Parrilladas Deli	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Carchi y Simón Bolívar
Pollos al Gusto	Alimento y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	Calle Pichincha y Saquisilí

Saquisilí cuenta con 14 establecimientos de alimentos y bebidas, ya que es un cantón pequeño ofrece tanto a los turistas como moradores de la ciudad servicios acordes a su presupuesto y la necesidad que presenten; sin embargo, se realiza una pequeña descripción de los establecimientos que se encuentran en la ciudad de Latacunga, debido a que es la ciudad más aledaña al cantón. De acuerdo a (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga y Dirección de turismo, 2020) Latacunga cuenta con 79 establecimientos de alimentos y bebidas, con categoría de 1 tenedor y 18 cafeterías con categoría de 1 taza.

#### 10.5.1.7. Servicio de Ocio y Esparcimiento.

Se registró 2 establecimientos de ocio y esparcimiento, los cuales se describen en la tabla 16

**Tabla 16**

*Ocio y esparcimiento Saquisilí*

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Actividad</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Dirección</b>
<b>Bar restaurante “Valle Escondida”</b>	Ocio y Esparcimiento	Bar Restaurante	1 copa	Barrio Manizales y Calle Imbabura
<b>Resto-Bar Fuegos</b>	Ocio y Esparcimiento	Bar Restaurante	1 copa	Calle 24 de mayo y Bartolomé de las Casas

Los 2 lugares que brindan servicio de ocio y esparcimiento no se encuentran registrados en el catastro, pero durante la salida de campo se levantó la información que ofrecen restaurante, bar y discoteca; no es muy común que los Saquisilences asistan a este tipo de lugares, pero los turistas extranjeros si se interesan, por ello los dueños de los establecimientos atienden viernes y sábado a partir de las 18h00 pm hasta la 1h30 am.

### 10.5.1.8 Servicio de Agencia de Viajes.

En el cantón de Saquisilí no existe registro de agencias de viajes , pero la ciudad de Quito tiene 2 agencias de viaje que ofrecen servicios a los turistas, ofertando las ferias del cantón Saquisilí , en la tabla 17 se detallan respectivamente.

**Tabla 17**

*Servicio de agencia de viajes*

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Categoría</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>
Agencia de Viajes Carpedm Adventures	Minoristas	Quito	Venezuela N11-139, Quito 170130
Ecosportour- Tour Operadora	Minoristas	Quito	Venezuela N 11-99 y Carchi - Quito, Ecuador
Sendero de Volcanes( Volcano Company) Tour Operadora	Minoristas	Latacunga	Av. Velasco Ibarra 481, Ecuador
Quilindaña Explorer Tour-Agencia de Viajes	Minoristas	Latacunga	Chasqui Km 25
Kikevisión Travel Ecuador-Agencia de Viajes	Minoristas	Latacunga	Quito SN Padre Salcedo

De igual manera la ciudad más alejada al cantón es la ciudad de Latacunga de las 19 agencias de viaje que se encuentran registradas de acuerdo con(Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga y Dirección de turismo, 2020), solo 3 ofrecen dentro del paquete hacia la Laguna del Quilotoa, las ferias de Saquisilí.



### 10.5.1.9 Servicios básicos.

**Tabla 18**

*Servicios básicos del cantón Saquisilí*

<b>Agua</b>	<b>Energía eléctrica</b>	<b>Salud</b>	<b>Telefonía fija</b>
<p>El 53,19% de los pobladores del cantón Saquisilí cuentan con el servicio de red pública, el 38,61% de las comunidades alejadas de la ciudad, obtienen agua por medio de ríos, vertientes, sequías y canales.</p>	<p>El sistema de energía eléctrica se encuentra bajo la administración de la Empresa Eléctrica Regional, la mayoría de los pobladores del cantón cuenta con este servicio; sin embargo, el 21,14% de las viviendas no tiene acceso al servicio de energía eléctrica por motivos de distancia.</p>	<p>En el Cantón Saquisilí se han identificado cuatro instituciones de salud que pertenecen a las categorías de Seguro Campesino, Puesto de Salud, Subcentro de Salud, Centro de Salud.</p>	<p>En lo referente al servicio telefónico fijo, la empresa que brinda este servicio al cantón es la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). En la parroquia de Saquisilí el 75% no tiene servicio telefónico, Canchagua el 97%, Chantilín el 68% y en Cochabamba el 100% no tiene acceso a este servicio.</p>

*Nota.* Tomado de (PDOT Saquisilí, 2015)

### 10.5.2 FODA

“La matriz FODA permite establecer un panorama lo más ajustado posible a la realidad, para identificar de manera precisa los aspectos positivos sobre los que puede construir y lo negativo a superar”(Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014).

Para la descripción de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, se lo realizó mediante investigación bibliográfica, salidas de campo y entrevistas.

El FODA en el objetivo 2, servirá para la elaboración de estrategias en el objetivo 3. A continuación, en la tabla 19 se describe respectivamente el FODA del cantón.

**Tabla 19**

*FODA cantón Saquisilí*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Apoyo del GADMIC parroquial y las comunidades para realizar actividad turística.</li> <li>- Sistema de transporte hacia todas las parroquias.</li> <li>- Vías de acceso principales en un buen estado.</li> <li>- Abastecimiento de servicios básicos en al menos el 80% de la población.</li> <li>- Presencia de los servicios de salud y educación en los niveles preprimario primario y medio.</li> <li>- Su gente se caracteriza por ser amable y solidaria.</li> <li>- Existen guías locales en la comunidad de Jatun Era que brindan su servicio a los turistas que visitan la Cascada Candela Fasso.</li> <li>- Existencia de gastronomía tradicional de la zona.</li> <li>- Conservación de los sitios naturales por parte de las comunidades</li> <li>- Afluencia de turistas nacionales en las 7 plazas de Saquisilí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El GADMIC no cuenta con un plan de actualización de los PDOT dentro de la página principal.</li> <li>-Poca participación y coordinación de los ministerios del ambiente y de turismo.</li> <li>- Insuficiencia de servicios y facilidades turísticas en los atractivos.</li> <li>- Desconocimiento de la población sobre los sitios naturales y manifestaciones culturales existentes en el cantón.</li> <li>- Deficientes canales de publicidad.</li> <li>-Falta de capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos.</li> <li>-No existen catastros de los establecimientos turísticos ni una categorización.</li> <li>-No existe un censo actualizado de cuantos turistas, nacionales como internacionales ingresan al cantón.</li> <li>-Ausencia de planta hotelera en el sector.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo de las universidades locales como la ESPE, UTC para la realización de estudios en el área de Turismo.</li> </ul>	

<p>-Voluntad de distintos sectores sociales para invertir y desarrollar productos turísticos.</p> <p>- Interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar sitios naturales del cantón.</p> <p>- Las agencias y tour operadoras de la ciudad de Latacunga tienen interés en operar nuevos destinos turísticos dentro de cantón Saquisilí.</p> <p>-Interés de la comunidad de Otavalo en brindar capacitaciones a los artesanos de Chantilín.</p>	<p>- Acelerado avance de la infraestructura agrícola ganadera con amenaza a los recursos naturales.</p> <p>-Intereses políticos y económicos, incompatibles con las actividades de conservación y protección del ambiente.</p> <p>- El Ministerio de turismo tiene desconocimiento del número de turistas que ingresan al cantón Saquisilí</p> <p>-Disminución de presupuesto, por parte de los gobiernos actuales.</p> <p>-La rotación de personal en los gobiernos autónomos</p> <p>-Falta de señalización turística y mantenimiento vial.</p>
---	--

### 10.5.3 Demanda

#### 10.5.3.1 Análisis e interpretación de encuestas.

En las siguientes tablas se presenta el análisis de resultados de las 381 encuestas realizadas a los visitantes y turistas del cantón, para al finalizar obtener el perfil del turista.

- **Lugar de Procedencia**

**Tabla 20**

*Procedencia turistas Saquisilí*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
<b>Ambato</b>	18	4
<b>Latacunga</b>	146	38
<b>Pujilí</b>	10	3
<b>Machachi</b>	16	4
<b>Quito</b>	160	42
<b>Cayambe</b>	10	3
<b>Otavalo</b>	3	1
<b>Guayaquil</b>	8	2
<b>Machala</b>	2	1
<b>Brasil</b>	4	1
<b>Alemania</b>	4	1
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 42% de los encuestados son de la ciudad de Quito, el 38% de la ciudad de Latacunga, el restante de ciudades aledañas al cantón y tan solo un 2% son extranjeros. De las personas encuestadas la mayoría de los turistas son de la ciudad de Latacunga y de Quito, de Latacunga se trasladan más por las 7 ferias de Saquisilí y de Quito de igual manera por la adquisición de producto a precios más accesibles.

- **Estado civil**

**Tabla 21**

*Estado civil*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
Casado ( a)	153	40
Soltero(a)	192	50
Divorciado(a)	30	8
Viudo(a)	6	2
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 50% de los encuestados son solteros, el 40% son casados y el restante 10% son tanto viudos como divorciados. La mayoría de los turistas son solteros, pero viven en unión libre y el restante son casados y tienen una mayor estabilidad económica, los turistas extranjeros de igual manera son solteros y prefieren realizar sus viajes solos, contratando paquetes turísticos en agencias de viaje de la ciudad más aledaña al cantón que es Latacunga.

- **Nivel de educación**

**Tabla 22**

*Educación*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
Secundaria	45	12
Bachillerato	74	19
Superior	230	60
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 60% de los encuestados tienen un nivel de educación superior, el 20% tienen un nivel de bachillerato y el restante 20% solo han obtenido un nivel de educación secundaria y primaria. El nivel de educación de las personas encuestadas es superior, la mayoría de los turistas tienen una licenciatura o está cruzando la universidad, las personas que solo han obtenido un nivel de

educación secundaria y primaria son de la ciudad de Latacunga y por lo general son personas comerciantes que por situaciones adversas no han tenido la oportunidad de estudiar.

- **Empleado**

**Tabla 23**

*Empleado*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
Privado	164	43
Público	174	46
Desempleado	29	7
Estudiante	14	4
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 46% de los encuestados son empleados privados, el 43% de los encuestados son empleados públicos, el 7% son desempleados y el 4% son estudiantes. La mayoría de los turistas son empleados públicos o privados ya que poseen sus negocios propios, trabajan en empresas privadas o del estado, las personas desempleadas son los turistas jubilados y también existe la presencia de estudiantes en especial de carreras aparentes al turismo.

- **¿Con cuántas personas viaja?**

**Tabla 24**

*Grupo de personas*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
Solo	106	28
2 personas	104	27
3 personas	34	9
4 personas	79	21
5 y más personas	58	15
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 28% de los encuestados viajan solos, el 27% viajan entre 2 personas, el 21% viajan en grupos de 4 personas y el 24% restante entre 3 y más personas respectivamente. Un gran número de turistas viajan solos ya que son solteros, de igual manera un número considerado de los turistas prefieren viajar con su pareja y familia.; ya que realizan compras en las 7 principales plazas de la ciudad y disfrutan de la gastronómica tradicional del sector.

- **Edad**

**Tabla 25***Edad*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
De 18 a 25	82	22
De 26 a 36	100	26
De 37 a 47	64	17
De 48 a 58	78	20
De 59 a 69	52	14
de 70 a 80	5	1
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 26% de los encuestados tienen una edad entre los 26 a 36 años, el 22% tienen entre 18 y 25 años, el 20% entre 48 a 58 años, 17% tienen entre 27 a 47 años y el restante 15% tienen de 59 a 80 años. La edad promedio de los turistas que viajan a la ciudad de Saquisilí rodea entre los 26 a 36 años, esto se debe a que la mayoría de los turistas son solteros, en especial las personas extranjeras y este rango de edad es el adecuado para la visita tanto de sitios naturales como manifestaciones culturales.

- **¿Por cuántos días viene a la ciudad?**

**Tabla 26***Días de visita*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual</b>
1 día	270	70
2 a 3 días	90	24
5 y más días	21	6
	<b>381</b>	<b>100</b>

El 70% de los encuestados viajan a la ciudad solo por 1 día, el 24% viajan de 2 a 3 días y el restante 6% más de 5 días. Los turistas se quedan 1 día en la ciudad de Saquisilí, los turistas que desean pernotar, pues tienen opciones de ir a casas de familiares o amigos; las personas que vienen a la ciudad de Saquisilí por más días vienen los días miércoles, jueves y domingo que son días de feria y fin de semana para la actividad de compras en las 7 ferias; a excepción

de los turistas extranjeros que si deciden pernoctar en hoteles o hostales debido a que ellos contratan paquetes turísticos con agencias de viaje de la ciudad de Latacunga.

**Pregunta 1: Seleccione con una x el motivo principal de visita, al cantón Saquisilí**

**Tabla 27**

*Motivo principal de visita*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Descanso o placer</b>	<b>115</b>	<b>30</b>
<b>Cultura</b>	<b>36</b>	<b>9</b>
<b>Diversión</b>	<b>32</b>	<b>8</b>
<b>Visita a los recursos naturales</b>	<b>32</b>	<b>8</b>
<b>Compras</b>	<b>96</b>	<b>25</b>
<b>Visita a familiares</b>	<b>70</b>	<b>20</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 30% de las personas encuestas, seleccionaron que el motivo principal de su visita es descanso o placer, seguido del 25 % que también lo visitan por compras, un 20% de los encuestados lo visitan para visitar a sus familiares y el restante 25 % para cultura, visita de los recursos naturales y diversión .El Cantón Saquisilí es más conocido por sus ferias, para la comercialización y venta de productos varios, por ello un gran porcentaje de las personas encuestadas deciden ir a este cantón para realizar compras en las 7 ferias de Saquisilí, además los turistas visitan este cantón para descanso y placer de la monotonía de la ciudad.

**Pregunta 2: Coloque una x según su criterio. ¿Cuál es el factor adicional que influyó para venir al cantón Saquisilí?**

**Tabla 28**

*Factor adicional para visitar Saquisilí*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>39</b>	<b>10</b>
<b>Interés por conocer nuevos lugares</b>	<b>190</b>	<b>50</b>
<b>Conocimiento previo</b>	<b>58</b>	<b>15</b>
<b>Visita a familiares o amigos</b>	<b>56</b>	<b>15</b>
<b>Cercanía al lugar de origen</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
<b>Trabajo</b>	<b>14</b>	<b>4</b>
<b>Disponibilidad de tiempo</b>	<b>16</b>	<b>4</b>
<b>Otro</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 50 % de las personas encuestadas piensan que un factor adicional para visitar el cantón Saquisilí, es el interés de conocer nuevos lugares, un 30 % lo hace para visitar a familiares o amigos y conocimiento previo, y el 20% restante de los encuestados se dirigen a este sitio por recomendaciones, trabajo y disponibilidad de tiempo. En la interpretación de la primera pregunta se evidenció que el mayor porcentaje de los encuestados viaja al cantón Saquisilí por descanso, placer y por compras; en esta pregunta se observa que otro factor adicional es conocer nuevos lugares ya que Saquisilí es conocido solo por las 7 ferias y los turistas desean que existan más opciones para visitar, pero no pueden acceder a los atractivos porque no existe señalética ni publicidad.

**Pregunta 3: ¿Cómo supo de la ciudad?**

**Tabla 29**

*Conocimiento de la ciudad*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Por publicidad</b>	<b>13</b>	<b>3</b>
<b>Internet</b>	<b>16</b>	<b>4</b>
<b>Amistades</b>	<b>316</b>	<b>83</b>
<b>Agencia de viajes</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Otros</b>	<b>32</b>	<b>8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>



El 83 % de los encuestados supieron de la ciudad de Saquisilí por medio de amistades, las demás categorías de elección tuvieron un porcentaje con un total de 17%, pocos son los turistas que conocen el cantón por internet, publicidad y agencias de viajes. Como se mencionó anteriormente, los turistas tienen familia en la ciudad de Saquisilí, por ello la mayoría de ellos que visita el cantón lo conocen por medio de sus familiares o amistades; como se dice comúnmente la publicidad de boca a boca. Debido a que la provincia de Cotopaxi se conoce más por su principal atractivo el volcán Cotopaxi, se ha dejado de lado la publicidad para promocionar otros lugares, como es el caso del cantón Saquisilí, por ello los turistas no lo conocen por esos medios.

**Pregunta 4: ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar al cantón Saquisilí? (Marque una sola opción)**

**Tabla 30**

*Medio de transporte*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Autobús</b>	<b>171</b>	<b>45</b>
<b>Automóvil</b>	<b>146</b>	<b>38</b>
<b>Camioneta</b>	<b>64</b>	<b>17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 45% de las personas encuestadas se trasladan al cantón Saquisilí a través de medios de transporte urbano (autobús), 38% se traslada en automóvil propio y el 17% se traslada a través de las camionetas que ofrecen su servicio en la ciudad de Saquisilí. La mayoría de los turistas que se dirigen ya sea desde Quito o Latacunga, hacen uso del transporte público, como son las líneas “Transportes Saquisilí” y Transportes “Ciro / Latacunga”; el restante de turistas que se dirigen a esta ciudad tiene transporte privado como son automóviles y hacen uso de este para visitar los recursos y atractivos del lugar.

**Pregunta 5: ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estancia en la ciudad?**

**Tabla 31**

*Alojamiento*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Hotel</b>	<b>85</b>	<b>22</b>
<b>Hostal</b>	<b>22</b>	<b>6</b>
<b>Casa de familiares</b>	<b>66</b>	<b>17</b>
<b>Casa de huéspedes</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Casa o departamento propio</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Casa o departamento en renta</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Ninguno</b>	<b>200</b>	<b>51</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 51% de las personas encuestadas no hacen uso del servicio de alojamiento, el 22% se hospeda en hoteles, el 17% se hospeda en hostales y el restante 10% pernotan en casa de familiares o amigos, casa o departamento propio. Los turistas que hacen uso del servicio de Hospedaje elijen los hoteles más conocidos en la ciudad como son: Hotel “San Carlos” y Hotel “Gilo Carmelo”, el restante de turistas desea hospedarse en hostales cercanos a la ciudad o que se encuentran en el parque central de Saquisilí y otros que tienen familiares o amigos pernotan en esas casas familiares que les ayudan a reducir gastos.

**Pregunta 6: ¿Qué tipo o tipos de servicios alimentarios ha elegido? (Marque la opción)**

**Tabla 32**

*Servicios alimentarios*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Restaurantes servicio completo</b>	<b>191</b>	<b>50</b>
<b>Restaurante familiar</b>	<b>64</b>	<b>17</b>
<b>Restaurante de comida rápida</b>	<b>84</b>	<b>22</b>
<b>Restaurante en el lugar de hospedaje</b>	<b>16</b>	<b>4</b>
<b>Bares</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Otros</b>	<b>24</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 50% de las personas encuestadas prefieren restaurante de servicio completo, el 22% elijen el restaurante de comida rápida, el 17% se direccionan por el restaurante familiar y el 6% restante opta por otro establecimiento, el 4% escogen restaurante dentro del hospedaje dejándolo por último el 1% que corresponde a bares. Los turistas que visitan el Cantón Saquisilí prefieren comer en restaurantes de servicio completo, como son : los asaderos de pollo, el porcentaje que le sigue prefieren consumir comida rápida por la facilidad y por los precios; las personas que eligieron la opción otros se refieren a la comida tradicional que se ofrece en las 7 plazas del cantón Saquisilí.

**Pregunta 7: ¿Cuál es el medio de transporte que va a utilizar o utiliza durante su estancia en el Cantón Saquisilí?**

**Tabla 33**

*Medio de transporte estancia*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>Automóvil propio</b>	<b>149</b>	<b>39</b>
<b>Autobús urbano</b>	<b>160</b>	<b>42</b>
<b>Automóvil turístico</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
<b>Taxi</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Bicicleta</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Caminando</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Camioneta</b>	<b>64</b>	<b>17</b>
<b>Otro</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 42% de las personas que visitan el cantón prefieren autobuses urbanos, el 39% escogen automóvil propio, el 17% de los visitantes optan por una camioneta, ya que si son grupos los precios son más accesibles, mientras que el otro porcentaje restante mira su economía y se adaptan a sus necesidades. Los turistas actualmente miran su economía y su comodidad, eligiendo así los autobuses urbanos; ya que estos tienen rutas fijas y son de cooperativas seguras que se ofrecen en cantón Saquisilí, como es la línea “Transportes Saquisilí”.

**Pregunta 8: Marque con una x los atractivos turísticos que ha conocido en su visita**

**Tabla 34**

*Atractivos turísticos*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Porcentual %</b>
<b>1 atractivo</b>	<b>233</b>	<b>60</b>
<b>7 ferias de Saquisilí</b>	<b>233</b>	
<b>2 atractivos</b>	<b>92</b>	<b>24</b>
<b>7 ferias / Laguna de Tiloncocha</b>	<b>44</b>	
<b>7 ferias / Cerro de Wingopana</b>	<b>10</b>	
<b>7 ferias / Artesanías de Chantilín</b>	<b>24</b>	
<b>7 ferias / Cascada Candela Fasso</b>	<b>12</b>	
<b>7 ferias / Centro Cultural Cancha Huasi</b>	<b>2</b>	
<b>3 atractivos</b>	<b>44</b>	<b>12</b>
<b>7 ferias / Laguna de Tilonchocha/ Cerro Wingopana</b>	<b>4</b>	
<b>7 ferias / Artesanías de Chantilín / Cascada Candela Fasso</b>	<b>8</b>	
<b>7 ferias / Laguna de Tilonchocha/ Cascada Candela Fasso</b>	<b>8</b>	
<b>7 ferias / Laguna de Tilonchocha/ Centro Cultural Cancha Huasi</b>	<b>8</b>	
<b>7 ferias / Cascada Candela Fasso/ Centro Cultural Cancha Huasi</b>	<b>16</b>	
<b>4 atractivos</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>7 ferias/ Centro Cultural Cancha Huasi/ Artesanías Chantilin/ Laguna Tiloncocha</b>	<b>4</b>	
<b>Todos los Atractivos</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 60% de los turistas dentro del cantón Saquisilí han visitado las ferias, el 24% de los encuestados más de dos atractivos, el 12% de ellos tres atractivos y el restante más de cuatro atractivos en general. El cantón de Saquisilí tiene una gran demanda en cuanto a las ferias que se ofrecen en sus 7 plazas, el GAD ha dejado a un lado los atractivos naturales como son la Laguna Tiloncocha, Cerro Wingopana, Cascada Candela Fasso y tampoco ha reconocido el patrimonio cultural a través de atractivos culturales como son las Artesanías de Chantilín y el Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi; un factor adicional que es importante mencionar es que los turistas no conocen los atractivos naturales por la falta de señalética, el deterioro de las vías de acceso y la falta de promoción y publicidad de los mismos.

**Pregunta 9: Marque con un círculo. Aproximadamente su gasto diario por su servicio es:**

**Tabla 35**

*Servicio de alimentación*

<b>Alimentación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
<b>\$5-\$10</b>	<b>149</b>	<b>39</b>
<b>\$15-\$20</b>	<b>124</b>	<b>33</b>
<b>\$25-\$30</b>	<b>42</b>	<b>11</b>
<b>N/A</b>	<b>66</b>	<b>17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 39 % gasta en su alimentación entre \$5-\$10 dólares, el 33% gasta entre \$15-\$20 dólares y el restante mira su economía.

**Tabla 36**

*Servicio de transporte*

<b>Transporte</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
<b>\$5-\$10</b>	<b>177</b>	<b>46</b>
<b>\$15-\$20</b>	<b>120</b>	<b>31</b>
<b>\$25-\$30</b>	<b>24</b>	<b>6</b>
<b>N/A</b>	<b>60</b>	<b>17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 46% gasta en transporte entre \$5-10 dólares, el 32% gasta entre \$15-\$20 dólares y el restante que mira su economía.

**Tabla 37***Servicio de alojamiento*

<b>Alojamiento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
<b>\$10-\$20</b>	<b>97</b>	<b>25</b>
<b>\$20-\$30</b>	<b>40</b>	<b>10</b>
<b>\$40-\$50</b>	<b>12</b>	<b>3</b>
<b>N/A</b>	<b>232</b>	<b>62</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 62% de turista no gasta nada, un 25% gasta \$10-\$20, el 11% gasta entre \$20-\$30 dólares y en último lugar el 3% gasta entre \$40-\$50 dólares. El gasto en cuanto a alimentación, transporte y alojamiento va a variar de acuerdo con la cantidad de personas que viajen, de acuerdo con la economía de cada uno de los turistas, y dependiendo de los días que se queden en la ciudad de Saquisilí. La mayoría de los turistas prefieren restaurantes accesibles a su bolsillo como son la comida tradicional que ofrecen en las plazas de Saquisilí, asaderos de pollo y almuerzos que sus precios rodean entre los \$2 y \$5; en cuanto a transporte prefieren líneas de bus urbano que cuestan 0,50 ctv.; en cuanto a alojamiento la mayoría de los turistas no se alojan en la ciudad y su viaje es de ida por vuelta.

**Pregunta 10: Marque con una x. ¿Cuántos son sus ingresos económicos mensuales?****Tabla 38***Ingresos económicos mensuales*

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
<b>Menos de \$400</b>	<b>189</b>	<b>50</b>
<b>Entre \$401-\$1000</b>	<b>154</b>	<b>40</b>
<b>Entre \$1001-\$1600</b>	<b>34</b>	<b>9</b>
<b>Entre \$1601-\$2000</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>Más de \$2001</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

El 49% tiene un ingreso de menos de \$400 dólares mensuales, el 41% tiene un ingreso entre \$401-\$1000 dólares mensuales y por último un bajo porcentaje de turistas percibe un monto mayor de los \$1000. La gran mayoría de turistas que van al cantón Saquisilí, son

comerciantes de las ciudades aledañas al cantón Saquisilí ya que sus ingresos son de menos de \$400 dólares y la otra mitad del porcentaje establecido demuestra que si tienen una buena solvencia económica y esta va desde los \$1000 en adelante lo que ayudado a conocer más sobre los turistas.

### 10.5.3.2 Perfil del Turista.

De acuerdo con la metodología “Manual para la Planificación de Productos Turísticos SECO”, al final del análisis de la demanda turística, sintetizan el perfil del turista en los siguientes elementos que se muestran en la tabla 39, estos mismos elementos fueron de guía para realizar las 381 encuestas a los turistas que ingresan al cantón Saquisilí.

**Tabla 39**

*Perfil del Turista*

<b>Lugar de origen</b>	Latacunga/Quito
<b>Nivel socioeconómico</b>	Medio-Bajo
<b>Grado de instrucción</b>	Superior
<b>Ingreso mensual</b>	Entre \$400-\$1000
<b>Edad</b>	18-36 años
<b>Estado Civil</b>	Soltero/ Casado
<b>Ocupación</b>	Empleado Público/ Privado
<b>Grupos</b>	Familia
<b>Organización de viaje</b>	Entre 1 a 2 personas
<b>Días de visita</b>	1 día
<b>Motivación básica</b>	Descanso o placer/ Interés de conocer nuevos lugares
<b>Medio de transporte</b>	Transporte público

### 10.5.4 .Conceptualización del producto turístico

#### 10.5.4.1 Descripción de productos potenciales.

Para la propuesta de los productos turísticos se tomó como referencia las encuestas realizadas a los turistas del cantón, en donde se evidenció la afluencia de turistas a los principales atractivos de las 4 parroquias dando como resultado, 3 sitios naturales: Cascada Candela Fasso, Laguna Tiloncocha y Cerro Wingopana; 2 manifestaciones culturales: Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi y Artesanías Chantilin. Además, se incluyeron otros atractivos para complementar cada uno de los productos.



### **a. Producto 1: Tour Cascada Candela Fasso**

El recurso turístico conocido como cascada “Candela Fasso” está ubicado en la parroquia Cochapamba, el GADMIC de Saquisilí en el PDOT, menciona a la cascada como un sitio natural y de la misma manera se encuentra registrado en las fichas de levantamiento de información del MINTUR; por ello en este estudio se la consideró como un producto turístico que englobe el turismo comunitario y turismo de aventura, además que este atractivo turístico se encuentra conservado un 100% y es administrado por la comunidad “ Jatun Era”. A continuación en la tabla 40 se presenta respectivamente.

### **b. Producto 2: La Ruta del Amor**

El recurso Turístico conocido como cerro “Wingopana” está ubicado en la parroquia Canchagua, el GADMIC de Saquisilí en el PDOT , menciona al cerro como un sitio natural y de la misma manera se encuentra registrado en las fichas de levantamiento de información del MINTUR. Este cerro es conocido como el “Cerro del Amor”, ya que las parejas que están en proceso de divorcio, van a visitarlo y sentir las buenas energías; por ello se tomó este recurso como producto turístico, para que las parejas tengan una nueva experiencia mediante un turismo de aventura, naturaleza y religioso; además dentro de este producto se ha considerado a la Laguna Tiloncocha ubicada en la parroquia de Cochapamba. A continuación en la tabla 41 se presenta respectivamente.

### **c. Producto 3: Recorrido Chantilín-Canchagua**

Las manifestaciones culturales que se han considerado son “Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi”, “ Artesanías de Chantilin” , 3 iglesias principales: “La Matriz de Saquisilí”, “Centro Parroquial Chantilín” y “ La Matriz de Canchagua”, además como parte de este recorrido al lugar de tratamiento de piel de ganado ya que los pobladores comercializan estas pieles a la ciudad de Ambato y es importante conocer esta actividad. Se consideró este recorrido turístico cultural para conocer sobre el patrimonio y cultura de estas parroquias, ya que en el Centro de Interpretación Cultural “ Cancha Huasi” muestra a la parroquia de Canchagua en el presente, pasado y futuro, con el propósito de crear un espacio de identidad cultural, así mismo las artesanías de Chantilin a base de totora con el tiempo se han ido perdiendo y la producción es sumamente baja ; por ello a través de estos recorridos se genera concientización y beneficio económico para la localidad. A continuación en la tabla 42 se presenta respectivamente.

Tabla 40

*Conceptualización producto 1 Tour Cascada Candela Fasso*

<b>Construyendo un producto pensando en lo que verán los turistas</b>	<b>Construyendo un producto pensando en transmitirlo al turista</b>
<p><b>¿Cuál es la temática?</b></p> <p>La temática es de aventura y naturaleza, ya que los turistas van a tener una conexión con el medio que los rodea y también podrán realizar trekking.</p>	<p><b>¿Que lo hace especial?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riqueza natural: cascada con más de 300 metros de caída, diversidad de flora y fauna.</li> <li>• Recurso natural: no ha sido manipulado por la mano del hombre, conservado, así como un patrimonio natural del lugar.</li> </ul>
<p><b>¿Qué actividades se puede ofrecer?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo comunitario</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Observación y toma de fotografías del paisaje y sus alrededores.</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Realizar actividades de ocio y entretenimiento.</li> <li>• Degustación de gastronomía propia del lugar.</li> <li>• Observación de aves.</li> </ul>	<p><b>¿Qué recuerdo se llevará el turista?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con la naturaleza y el medio que los rodea.</li> <li>• Valoración del patrimonio natural del lugar.</li> <li>• Conocimiento de la comida tradicional del cantón.</li> <li>• Calidad y atención de los pobladores del cantón.</li> </ul>
<p><b>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GADMIC del Cantón Saquisilí.</li> <li>• Población de la parroquia Cochapamba.</li> <li>• Comunidad Jatún Era.</li> <li>• Operadores de turismo .</li> <li>• Estudiantes de la carrera de turismo y carreras aparentes.</li> </ul>	<p><b>¿Qué expectativas se ofrece al turista con este producto?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer diferentes actividades para el desarrollo del producto turístico.</li> <li>• Buena atención y calidad del producto.</li> <li>• Excelente organización para cada actividad dentro del producto turístico.</li> <li>• Seguridad y confianza al turista.</li> <li>• Ser un producto turístico accesible al bolsillo del turista.</li> </ul>

Tabla 41

## Conceptualización producto 2 La Ruta del Amor

<b>Construyendo un producto pensando en lo que verán los turistas.</b>	<b>Construyendo un producto pensando en transmitirlo al turista.</b>
<p><b>¿Cuál es la temática?</b></p> <p>La temática es de aventura, con temática religiosa, turismo de naturaleza.</p>	<p><b>¿Que lo hace especial?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riqueza cultural: Los antiguos incas caminaron por las tierras de Saquisilí, leyendas sobre los Incas; conocido como el cerro del amor, ya que aquí las parejas se juran amor eterno.</li> <li>• Riqueza natural: formación natural rocosa, recurso natural no manipulado por la mano del hombre</li> </ul>
<p><b>¿Qué actividades se puede ofrecer?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Trekking</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Observación y toma de fotografías del paisaje y sus alrededores.</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Realizar actividades de ocio y entretenimiento.</li> <li>• Rituales religiosos</li> <li>• Observación de aves</li> <li>• Camping</li> <li>• Escalada en roca</li> </ul>	<p><b>¿Qué recuerdo se llevará el turista?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con la naturaleza y el medio que los rodea.</li> <li>• Valoración del patrimonio natural y cultural del lugar.</li> <li>• Nuevas experiencias con prácticas rituales religiosas.</li> </ul>
<p><b>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GADMIC del Cantón Saquisilí</li> <li>• Población de la parroquia Canchagua y Cochapamba</li> <li>• Comunidad Yanahurco Grande</li> <li>• Operadores de turismo</li> <li>• Estudiantes de la carrera de turismo y carreras aparentes.</li> </ul>	<p><b>¿Qué expectativas se ofrece al turista con este producto?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer diferentes actividades para el desarrollo del producto turístico.</li> <li>• Buena atención y calidad del producto.</li> <li>• Excelente organización para cada actividad dentro del productor turístico.</li> <li>• Seguridad y confianza al turista.</li> <li>• Ser un producto turístico accesible al bolsillo del turista.</li> </ul>

Tabla 42

*Conceptualización producto 3 Recorrido Chantilín- Canchagua*

<b>Construyendo un producto pensando en lo que verán los turistas</b>	<b>Construyendo un producto pensando en transmitirlo al turista</b>
<p><b>¿Cuál es la temática?</b></p> <p>La temática cultural, turismo religioso</p>	<p><b>¿Que lo hace especial?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riqueza cultural: Artesanías elaboradas con totora que son sembradas en la parroquia Chantilín .</li> </ul>
<p><b>¿Qué actividades se puede ofrecer?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas</li> <li>• Observación y toma de fotografías del paisaje y sus alrededores.</li> <li>• Realizar actividades de ocio y entretenimiento</li> <li>• Elaboración de artesanías en totora</li> <li>• Degustación de la gastronomía local</li> <li>• Recorridos de la iglesia principal de la parroquia Chantilín y la iglesia la Matriz de Saquisilí.</li> </ul>	<p><b>¿Qué recuerdo se llevará el turista?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoración del patrimonio cultural</li> <li>• Conocimiento de la comida tradicional del cantón.</li> <li>• Calidad y atención de los pobladores del cantón.</li> <li>• Convivencia con la comunidad en cuanto a elaboración de artesanías.</li> </ul>
<p><b>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GAD del Cantón Saquisilí</li> <li>• Población de la parroquia Chantilín</li> <li>• Operadores de turismo</li> <li>• Estudiantes de la carrera de turismo y carreras aparentes.</li> </ul>	<p><b>¿Qué expectativas se ofrece al turista con este producto?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer diferentes actividades para el desarrollo del producto turístico.</li> <li>• Buena atención y calidad del producto.</li> <li>• Excelente organización para cada actividad dentro del productor turístico.</li> <li>• Seguridad y confianza al turista.</li> <li>• Ser un producto turístico accesible al bolsillo del turista.</li> </ul>

#### **10.5.4.2 Identificación de productos turísticos.**

En la tabla 43 se identifica al producto 1 Tour Cascada Candela Fasso , el público objetivo para este producto deben ser personas que les guste el deporte y trekking, con un rango de edad entre los 18 a 36 años; las condiciones de infraestructura que tiene este tour son servicios higiénico, parqueadero, señalización turística, mirador, estaciones de descanso y por último dentro de las condiciones de servicio tiene guías (inglés- español), servicio de alimentación, servicio de transporte y zonas de camping.

En la tabla 44 se identifica al producto 2 La Ruta del Amor, el público objetivo para este producto deben ser personas que les guste la aventura, turismo de naturaleza y religioso, con un rango de edad entre los 18 a 36 años; las condiciones de infraestructura que tiene este tour son, parqueadero, señalización turística, mirador, senderos ecológicos y por ultimo dentro de las condiciones de servicio tiene guías (inglés- español), servicio de alimentación, servicio de transporte y zonas de camping.

En la tabla 45 se identifica al producto 2 Recorrido Chantilin-Canchagua, el público objetivo para este producto deben ser personas que les guste el turismo cultural y religioso, con un rango de edad entre los 18 a 60 años; las condiciones de infraestructura que tiene este tour son servicios higiénicos, parqueadero, señalización turística, mapa de información turística y por ultimo dentro de las condiciones de servicio tiene guías (inglés- español), servicio de alimentación y servicio de transporte.

A continuación, se presenta tablas de cada producto turístico, identificando el concepto, el público objetivo, las condiciones de infraestructura y condiciones de servicio.

Tabla 43

Identificación del producto 1 Tour Cascada Candela Fasso

CONCEPTO DEL PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO			
		Servicios Higiénicos	Parqueaderos	Señalización Turística	Mirador	Mapa de información al turista	Estaciones de descanso	Guías (inglés-español)	Servicio de alimentación	Servicio de transporte	Zonas de Camping
Tour Cascada Candela Fasso	Turista Nacional y Extranjero de 18 a 36 años que le guste el deporte, turismo de naturaleza y trekking	x	x	x	x		x	x	x	x	x

Tabla 44

Identificación del producto 2 La Ruta del Amor

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO			
La Ruta del Amor	Turista Nacional y Extranjero de 18 hasta 36 años que le guste la aventura , turismo de naturaleza y religioso	Servicios Higiénicos	Parqueaderos	Señalización Turística	Mirador	Mapa de información al turista	Senderos ecológicos	Guías (inglés-español)	Servicio de alimentación	Servicio de transporte	Zonas de descanso
			x	x	x		x	x	x	x	x

Tabla 45

Identificación del producto 3 Recorrido Chantilín- Canchagua

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO			
		Servicios Higiénicos	Parqueaderos	Señalización Turística	Mirador	Mapa de información al turista	Senderos ecológicos	Guías (inglés-español)	Servicio de alimentación	Servicio de transporte	Zonas de descanso
Recorrido Chantilín- Canchagua	Turista Nacional y Extranjero de 18 hasta 60 años que le guste, el turismo religioso y cultural	x	x	x		x		x	x	x	



### ***10.5.5 Diseño del producto***

#### **10.5.5.1 Elaboración de fichas**

- Fichas de atractivo turísticos: Ver en Apéndice F
- Fichas de productos turísticos: Ver en Apéndice G
- Fichas de establecimientos de alimentos y bebidas: Ver en Apéndice H
- Ficha de establecimientos de hospedaje: Ver Apéndice I

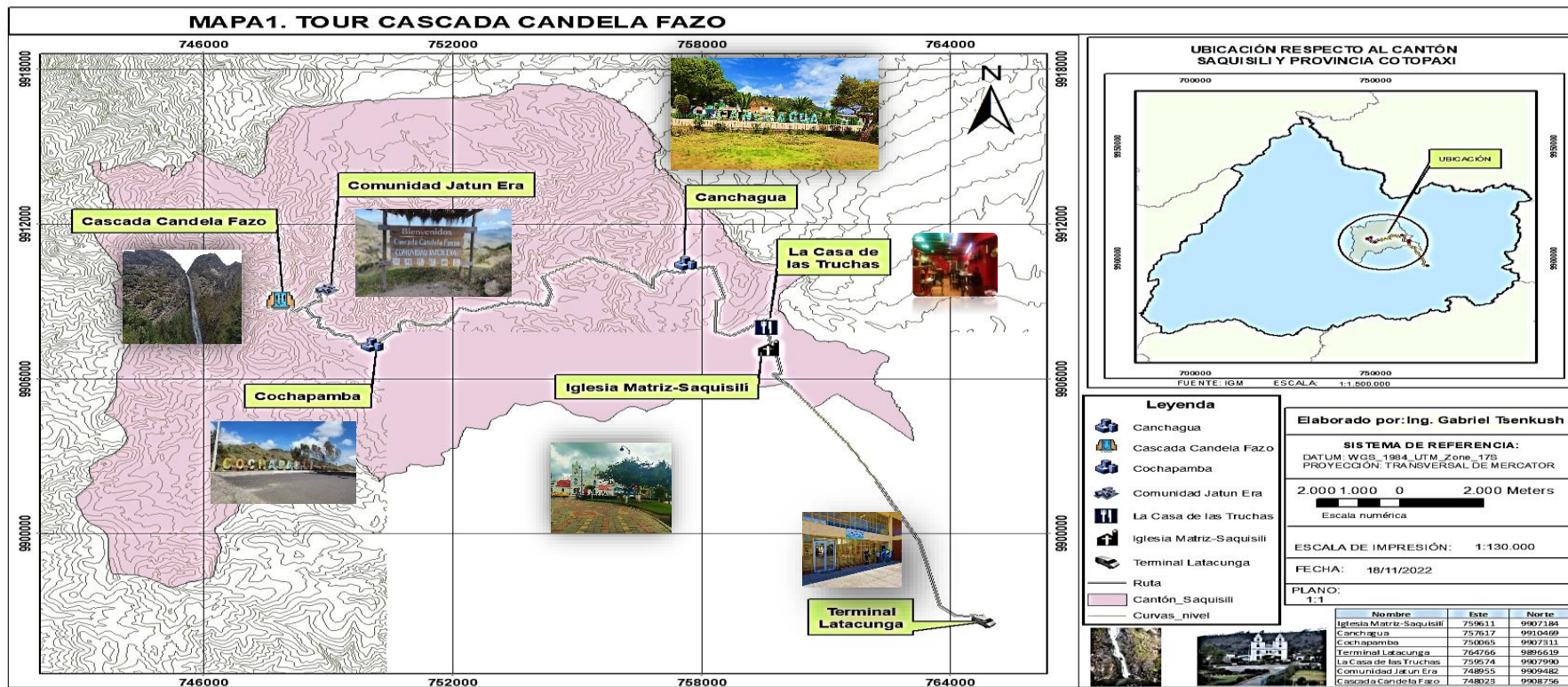
#### **10.5.5.2 Gráfico del producto.**

Para finalizar con la metodología se planteó el gráfico del producto, que viene siendo los mapas turísticos de cada uno de los productos propuestos

- Figura 10 Mapa turístico Tour Cascada Candela Fasso
- Figura 11 Mapa turístico La Ruta del Amor
- Figura 12 Mapa Turístico Recorrido Chantilín-Canchagua

Figura 10

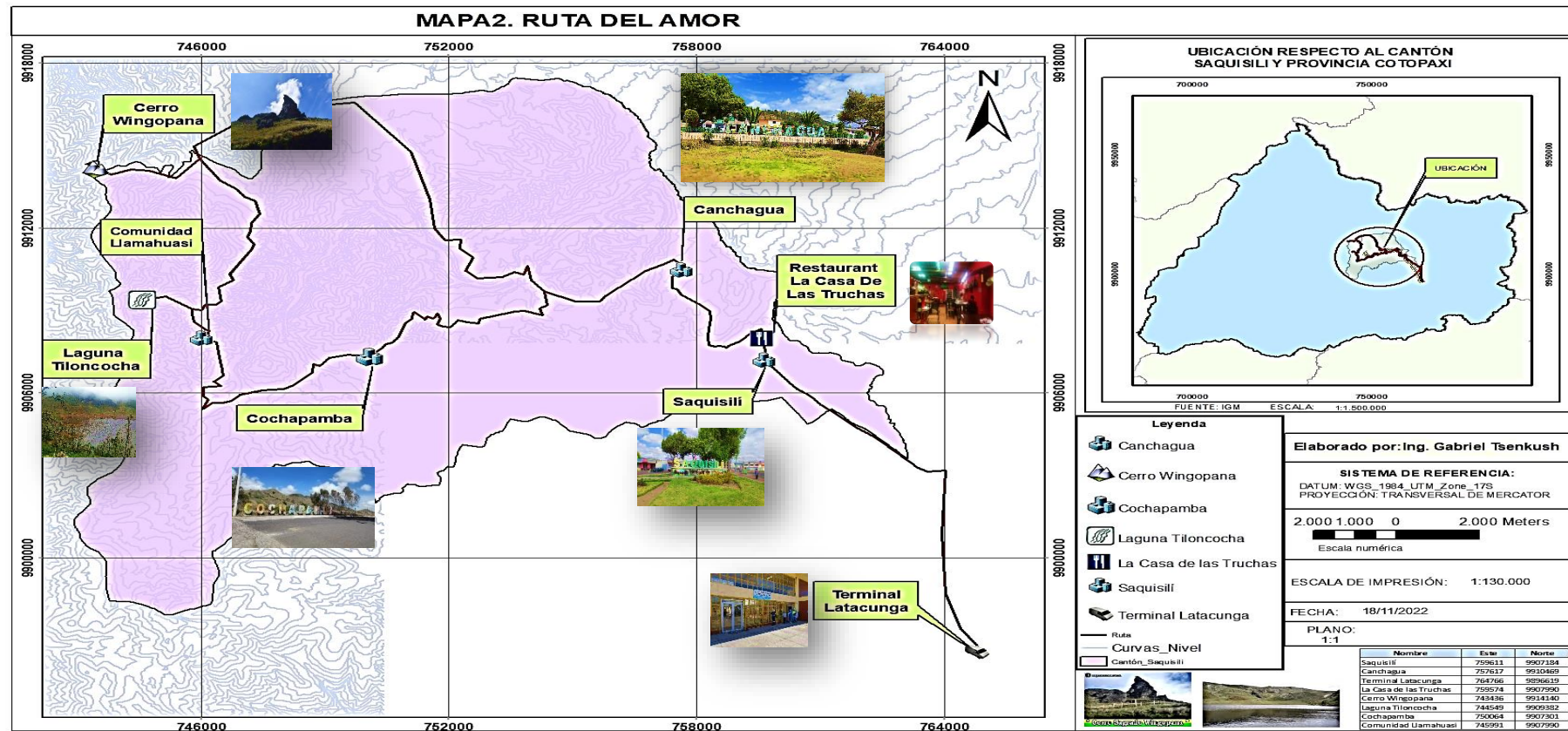
Mapa turístico Tour Cascada Candela Fazo



Nota. Elaborado en Software Argics 10.5

Figura 11

Mapa turístico 2. Recorrido La Ruta del Amor

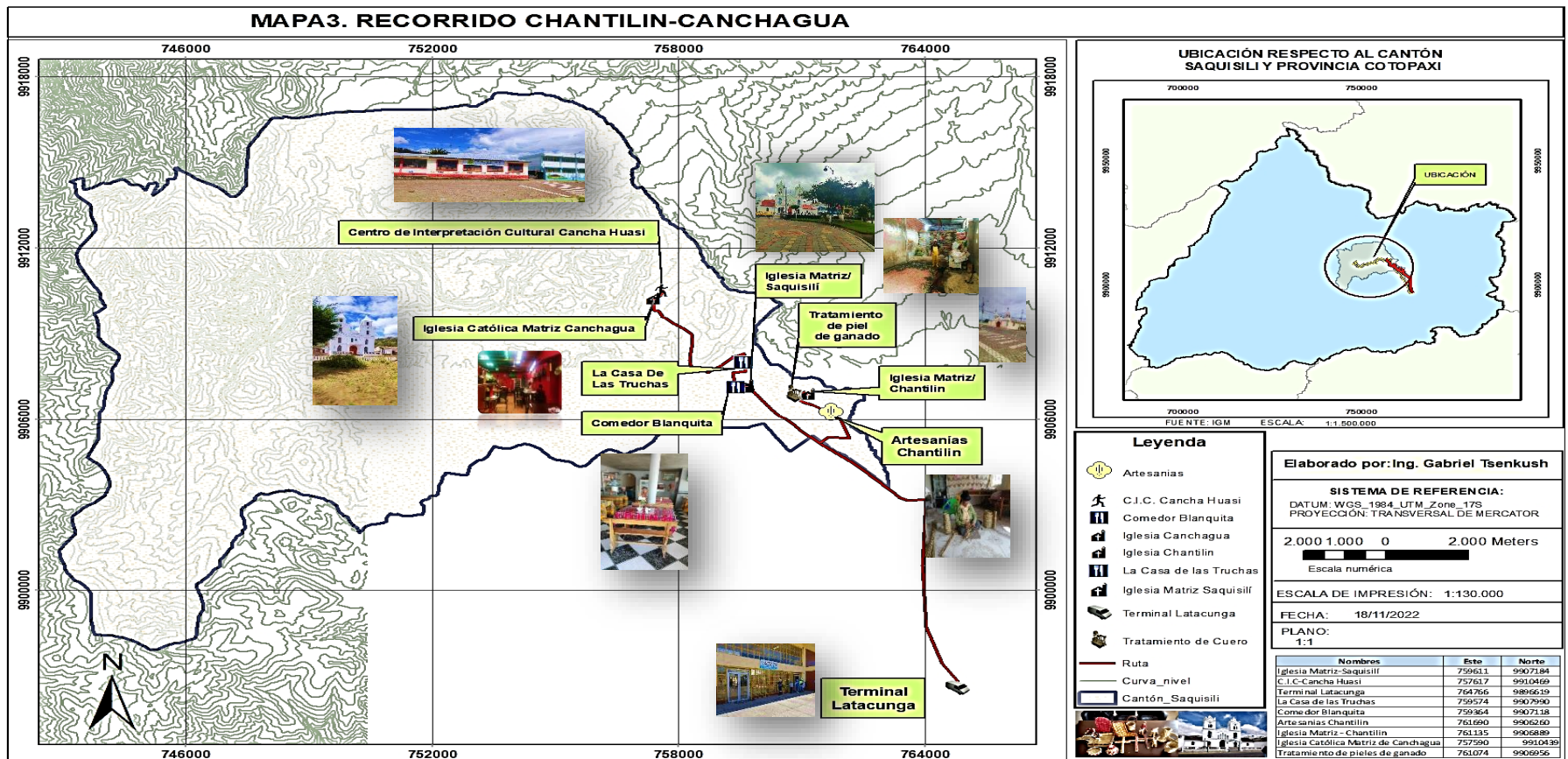


Nota. Elaborado en Software Argics 10.5



Figura 12

Mapa turístico 3. Recorrido Chantilín -Canchagua



Nota. Elaborado en Software Argics 10.5

Al finalizar la metodología solo se colocan los mapas de cada uno de los productos turísticos , el itinerario, guiones y presupuesto, se plantearán a continuación en el objetivo 3 , la elaboración de un plan de marketing.

## 10.6 Resultados objetivo 3

### 10.6.1 Matrices de evaluación de resultados MEFI y MEFE

**Tabla 46**

*Matriz MEFI*

<b>Factor por analizar</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Evaluación</b>	<b>Resultado ponderado</b>
<b>Fortalezas</b>			
Apoyo del GADMIC parroquial y las comunidades para realizar actividad turística.	0,08	4	0,32
Sistema de transporte hacia todas las parroquias	0,06	3	0,18
Vías de acceso principales en un buen estado	0,02	3	0,06
Abastecimiento de servicios básicos en al menos el 80% de la población	0,08	4	0,32
Presencia de los servicios de salud y educación en los niveles preprimario primario y medio	0,02	4	0,08
Su gente se caracteriza por ser amable y solidaria	0,08	4	0,32
Existen guías locales en la comunidad de Jatun Era que brindan su servicio a los turistas que visitan la Cascada Candela Fasso	0,08	4	0,32
Existencia de gastronomía tradicional de la zona.	0,08	4	0,32
Conservación de los sitios naturales por parte de las comunidades	0,06	4	0,24
Afluencia de turistas nacionales en las 7 plazas de Saquisilí	0,09	4	0,36
<b>Debilidades</b>			
El GADMIC no cuenta con un plan de actualización de los PDOT dentro de la página principal	0,05	1	0,05

Poca participación y coordinación de los ministerios del ambiente y de turismo	0,03	2	0,06
Insuficiencia de servicios y facilidades turísticas en los atractivos	0,04	1	0,04
Desconocimiento de la población sobre los sitios naturales y manifestaciones culturales existentes en el cantón	0,02	2	0,04
Deficientes canales de publicidad.	0,1	1	0,1
Falta de capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos	0,02	2	0,04
No existen catastros de los establecimientos turísticos ni una categorización.	0,02	2	0,04
No existe un censo actualizado de cuantos turistas, nacionales como internacionales ingresan al cantón.	0,04	1	0,04
Ausencia de planta hotelera en el sector	0,03	2	0,06
<b>Totales</b>	<b>1</b>		<b>2,99</b>

El valor total es de 2,99, superior a 2.50 significa que el cantón Saquisilí cuenta con fortalezas superiores con respecto a las debilidades, por lo que las estrategias debían ser encaminadas para que el cantón se apoye en sus fortalezas.

Tabla 47

Matriz MEF E

<b>Factor por analizar</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Evaluación</b>	<b>Resultado ponderado</b>
<b>Oportunidades</b>			
Apoyo de las universidades locales como la ESPE, UTC para la realización de estudios en el área de Turismo	0,15	4	0,60
Voluntad de distintos sectores sociales para invertir y desarrollar productos turísticos	0,12	3	0,36
Interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar sitios naturales del cantón.	0,12	4	0,48
Las agencias y tour operadoras de la ciudad de Latacunga tienen interés en operar nuevos destinos turísticos dentro de cantón Saquisilí	0,12	3	0,36
-Interés de la comunidad de Otavalo en brindar capacitaciones a los artesanos de Chantilín.	0,08	3	0,32
<b>Amenazas</b>			
Acelerado avance de la infraestructura agrícola ganadera con amenaza a los recursos naturales	0,02	2	0,04
Intereses políticos y económicos, incompatibles con las actividades de conservación y protección del ambiente	0,04	1	0,04
El Ministerio de turismo tiene desconocimiento del número de turistas que ingresan al cantón Saquisilí	0,05	2	0,10
Disminución de presupuesto, por parte de los gobiernos actuales	0,10	1	0,10
La rotación de personal en los gobiernos autónomos	0,10	1	0,10
Ausencia de señalética y mantenimiento vial	0,10	1	0,10
<b>Totales</b>	<b>1</b>		<b>2,60</b>

El resultado ponderado de 2.60 superior a 2.50, indica que las estrategias que se planteen deberán ser enfocadas en aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas que se presentan en el cantón.

#### ***10.6.2 Análisis de estrategias FODA cruzado***

Para finalizar con el análisis MEFE Y MEFI, se desarrolla un FODA cruzado, que plantea las estrategias que sean base para los objetivos de marketing.

A continuación, en la tabla 48 se detalla las estrategias respectivamente.



**Tabla 48**

*Análisis FODA cruzado*

<p><b>Internas</b></p> <p style="text-align: right;"><b>Externas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <p>F1: Apoyo del GADMIC parroquial y las comunidades para realizar actividad turística.                  F2: Abastecimiento de servicios básicos en al menos el 80% de la población.                  F3: Su gente se caracteriza por ser amable y solidaria.                  F4: Existen guías locales en la comunidad de Jatun Era que brindan su servicio a los turistas que visitan la Cascada Candela Fasso.                  F5: Existencia de diversa gastronomía tradicional de la zona.                  F6: Afluencia de turistas nacionales en las 7 plazas de Saquisilí</p>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <p>D1: El GADMIC no cuenta con un plan de actualización de los PDOT dentro de la página principal.                  D2: Poca participación y coordinación de los ministerios del ambiente y de turismo.                  D3: Deficientes canales de publicidad.                  D4: Ausencia de planta hotelera en el sector.</p>
<p><b>Oportunidades</b></p> <p>O1. Apoyo de las universidades locales como la ESPE, UTC para la realización de estudios en el área de Turismo.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias FO</b></p> <p><b>F1,O1:</b> Aplicar productos turísticos en las comunidades y parroquias del cantón Saquisilí  <b>F4,O1:</b> Crear un producto turístico que promocióne la Cascada Candela Fasso</p>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias DO</b></p> <p><b>D3-O1:</b> Elaborar planes de marketing basados en la promoción de los atractivos turísticos del cantón , aplicables mediante el proyecto de investigación University Tourism Center  <b>D2-O1:</b> Crear alianzas con los GADMIC parroquiales por parte de la Universidad Técnica de Cotopaxi en capacitaciones a prestadores de servicio, vinculado a los</p>

<p>O2. Interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar sitios naturales del cantón.</p>	<p><b>F4,O2:</b> Promocionar los sitios naturales y culturales que generan mayor afluencia turística</p>	<p>estudiantes, para que cumplan sus prácticas preprofesionales.</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <p>A1. El Ministerio de turismo tiene desconocimiento del número de turistas que ingresan al cantón Saquisilí</p> <p>A2. Disminución de presupuesto, por parte de los gobiernos actuales.</p> <p>A3. La rotación de personal en los gobiernos autónomos.</p> <p>A4: Ausencia de señalética y mantenimiento vial.</p>	<p><b>Estrategias FA</b></p> <p><b>F1, A3:</b> Crear alianzas estrategias con los presidentes de cada GADMIC, para que la Universidad Técnica de Cotopaxi genere oportunidades a los estudiantes de la carrera de turismo.</p> <p><b>F6, A2:</b> Crear asociaciones mediante el GADMIC, que promuevan el turismo comunitario y preserven el cuidado de los recursos naturales.</p>	<p><b>Estrategias DA</b></p> <p><b>D2, A4:</b> Diseñar señalética turística para mejorar la accesibilidad a los sitios naturales del cantón mediante proyectos que involucren al University Tourism Center.</p> <p><b>D1, A3:</b> Tener una actualización de los PDOTS de cada GADMIC parroquial, cada 4 años.</p>

Las estrategias FO, reflejan que la mayor oportunidad para fomentar las fortalezas es a través de la creación de productos turísticos; en las estrategias DO, la oportunidad para contrarrestar las debilidades es la creación de alianzas mediante el University Tourism Center con los GADMIC parroquiales en la aplicación de proyectos, en las estrategias FA, para minimizar las amenazas el University Tourism Center deberá crear alianzas estrategias con los sectores públicos y privados. Para las estrategias DA, las debilidades se transformarán y las amenazas se evitarán mediante la creación de un plan de marketing

### ***10.6.2 Competencia.***

#### **10.6.2.1 Descripción de la competencia.**



Partiendo de los conceptos de competencia directa e indirecta, se puede describir que el cantón de Saquisilí no cuenta con agencias de viaje, pero en la ciudad de Latacunga existen 2 y 1 tour operadora; de igual manera en la ciudad de Quito hay 1 agencia de viajes y 1 tour operadora, que comercializan dentro del paquete turístico las 7 plazas de Saquisilí, por ello no se puede considerar que exista una competencia directa, pero si se ha descrito la competencia indirecta, ya que ofrecen productos que pueden satisfacer de igual manera las necesidades de los turistas.

A continuación, en la tabla 47 se describen respectivamente.

Tabla 49

## Descripción de la competencia

Nombre Comercial	Categoría	Ciudad	Año de creación	Logo	Productos Turísticos	Dirección
Agencia de Viajes Carpedm Adventures	Minoristas	Quito	2007		<p><b>Excursión de un día a Quilotoa Paquete turístico</b></p> <p><b>Incluye:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía bilingüe español/inglés.</li> <li>• Transporte turístico.</li> <li>• Almuerzo</li> </ul> <p><b>No incluye:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno</li> <li>• Entradas locales \$ 2</li> <li>• Gastos personales</li> <li>• Bocado</li> <li>• Kayak opcional \$3</li> </ul> <p><b>Precio: \$59</b></p>	Venezuela N11-139, Quito 170130
Ecosportour-Tour Operadora	Minoristas	Quito	2011		<p><b>Caminata Quilotoa- 1 Día - Tour Paquete turístico</b></p> <p><b>Incluye:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía bilingüe español/inglés</li> <li>• Transporte turístico autorizado</li> <li>• Comidas tipo menú (almuerzo)</li> <li>• Permisos de ingreso a áreas protegidas</li> </ul> <p><b>No incluye:</b></p>	Venezuela N 11-99 y Carchi - Quito, Ecuador

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentos y bebidas adicionales.</li> <li>• Entrada \$2 por persona</li> <li>• Kayaks \$4</li> <li>• Caballos \$10</li> <li>• Aperitivos</li> </ul> <p><b>Precio:</b> \$45</p>	
Sendero de Volcanes( Volcano Company) Tour Operadora	Minoristas	Latacunga	2017		Dentro de su paquete hacia la Laguna del Quilotoa ofrecen recorrido por las 7 plazas de Saquisilí	Av. Velasco Ibarra 481, Ecuador
Kikevisión Travel Ecuador-Agencia de Viajes	Minoristas	Latacunga	2014		Dentro de su paquete hacia la Laguna del Quilotoa ofrecen recorrido por las 7 plazas de Saquisilí	Quito SN Padre Salcedo

### 10.6.3 Proveedores.

“Los proveedores son un eslabón importante del sistema global de entrega de valor a los clientes de la empresa. Proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios”(Pablo Espinoza, 2013). Para el sector turístico los proveedores vendrían a ser los servidores de alimentos y bebidas, transporte turístico, guianza y recreación. En la tabla 48 se detallan respectivamente.

**Tabla 50**

Proveedores cantón Saquisilí

<b>Servidores Turísticos</b>	<b>Nombre comercial</b>	<b>Servicios</b>	<b>Teléfonos</b>	<b>Dirección</b>
<b>Alimentos y bebidas</b>	Comedor Blanquita	Desayunos	0964001343	Calle Barreno Pullupaxi
	Casa de las Truchas	Desayuno y Almuerzo	0996848376	Av. Cotopaxi y Barrio Cartosamas
<b>Transporte Turístico</b>	Compañía de Servicio Turístico Turiscornio	Transporte	0984040613	Quito, Ecuador
<b>Guianza</b>	Director de Turismo Diego Vargas	Guianza	0939847700	GADMIC Saquisilí
<b>Recreación</b>	Director de Turismo Diego Vargas	Escalada en Roca	0939847700	GADMIC Saquisilí
	Mauricio Toapanta Guía Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi	Guianza	0988124331	Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi

En la tabla no se nombre el servicio de hospedaje ya que los productos turísticos propuestos se realizan en un full day y por ende los turistas no van a pernoctar en la ciudad de Saquisilí.

### 10.6.4 Formulación de objetivos

Para plantear los objetivos, estos deberán ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y tener un tiempo.

### 10.6.4.1 Objetivos del Plan de Marketing.

#### a. Objetivo general

Elaborar un plan de marketing para la difusión y promoción de los productos turísticos en el cantón de Saquisilí.

#### b. Objetivos específicos

- Proponer estrategias de marketing orientadas a la difusión de los productos turísticos del cantón Saquisilí.
- Aplicar las 4p's del marketing ( producto, precio, plaza y promoción)

### 10.6.5 Implementación

#### 10.6.5.1 Producto.

Se presenta la descripción, guion, itinerario de cada producto turístico propuesto para el cantón Saquisilí, además de las entrevistas realizadas a las autoridades del GADMIC.

##### 10.6.5.1.1 Descripción de productos turísticos.

**Tabla 51**

*Descripción de productos turísticos*

Nombre del producto	Descripción
<b>Tour Cascada Candela Fasso</b>	Este tour consiste en un recorrido en bicicleta hacia la comunidad Jatun Era, visita del principal sitio natural de la parroquia Cochapamba “Cascada Candela Fasso”, visita iglesia “La Matriz de Saquisilí” y degustación de comida tradicional del sector.
<b>La Ruta del Amor</b>	Ruta turística por los principales sitios naturales de Canchagua: “Cerro Wingopana”; Cochapamba: “Laguna de Tiloncocha”, actividad de escalada y degustación de comida tradicional del sector.

<b>Recorrido Chantilín-Canchagua</b>	Recorrido por las principales manifestaciones culturales de Chantilín: “Artesanías de Totorá”, Iglesia “La Matriz de Chantilín”; Canchagua: “Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi” e iglesia “La Matriz de Canchagua” y vista al lugar de tratamiento de pieles de ganado.
--------------------------------------	--

#### *10.6.5.1.2 Guiones turísticos.*

##### **a. Guion producto 1: Tour Cascada Candela Fasso.**

###### **Encabezado**

Muy buenos días mi nombre es Daniela Arias, seré su guía durante el día de hoy, la duración del tour será de 10 horas, durante su visita podrán observar el sitio natural conocido como Cascada Candela Fasso, ubicado en la parroquia Cochapamba, perteneciente a la comunidad Jatun Era, además de disfrutar de la gastronomía tradicional de la comunidad;

En el transcurso del viaje se realizarán 7 paradas donde se dará a conocer la historia de las parroquias de Saquisilí.

Para poder culminar con éxito este tour es necesario recomendar lo siguiente:

- No arrojar basura en las calles
- Escuchar atentamente las indicaciones del guía encargado
- No alejarse del grupo para no perderse
- Para cualquier duda, acercarse y preguntar al guía encargado

###### **Cuerpo**

###### **Parada 1: Entrada a Saquisilí**

Saquisilí es un lugar de encanto que se encuentra en el corazón de la provincia de Cotopaxi, conocido como asiento comercial y turístico del Ecuador. Brinda al visitante nacional y extranjero atractivos de tipo religioso, artesanal, ecológico y turístico, rodeado de pueblos y nacionalidades con tradiciones ancestrales que engalanan cada tanto las calles y parroquias de este bello lugar al celebrar sus festividades. Conocido a nivel nacional e internacional como, el cantón de las siete plazas representa la fuerza laboral de las personas que habitan en este bello terruño, actividad ancestral que atrae y embelesa al turista, que se deleita semana a semana de sus ferias, parques, disfruta las fiestas populares, practica deportes extremos entre los que



destaca escalada de roca, así como degustación de su exquisita gastronomía que complace a más de uno.

Pues como dijo el autor Saquisilense; “Así de mágico es mi bello cantón, el lugar en donde algún día quiero asentar mis raíces, porque no hay orgullo más grande que el de amar con fervor a la tierra que te vio crecer y como buen Saquisilense llevar tatuado en el corazón un Saquisilí de mi vida ni con la muerte te olvido”.

### **Parada 2: Parroquia Canchagua**

La parroquia Canchagua fue fundada el 3 de octubre de 1994, Canchagua proviene de la lengua kichwa-panzaleo, que significa Cancha: maíz y Chagua: crudo; por ello se denomina a esta parroquia como la tierra del maíz o también la cuna de los cereales.

### **Parada 3: Iglesia “Católica Matriz Canchagua”**

La iglesia principal de Canchagua es la “Católica Matriz Canchagua”, los pobladores han mantenido las costumbres y tradiciones a través de la celebración de las fiestas de la Santísima Virgen del Quinche, las cuales se celebran en el 20, 21, 22 y 23 de noviembre para rescatar el folclore de los pueblos.

### **Parada 4: Parroquia Cochapamba**

La parroquia Cochapamba fundada el 20 de diciembre de 1989; Cochapamba proviene del kichwa Cocha: pantanoso y Pamba: llanura, que se le da el significa de llanura pantanosa.

### **Parada 5: Comunidad Jatun Era**

Antiguamente la comunidad de Jatun Era, ha sido una comunidad abandonada de la jurisdicción de Chilla Pata Calera; estas tierras han sido pobladas por los mestizos donde eran divididas en tres haciendas y cada una con distinto dueño, los cuales se dedicaban a la agricultura principalmente al empleo a los indígenas de las comunidades aledañas ofreciendo pagar sus horas de trabajo, pero cuando ya estaban en las haciendas tenían que trabajar día y noche sin comer, sin percibir algún sueldo y maltratados por los hacendados, cosechaban en grandes cantidades de habas y cebada secas que formaban parvas (cereal cegado y extendido sobre la era para ser trillado). Por la localidad pasaban negociantes de Toacazo y Guangaje al ver las parvas dijeron, YAYA ERA, de ahí nace el nombre de JATUN ERA, pero esta comunidad fue reconocida cuando los hacendados fueron desalojados por los esclavos indígenas, que forma la actual comunidad en la parte donde eran las tres haciendas

### **Parada 6: Cascada Candela Fasso**

La cascada tiene una caída de 300 metros aproximadamente, el nombre de la cascada se debe a que la comunidad Jatun Era lo denominó con el nombre de Candela, debido a la semejanza de fuego durante la caída del agua, y Fasso es el nombre del color de la piedra de la quebrada, el cual es de tonalidad negro grisáceo. La flora que predomina en el lugar es: la chuquiragua, menta, valeriana, almohadillas, achupalla, paja, chilca, sigse, y las especies introducidas como el pino y eucalipto

### **Parada 7: Iglesia “Matriz de Saquisilí”**

La Iglesia Matriz se encuentra ubicada frente al parque central de la ciudad, tiene una fachada que rememora el arte románico; en esta iglesia se puede encontrar principalmente el altar mayor al Cristo de la Ascensión, al lado derecho la imagen de la Virgen de El Quinche y de San Juan Bautista, Patronos de los Saquisilenses y a lo largo del interior de la iglesia las imágenes de los apóstolos San Pedro y San Pablo de tamaños naturales, el Señor de la Agonía en el altar del Calvario, San Francisco de Asís, la Virgen de los Dolores y el Sagrado Corazón de Jesús.

## **b. Guion producto 2: La Ruta del Amor**

### **Encabezado**

Muy buenos días mi nombre es Daniela Arias, seré su guía durante el día de hoy, la duración de la ruta será de 11 horas, durante su visita podrán observar 2 sitios naturales: Cerro Wingopana ubicado en la parroquia de Canchagua y Laguna Tiloncocha y ubicada en la parroquia Cochapamaba, además de realizar actividades como observación de aves, escalada en roca y degustación de comida tradicional de la parroquia.

En el transcurso del viaje se realizará 5 paradas en donde podrán conocer la historia de las parroquias de Saquisilí, flora y fauna del lugar y los principales sitios naturales.

Para poder culminar con éxito esta ruta es necesario recomendar lo siguiente:

- No arrojar basura en las calles
- Escuchar atentamente las indicaciones del guía encargado
- No alejarse del grupo para no perderse
- Para cualquier duda, acercarse y preguntar al guía encargado

### **Cuerpo**

#### **Parada 1: Entrada a Saquisilí**

Saquisilí es un lugar de encanto que se encuentra en el corazón de la provincia de Cotopaxi, conocido como asiento comercial y turístico del Ecuador. Brinda al visitante nacional

y extranjero atractivos de tipo religioso, artesanal, ecológico y turístico, rodeado de pueblos y nacionalidades con tradiciones ancestrales que engalanan cada tanto las calles y parroquias de este bello lugar al celebrar sus festividades. Conocido a nivel nacional e internacional como, el cantón de las siete plazas representa la fuerza laboral de las personas que habitan en este bello terruño, actividad ancestral que atrae y embelesa al turista, que se deleita semana a semana de sus ferias, parques, disfruta las fiestas populares, practica deportes extremos entre los que destaca escalada de roca, así como degustación de su exquisita gastronomía que complace a más de uno.

Pues como dijo el autor Saquisilense; “Así de mágico es mi bello cantón, el lugar en donde algún día quiero asentar mis raíces, porque no hay orgullo más grande que el de amar con fervor a la tierra que te vio crecer y como buen Saquisilense llevar tatuado en el corazón un Saquisilí de mi vida ni con la muerte te olvido”.

### **Parada 2: Cerro Wingopana**

Se encuentra a 4047 msnm, esta elevación es un emblemático cerró con una hermosa vista natural; se ha denominado también como el “Cerro del Amor” ya que las parejas que están en proceso de divorcio pueden ir a visitar y sentir la energía del cerro, en donde se limpia las malas energías y posteriormente a esto se reconcilian y siguen su vida. Se le conoce también como el camino del Inca, ya que, por estas formaciones rocosas, los Incas transitaron con productos y también realizaron ritos ceremoniales.

### **Parada 3: Laguna Tiloncocha**

Se encuentra a 4.023 m.s.n.m, ubicado dentro de la comunidad Llamahuasi a 37 km de la zona urbana de Saquisilí, la laguna tiene un área aproximada de 350 m por 200m. Tiloncocha viene de dos voces Kichwas , Tilo: duro y Cocha: laguna, denominándose laguna dura; pueden observar una especie de islas formadas por la baja del caudal del agua, donde se puede apreciar la vegetación que atrae a las aves.

Dentro de la laguna podrán observar aves silvestres como patos, gallaretas, tórtolas que están en ciertas estaciones, junto a las pequeñas islas de vegetación, luego nos dirigiremos al sendero para disfrutar del aire puro y de la belleza escénica.

### **Parada 4: Parroquia Cochapamba**

La parroquia Cochapamba fundada el 20 de diciembre de 1989; Cochapamba proviene del kichwa Cocha: pantanoso y Pamba: llanura, que se le da el significa de llanura pantanosa.

### **Parada 5: Parque central de Saquisilí**

El parque central de Saquisilí tiene una dimensión de 2.809 m<sup>2</sup>, con ocho entradas a su alrededor que permiten ingresar con facilidad a su interior, que encierra diez hermosas jardineras todas muy bien cuidadas con césped, vegetación ornamental y palmeras que dan un gran colorido al parque, sin dejar de lado a la pila de agua ubicada en la parte sureste, además en la misma dirección se encuentra el monumento a la Madre símbolo de la ternura y el amor incondicional de los Saquisilenses.

### **Conclusión o Cierre**

Aquí termina la ruta, lo único que me queda es agradecerles por su atención y por estar presentes en esta nueva propuesta turística, espero volver a verlos en una próxima oportunidad y recuerden que Saquisilí no solo ofrece sus siete plazas, además tiene sitios naturales como lo es el Cerro Wingopana, Laguna de Tiloncocha y la experiencia de compartir un turismo comunitario. Espero que este tour haya sido de su completo agrado, muchas gracias.

### **b. Guion producto 3: Recorrido Chantilín-Canchagua.**

#### **Encabezado**

Muy buenos días mi nombre es Daniela Arias, seré su guía durante el día de hoy, la duración del recorrido será de 12 horas, durante su visita podrán observar 2 manifestaciones culturales: Artesanías Chantilin ubicado en la parroquia de Chantilin y el Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi, ubicado en la parroquia Canchagua; además visitar las principales iglesias de estas parroquias y conocer el proceso de tratamiento de las pieles.

En el transcurso del viaje se realizará 9 paradas para conocer la historia de las parroquias de Saquisilí y sus principales manifestaciones culturales

Para poder culminar con éxito este recorrido es necesario recomendar lo siguiente:

- No arrojar basura en las calles
- Escuchar atentamente las indicaciones del guía encargado
- No alejarse del grupo para no perderse
- Para cualquier duda, acercarse y preguntar al guía encargado

#### **Cuerpo**

#### **Parada 1: Entrada a Saquisilí**

Saquisilí es un lugar de encanto que se encuentra en el corazón de la provincia de Cotopaxi, conocido como asiento comercial y turístico del Ecuador. Brinda al visitante nacional

y extranjero atractivos de tipo religioso, artesanal, ecológico y turístico, rodeado de pueblos y nacionalidades con tradiciones ancestrales que engalanan cada tanto las calles y parroquias de este bello lugar al celebrar sus festividades. Conocido a nivel nacional e internacional como, el cantón de las siete plazas representa la fuerza laboral de las personas que habitan en este bello terruño, actividad ancestral que atrae y embelesa al turista, que se deleita semana a semana de sus ferias, parques, disfruta las fiestas populares, practica deportes extremos entre los que destaca escalada de roca, así como degustación de su exquisita gastronomía que complace a más de uno.

Pues como dijo el autor Saquisilense; “Así de mágico es mi bello cantón, el lugar en donde algún día quiero asentar mis raíces, porque no hay orgullo más grande que el de amar con fervor a la tierra que te vio crecer y como buen Saquisilense llevar tatuado en el corazón un Saquisilí de mi vida ni con la muerte te olvido”.

### **Parada 2: Iglesia “Centro Parroquial Chantilín”**

Este territorio inicialmente se denominó Chantihuan, que significa pueblo grande, con el tiempo se transformó en Chantilin, que proviene de Chapanta y corresponde a espacio grande de potrero. La iglesia principal de Chantilin es “Centro Parroquial Chantilin”, aquí se celebran las misas en honor a la Santísima Virgen del Quinche.

### **Parada 3: Artesanías Chantilín**

La señora María Mercedes Quishpe conocida como “Mama Miche”, es residente de la parroquia Chantilin, barrio San Francisco tiene 82 años y ella ha dedicado toda su vida a esta actividad artesanal que fue heredada por su madre y abuela.

El proceso de preparación de la materia prima inicia con la adquisición de la totora, luego es procesada para lograr que el material tome un punto adecuado, para dar forma al producto y su elaboración, dejándola secar; entre los objetos a confeccionar están: canastas, aventadores, bolsas y objetos útiles para el hogar. La población de la zona ha recibido capacitaciones con el apoyo del GADMIC parroquial, para diversificar sus productos.

### **Parada 4: Tratamiento de pieles de ganado**

El señor Jaime Corrales tiene 62 años y ha dedicado casi 40 años de su vida a la actividad del tratamiento de pieles de ganado, esta actividad es un negocio familiar que se ha heredado por la tradición de sus abuelos de su padre y él los ha transmitido a sus hijos.

Las pieles de ganado son traídas de los camales de Quito: “Calacalí”, “Llano Grande” “Camal Metropolitano de Quito”.

Ellos ocupan de 500 a 600 quintales de sal, que es traída cada 3 meses de Salinas (La Libertad), curtir con sal las pieles ayuda a la conservación del pelo.

Luego de curtir las pieles son comercializadas al cantón de Ambato, para que ellos elaboren distintitos productos a base de cuero, las pieles pueden estar hasta 1 año curtidas en sal.

#### **Parada 5: Parroquia Canchagua**

La parroquia de Canchagua fundada el 3 de octubre de 1994, Canchagua proviene de la lengua kichwa-panzaleo, que significa Cancha: maíz y Chagua: crudo; por ello se denomina a esta parroquia como la tierra del maíz o también la cuna de los cereales.

#### **Parada 6: Iglesia “Católica Matriz Canchagua”**

La iglesia principal de Canchagua es la “Católica Matriz Canchagua”, los pobladores han mantenido las costumbres y tradiciones a través de la celebración de las fiestas de la Santísima Virgen del Quinche, las cuales se celebran en el 20, 21, 22 y 23 de noviembre para rescatar el folclore de los pueblos.

#### **Parada 7: Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi**

En el Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi, se podrán observar tres salas, Canchagua en el pasado Canchagua en el presente, Canchagua en el futuro; se demuestra varios objetos como las vasijas de barro, la cocina ancestral, la agricultura, la vestimenta entre otros. El propósito del proyecto fue crear un espacio de identidad cultural y un lugar de recreación local donde la acción, experimentación y vivencia sean las formas más importantes de aprender acerca del pasado de la comunidad y extrapolarlas al futuro.

#### **Parada 8: Parque central de Saquisilí**

El parque central de Saquisilí tiene una dimensión de 2.809 m<sup>2</sup>, con ocho entradas a su alrededor que permiten ingresar con facilidad a su interior, que encierra diez hermosas jardineras todas muy bien cuidadas con césped, vegetación ornamental y palmeras que dan un gran colorido al parque, sin dejar de lado a la pila de agua ubicada en la parte sureste, además en la misma dirección se encuentra el monumento a la Madre símbolo de la ternura y el amor incondicional de los Saquisilenses.

**Parada 9: Iglesia “Matriz de Saquisilí”**

La Iglesia Matriz se encuentra ubicada frente al parque central de la ciudad, tiene una fachada que rememora el arte románico; en esta iglesia se puede encontrar principalmente el altar mayor al Cristo de la Ascensión, al lado derecho la imagen de la Virgen de El Quinche y de San Juan Bautista, Patronos de los Saquisilenses y a lo largo del interior de la iglesia las imágenes de los apóstolos San Pedro y San Pablo de tamaños naturales, el Señor de la Agonía en el altar del Calvario, San Francisco de Asís, la Virgen de los Dolores y el Sagrado Corazón de Jesús.

**Conclusión o Cierre**

Aquí termina el recorrido, lo único que me queda es agradecerles por su atención y por estar presentes en esta nueva propuesta turística, espero volver a verlos en una próxima oportunidad y recuerden que Saquisilí no solo ofrece sus siete plazas, además tiene manifestaciones culturales que rescatan la tradición de sus parroquias como son sus artesanías elaboradas en totora y el Centro de Interpretación Cancha Huasi que engloba la cultura de su parroquia. Espero que este recorrido haya sido de su completo agrado, muchas gracias

### 10.6.5.1.3 Itinerarios.

**Tabla 52**

*Itinerario Tour Cascada Candela Fasso*

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Localidad</b>
<b>6:30-7:00 am</b>	Salida desde el terminal de Latacunga	Latacunga
<b>7:30 -8:30 am</b>	Desayuno en el restaurante “ Casa de las Truchas”	Saquisilí
<b>8:45 -9:15 am</b>	Breve reseña histórica de Canchagua y visita a la iglesia “Católica Matriz Canchagua”	Canchagua
<b>10:00-10:30 am</b>	Preparación y organización para inicio de recorrido en bicicleta	Cochapamba
<b>11:15-11:30 am</b>	Descenso hacia la “Cascada Candela Fasso” (trekking)	Comunidad Jatun Era
<b>11:30-12:00 pm</b>	Box lunch	Comunidad Jatun Era
<b>12:30-13:00 am</b>	Visita a la cascada y observación de flora endémica en el territorio Jatun Era	Cascada Candela Fasso
<b>14:00-15:00 pm</b>	Almuerzo en la comunidad Jatun Era	Comunidad Jatun Era
<b>16:00-16:30 pm</b>	Visita al parque central e iglesia “Matriz de Saquisilí” / entrega de recuerdos	Saquisilí
<b>17:00 pm</b>	Llegada al terminal de Latacunga/ Fin del tour	Latacunga

Tour Cascada Candela Fasso, tiene un inicio en el terminal de Latacunga, contempla el principal sitio turístico de la parroquia Cochapamba, Cascada Candela Fasso, perteneciente a la Comunidad Jatun Era; el servicio de alimentos y bebidas se realiza en la misma comunidad para brindar una oferta gastronómica tradicional, al final del tour se entrega recuerdos elaborados en totora por las mujeres artesanas de la parroquia de Chantilin.



**Tabla 53***Itinerario La Ruta del Amor*

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Localidad</b>
<b>6:00-6:30 am</b>	Salida desde el terminal de Latacunga	Latacunga
<b>7:00 -8:00 am</b>	Desayuno en el restaurante “ Casa de las Truchas”	Saquisilí
<b>9:00 -10:00 am</b>	Visita al “Cerro Wingopana”	Canchagua / Cerro Wingopana
<b>10:15-11:00 am</b>	Escalada en roca	Canchagua / Cerro Wingopana
<b>11:00- 11:30 am</b>	Box lunch	Canchagua / Cerro Wingopana
<b>12:30- 13:30 pm</b>	Recorrido por la “Laguna Tiloncocha”	Cochapamba/ Laguna de Tiloncocha
<b>13:00- 13:30 am</b>	Observación de aves	Cochapamba/ Laguna de Tiloncocha
<b>14:30-15:00 pm</b>	Almuerzo en la parroquia de Cochapamba	Cochapamba
<b>15:30-16:00 am</b>	Retorno a Saquisilí y entrega de recuerdos	Saquisilí
<b>16:00- 17:00 pm</b>	Llegada al terminal de Latacunga/ Fin de la ruta	Latacunga

La Ruta del Amor empieza en el terminal de Latacunga, contempla los sitios turísticos de la parroquia Cochapamba, Laguna Tiloncocha y Canchagua Cerro Wingopana; el servicio de alimentos y bebidas se realiza en la parroquia de Cochapamba para brindar una oferta gastronómica tradicional, al final se entrega artesanías elaboradas en totora.

**Tabla 54***Itinerario Recorrido Chantilín - Canchagua*

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Localidad</b>
<b>6:30-7:00 am</b>	Salida desde el terminal de Latacunga	Latacunga
<b>7:30 -8:30 am</b>	Desayuno en el restaurante “Comedor Blanquita”	Saquisilí
<b>9.00-11:00 am</b>	Visita de la iglesia “ Centro Parroquial Chantilin” y observación “Artesanías Chantilin”	Chantilin
<b>11:30-12:30 pm</b>	Vista al lugar de tratamiento de pieles de ganado	Chantilin
<b>13:00 -14:00 pm</b>	Almuerzo en el restaurante “ Casa de las Truchas”	Saquisilí
<b>14:30-16:00 pm</b>	Visita a la iglesia “Católica Matriz Canchagua” y recorrido por el “Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi”	Canchagua
<b>16:30- 17:00 pm</b>	Visita al parque central e iglesia “Matriz de Saquisilí” / entrega de recuerdos	Saquisilí
<b>18:00 pm</b>	Llegada al terminal de Latacunga/ Fin del recorrido	Latacunga

El Recorrido Chantilin-Canchagua, empieza en el terminal de Latacunga, contempla las manifestaciones culturales de la parroquia Chantilin, Artesanías Chantilin; Canchagua, Centro de Interpretación Cultural; el servicio de alimentos se brinda en la ciudad Saquisilí, al final del recorrido se entrega una artesanía elaborada en totora.

**10.6.5.1.4 Entrevistas.**

**Tabla 55**

*Entrevista vicepresidenta GADMIC Cochapamba*

	
<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	
<b>Nombres:</b> María Sara Logro Guanoquiza	<b>Fecha:</b> 08/12/2022
<b>Lugar de Trabajo:</b> GADMIC	<b>Cantón:</b> Saquisilí
<b>Provincia:</b> Cotopaxi	<b>Parroquia:</b> Cochapamba
<b>RESUMEN DE LA ENREVISTA</b>	
<p><b>1. ¿Cuánto tiempo lleva como presidente de la parroquia?</b> La señora María Sara Logo Guanoquiza lleva 4 años en la vicepresidencia del GADMIC</p> <p><b>2. ¿Por qué la parroquia lleva el nombre de Cochapamba?</b> La parroquia Cochapamba fundada el 20 de diciembre de 1989; Cochapamba proviene del kichwa Cocha: pantanoso y Pamba: llanura, que se le da el significa de llanura pantanosa.</p> <p><b>3. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia y que ofrece cada uno de ellos?</b> <b>Laguna Tiloncocha( Comunidad Llamahuasi):</b> Caminatas, camping, observación de vida silvestre, toma de fotografía, estudio y comportamiento de especies animales y vegetales. <b>Cascada Candela Fasso (Comunidad Jatun Era):</b> Camping, Turismo comunitario, senderismo, trakking, observación de flora y fauna, fotografía y cabalgatas. <b>Cerro Calquín (Comunidad Calquín):</b> Toma de fotografías, caminata. Observación de flora y fauna y senderismo.</p> <p><b>4. ¿Cuál es la demanda turística de la parroquia?</b> El sitio turístico que tiene más demanda turística es la Cascada Candela Fasso.</p>	

Un número estimado de turistas extranjeros y nacionales que visitan la Cascada Candela Fasso son de 40 a 50 personas los sábados y domingos.

**5. ¿Qué días visitan más los turistas la parroquia?**

Fines de semana y fechas festivas

**6. ¿Cuenta la parroquia con planta turística como servicio de alimentos y bebidas, alojamiento y transporte?**

La parroquia no cuenta con alojamiento, ni transporte turístico; sin embargo, tienen un mercado que funciona los domingos y días festivos en donde comercializan productos, artesanías y gastronomía tradicional

**7. ¿Cuál es la gastronomía tradicional de la parroquia?**

Caldo de conejo, caldo de cuy, pescado frito, habas con choclo y mellocos, cuy asado con papas, borrego asado, morocho con empanadas y también venden comida rápida como son las salchipapas.

**8. ¿Existen proyectos turísticos que se hayan aplicado durante los últimos años, en favor de la promoción de la parroquia?**

No existe proyectos turísticos a favor de la promoción turística de parroquia, sin embargo, hay proyectos de señalización por parte del consejo provincial de Cotopaxi, que se encuentran en proceso.

**9. ¿Cree usted que sería factible la aplicación de nuevos productos turísticos en la parroquia?**

Sí, porque se darían a conocer los atractivos principales de la parroquia

**10. ¿Cree usted que el Tour cascada Candela Fasso, tenga acogida por parte de los turistas que ingresan a la parroquia?**

Sí, porque los caminos se encuentran en buen estado, esto beneficiaría a la parroquia en cuanto a la promoción, además son espacios naturales, con aire puro; y los estudiantes harían un buen trabajo en conjunto, para que los turistas conozcan los centros turísticos que tiene la parroquia.

La señora María Sara Logo Guanoquiza, supo manifestar que los principales atractivos turísticos que tiene la parroquia son la cascada Candela Fasso, Cerro Calquín y Laguna de Tiloncocha, los turistas prefieren visitar estos sitios naturales, los días festivos y los domingos debido a que se ofrece gastronomía tradicional en la comunidad de Jatun Era y en la parroquia de Cochapamba. La vicepresidenta está a favor de la promoción del producto turístico Tour Cascada Candela Fasso, ya que los turistas prefieren la naturaleza, buena accesibilidad a los sitios naturales y al GADMIC les gustaría trabajar en conjunto para promocionar y comercializar estos productos.

Tabla 56

Entrevista Director de Turismo GADMIC Saquisilí

	
<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	
<b>Nombres:</b> Diego Vargas	<b>Fecha:</b> 28/12/2022
<b>Lugar de Trabajo:</b> GADMIC	<b>Cantón:</b> Saquisilí
<b>Provincia:</b> Cotopaxi	<b>Parroquia:</b> Saquisilí
<b>RESUMEN DE LA ENTREVISTA</b>	
<p><b>1. ¿Cuánto tiempo lleva como Director de Turismo?</b> Lleva 2 años en el cargo de Director de Turismo.</p> <p><b>2. ¿Cuáles son las parroquias del cantón Saquisilí y a que se debe su nombre?</b> Cuenta con 3 parroquias rurales: Canchagua, Cochapamba y Chantilin y su cabecera cantonal Saquisilí. <b>Canchagua:</b> Cancha: maíz tostado; tierra del maíz <b>Cochapamba:</b> Cocha: Laguna ,Pamba: Llanura; Lago Pantanoso <b>Chantilin:</b> Tierra Pantanosa <b>Saquisilí:</b> Vocablo Aymara: deja ahí; se le conoce como tierra pantanosa</p> <p><b>3. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos del cantón Saquisilí?</b> Saquisilí como tal no cuentan con atractivos turísticos, más bien son recursos, pero en las fichas de levantamiento de información del MINTUR, se describen como sitios turísticos; los principales son la Cascada Candela Fasso, Cerro Wingopana y Laguna Tiloncocha, además de la principal manifestación cultural que son las 7 plazas de Saquisilí.</p> <p><b>4. ¿Cuál es la demanda turística del cantón?</b> Tanto turísticas nacionales como extranjeros prefieren visitar las 7 plazas de Saquisilí para la compra y venta de productos y artesanías; un gran porcentaje de turistas extranjeros pernotan en la ciudad de Saquisilí en hoteles como el Colonial “Las 7 plazas”.</p> <p><b>5. ¿Qué días visitan más los turistas la parroquia?</b></p>	

Los miércoles, jueves y domingos (días de feria).

**6. ¿El cantón Saquisilí cuenta con planta turística como servicio de alimentos y bebidas, alojamiento y transporte?**

Saquisilí si cuenta con planta turística; su principal servicio de hospedaje lo brinda el hotel Colonial “ Las 7 plazas”, los establecimientos con mayor acogida para el servicio de alimentación son los asaderos: “ El Placer”, “ Koko Riko”, “ Los Pollos de la Tri”; el servicio de transporte lo brinda la cooperativa de taxis “Saquitax”, “Taxis Saquisilí” y la Cooperativa de buses “Nacional Saquisilí”.

**7. ¿Cuál es la gastronomía tradicional de la parroquia?**

Por ser un territorio andino abundan las papas con cuy, hornado, fritada; los jueves de feria venden tortillas de maíz, papas con librillo; el plato ancestral es el Runaicho es una especie de colada de harina de alverja, maíz o haba, con achiote, que se sirve con papas o mote, acompañado con pedazos de cuy o borrego asado; este plato tradicional sirve en las fiestas indígenas de las comunidades en plato de barro.

**8. ¿Existen proyectos turísticos que se hayan aplicado durante los últimos años, en favor de la promoción de la parroquia?**

**Comunidad Jatun Era:** Reconstrucción del museo

**Publicidad:** Se realizaron guías turísticas en favor de la promoción del cantón

**9. ¿Cree usted que sería factible la aplicación de nuevos productos turísticos en la parroquia?**

Claro, siempre y cuando sean viables y factibles, todos los productos turísticos que se quieran aplicar en el cantón Saquisilí deben tener autorización de parte de las comunidades, ya que la mayoría de los sitios turísticos se encuentran en tierras privadas.

**10. ¿Cree usted que el Tour cascada Candela Fasso, tenga acogida por parte de los turistas que ingresan a la parroquia?**

Claro, las ideas son muy buenas y serán de gran beneficio para las comunidades, y para los turistas que ingresan al cantón, pero se debe trabajar en conjunto con el GADMIC, porque en estos sitios naturales no existe buena accesibilidad, servicios básicos y requieren de capacitaciones a las comunidades para que puedan brindar un buen servicio a los turistas.

El Director de Turismo Diego Vargas supo manifestar que los principales sitios naturales que tiene el cantón son Cerro Wingopana, Laguna de Tiloncocha y Cascada Candela Fasso, los turistas visitan estos recursos los días miércoles, jueves y domingo, que son los días de feria; cuenta con planta turística acorde a las necesidades que presenta el turista, pero tan solo los turistas extranjeros pernotan en la ciudad, debido a que ellos adquieren paquetes turísticos dentro de la provincia de Cotopaxi. El plato ancestral del cantón es el Runaicho, una especie de colada de granos acompañada con papas, mote, cuy o borrego, servida en plato de barro y consumida solo en fiestas indígenas. Saquisilí ha desarrollado proyectos en favor de la promoción y publicidad como fue la elaboración de guías turísticas y también la reconstrucción

del museo en la comunidad Jatun Era. El GADMIC está en favor de la promoción de nuevos productos turísticos, pero desea un trabajo en conjunto para cubrir con las necesidades que se presentan en la parroquia y así poder aplicar de manera correcta estas nuevas propuestas turísticas, ellos tramitarían los permisos tanto con la comunidad como en el GADMIC para poder aplicar las rutas turísticas, están muy entusiasmados con las ideas presentadas y esperan ejecutarlas lo más pronto posible.

#### 10.6.5.2 Precio.

A continuación, se describe en la tabla 57, 58 y 59 los precios de cada uno de los productos turísticos propuestos para el cantón Saquisilí. El costo total contempla a la alimentación, transporte y guía turístico, adicional un recuerdo que se brindara a cada uno de los consumidores del producto, el margen de ganancia es del 20%, que corresponde a los servicios turísticos, el precio del paquete es para 10 pax.

**Tabla 57**

*Precio Tour Cascada Candela Fasso*

<b>Actividades</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Desayuno restaurante Casa de las Truchas</b>	\$ 3,00	\$ 30,00
<b>Box lunch en la comunidad Jatun Era</b>	\$ 1,00	\$ 10,00
<b>Almuerzo en la comunidad Jatun Era</b>	\$ 5,00	\$ 50,00
<b>Recuerdo ( artesanía en totora)</b>	\$ 2,00	\$ 20,00
<b>Transporte turístico</b>	\$ 10,00	\$ 100,00
<b>Guía nacional</b>	\$ 18,00	\$ 180,00
<b>Otros( imprevistos)5 %</b>	\$ 1,95	\$ 19,50
<b>Costo total por persona</b>		<b>\$ 40,95</b>
<b>Margen de ganancia</b>		<b>20%</b>
<b>Valor al público</b>		<b>\$ 51,19</b>
<b>Utilidad por paquete</b>		<b>\$ 10,24</b>
<b>Utilidad total</b>		<b>\$ 102,38</b>
<b>IVA 12%</b>		<b>\$ 6,14</b>
<b>Precio de venta por persona</b>		<b>\$ 57,33</b>
<b>Precio redondeado</b>		<b>\$ 58,00</b>
<b>Precio por paquete</b>		<b>\$ 580,00</b>

Tabla 58

*Precio La Ruta del Amor*

Actividades	Costo unitario	Total
Desayuno restaurante Casa de las Truchas	\$ 3,00	\$ 30,00
Escalada en roca	\$ 2,00	\$ 20,00
Box lunch en cerro Wingopana	\$ 1,00	\$ 10,00
Almuerzo en la parroquia de Cochapamba	\$ 5,00	\$ 50,00
Recuerdo ( artesanía en totora)	\$ 2,00	\$ 20,00
Transporte turístico	\$ 15,00	\$ 150,00
Guía nacional	\$ 18,00	\$ 180,00
Otros( imprevistos)5 %	\$ 2,30	\$ 23,00
	<b>Costo total por persona</b>	<b>\$ 48,30</b>
	<b>Margen de ganancia</b>	<b>20%</b>
	<b>Valor al público</b>	<b>\$ 60,38</b>
	<b>Utilidad por paquete</b>	<b>\$ 12,08</b>
	<b>Utilidad total</b>	<b>\$ 120,75</b>
	<b>Iva 12%</b>	<b>\$ 7,25</b>
	<b>Precio de venta por persona</b>	<b>\$ 67,62</b>
	<b>Precio redondeado</b>	<b>\$ 68,00</b>
	<b>Precio por paquete</b>	<b>\$ 680,00</b>

Tabla 59

*Precio Recorrido Chantilin-Canchagua*

Actividades	Costo unitario	Total
Desayuno restaurante Blanquita	\$ 3,00	\$ 30,00
Almuerzo en el restaurante Casa de las Truchas	\$ 7,00	\$ 70,00
Recuerdo ( artesanía en totora)	\$ 2,00	\$ 20,00
Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi	\$1	\$ 10,00
Transporte turístico	\$ 5,00	\$ 50,00
Guía nacional	\$ 12,00	\$ 120,00
Otros( imprevistos)5 %	\$ 1,50	\$ 15,00
	<b>Costo total por persona</b>	<b>\$ 31,50</b>
	<b>Margen de ganancia</b>	<b>20%</b>
	<b>Valor al público</b>	<b>\$ 39,38</b>
	<b>Utilidad por paquete</b>	<b>\$ 7,88</b>
	<b>Utilidad total</b>	<b>\$ 78,75</b>
	<b>Iva 12%</b>	<b>\$ 4,73</b>
	<b>Precio de venta por persona</b>	<b>\$ 44,10</b>
	<b>Precio redondeado</b>	<b>\$ 45,00</b>
	<b>Precio por paquete</b>	<b>\$ 450,00</b>



### 10.6.5.3 Promoción.

Las estrategias de promoción se podrán aplicar de acuerdo lo requiera el proyecto de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi de la carrera de turismo con el nombre “University Tourism Center”

**Tabla 60**

*Estrategias de promoción*

<b>Estrategia</b>	<b>Descripción</b>
<b>Publicidad mediante volantes</b>	Se diseñaron volantes publicitarios de cada uno de los productos turísticos para que el proyecto lo utilice, para bien común de los estudiantes y con el objetivo de promocionar los mismos.
<b>Publicidad en redes sociales( Facebook e Instagram)</b>	El proyecto creará una página en redes sociales en Facebook e Instagram, y se generará publicidad digital y profesional, el proyecto podrá promocionar los productos y los estudiantes podrán ser parte de este y compartir sus experiencias mediante redes sociales de sus practicas preprofesionales y de ayudas comunitarias esto con el fin de promocionar y difundir los productos del cantón.
<b>Canal de YouTube</b>	Abrir una cuenta de YouTube en donde se pueda presentar videos relacionados a los productos, y temas de interés del ámbito turístico.
<b>Anuncios publicitarios mediante Meta Bussines</b>	Se crearán anuncios publicitarios en Facebook los cuales ayudarán a la difusión del proyecto, y captarán de mejor manera el público objetivo, este pueden ser estudiantes de la Universidad técnica de Cotopaxi o personas que deseen ser parte de la comercialización de los productos o deseen brindar sus servicios como prestadores.
<b>Publicidad a través de página web</b>	Se realizará una página web con el fin de dar a conocer los productos turísticos y los servicios que ofrece el proyecto, se podrán descargar los itinerarios y mapas turísticos, se observarán las publicidades mediante volantes de cada uno de los productos enfocados en el turismo de naturaleza, cultura y religioso.

### 10.6.5.4 Plaza

Los siguientes elementos se describen de acuerdo con la metodología y están basados en el perfil del turista que se describió en el objetivo 2. A continuación en la tabla se describe el tipo de turista que aplicara los productos turísticos propuestos en el plan de investigación.

**Tabla 61**

Descripción del segmento de mercado

<p><b>Aspectos geográficos</b>  <b>Ciudad:</b> Turistas nacionales (Latacunga y Quito) y extranjeros  <b>Idioma:</b> español /inglés  <b>Tipo de clima:</b> frio</p>	<p><b>Aspectos Demográficos</b>  <b>Sexo:</b> masculino y femenino  <b>Edad:</b>18-36 años  <b>Ocupación:</b> empleado público y privado  <b>Esta civil:</b> soltero y casado  <b>Educación:</b> superior completo e incompleto  <b>Clase social:</b> media-baja</p>
<p><b>Aspectos del comportamiento</b>  <b>Tipo de usuario:</b> solos, en pareja y en familia  <b>Frecuencia de compras:</b> 1 día</p>	<p><b>Aspectos psicográficos</b>  <b>Personalidad:</b> personas que tiene interés de conocer nuevos lugares, realizar turismo de aventura, naturaleza, cultural y religioso  <b>Estilo de vida:</b> visitan el lugar por descanso o placer</p>
<p><b>Aspectos Tecnológicos</b>  <b>Personas que manejes redes sociales:</b> Facebook, Instagram          Conocimiento básico en navegación por sitios web</p>	

## **11. IMPACTOS**

Todos estos impactos se verán plasmados, siempre y cuando los productos propuestos sean aplicados mediante el proyecto de investigación University Tourism Center, ellos podrán utilizarlos en beneficio social, económico y ambiental.

### **11.1 Impacto Social**

Mediante la propuesta del producto turístico “Recorrido Chantilin-Canchagua”, se pretende dar a conocer una actividad que se ha perdido, por la falta de interés de los habitantes de la parroquia Chantilin, como es la elaboración de artesanías a base de totora; otra actividad artesanal que es importante dar a conocer es el tratamiento de pieles, ya que es fuente de ingresos económicos para la parroquia. Canchagua es una parroquia cultural, por ello a través de este recorrido se presentará su tradición plasmada en Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi.

### **11.2 Impacto Ambiental**

Es importante mencionar que Saquisilí cuenta con sitios naturales conservados de una manera parcial por las comunidades aledañas a los mismos; mediante el “Tour Cascada Candela Fasso”, se pretende realizar un turismo sostenible con un menor impacto ambiental, mediante la utilización de bicicletas en un tramo del tour. Para cada uno de los productos turísticos propuestos se evitará la contaminación, mediante el buen manejo de residuos, además en cada uno de los productos turísticos se ha considerado la capacidad de carga por ello se ha considerado pax de 10 personas en cada paquete turístico, para evitar la generación de residuos y conservar los senderos de los sitios naturales de cada parroquia.

### **11.3 Impacto Económico**

Los sitios naturales del cantón Saquisilí que involucran los productos turísticos, se encuentran en propiedades privadas de las comunidades: Jatun Era (parroquia Cochapamba), Llamahuasi (parroquia Cochapamba), Yanahuarco (parroquia Canchagua); de las cuales la comunidad Jatun Era y las parroquias del cantón Saquisilí se verán beneficiadas de manera económica por la creación de fuentes de empleo para los guías locales y prestadores de servicio.

## 12. PRESUPUESTO

### 12.1 Presupuesto

**Tabla 62**

*Presupuesto proyecto de investigación*

<b>Resultados</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Presentación de productos turísticos para el cantón Saquisilí basados en el Manual para la planificación de Productos Turísticos SECO.	Mapas Turísticos	3	\$ 25,00	\$ 75,00
	Transporte/ salidas de campo	10	\$ 5,00	\$ 50,00
	Alimentación/ salidas de campo	10	\$ 3,00	\$ 30,00
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 155,00</b>
Plan de Marketing de los productos turísticos para el cantón Saquisilí	Volantes publicitarios	3	\$ 5,00	\$ 15,00
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 15,00</b>
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 170,00</b>
<b>Imprevistos 5%</b>				<b>\$ 8,50</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 178,50</b>

## 13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 13.1 Conclusiones

- Mediante el inventario descriptivo se registró 3 productos turísticos desarrollados por la Universidad Técnica de Cotopaxi y el Instituto Tecnológico Cordillera, enfocados en el aspecto cultural y la potencialización de los atractivos turísticos principales de cada parroquia; en 2 de las rutas solo toman en cuenta la manifestación cultural: 7 plazas de Saquisilí y tan solo en 1 los sitios naturales como la Laguna Tiloncocha, Cerro Calquín y Cascada Candela Fasso, durante el desarrollo del inventario se evidenció que ningún producto turístico nombra a las instalaciones, y la demanda solo se considera en el producto: Recorrido fotográfico 360° de las 7 plazas. Durante esta investigación se utilizó fuentes bibliográficas secundarias como tesis, artículos científicos y el Manual para la Planificación de Productos Turísticos Suiza-SECO.
- Con la metodología “Manual para la planificación de productos turísticos SECO”, se diseñó 3 productos enfocados en el turismo cultural, religioso, aventura y de naturaleza, desarrollados en las 3 parroquias rurales del cantón Saquisilí: Canchagua, Cochapamba y Chantilin; para la elaboración de los productos se realizó una encuesta para conocer el perfil del turista y los principales atractivos turísticos con mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros, al final del objetivo se presentó los 3 mapas turísticos de la Ruta del Amor, Tour Cascada Candela Fasso y Recorrido Chantilin Canchagua.
- Se realizó un plan para el University Tourism Center, desarrollado mediante el Libro Introducción al Marketing por Idalia Pacheco y Fabricio Tinajero, se generó estrategias en base al FODA cruzado que permitió plantear objetivos de promoción y difusión de los productos turísticos, se presentó guiones, itinerarios, precio, entrevistas y segmento de mercado

## 13.2 Recomendaciones

- Se recomienda proponer una metodología para el inventario de productos turísticos, tomando en cuenta que un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística; estos elementos podrían ser recopilados en una ficha descriptiva que ayudará para futuros proyectos investigativos de la carrera “ Licenciatura en Turismo”.
- Se recomienda que las autoridades del GADMIC mantenga una actualización del PDOT de Saquisilí, ya que no cuentan con datos exactos de la demanda, atractivos y planta turística, además de desarrollar proyectos en base a la señalización y accesibilidad a los sitios naturales de mayor demanda turística. Es importante que exista apoyo económico del GADMIC hacia las comunidades que cuentan con recursos turísticos.
- Todos los proyectos turísticos que se puedan desarrollar en el cantón Saquisilí serán acogidos de una manera aceptable por las autoridades del GADMIC, pero se recomienda que exista un trabajo en conjunto de parte de las Universidades con las comunidades y el GADMIC de cada una de las parroquias, ya que existe factores que pueden perjudicar el desarrollo de los productos turísticos como son la accesibilidad y la falta de servicios básicos en cada uno de los recursos turísticos

## 14. REFERENCIAS

- Arce Bastidas, R. F., Suárez Domínguez, E., Solís Argandoña, E. V., & Argudo Guevara, N. (2020). Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador. *Podium*, 38, 139–158. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.9>
- Arias Sevilla Pablo. (2021). *Marketing y Mercadotecnia*.  
<https://economipedia.com/definiciones/mercadotecnia-marketing.html>
- Cañas Marti Laura, & Arnandis Rubén. (2014). Recurso cultural, recurso turístico, producto turístico ¿Qué creó realmente el plan piloto de Dinamización del Producto Turístico de Xàtiva? *Papers de Turisme* 55, 65–83.  
<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/186/156>
- Cardenas Jesús. (2021). *Plan de Marketing*. <https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-marketing/>
- Carvajal Zambramo Gema Viviana, & Lemoine Quintero Frank Angel. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente*.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362018000100164&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362018000100164&script=sci_arttext)
- Casa Fernando, & Clavij Henry. (2018). Universidad técnica de cotopaxi. *Universidad Técnica De Cotopaxi Facultad, 1*, 101.  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4501/1/PI-000727.pdf>
- Comunicare NeuroMarketers. (2019). *IMPLEMENTACIÓN DEL MARKETING: TODOS LOS TRUCOS*. 2019. <https://www.comunicare.es/implementacion-del-marketing-todos-los-trucos/>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2014). *Ley de Turismo*. 11.
- Constitución de la República del Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. 219. <https://doi.org/10.17163/alt.v2n2.2007.04>
- Coronel Yugsi Katherine Johanna. (2022). *"Propuesta de ruta turística de la parroquia Machachi, cantón Mejía, provincia de Pichincha*.
- El Comercio. (2018). *Saquisilí ofrece cascadas y ferias*.  
<https://www.elcomercio.com/tendencias/saquisili-turismo-atractivos-cascadas-cotopaxi.html>
- Entorno Turístico Staff. (2016). *10 tipos de productos turísticos que buscan los nuevos turistas*. <https://www.entornoturistico.com/10-tipos-de-productos-turisticos-que-buscan-los-nuevos-turistas/>

- Evans Edward, & Ballen Freddy. (2021). *OCHO PASOS PARA DESARROLLAR UN PLAN SIMPLE DE MERCADEO*. <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FE978>
- Fabricio Tinajero, & Idalia Pacheco. (2015). *Introducción al Marketing* (CRAMBURY (ed.); Primera Ed).
- Freire Gustavo. (2020). *Formación en turismo Una perspectiva empresarial* (Jefatura de Publicaciones (ed.); Primera Ed). 2020.
- GADMIC Saquisilí. (2022a). *Catastro de Saquisilí*.
- GADMIC Saquisilí. (2022b). *Fichas de levantamiento de información del Mintur*.
- GADMIC Saquisilí. (2022c, November). *Guía turística del cantón Saquisilí*. 2022, 50.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga y Dirección de turismo. (2020). *Plan de turismo del cantón Latacunga 2020-2025. Plan de Turismo Cantón Latacunga 2020-2025*, 5–48. [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)
- Gutiérrez Franco Joel. (2019). *Foda Cruzado*.
- Guzmán-Hernández, C., Soto-Albarrán, F., Mendoza-Vilchis, R., López-Ojeda, A., & Hernández-López, R. (2019). Ruta alimentaria en circuitos y producción de traspatio en Donato Guerra, México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53), 1–29. <https://doi.org/10.24836/es.v29i53.696>
- IONOS. (2019). *Oferta y Demanda: así afecta al mercado*. <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- Jefatura de Planificación Quito Turismo. (2022). *Quito en Cifras. Quito Turismo*.
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2017). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR. Guía Metodológica Para Jerarquización de Atractivos*, 2017, 21. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7351/1/63T0016.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Proyecto Ecuador potencia turística*. 1(1), 129.
- Ministerio del Turismo. (2007). *Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador “Plandetur 2020.” Tourism&Leisure*, 536. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- MINTUR. (2019). *Plan nacional de turismo 2030*. In *Ministerio de turismo* (pp. 6–18). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE->



- TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf
- Monge Vaca Henry Patricio, & Pruna Herrera Alvaro Emilio. (2017). *DISEÑO EDITORIAL TÚRISTICO PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ*.
- Montero, R. G. (2011). Artículo Original. *Revista Peruana de Epidemiología RPEonline*, 15(1), 1–5.
- Municipalidad de Osa. (2022). *Turismo Comunitario Rural*.  
<https://www.gobiernolocalosa.go.cr/turismo/sobreRutaTuristica.php>
- Ocaña Yucaza Mishell Dayanara. (2016). *ELABORACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA CULTURAL EN LA PARROQUIA URBANA DE SAQUISILI, CANTÓN SAQUISILI, PROVINCIA DE COTOPAXI CON LA FINALIDAD DE FOMENTAR EL TURISMO GASTRONÓMICO PARA EL LUGAR*. Instituto Tecnológico Cordillera.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación Ciencia y Cultura ( UNESCO). (2022). *Patrimonio cultural inmaterial*. <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2017). Edición 2017 Panorama OMT del turismo internacional. *Omt*, 15. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Pablo Espinoza. (2013). *Diseño de un plan de marketing para la empresa Seincar dedicada a la comercialización de equipos de seguridad industrial, ubicada en el sector sur de la ciudad de Quito*. <https://bit.ly/3JoYW3f>
- Paredes Urquiza María Belen. (2011). Los Atractivos Turísticos Como Aporte Al Desarrollo Turístico De La Parroquia Rio Negro Cantón Baños De Agua Santa Provincia De Tungurahua. In *Repo.Uta.Edu.Ec*.  
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/5301/Mg.DCEv.Ed.1859.pdf?sequence=3>
- Pazmiño Grijalva Melanie Nicole. (2019). *Diseño de un circuito turístico en la parroquia de Cochapamba ubicada en el cantón Saquisilí , provincia Cotopaxi , con el fin de difundir la afluencia turística en el sector*. 160.
- PDOT Saquisilí. (2015). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN PARTICIPATIVO INTERCULTURAL DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN SAQUISILÍ “Las*. 1–221. [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000700001\\_PDY\\_OT\\_GADMI\\_CANTON\\_SAQUISILI\\_FINAL\\_19-04-2015\\_23-44-58.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000700001_PDY_OT_GADMI_CANTON_SAQUISILI_FINAL_19-04-2015_23-44-58.pdf)

- Peiró Enrique. (2014). *Las 4 P del Marketing. Qué son y para qué sirven.*  
<https://bloo.media/blog/4-p-marketing/>
- QuestionPro. (2020). *¿Qué es la investigación Exploratoria?*  
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/amp/>
- QuestionPro. (2022). *¿Qué es la investigación descriptiva?*  
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Salinas, E., & Medina, N. (2009). Los Productos Turísticos, Pilares de la Comercialización: Dos ejemplos del Centro Histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 18(1), 227–242.
- Scripta Nova. (2010, December). *LA IMPORTANCIA CIENTÍFICA EN LA SELECCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PATRIMONIALES. UNA VISIÓN DESDE LA ESPACIALIDAD SOCIAL.* <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-433.htm>
- Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos.: Vol. Primera Ed.*
- Servicio Nacional de Turismo de Chile. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrados Subdirección de Productos y Destinos Sustentables SERNATUR.* 100. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
- Turismo Sucre. (2017). *Planta Turística.* <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/la-planta-turistica.html?m=1>
- UTEL. (2002). *Recorridos turísticos.* 1–13.
- Zambrano, L. M., & Mendoza, M. (2020). Universidad técnica de cotopaxi. *Universidad Técnica De Cotopaxi*, 104. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4501/1/PI-000727.pdf>

## 15. APÉNDICES

### Apéndice 1. Hoja de vida del equipo de investigadores

*Hoja de vida del equipo de investigadores*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**



#### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Calvopiña Palacios

**NOMBRE:** Ámbar Sarahi

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 175128661-6

**NUMERO DE CARGAS FAMILIARES:** Ninguna

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 11/09/1998

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Quitumbe-Quito

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 2675703

**TELÉFONO CELULAR:** 0967674611

**EMAIL INSTITUTIONAL:** ambar.calvopina6616@utc.edu.ec

#### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTUTLOS OBTENIDOS

NIVEL	INSTITUCIÓN	TÍTULOS	AÑO
<b>PRIMARIA</b>	Escuela "Ágape School"		2015
<b>SECUNDARIA</b>	Colegio Nacional Experimental Amazonas	Bachillerato General Unificado	2017
<b>TERCER</b>	Actualmente matriculado en la carrera de Lic. Turismo	Lic. Turismo	2023

**CURSOS**

<b>TIPO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>NIVEL</b>	<b>AÑO</b>
Idioma Inglés	Universidad Técnica de Cotopaxi	B1	2021

**SEMINARIOS Y OTROS**

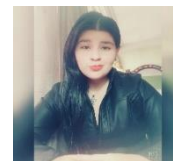
<b>TIPO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>N° DE HORAS</b>	<b>AÑO</b>
II Seminario de Guianza y Excursionismo Aprender, Viajar y Coexistir	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 horas	2019
I Seminario Internacional de turismo y Patrimonio fortaleciendo conocimientos y competencias durante la pandemia	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 horas	2021
II Jornadas de difusión de la Investigación y Vinculación de la Carrera de Turismo	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 horas	2021

.....

**FIRMA**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**



**DATOS PERSONALES**

**APELLIDOS:** Arias Molina

**NOMBRE:** Daniela Alejandra

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1725395709

**NUMERO DE CARGAS FAMILIARES:** Ninguna

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 24/07/1995

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Av. Teniente Hugo Ortiz y Francisco de San Miguel

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 2658376

**TELÉFONO CELULAR:** 0981987054

**EMAIL INSTITUTIONAL:** daniela.arias5709@utc.edu.ec

**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTUTLOS OBTENIDOS**

NIVEL	INSTITUCIÓN	TÍTULOS	AÑO
PRIMARIA	Escuela “Jesús María Bernal”		
SECUNDARIA	Unidad Educativa Sagrado Corazón de Jesús “Hermanas Bethlemitas”	Técnico en Comercio y Administración	2013
TERCER	Instituto Tecnológico Internacional Universitario	Tecnóloga en Gastronomía	2017

**CURSOS**

TIPO	INSTITUCIÓN	NIVEL/ N° DE HORAS	AÑO
Idioma Inglés	Universidad Técnica de Cotopaxi	B1	2021
Curso de Etiqueta y Protocolo	Instituto Tecnológico Internacional Universitario	20 horas	2016
Curso de Primeros Auxilios	Instituto Tecnológico Internacional Universitario	30 horas	2016
Curso abierto de Sensibilización en Discapacidades	Ministerio de Trabajo / CONADIS	30 horas	2020
Curso virtual de Gestión Inclusiva	Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias/ CONADIS	20 horas	2020

<b>de Riesgo con Enfoque en Personas con Discapacidad</b>			
---	--	--	--

### **SEMINARIOS Y OTROS**

<b>TIPO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>N DE HORAS</b>	<b>AÑO</b>
II Seminario de Guianza y Excursionismo Aprender, Viajar y Coexistir	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 horas	2019
I Seminario Internacional de turismo y Patrimonio fortaleciendo conocimientos y competencias durante la pandemia	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 horas	2021
II Jornadas de difusión de la Investigación y Vinculación de la Carrera de Turismo	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 horas	2021

.....

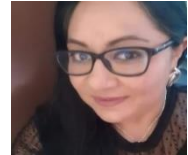
**FIRMA**

## Apéndice 2. Hoja de vida del equipo de investigadores

### Hoja de vida personal docente



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE**



### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Benavides Zura

**NOMBRE:** Norma Lucía

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1002669644

**NUMERO DE CARGAS FAMILIARES:** Ninguna

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 06/03/1980

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Av. José Egusquiza y Miguel Riofrío

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** N/A

**TELÉFONO CELULAR:** 0994078798

**EMAIL INSTITUTIONAL:** [norma.benavides9644@utc.edu.ec](mailto:norma.benavides9644@utc.edu.ec)

### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTUTLOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENECYT
TERCER	Licenciada en Turismo Histórico Cultural	12/09/2007	1005-07-785273
CUARTO	Magister en Gestión del Turismo	29/07/2015	1053-15-86066992

**PUBLICACIONES RECIENTES**

<b>AUTOR/COAUTOR DE ARTÍCULO INDEXADO</b>	<b>NOMBRE DEL ARTÍCULO</b>	<b>NOMBRE DE LA ENTREVISTA</b>	<b>LUGAR (PAÍS O CIUDAD)</b>	<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>
<b>COAUTOR</b>	Relevamiento del potencial turístico de la parroquia Puenbo	RICIT	Ecuador	2018

**HISTORIAL PROFESIONAL**

- Universidad de Especialidad Turísticas (UDET)
- Universidad de las Américas (UDLA)
- Instituto Tecnológico Internacional Universitario (ITI)
- Universidad Técnica Equinoccial (UTE)
- Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)

**FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:**

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo

**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:**

Servicios: 81

Servicios personales

**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:**

abril-agosto 2019

.....

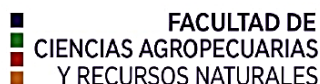
**FIRMA**



### Apéndice 3. Modelo de encuesta perfil del turista



UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE  
COTOPAXI



FACULTAD DE  
CIENCIAS AGROPECUARIAS  
Y RECURSOS NATURALES

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

- La presente encuesta es para conocer el perfil de los turistas que ingresa al Cantón Saquisilí
- Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización del proyecto de investigación :  
“Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Saquisilí”
- Favor llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible

Lugar de procedencia ..... Sexo: M .....F.....

Estado civil: Soltero(a).....Casado(a).....Divorciado(a)..... Viudo(a).....

Nivel de educación: Primaria.....Secundaria.....Bachillerato.....Superior.....

Empleado: Público.....Privado.....Desempleado.....Estudiante.....

¿Con cuántas personas viaja?..... Edad:.....

¿Por cuantos días viene o vino a la ciudad?.....

#### 1. Seleccione con una x el motivo principal de visita, al cantón Saquisilí

Descanso o placer  Cultura  Diversión  Visita a los recursos naturales  Compras  Visita a Familiares

#### 2. Coloque una x según su criterio . ¿Cuál es el factor adicional que influyo para venir al Cantón Saquisilí?

Recomendaciones  Interés por conocer nuevos lugares  Conocimiento previo  Visitar a familiares o amigos

Cercanía del lugar de origen  Trabajo  Disponibilidad de Tiempo  Otro

Seleccione con un círculo las opciones de respuesta apropiadas

#### 3. ¿Cómo supo de la ciudad?

a) Por publicidad b) Internet c) Amistades d) Agencia de Viajese) Otro

#### 4 ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizo para llegar al Cantón Saquisilí? (Marque una sola opción)

a) Autobús b) Automóvil c) Camioneta

#### 5. ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estancia en la ciudad?

a) Hotel b) Hostal c) Casa de Familiares d) Casa de huéspedes e) Casa o departamento propio f) Casa o departamento en renta

g) Ninguno



6. ¿Qué tipo o tipos de servicios alimentarios ha elegido?

- a) Restaurante de servicio completo b) Restaurante familiar c) Restaurante de Comida Rápida d) Restaurante en el lugar de hospedaje  
e) Bares f) Otro

7 ¿Cuál es el medio de transporte que va a utilizar o ha utilizado durante su estancia en el Cantón Saquisilí?

- a) Automóvil propio e) Bicicleta b) Autobús urbano f) Caminando c) Autobús turístico g) Camioneta d) Taxi

8. Marque con una X los atractivos turísticos que ha conocido en su visita

Atractivos Culturales	
Centro Cultural Cancha Huasi	
Artesanías Chantilin	
Ferias de Saquisilí	

Atractivos Naturales	
Cerro Wingopana	
Laguna de Tiloncocha	
Cascada Candela Fasso	

9. Marque con un círculo. Aproximadamente su gasto diario por servicio es:

**Alimentación** a) 5-10 b) 15-20 c) 25-30 d) N/ A

**Transporte** a) 5- 10 b) 15-20 c) 25-30 d) N/ A

**Alojamiento** a) 10-20 b) 20-30 c) 40-50 d) N/ A

10. Marque con una x. ¿Cuántos son sus ingresos económicos mensuales?

Menos de \$400	
Entre \$401 -\$1000	
Entre \$1001- \$1600	
Entre \$1601- \$2000	
Mas de \$2001	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

*Nota.* Elaboración Propia

## Apéndice 4. Modelo de entrevista

### *Modelo de la entrevista*

<b>DATOS DEL ENTREVISTADO</b>	
<b>Nombres:</b>	<b>Fecha:</b>
<b>Lugar de Trabajo:</b>	<b>Cantón:</b>
<b>Provincia:</b>	<b>Parroquia:</b>
<b>RESUMEN DE LA ENREVISTA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuánto tiempo lleva como presidente de la parroquia?</li> <li>2. ¿Por qué la parroquia lleva el nombre de Cochapamba?</li> <li>3. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia y que ofrece cada uno de ellos?</li> <li>4. ¿Cuál es la demanda turística de la parroquia?</li> <li>5. ¿Qué días visitan más los turistas la parroquia?</li> <li>6. ¿Cuenta la parroquia con planta turística como servicio de alimentos y bebidas, alojamiento y transporte?</li> <li>7. ¿Cuál es la gastronomía tradicional de la parroquia?</li> <li>8. ¿Existen proyectos turísticos que se hayan aplicado durante los últimos años, en favor de la promoción de la parroquia?</li> <li>9. ¿Cree usted que sería factible la aplicación de nuevos productos turísticos en la parroquia?</li> <li>10. ¿Cree usted que el Tour cascada Candela Fasso, tenga acogida por parte de los turistas que ingresan a la parroquia?</li> </ol>	

*Nota.* Elaboración Propia

## Apéndice 5. Resultados de Evaluación Técnica de Atractivos Turísticos

### Resultados de Evaluación Técnica de Manifestación Cultural “Artesanías de Chantilin”

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE	DESCRIPCIÓN	PONDERA	RESULT
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	18	6
E	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	18	6
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO /	14	17
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	14	6
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL	9	9
C	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	7	0
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	5	1
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>45</b>

Nota. Elaboración propia de acuerdo con Fichas de Levantamiento de Información del MINTUR

### Resultados de Evaluación Técnica de Manifestación Cultural “Iglesia del Centro Parroquial Chantilin”

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	18	8
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	18	7,5
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	14	8,5
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	10	6
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	9	9
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	7	0
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>53</b>

Nota. Elaboración propia de acuerdo con Fichas de Levantamiento de Información del MINTUR

*Resultados de Evaluación Técnica de Manifestación Cultural “Tratamiento de Pieles de Ganado”*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE	DESCRIPCIÓN	PONDERA	RESULT
A ACCESIBILIDAD CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	6
E PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	8,7
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO /	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su	14	15
C HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	7,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	3	9
C DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	1
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>47,2</b>

*Nota.* Elaboración propia de acuerdo con Fichas de Levantamiento de Información del MINTUR

*Resultados de Evaluación Técnica de Manifestación Cultural “Iglesia Católica la Matriz Canchagua”*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE	DESCRIPCIÓN	PONDERA	RESULT
A ACCESIBILIDAD CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	6
E PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,5
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO /	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su	14	14
C HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	3	9
C DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>51</b>

*Nota.* Elaboración propia de acuerdo con Fichas de Levantamiento de Información del MINTUR

## Apéndice 6. Fichas de Atractivos Turísticos

### Ficha Cascada Candela Fasso

Anexo 3

## DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 1/2)

Cascada Candela Fasso  
NOMBRE DEL ATRACTIVO

Ficha N: 4

### Ubicación

Región: SierraProvincia: CotapaxiDistrito: Lagunilla

Tiempo de viaje

desde centro soporte: 1:20m

Kilómetros recorridos

desde centro soporte: 45 km

### Contacto

Propietario: Comunidad Jatón ErResponsable: Armando ChicaizaInscrita en Mincetur: MINTURTeléfono móvil: 0999017665Correo electrónico: ahorcas3-1991@hotmail.comSitio web: Facebook

### Acceso hacia el recurso

Considerando como referencia la capital de la provincia

#### Terrestre

Transporte público ( )

Automóvil particular (x)

Taxi ( )

Bus turístico (x)

### Tipo de ingreso

Libre (x)

Previo permiso ( )

Costo: 0\$Horario: 8:00 / 17:00 horas

### Infraestructura dentro del recurso

#### Servicios básicos

Agua potable (x)

Acceso para discapacitados ( )

Internet ( )

Energía eléctrica (x)

Primeros auxilios ( )

Teléfono ( )

Señalización (x)

Estacionamiento ( )

#### Servicios complementarios turísticos

Restaurante (x)

Camping (x)

Bar ( )

Hospedaje ( )



Anexo  
**DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 2/2)**

**Trabajo en alianza con**

Establecimientos de hospedaje	Restaurantes	Agencias de viaje	Bodegas de pisco	Choferes de taxi

**Proyectos**

Corto plazo: No existe.

**Necesidades identificadas**

Accesibilidad: Tercer orden.

Comercialización: No se comercializa este atractivo

Infraestructura: No cuenta con infraestructura

Servicio al cliente: Guías Locales

Mantenimiento: Recurso Natural - no manipulada por el hombre.

**Elemento diferenciador a futuro**

La cascada sea un recurso generador de ingresos para la comunidad

**Fotografías**

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

## Ficha Cerro Wingopana

Anexo 3

## DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 1/2)

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
Ficha N:	<u>2</u> <u>Cerro Wingopana</u>		
Ubicación			
Región:	<u>Sierra</u>	Provincia:	<u>Latacunga</u> Distrito: <u>Saguilor.</u>
Tiempo de viaje desde centro soporte:	<u>1 hora</u>	Kilómetros recorridos desde centro soporte:	<u>40 km</u>
Contacto			
Propietario:	<u>Comunidad Yovico - Publico</u>	Responsable:	<u>Ricardo Huinaxig</u>
Inscrita en Mincetur:	<u>MTNTUR</u>	Teléfono móvil:	
Correo electrónico:		Sitio web:	
Acceso hacia el recurso			
Considerando como referencia la capital de la provincia			
Terrestre			
Transporte público ( )	Automóvil particular (x)	Taxi ( )	Bus turístico (x)
Tipo de ingreso			
Libre (x)			Previo permiso ( )
Costo: <u>80</u>		Horario: <u>8:00/17:00 hrs</u>	
Infraestructura dentro del recurso			
Servicios básicos			
Agua potable (x)	Acceso para discapacitados ( )	Internet ( )	Energía eléctrica ( )
Primeros auxilios ( )	Teléfono (x)	Señalización (x)	Estacionamiento (x)
Servicios complementarios turísticos			
Restaurante ( )	Camping (x)	Bar ( )	Hospedaje ( )



Anexo  
**DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 2/2)**

**Trabajo en alianza con**

Establecimientos de hospedaje	Restaurantes	Agencias de viaje	Bodegas de pisco	Choferes de taxi

**Proyectos**

Corto plazo: No existe

**Necesidades identificadas**

Accesibilidad: Ferrocarril

Comercialización: No se comercializa este recurso

Infraestructura: No existe infraestructura

Servicio al cliente: Guías locales

Mantenimiento: Este recurso no está manipulado por el hombre

**Elemento diferenciador a futuro**

Escalada al Cerro Aledro

**Fotografías**

*Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)*

## Ficha Laguna Tiloncocha

Anexo 3

## DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 1/2)

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
Ficha N: <u>9.</u> <u>Laguna Tiloncocha</u>			
Ubicación			
Región: <u>Sierra</u>	Provincia: <u>Cotacachi</u>	Distrito: <u>Saguinalli</u>	
Tiempo de viaje desde centro soporte: <u>1 hora</u>		Kilómetros recorridos desde centro soporte: <u>40 Km</u>	
Contacto			
Propietario: <u>Comunidad</u>		Responsable: <u>Francisco Castro Cacha</u>	
Inscrita en Mincetur: <u>MINTUR</u>		Teléfono móvil: _____	
Correo electrónico: _____		Sitio web: <u>Boogle</u>	
Acceso hacia el recurso			
Considerando como referencia la capital de la provincia			
Terrestre			
Transporte público <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil particular <input checked="" type="checkbox"/>	Taxi ( )	Bus turístico ( )
Tipo de ingreso			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		Previo permiso ( )	
Costo: <u>0 \$</u>		Horario: <u>8:00 / 17:00 hrs</u>	
Infraestructura dentro del recurso			
Servicios básicos			
Agua potable ( )	Acceso para discapacitados ( )	Internet ( )	Energía eléctrica ( )
Primeros auxilios ( )	Teléfono ( )	Señalización ( )	Estacionamiento ( )
Servicios complementarios turísticos			
Restaurante ( )	Camping <input checked="" type="checkbox"/>	Bar ( )	Hospedaje ( )

Anexo

## DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 2/2)

## Trabajo en alianza con

Establecimientos de hospedaje	Restaurantes	Agencias de viaje	Bodegas de pisco	Choferes de taxi

## Proyectos

Corto plazo: No existe

## Necesidades identificadas

Accesibilidad: Tercer OrdenComercialización: No se comercializa este atractivoInfraestructura: No cuenta con infraestructuraServicio al cliente: Guías localesMantenimiento: Recurso natural - no manipulado por el hombre

## Elemento diferenciador a futuro

Escalada al Cerro aladois

## Fotografías

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

Ficha Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi

Anexo 3

DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 1/2)

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
Ficha N: <u>4-</u> <u>Centro Cultural Cancha Wasi</u>			
Ubicación			
Región: <u>Sierra</u>	Provincia: <u>Cotopaxi</u>	Distrito: <u>Saguasili</u>	
Tiempo de viaje desde centro soporte: <u>5 minutos</u>		Kilómetros recorridos desde centro soporte: <u>1 km</u>	
Contacto			
Propietario: <u>Comunidad Yamarco-Pública</u>		Responsable: <u>Ricardo Montañez</u>	
Inscrita en Mincetur: <u>MENTUR</u>		Teléfono móvil: _____	
Correo electrónico: _____		Sitio web: _____	
Acceso hacia el recurso			
Considerando como referencia la capital de la provincia			
Terrestre			
Transporte público <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil particular <input checked="" type="checkbox"/>	Taxi ( )	Bus turístico ( )
Tipo de ingreso			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		Previo permiso ( )	
Costo: <u>0\$</u>		Horario: <u>8:00   17:00 horas</u>	
Infraestructura dentro del recurso			
Servicios básicos			
Agua potable <input checked="" type="checkbox"/>	Acceso para discapacitados ( )	Internet <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>
Primeros auxilios ( )	Teléfono <input checked="" type="checkbox"/>	Señalización ( )	Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/>
Servicios complementarios turísticos			
Restaurante <input checked="" type="checkbox"/>	Camping ( )	Bar ( )	Hospedaje ( )

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)



## Ficha Artesanías Chantilín

Anexo 3

## DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 1/2)

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
Ficha N: <u>5</u> <u>Artesanías Chantilín</u>			
Ubicación			
Región: <u>Zacra</u>	Provincia: <u>Colaposa</u>	Distrito: <u>Saguiski</u>	
Tiempo de viaje desde centro soporte: <u>5 minutos</u>	Kilómetros recorridos desde centro soporte: <u>13km</u>		
Contacto			
Propietario: <u>GAD Arroquid Chantilín</u>	Responsable: <u>Josier Veloz</u>		
Inscrita en Mincetur: <u>MINTUR</u>	Teléfono móvil: <u>(00)722.189</u>		
Correo electrónico: <u>info@chantilin.gob.ec</u>	Sitio web: <u>Facebook</u>		
Acceso hacia el recurso			
Considerando como referencia la capital de la provincia			
Terrestre			
Transporte público <input checked="" type="checkbox"/>	Automóvil particular <input checked="" type="checkbox"/>	Taxi <input type="checkbox"/>	Bus turístico <input type="checkbox"/>
Tipo de ingreso			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	Previo permiso <input type="checkbox"/>		
Costo: <u>0\$</u>	Horario: <u>8:00 / 17:00 hrs</u>		
Infraestructura dentro del recurso			
Servicios básicos			
Agua potable <input checked="" type="checkbox"/>	Acceso para discapacitados <input type="checkbox"/>	Internet <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>
Primeros auxilios <input type="checkbox"/>	Teléfono <input type="checkbox"/>	Señalización <input checked="" type="checkbox"/>	Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/>
Servicios complementarios turísticos			
Restaurante <input checked="" type="checkbox"/>	Camping <input type="checkbox"/>	Bar <input type="checkbox"/>	Hospedaje <input type="checkbox"/>

Anexo

## DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS (P. 2/2)

Trabajo en alianza con				
Establecimientos de hospedaje	Restaurantes	Agencias de viaje	Bodegas de pisco	Choferes de taxi

**Proyectos**  
Corto plazo: No existe

**Necesidades identificadas**  
 Accesibilidad: Tercer Orden.  
 Comercialización: No se comercializa este atractivo  
 Infraestructura: No cuenta con infraestructura  
 Servicio al cliente: Guías locales  
 Mantenimiento: Recursos naturales - no manipulados por el hombre

**Elemento diferenciador a futuro**  
Artesanos en Totora, elaborados por la comunidad

**Fotografías**

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

**Apéndice 7. Fichas de productos turísticos**

*Ficha producto Tour Cascada Candela Fazo*

Anexo 2

FICHA DE PRODUCTO			
Ficha N: <u>1</u>			
Nombre del producto <u>Tour Cascada Candela Fazo.</u>			
Ubicación			
Región: <u>Sierra</u>	Provincia: <u>Cotacachi</u>	Distrito: <u>Sagundi</u>	
Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV			
<u>Tour Cascada Candela Fazo</u>			
Definición del producto			
<u>Recorrido en bicicleta hasta la cascada Candela Fazo y turismo Comunitario con la población Jatón Era.</u>			
Público objetivo según la búsqueda de experiencia			
Nicho <input checked="" type="checkbox"/>	Multitemático ( )	Moda ( )	
Tipo de mercado interno			
VN divertido ( )	VN descanso y relax <input checked="" type="checkbox"/>	VN conocedor ( )	
Tipo de mercado extranjero			
TE cultural ( )	TE de naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>	TE de aventura ( )	TE de sol y playa ( )
Perfil según estilo de vida*			
Personalizados (a la medida) <input checked="" type="checkbox"/>	Equilibrados (bienestar) ( )	Responsables (Sostenibilidad) ( )	
Conectados (tecnológicos) ( )	Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( )	Exclusivos (Estatus) ( )	

\*(FUENTE: Iconoculture)



Anexo 2

## FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO (P. 2/3)

### Descripción detallada del producto

Recorrido en bicicleta, hasta la comunidad Jatón Era  
trekking hasta la cascada Condela Fazo

### Atractivos ancla y descripción

Cascada Condela Fazo. Esta ubicada en la comunidad Jatón Era perteneciente a la parroquia Cochabamba, altura 3700 m.s.n.m. distancia 20 km

### Demanda

Edad 26 a 36 años - Lugar de origen: Latacunga - Quito - Motivación: Descanso y placer con paisajes

Datos importantes (cifras): \_\_\_\_\_

### Itinerario sugerido

Facilidades								
Atractivos ancla	Señalización interna	Teléfono	SSH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante/Cafetería	Horarios de visita / precios
Soquisi: Iglesia M.	X	X	X	X				Horario: 8:00 / 16:00 horas Costo: Gratis Dirección: Calle 24 Mayo y Viterbo
Parroquia Cochabamba GAD	X	X		X				Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis Dirección: Gde. Octubre y Rodrigo Zúñiga
Comunidad Jatón Era	X	X	X					Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis. Dirección: Parroquia Cochabamba



Anexo 2

## FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO (P. 3/3)

### Época de visita/Clima

Feriados, Fines de semana y días de FERIA

Servicios en el centro de soporte más cercano					
Hoteles	Sí ( ) No (X)	Guías	Sí (X) No ( )	Venta de artesanías	Sí (X) No ( )
Hostales	Sí ( ) No (X)	Albergues	Sí ( ) No (X)	Oficinas de turismo	Sí (X) No ( )
Restaurantes	Sí (X) No ( )	Resorts	Sí ( ) No (X)	Internet	Sí (X) No ( )

Distancia entre los atractivos ancla			
Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)
Parroquia Cochapamba	La comunidad Jatón Era	1 hora	40 km
Comunidad Jatón Era	Cerro de Condela Fazo	20 minutos	5 km

### Actividades complementarias a desarrollar

Actividad 1: Beberse en la Cascada Condela Fazo  
 Descripción: Los turistas podrán disfrutar de las aguas naturales de la cascada  
 Horario: 8:00 / 17:00 horas  
 Costo: 0\$ Gratis  
 Ubicación: Parroquia Cochapamba, comunidad Jatón Era

### Operadores que comercializan el producto

Operadores locales: \_\_\_\_\_  
 Operadores mayoristas: \_\_\_\_\_  
 Operadores minoristas: \_\_\_\_\_

### Fotografías

### Mapas

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

Ficha producto turístico Ruta del Amor

Anexo 2

**FICHA DE PRODUCTO**

Ficha N: 9

**Nombre del producto**

La Ruta del Amor

**Ubicación**

Región: Siem Provincia: Cotapaxi Distrito: Saguiski

**Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV**

La Ruta del Amor

**Definición del producto**

Presentación de una ruta en la parroquia Enchagua y Cochapamba en los atractivos Cerro Wingoopa y Laguna Titicoccha.

**Público objetivo según la búsqueda de experiencia**

Nicho  Multitemático ( ) Moda ( )

**Tipo de mercado interno**

VN divertido ( ) VN descanso y relax  VN conocedor ( )

**Tipo de mercado extranjero**

TE cultural ( ) TE de naturaleza  TE de aventura ( ) TE de sol y playa ( )

**Perfil según estilo de vida\*** \*(FUENTE: Iconoculture)

Personalizados (a la medida)  Equilibrados (bienestar) ( ) Responsables (Sostenibilidad) ( )

Conectados (tecnológicos) ( ) Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( ) Exclusivos (Estatus) ( )

Anexo 2

## FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO (P. 2/3)

### Descripción detallada del producto

Recorrido por el Cerro Wingopora, actividades escalada, trekking por la laguna Tiloncacha.

### Atractivos ancla y descripción

Cerro Wingopora.

Es un Cerro Sagrado en donde se realizan rituales de buena energía.

### Demanda

Edad 26 a 36 años - Lugar de origen: La Paz / Quito / Matucana / Desembarco plaza.

Datos importantes (cifras):

### Itinerario sugerido

### Facilidades

Atractivos ancla	Señalización interna	Teléfono	SSH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante/Cafetería	Horarios de visita / precios
ZARZARQUILO Cochagua	X	X	X					Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: 0\$ Gratis Dirección: 60 Octubre y Rodrigo Iturbe
Cerro Wingopora	X			X				Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis Dirección: Comunidad Yonacura Grande
Laguna Tiloncacha								Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis Dirección: Comunidad Lamachus



Anexo 2

## FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO (P. 3/3)

### Época de visita/Clima

*Periodos, Fines de semana y días de Ferie*

Servicios en el centro de soporte más cercano					
Hoteles	Sí ( ) No (x)	Guías	Sí (x) No ( )	Venta de artesanías	Sí ( ) No (x)
Hostales	Sí ( ) No (x)	Albergues	Sí ( ) No (x)	Oficinas de turismo	Sí (x) No ( )
Restaurantes	Sí (x) No ( )	Resorts	Sí ( ) No (x)	Internet	Sí (x) No ( )

### Distancia entre los atractivos ancla

Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)
<i>GRD Perqui/Cadipán</i>	<i>Cerro Wingoona</i>	<i>1 hora</i>	<i>40 Km</i>
<i>Cerro Wingoona</i>	<i>Laguna Titeneocha</i>	<i>45 minutos</i>	<i>30 km</i>

### Actividades complementarias a desarrollar

Actividad 1: *Escalada al Cerro Wingoona*

Descripción: *Los turistas pueden realizar escalada aledaña al Cerro Wingoona.*

Horario: *8:00 / 17:00 horas*

Costo: *Gratis*

Ubicación: *Comunidad Anarico Grande*

### Operadores que comercializan el producto

Operadores locales: \_\_\_\_\_

Operadores mayoristas: \_\_\_\_\_

Operadores minoristas: \_\_\_\_\_

### Fotografías

### Mapas

*Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)*

Ficha producto turístico Recorrido Chantilín-Canchagua

Anexo 2

FICHA DE PRODUCTO

Ficha N: 3

Nombre del producto

Recorrido Chantilín-Canchagua

Ubicación

Región: Quez Provincia: Cotapaxi Distrito: Saguisú

Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV

Recorrido Chantilín-Canchagua

Definición del producto

Recorrido Cultural y turismo Religioso

Público objetivo según la búsqueda de experiencia

Nicho  Multitemático ( ) Moda ( )

Tipo de mercado interno

VN divertido ( ) VN descanso y relax  VN conocedor ( )

Tipo de mercado extranjero

TE cultural ( ) TE de naturaleza  TE de aventura ( ) TE de sol y playa ( )

Perfil según estilo de vida\* \*(FUENTE: Iconoculture)

Personalizados (a la medida)  Equilibrados (bienestar) ( ) Responsables (Sostenibilidad) ( )

Conectados (tecnológicos) ( ) Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( ) Exclusivos (Estatus) ( )

Anexo 2

## FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO (P. 2/3)

### Descripción detallada del producto

Recorrido por las iglesias de Saguisil y Chontilia, y recorrido cultural por el centro Cultural Concha Huasi y artesanal Chontilia

### Atractivos ancla y descripción

Centro Cultural Concha Huasi - Es un espacio que relata el significado y la relación con el patrimonio y el visitante, a través de experiencias directas

### Demanda

Edad 16 a 36 años - Lugar de origen Latacunga / Quito - Motivación descanso placer compras

Datos importantes (cifras):

### Itinerario sugerido

Facilidades								
Atractivos ancla	Señalización interna	Teléfono	SSH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante/Cafetería	Horarios de visita / precios
Iglesia Matriz Saguisil		X		X				Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis Dirección: 24 de Mayo Vneco
Iglesia Principal Chontilia		X						Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis Dirección: Calle Río Amazonas y los Sauces
Artesanal Chontilia		X		X				Horario: 8:00 / 17:00 horas Costo: Gratis Dirección: 10 de Agosto y Mayo



Anexo 2

### FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO (P. 3/3)

**Época de visita/Clima**

*Periodo: Fin de semana y Fiestas*

Servicios en el centro de soporte más cercano					
Hoteles	Sí ( ) No (X)	Guías	Sí (X) No ( )	Venta de artesanías	Sí (X) No ( )
Hostales	Sí ( ) No (X)	Albergues	Sí ( ) No (X)	Oficinas de turismo	Sí (X) No ( )
Restaurantes	Sí (X) No ( )	Resorts	Sí ( ) No (X)	Internet	Sí (X) No ( )

Distancia entre los atractivos ancla			
Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)
<i>Iglesia Saguail</i>	<i>Iglesia P. Charitila</i>	<i>10 minutos</i>	<i>3 Km</i>
<i>Iglesia Charitila</i>	<i>Atlixora Charitila</i>	<i>5 minutos</i>	<i>1 Km</i>
<i>Atlixora Charitila</i>	<i>Centro Cultural Charitila</i>	<i>15 minutos</i>	<i>6 Km</i>

**Actividades complementarias a desarrollar**

Actividad 1: *Torneo Pelajes*  
 Descripción: *Visita a las iglesias*  
 Horario: *8:00 / 12:00 horas*  
 Costo: *Gratis*  
 Ubicación: *Parroquia Saguail - Parroquia Charitila*

**Operadores que comercializan el producto**

Operadores locales: \_\_\_\_\_  
 Operadores mayoristas: \_\_\_\_\_  
 Operadores minoristas: \_\_\_\_\_

**Fotografías**

**Mapas**

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

## Apéndice 8. Fichas de establecimientos de alimentos y bebidas

### Ficha Comedor Blanquita

Anexo

### DETALLE DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N° 1	
Nombre: <i>Salon Blanquita</i>	
Representante legal: <i>Blanca Chacabaz</i>	
Dirección y referencias: <i>Calle Berona, calle Pullypaxi</i>	
Teléfono de contacto: <i>0364001343</i>	
Equipamiento: <i>1 cocina, 1 horno</i>	
N° de mesas: <i>9 mesas</i>	
N° de comensales: <i>10 personas</i>	
Carta: <i>Desayunos y almuerzos</i>	
Costo: <i>2,25\$</i>	
Demanda concurrente	Público extranjero:
	Público nacional: <i>Quito - Guayaquil</i>
Necesidades identificadas:	

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)



Ficha Restaurante La Casa de las Truchas

Anexo

DETALLE DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N° 2	
Nombre: La casa de las truchas	
Representante legal: Jessenia Zambrano	
Dirección y referencias: Avenida Cotacachi - Barrio Cotacachi	
Teléfono de contacto: 0936848376	
Equipamiento: 3 Cocinas industriales, 3 Planchos, 1 parrilla, 1 refrigeradora	
N° de mesas: 8 mesas	
N° de comensales: 40 personas	
Carta: Almuerzo, Plato a la carta	
Costo: \$ 3,00 - \$ 9,50	
Demanda concurrente	Público extranjero: Alemania
	Público nacional: Quito, Guayaquil, Machala
Necesidades identificadas:	

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

## Apéndice 9. Fichas de establecimientos de hospedaje

### Ficha Hostal San Carlos

Anexo

### DETALLE DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N° <u>1</u>	
Nombre: <u>Hostal San Carlos</u>	
Representante legal: <u>Nathaly Sincigona</u>	
Dirección y referencias: <u>Calle Simon Bolivar y Sucre</u>	
Teléfono de contacto: <u>0995706447</u>	
N° de camas: <u>10</u>	
N° de plazas: <u>30</u>	
Clase: <u>3 estrellas</u>	
Categoría: <u>Hostal</u>	
Servicios complementarios: <u>Servicio hospedaje</u>	
Costo promedio: <u>15 \$</u>	
Demanda concurrente	Público extranjero: <u>No existentes</u>
	Público nacional: <u>Quito, Guayaquil</u>
Necesidades identificadas: <u>Poca demanda de extranjeros</u>	

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014)

Ficha Hostal Colonial "Las 7 plazas"

Anexo  
DETALLE DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N° 2	
Nombre: Hostal Colonial "Las 7 plazas"	
Representante legal: Ezequiel Pizarro	
Dirección y referencias: Bolívar, Pichincha	
Teléfono de contacto: 0989466566	
N° de camas: 24	
N° de plazas: 20 personas	
Clase: 2 estrellas	
Categoría: Hotel	
Servicios complementarios: Hospedaje	
Costo promedio: 10\$	
Demanda concurrente	Público extranjero: Austria, Estados Unidos
	Público nacional: Quito, Iloilo, Orizaba y Cuenca
Necesidades identificadas:	

Nota. Elaboración propia de acuerdo a (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos

SECO, 2014)



## Apéndice 10. Fotos de Atractivos Turísticos

### *Cascada Candela Fasso*



*Nota.* Elaboración propia, foto de Cascada Candela Fasso, ubicada en Comunidad Jatun Era

### *Iglesia Matriz de Saquisilí*



*Nota.* Elaboración propia, foto de Iglesia Matriz de Saquisilí, ubicada en el parque central de Saquisilí



### *Cerro Wingopana*



*Nota.* Elaboración propia, foto sendero Cerro Wingopana, ubicado en la comunidad Yanahurco

### *Laguna Tiloncocha*



*Nota.* Elaboración propia, foto Laguna Tiloncocha, ubicado en la parroquia Llamahuasi

*Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi*



*Nota.* Elaboración propia, foto Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi ubicado en el parque central parroquia Canchagua

*Artesanías Chantilín*



*Nota.* Elaboración propia, foto señora María Mercedes Quishpe conocida como “Mama Miche”, artesana de Chantilín, Barrio San Francisco



### *Tratamiento de Pieles de Ganado*



*Nota.* Elaboración propia, foto del lugar de tratamiento de pieles de ganado, parroquia Chantilín

### *Iglesia del Centro Parroquial Chantilín*



*Nota.* Elaboración propia, foto de la Iglesia Parroquial de Chantilín, ubicado en el parque central de la parroquia

*Iglesia Católica Matriz de Canchagua*



*Nota.* Elaboración propia, foto de la Iglesia Católica Matriz de Canchagua, ubicada en el parque central parroquia Canchagua

**Apéndice 11. Fotos Comunidades**

*Comunidad Jatun Era*



*Nota.* Elaboración propia, foto de la Comunidad Jarun Era, parroquia Cochapamba



*Comunidad Llamahuasi*



*Nota.* Elaboración propia, foto de la Comunidad Llamahuasi, parroquia Cochapamba

**Apéndice 12. Gastronomía**

*Plato trucha al carbón*



*Nota.* Elaboración propia, foto del plato trucha al carbón ofertado por el restaurante “La Casa de las Truchas”

**Apéndice 13. Volantes Publicitarios**

*Volante publicitario Tour Cascada Candela Fasso*



**TOUR**  
**CASCADA CANDELA FASSO**

**INCLUYE:**

- ✓ Desayuno restaurante Casa de las Truchas
- ✓ Box lunch en la comunidad Jatun Era
- ✓ Almuerzo en la comunidad Jatun Era
- ✓ Almuerzo en la parroquia de Cochapamba
- ✓ Recuerdo (artesanía en totora)
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía nacional

**NO INCLUYE:**

- ✗ Comidas y bebidas extras

**SPECIAL OFFER**  
**\$58**

*utc*

*Nota.* Elaborado en Adobe Ilustrador 2022

*Volante publicitario La Ruta del Amor*



*utc* **RUTA DEL AMOR**

**SPECIAL OFFER**  
**\$68**  
POR PERSONA

Cerro Wingopana      Comunidad Llamahuasi      Laguna Tiloncocha

**INCLUYE:**

- ✓ Desayuno restaurante Casa de las Truchas
- ✓ Escalada en roca
- ✓ Box lunch en cerro Wingopana
- ✓ Almuerzo en la parroquia de Cochapamba
- ✓ Recuerdo (artesanía en totora)
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía nacional

**No incluye:** Comidas y bebidas extras

*Nota.* Elaborado en Adobe Ilustrador 2022



*Recorrido Chantilín – Canchagua*

**RECORRIDO**  
**CHANTILIN - CANCHAGUA**

**INCLUYE:**

- ✓ Desayuno restaurante Blanquita
- ✓ Almuerzo en el restaurante Casa de las Truchas
- ✓ Recuerdo (artesanía en totora)
- ✓ Centro de Interpretación Cultural Cancha Huasi
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía nacional

**NO INCLUYE:**

- ✗ Comidas y bebidas extras

**\$45**  
POR PERSONA

CONTACTOS: ✦ Yurok Wasi Travel (L) 0984087054

*Nota.* Elaborado en Adobe Ilustrador 2022

**Apéndice 14. Aval de traducción al idioma inglés**

*Aval de traducción al idioma inglés*

### *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SAQUISILÍ”** presentado por: **Arias Molina Daniela Alejandra y Calvopiña Palacios Ámbar Sarahi** egresadas de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,



CENTRO  
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**  
CC: 0502666514