



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES
CARRERA DE ECOTURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CON BASE EN LA FIESTA EN HONOR AL SEÑOR DE MACA EN LA COMUNA DE PILLIGSILLÍ, PARROQUIA SAN JOSÉ DE POALÓ, PROVINCIA DE COTOPAXI”

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciado
en Ecoturismo

Autor:
Unaicho Condor Carlos Daniel

Tutor:
Benavides Zura Norma Lucia, Lcda. Mg.

LATACUNGA – ECUADOR

Agosto 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Carlos Daniel Unaicho Condor, con cédula de ciudadanía No. 1727320176, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: “Diseño de productos turísticos con base en la fiesta en Honor al Señor de Maca en la comuna de Pilligsillí, parroquia San José de Poaló, provincia de Cotopaxi.”, siendo la Licenciada Mg. Norma Lucia Benavides Zura el Ingeniero, Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 18 de agosto del 2023



Carlos Daniel Unaicho Condor
Estudiante
C.C. 1727320176



Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mg.
Docente Tutor
C.C. 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 **UNAUCHO CONDOR CARLOS DANIEL**, identificado con cédula de ciudadanía N° **1727320176**, de estado civil **soltero** y con domicilio en Quito, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, la Dra. Idalia Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora 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.- EL CEDENTE es una persona

natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Diseño de productos turísticos con base en la fiesta en Honor al Señor de Maca en la comuna de Pilligsillí, parroquia San José de Poaló, provincia de Cotopaxi.” 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 la carrera: abril 2018 - agosto 2018

Finalización de la carrera: abril 2023 – agosto 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2023

Tutora: Licenciada Mg. Norma Lucia Benavides Zura

Tema: “Diseño de productos turísticos con base en la fiesta en Honor al Señor de Maca en la comuna de Pilligsillí, parroquia San José de Poaló, provincia de Cotopaxi”

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, **EL 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 **EL 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 confines 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 **EL 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 **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA.- LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.-

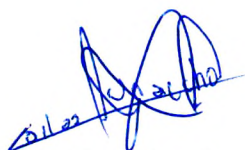
LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

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 18 días del mes de agosto del 2023.



Carlos Daniel Unaicho Condor

EL CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema

EL CESIONARIO

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CON BASE EN LA FIESTA EN HONOR AL SEÑOR DE MACA EN LA COMUNA DE PILLIGSILLÍ, PARROQUIA SAN JOSÉ DE POALÓ, PROVINCIA DE COTOPAXI.” de Unaicho Condor Carlos Daniel, de la carrera Ecoturismo, 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, 18 de agosto del 2023



Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mg.

DOCENTE TUTORA

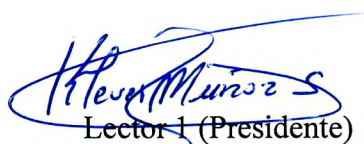
CC: 1002669644

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, la postulante: Carlos Daniel Unaicho Condor, con el título del Proyecto de Investigación: “DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CON BASE EN LA FIESTA EN HONOR AL SEÑOR DE MACA EN LA COMUNA DE PILLIGSILLÍ, PARROQUIA SAN JOSÉ DE POALÓ, PROVINCIA DE COTOPAXI”, ha 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.

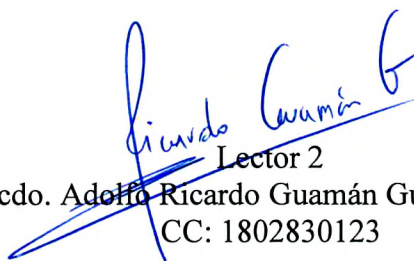
Latacunga, 18 de agosto del 2023



Lector 1 (Presidente)

Ing. Klever Homero Muñoz Solís, Mg.

CC: 0501397814



Lector 2

Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Mg.

CC: 1802830123



Lector 3

Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa, Mg.

CC:1722220868

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que me han brindado su cariño y apoyo en el transcurso de mi vida, además a mis hermanos y hermanas que mediante sus consejos siempre me impulsaron a seguir mejorando y creciendo como un mejor ser humano sin su apoyo no podría haber llegado a donde estoy, a mis tíos y tías que siempre estuvieron presentes en mi desarrollo como estudiante, a mis primos y primas que siempre me impulsaron a creer en mí y a no rendirme a pesar de las adversidades. Al Jamper mi mascota que con sus ladridos y mimos siempre me animo e inspiro a seguir luchando por un mejor futuro. A Joel una persona que llego a mi vida a brindarme su apoyo y cariño además de ayudarme en momentos en los que necesitaba como en el desarrollo de este trabajo, en la elaboración de los mapas que le quitaron horas de sueño pero siempre estuvo ahí ayudándome a no caer ante el estrés y la depresión que mediante una broma o comentario siempre consigue sacarme una sonrisa.

Carlos Daniel Unaicho Condor

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres que siempre estuvieron como un apoyo moral en mi vida a pesar de todo momento malo a bueno, a mis hermanos y hermanas que siempre me han ayudado e impulsado a seguir cumpliendo mis sueños, a mis tíos y tías que con sus consejos siempre me han impulsado a seguir a delante y no caer ante la adversidad, a mis primos y primas que mediante su amistad y consejos siempre me animaban a mejorar y alcanzar mi felicidad, a mis amigas que hicieron que cada momento en la universidad sean memorables.

Carlos Daniel Unaicho Condor

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITULO: “DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA FIESTA EN HONOR AL SEÑOR DE MACA EN LA COMUNA DE PILLIGSILLÍ, PARROQUIA SAN JOSÉ DE POALÓ, PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTOR: Unaicho Condor Carlos Daniel

RESUMEN

El presente proyecto está enfocado en la creación de productos turísticos con base en la fiesta en honor al Señor de Maca, que tiene como objetivo principal el diseño de productos en la comuna de Pilligsillí para ser difundidos mediante el University Tourism Center. El primer objetivo fue el inventariar los atractivos turísticos del sector de estudio mediante la Metodología Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador y así obteniendo una base de datos. Esto se consiguió mediante la revisión del PDYOT parroquial de Poaló donde se encontró una lista de atractivos, los cuales se realizó su vigencia mediante salidas de campo donde se registró 4 atractivos nuevos mediante las fichas de registro del MINTUR contando con esta información se procesó la misma, al contar con el inventario se procedió al cumplimiento del segundo objetivo que consistió en diseñar productos turísticos con base en la festividad y los atractivos existentes en función a los planes de desarrollo y realidad de los territorios para el cumplimiento de este se siguió la Metodología para la Elaboración de Productos Turísticos de Promperú; como primer paso se procedió a realizar un análisis de la parroquia Poaló delimitando el territorio para proceder con el análisis del mercado turístico (Oferta, Demanda e Inversión) además del contexto social, político y económico, estos datos ayudaron con la creación del perfil del turista el cual se lo elaboró mediante la aplicación de encuestas dentro de la parroquia al obtener esta información se prosiguió con la conceptualización del producto turístico donde se identificó aspectos como la oferta turística dentro de la parroquia y la demanda que estos tienen, para conseguir esto se aplicó la matriz de comparación entre productos y mercado donde se comprobó que los visitantes prefieren los atractivos que tengan que ver con la cultura y el patrimonio así como las festividades locales. Al cumplir los pasos anteriores se pudo empezar con el diseño de productos donde se tuvo como resultado la creación de dos productos, dos full day que aprovechan los atractivos inventariados, estos productos están descritos en que se basan, las condiciones de los recursos, la infraestructura que se utilizará y un mapa que detalla lo visitado. Como último objetivo fue la elaboración de estrategias para la promoción y difusión, para conseguir esto se aplicó las matrices FODA, MEFE, MEFI y MAFE herramientas útiles al realizar el mismo se elaboró 4 estrategias que ayudarán al desarrollo de la actividad dentro de la parroquia Poaló a la vez que beneficiará a las comunas presentes dentro de la misma en especial la de Pilligsillí donde se da la fiesta.

Palabras clave: Atractivo, producto turístico, oferta, demanda, culturales

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES
ECOTURISM CAREER

THEME: "DESIGN OF TOURISM PRODUCTS BASED ON THE FESTIVAL IN HONOR OF THE LORD OF MACA IN THE COMMUNE OF PILLIGSILLÍ, PARISH OF SAN JOSÉ DE POALÓ, PROVINCE OF COTOPAXI."

AUTHOR: Unaicho Condor Carlos Daniel

ABSTRACT

This project is focused on the creation of tourism products based on the festival in honor of the Lord of Maca, which has as its main objective the design of products in the commune of Pilligsillí to be disseminated through the University Tourism Center. The first objective was to inventory the tourist attractions of the study sector using the Methodology Guide for the survey of tourist attractions in Ecuador and thus obtaining a database. This was achieved through the review of the parish PDYOT of Poaló where a list of attractions was found, which was made valid through field trips where 4 new attractions were registered using the MINTUR registration cards, Once the inventory was completed, the second objective was to design tourism products based on the festivity and the existing attractions according to the development plans and reality of the territories, following Promperú's methodology for the Development of Tourism Products; As a first step, an analysis of the Poaló parish was made, delimiting the territory to proceed with the analysis of the tourism market (supply, demand and investment) as well as the social, political and economic context, These data helped with the creation of the tourist profile, which was elaborated through the application of surveys within the parish. Once this information was obtained, the conceptualization of the tourist product was continued with the identification of aspects such as the tourist offer within the parish and the demand they have, to achieve this, the comparison matrix was applied between products and market where it was found that visitors prefer the attractions that have to do with culture and heritage as well as local festivities. Once the previous steps were completed, it was possible to start with the design of products, which resulted in the creation of two products, two full days that take advantage of the inventoried attractions, these products are described in what they are based on, the conditions of the resources, the infrastructure that will be used and a map detailing what was visited. The last objective was the development of strategies for promotion and dissemination, to achieve this we applied the SWOT, MEFE, MEFI and MAFE matrices, useful tools to develop 4 strategies that will help the development of the activity within the Poalo parish and at the same time will benefit the communities present within the same, especially Pilligsillí where the festival takes place.

KEYWORDS: Attractive, Tourist product, Supply, Demand, Cultural.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
1. Información general.....	1
Título:	1
Lugar de ejecución:	1
Institución, unidad académica y carrera que auspicia	1
Proyecto vinculado:	1
Nombres de equipo de investigadores:	1
Área de Conocimiento	1
Línea de investigación:	1
2. Justificación del proyecto	1
3. Beneficiarios del proyecto de investigación	4
Beneficiario Directo	4
Beneficiarios Indirectos	4
4. El problema de investigación	5
5. Objetivos.....	7
5.1. Objetivo General.....	7
5.2. Objetivos Específicos	7

6.	Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	8
7.	Fundamentación científico técnica	9
	Marco Legal.....	9
	Turismo.....	10
	Tipos de turismo	10
	Turismo cultural	10
	Turismo religioso.....	11
	Atractivo turístico	11
	Recurso turístico	12
	Atractivos turísticos culturales	12
	Actividades turísticas.....	13
	Potencial turístico	13
	Planta turística	14
	Servicio.....	14
	Servicios turísticos.....	14
	Servicios turísticos.....	14
	Producto.....	14
	Producto turístico.....	15
	Consumidor	16
	Perfil del turista	16
	Muestra	17
	Segmentación de mercado	17

Estrategias de Comercialización.....	17
Desarrollo sustentable.....	17
Desarrollo local.....	17
Fiesta.....	18
Costumbres	18
Tradiciones	19
Comunidad	19
8. Validación de las preguntas científicas o hipótesis.	19
9. Metodología.....	20
9.1. Metodología objetivo 1.....	20
9.2. Metodología objetivo 2.....	24
9.3. Metodología objetivo 3.....	29
10. Resultados.....	32
10.1. Inventario de atractivos de la comuna Pilligsillí	32
10.2. Productos turísticos con base en la fiesta en honor al Señor de Maca.....	39
10.3. Estrategias de Promoción y difusión	86
11. Impactos	93
11.1. Técnicos.....	93
11.2. Social	93
11.3. Ambientales	94
12. Cronograma y presupuestos	94
12.1. Cronograma de actividades	94

12.2. Presupuesto	95
13. Conclusiones y recomendaciones	95
13.1. Conclusiones	95
13.2. Recomendaciones	96
14. Referencias	98
15. Anexos	106

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Número de visitas Internas a Latacunga	48
Figura 2 Lugar de Origen de turistas que visitan la parroquia Poaló	50
Figura 3 Nivel Socioeconómico	50
Figura 4 Nivel de educación.....	51
Figura 5 Ingreso mensual	52
Figura 6 Edad	52
Figura 7 Estado civil.....	53
Figura 8 Ocupación	53
Figura 9 Visita lugares Turísticos	54
Figura 10 Servicios turísticos	54
Figura 11 Atractivos turísticos de interés	55
Figura 12 Ubicación de la parroquia Poaló	59
Figura 13 Georreferenciación de los atractivos.....	80
Figura 14 Georeferenciación de los atractivos	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios del área de estudio	5
Tabla 2 Sistematización de tareas.....	8
Tabla 3 Inventario de atractivos turísticos de Poaló.....	32
Tabla 4 Recursos Naturales	33
Tabla 5 Inventario de atractivos de la parroquia Poaló (Actualizado)	34
Tabla 6 Inventario de atractivos culturales usados para la elaboración de productos .	36
Tabla 7 Vías de acceso	40
Tabla 8 Sistema de transporte urbano.....	41
Tabla 9 Atractivos Vigentes	42
Tabla 10 Servicios de la parroquia Poaló	43
Tabla 11 Servicios de la parroquia Poaló	44
Tabla 12 Ingreso de turistas Extranjeros	46
Tabla 13 Ingreso de turistas nacionales	47
Tabla 14 Perfil del turista	55
Tabla 15 Oferta turística de Poaló	57
Tabla 16 Proyecto de inversión	57
Tabla 17 Población Poaló	59
Tabla 18 Tasa de educación.....	60
Tabla 19 Población económicamente activa.....	61
Tabla 20 Matriz FODA.....	63
Tabla 21 Conceptualización del producto turístico	65
Tabla 22 Matriz producto y mercado.....	66
Tabla 23 Tipos de destino.....	67
Tabla 24 Cuadro general de condiciones.....	67

Tabla 25 Producto turístico 1.....	69
Tabla 26 Itinerario "Camino hacia el Señor"	70
Tabla 27 Costo neto del Full day Camino hacia el Señor.....	76
Tabla 28 Precio de venta al público. Full day. Camino hacia el Señor	77
Tabla 29 Ficha técnica de servicios de alimentación.....	79
Tabla 30 Descripción del producto Turístico	80
Tabla 31 Itinerario full day "Con Dios y el Pueblo"	81
Tabla 32 Costos del full day "Con Dios y el Pueblo".....	84
Tabla 33 Precio de venta del full day "Con Dios y el Pueblo"	84
Tabla 34 Diagnóstico FODA.....	86
Tabla 35 Matriz MEFE.....	88
Tabla 36 Matriz MEFI.....	90
Tabla 37 Matriz MEFE.....	91
Tabla 38 Propuesta del plan de acción	92
Tabla 39 Cronograma de actividades	94
Tabla 40 Presupuesto del proyecto.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

Anexo 1. Aval del Traductor	106
Anexo 2. Hoja de vida del equipo investigador	107
Anexo 3. Ficha de los productos	109
Anexo 4. Modelo de Encuesta.....	113
Anexo 5. Ficha MINTUR.....	115

1. Información general

Título:

Diseño de productos turísticos con base en la fiesta en honor al Señor de Maca en la comuna de Pilligsillí, parroquia San José de Poaló, provincia de Cotopaxi

Lugar de ejecución:

Comuna Pilligsillí – parroquia San José de Poaló - cantón Latacunga – provincia Cotopaxi - zona 3 – Universidad Técnica de Cotopaxi

Institución, unidad académica y carrera que auspicia

Universidad Técnica de Cotopaxi- CAREN- Licenciatura en Ecoturismo

Proyecto vinculado:

University Tourism Center

Nombres de equipo de investigadores:

Tutor: Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mg.

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

Número telefónico: 0994078798

Estudiante – Investigador: Carlos Daniel Unaicho Córdor

Correo electrónico institucional: carlos.unaicho0176@utc.edu.ec

Número telefónico: 0999257752

Área de Conocimiento

Servicios

Línea de investigación:

Planificación y gestión de turismo sostenible

2. Justificación del proyecto

Según Álvarez (2020) en la actualidad, la OMT ha señalado que antes del brote mundial de la COVID-19, el crecimiento turístico esperado para el año 2020 era del 3,4%, lo

que implica una movilización de casi dos millones más de turistas internacionales con respecto al año anterior, debido a la pandemia, esto no sucedió, hubo un descenso en la actividad turística en los diferentes países (OMT, 2020).

Sin embargo, la pandemia ha generado un gran impacto en la realización de este tipo de festividades, ya que se han tenido que cancelar o modificar para cumplir con las medidas de prevención y control de la propagación del virus. Esto ha afectado no solo a la economía local sino también a tradiciones culturales y religiosas de la comunidad.

Ante esta situación, es importante buscar alternativas que permitan la reactivación del turismo en la comuna de Pilligsilli y la promoción de la festividad en honor al Señor de Maca, respetando siempre las medidas de prevención y control del virus. Una posible alternativa sería el diseño de productos turísticos en base a los visitantes disfrutar de la celebración de manera segura y responsable.

Estos productos turísticos podrían incluir visitas guiadas por la comuna de Pilligsillí, en las que se muestre la historia y tradiciones de la festividad en honor al Señor de Maca, así como la participación en las diferentes actividades programadas. Además, se podrían ofrecer paquetes turísticos que incluyan alojamiento en la comunidad, la degustación de la gastronomía local y la participación en otras actividades turísticas de la zona aprovechando la riqueza cultural de la fiesta, la comuna de Pilligsillí cuenta con otros recursos turísticos como el Museo Jacchigua "La Choza" (deshabilitado), la Capilla con la imagen del Señor de Maca, el Mirador, la comuna de Maca Chico, no se debe dejar mencionar la cercanía a la hacienda Tilipulo, el Parque Nacional Cotopaxi y a la ciudad de Latacunga, ya que son núcleos turísticos que pueden complementar la oferta turística del sector.

Con la reactivación de las actividades tras la pandemia se notó una disminución del 40% de visitantes en la fiesta en Honor al Señor de Maca como se manifestó anteriormente, en el año 2019 se contó con un aproximado de 2000 visitantes en comparación al 2022 donde

solo se apreció un aproximado de 1200 visitantes durante el desarrollo de la celebración esto mencionado por el señor Jose Yankee (2022).

Pero, ¿Qué se puede hacer para recuperar el flujo de visitantes? Como menciona el diario el Telégrafo (2020) la necesidad y las tendencias actuales del turismo apuntan a que los turistas buscan vivir nuevas experiencias, como la Start Up Kontiki Expeditions, desarrollada en el IE Business School (Madrid), presenta dos propuestas innovadoras que reúnen sostenibilidad, tesoros naturales, compromiso ambiental, igualdad de género, apoyo comunitario y otros factores que hacen de este, un concepto descriptivo. En el caso de Ecuador se crearon productos como “Toquilla Expedition” y “Spondylus Expedition” que serán las dos primeras rutas en ofrecer vacaciones oceánicas de lujo, enfocados en viajes conscientes y experiencias inmersivas en yates pequeños. Los sitios visitados serán zonas exóticas de la Costa Ecuatoriana, como Isla de la Plata, Salango, Pile, Mompiche, Ayangue, Isla Santa Clara, entre otras; hasta llegar a la ciudad de Zaruma, conocida como “el Belén de Ecuador”.

La innovación es clave para el desarrollo turístico sostenible y la creación de productos turísticos nuevos y diferentes puede ser una excelente opción para mejorar el flujo turístico en la comuna de Pilligsillí. Es importante tener en cuenta que el turista moderno busca experiencias auténticas y diferentes, por lo que la creación de productos turísticos innovadores y únicos es una gran oportunidad para atraer a más visitantes y diferenciarse de otros destinos turísticos.

En el caso de la fiesta en honor al Señor de Maca, se podrían diseñar productos turísticos que incluyan la participación en la elaboración de los adornos y la decoración de la iglesia y de la plaza central de la comuna, la participación en las actividades religiosas y culturales, la visita a otros atractivos turísticos de la zona, como por ejemplo la laguna de Yambo, la reserva ecológica los Ilinizas, el parque nacional Cotopaxi, entre otros.

En definitiva, la innovación en la creación de productos turísticos puede ser una excelente oportunidad para el desarrollo turístico sostenible de la comuna de Pilligsillí, aumentando los ingresos económicos para la comunidad local.

3. Beneficiarios del proyecto de investigación

Beneficiario Directo

University Tourism Center, es un proyecto de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que se encarga de la promoción turística.

Turistas que visitan la comuna por motivo de la festividad o acuden al santuario del Señor de Maca

Beneficiarios Indirectos

Camionetas: La asociación de camionetas CIA. Poalence S.A que cuenta con aproximadamente 20 unidades y su parada es en el parque de Poaló.

Tiendas: Víveres Poaló es la tienda más grande que existen el sector de Poaló, también hay tiendas más pequeñas como víveres el Divino Niño la que se encuentra ubicada dentro de la comuna Pilligsillí

Restaurante: La casa de Tere que se encuentra ubicada en Poaló que tiene la capacidad para aproximadamente 30 personas.

Ferias gastronómica: Realizada todos los domingos ubicada en el parque de Poaló, aquí se encuentran 6 carpas que ofrecen comida tradicional del sector, además de productos agrícolas que se producen dentro del mismo.

Tabla 1 Beneficiarios del área de estudio

Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
University Tourism Center	Los habitantes de la parroquia Poaló
Turistas	La asociación de camionetas CIA. Poalence S.A Restaurante la casa de Tere Feria gastronómica
	Viveres Poaló y viveres Divino Niño

Nota: Población que se beneficiara con el proyecto de investigación

4. El problema de investigación

Los productos turísticos forman parte de la oferta turística, en el Ecuador dicha oferta no es la misma en cada rincón, esto se puede deber a la falta de organización por parte de los Gads entes encargados de la administración turística de sus respectivos sectores, Llugsha (2021) menciona que los gobiernos autónomos descentralizados son actores clave, debido a la autonomía que tienen respecto al manejo del turismo en sus territorios, y deberían trabajar de forma más aterrizada a las necesidades de sus respectivas realidades.

No todo el país es turístico, tampoco lo son las provincias, cantones o parroquias; existen espacios donde se densifica en mayor o menor medida la concentración de la oferta turística. La implementación de nuevas estrategias de comercialización de productos turísticos debe ir de la mano de procesos de formación, capacitación y gestión de procesos de calidad a distintos niveles. Es necesario que el proceso de adaptación del turismo ecuatoriano a las nuevas necesidades del mundo esté acompañado de cambios significativos en la forma en que se desarrollan las actividades turísticas en el país, donde los procesos de calidad marquen una diferencia entre el antes y el ahora (págs 30-31).

Como se puede apreciar dentro de la oferta turística es importante la innovación de los productos turísticos, además de su promoción es importante a la hora de desarrollar la actividad turística dentro de una localidad o sector, claro está que para que este se desenvuelva eficazmente se debe contar con el apoyo de los gobiernos locales y provinciales.

Los productos turísticos según M. Moreno & Coromoto (2011) está conformado por las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas, incluyendo a los servicios de entretenimiento y de recreación u ocio, así como a todo activo natural, cultural y social donde se desarrolla gran parte de las actividades de servicio (localidad receptora), que constituye, en muchos casos, el mayor atractivo para el turismo y la principal razón de los desplazamientos.

La falta de productos puede ocasionar una baja afluencia de visitantes en los lugares donde se desarrolle esta actividad debido a que estos son un complemento a la oferta turística de la localidad, como se mencionó antes, los productos buscan la satisfacción de los turistas, además de brindar comodidades y bienestar durante el viaje.

El Ecuador al contar con una gran gama de atractivos y recursos, los cuales pueden ser aprovechados en la creación de nuevos productos turísticos, son diversos tanto por el lado cultural y natural. La innovación en busca de generar nueva oferta que atraiga a turistas a visitar los diversos rincones del país. Pero no en todo el Ecuador existe este desarrollo, en el caso de la parroquia de Poaló la existencia de productos turísticos es nula; sin embargo, cuenta con algunos atractivos que pueden ser aprovechados, según él (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025, 2020) en la parroquia de San José de Poaló, Tilipulo es conocido como el monasterio de San Juan Bautista, una reliquia arquitectónica colonial Tiene bellas arquerías, un reloj de sol, patio, lagunas, árboles y cementerio, entre otros elementos singulares posicionándolo como icono de la gesta libertaria de la que hoy conocemos como cantón Latacunga. El señor de Maca, su Iglesia, sus fiestas en cada uno de sus barrios son expresiones de vida y las cotidianidades mismas que deben ser rescatados y difundidos.

A pesar de que la parroquia cuenta con diversos atractivos y recursos que podrían ser utilizados; potenciar a la parroquia como un lugar turístico cultural, pero la creación de

productos no basta para llegar a esto, también se deben desarrollar estrategias que ayuden a difundir y dar a conocer los mismos.

5. Objetivos

5.1.Objetivo General

Diseñar productos turísticos de la fiesta en honor al Señor de Maca en la comuna de Pilligsillí para ser difundidos mediante el University Tourism Center.

5.2.Objetivos Específicos

- Inventariar los atractivos turísticos del sector de estudio mediante la metodología MINTUR obteniendo una base de datos.
- Diseñar productos turísticos en base a la festividad y los atractivos existentes en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios con la metodología Promperú
- Elaborar estrategias de promoción para ser difundidas mediante el University Tourism Center.

6. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.

Tabla 2 Sistematización de tareas

Objetivo	Actividades	Resultados Obtenidos	Tipo de investigación	Metodología		
				Método	Técnica	Instrumento
Inventariar los atractivos turísticos del sector mediante la metodología del MINTUR obteniendo una base de datos.	Análisis PDOT Salida de campo Levantamiento de información con las fichas del MINTUR y del INPC. Identificación y verificación in situ de los recursos turísticos Procesamiento de la información recopilada	Inventario de atractivos de la comuna Pilligsillí.	Investigación exploratoria Investigación bibliográfica	Método descriptivo	Entrevista Mapeo de actores clave Georeferenciación de atractivos	Fichas de INPC Fichas MINTUR Libreta de campo Google eart GPS
Diseñar productos turísticos en base a la festividad y los atractivos existentes en función a los planes de desarrollo y realidad de los territorios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis 2. Aplicación de fórmula para delimitar la muestra 3. Aplicación de encuestas 4. Tabulación de resultados 5. Definición del perfil del turista 6. Conceptualización del producto turístico. 7. Identificación 8. Evaluación 9. Descripción detallada 10. Definición 11. Gráfico del producto turístico 	Productos turísticos en base a la fiesta del Señor de Maca	Investigación exploratoria Investigación bibliográfica	Método descriptivo Método inductivo	Análisis bibliográfico Entrevista Encuesta	Bitácora de registro Matriz de comparación entre productos Google Earth Cuestionario

Diseñar estrategias de promoción y difusión de los productos turísticos	<p>1. Elaboración de la matriz FODA</p> <p>Identificación de fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades</p> <p>3. Elaboración de la matriz MEFE</p> <p>4. Elaboración de la matriz MEFI.</p> <p>5. Formulación de estrategias mediante la matriz MAFE</p>	Estrategias de Promoción y difusión	Investigación bibliográfica Investigación Exploratoria	Descriptivo	Análisis bibliográfico Entrevistas Encuestas	Matriz FODA Matriz MEFE Matriz MEFI Matriz MAFE
---	--	-------------------------------------	---	-------------	--	--

Nota: Se detalla las actividades realizadas para el cumplimiento de los objetivos del proyecto

7. Fundamentación científico técnica

Marco Legal

Título segundo

De las actividades turísticas Capítulo I

De las actividades turísticas y su categorización

Según Reglamento General a la Ley de Turismo (2015) el Art.43 trata sobre la definición de las actividades de turismo, el presente proyecto se ve ligado al inciso “d”. La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios.

Turismo

Según Organización Mundial de Turismo (OMT) ente que regula la actividad el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros (Sancho, 2019).

Tipos de turismo

Según Huerta (2020) ante el incremento del número de turistas que cada vez se encuentran más informados del sector turístico han nacido varias ofertas que han diversificado el modo de hacer turismo entre los tipos de turismo se puede encontrar el turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de aventura, turismo de sol y playa, turismo religioso, turismo deportivo, entre otras más ya que el turismo se renueva constantemente. Turismo comunitario

Según Mullo Romero et al. (2019) el turismo comunitario se presenta como un importante catalizador socioeconómico en zonas vulnerables, sobre todo, en aquellas que existen en entornos rurales. Esta modalidad del turismo ha creado varias bases para la implementación y crecimiento de los emprendimientos además del desarrollo sustentable de donde se lleva a cabo la actividad.

Al desarrollar el turismo dentro de la comuna se podrá ver una mejora dentro de la misma debido a que puede atraer beneficios económicos a los moradores que desarrollan actividades como venta de comida, artesanías o a negocios pequeños que existen en el sector.

Turismo cultural

Como menciona Espeso-Molinero (2019) que cito a (UNWTO, 2018a, p.11) en su publicación de las tendencias del turismo cultural este lo define como:

Un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir las atracciones / productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico.

Estas atracciones / productos se relacionan con un conjunto de características distintivas de material, intelectual, espiritual y emocional de una sociedad que abarca artes y arquitectura, patrimonio histórico y cultural, patrimonio culinario, literatura, música, industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, valores, sistemas, creencias y tradiciones (p.1102).

Turismo religioso

Esta forma de turismo se define según Chinchay-Villarreyes et al. (2020), que cito a (Alvarado, 2016), “como aquel que tiene como motivación principal la fe y la visita de ciudades santas o lugares sagrados, que han sido objetos de peregrinaje por parte de los fieles en el transcurso del tiempo”.

La fiesta en honor al Señor de Maca es una celebración importante dentro de la parroquia de San José de Poaló y de las comunidades que la conforman en especial la comuna de Pilligsillí donde esta festividad tiene una duración de 5 días.

Atractivo turístico

Un atractivo son considerados bases para que el turismo se desarrolle dentro de una localidad como nos menciona Carvajal Zambrano & Lemoine Quintero, (2018) que cito a Rivera (2009), el concepto de atractivo turístico se define:

Como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

Dentro de la parroquia existen varios recursos que podrían convertirse en Atractivos turísticos, dentro la comuna estarían algunos de las actividades y lugares como por ejemplo más tranquilidad.

Recurso turístico

Este término cuenta con una amplia variedad de definiciones cada una distinta según el autor pero la mayoría de ellos no son claros y su veracidad puede ser cuestionables pero según Arnandis-i-Agramunt (2019) las definiciones más acertadas son las siguientes:

Recurso turístico es aquel elemento territorial que, al provocar un interés turístico, puede ser utilizado para la formación de la oferta turística, esta definición fue propuesta por la Union Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) en 1971.

Otra definición valida seria la propuesta por la OMT en 1979 la cual define al recurso turístico como aquel bien y servicio que, por intermedio de la actividad del ser humano y de los medios con los que cuenta hace posible la actividad turística y satisface las necesidades de la demanda. (p. 43)

La comuna y sus alrededores cuentan con varios recursos turísticos entre los que tenemos la fiesta en Honor al Señor de Maca, la iglesia de la comunidad, el santuario del Señor de Maca, la iglesia de Poaló, etc. Recursos importantes que ayudaran en la creación de productos derivados de estos.

Atractivos turísticos culturales

La cultura se puede convertir en un elemento que aporte al turismo esto debido a que cada comunidad posee su propia identidad aunque estas no se puedan convertirse en atractivos principales si pueden aportar a la oferta turística que se brinda en un destino en este contexto se puede mencionar México, como destino turístico, destaca en la parte cultural, sobresaliendo en: distinguidas celebraciones (día de muertos, día de la Guadalupana, la fiesta de la Guelaguetza, la feria de San Marcos, entre otras); el legado arqueológico presente en diversos sitios del país, así como en la amplia y diversa gastronomía que motiva a los visitantes a dirigirse a sitios específicos (Acle-Mena et al., 2020 como se citó de Ceballos, 2018).

Dentro de la comuna se puede ver la realización de la fiesta como un potencial atractivo turístico debido a que cumple con casi todos los elementos que conforman a uno, declinando un poco en la escasa infraestructura con la que cuenta el lugar donde se desarrolla.

Actividades turísticas

En el artículo “el artículo la actividad turística como fenómeno complejo” nos menciona que se entiende como actividad turística, una secuencia de actos organizados de una manera específica, realizados por sujetos, actores personales y grupales diferentes, en interacción, que persiguen la satisfacción de necesidades variadas. Las necesidades que dan lugar a su desenvolvimiento, son múltiples, diversas y se estructuran en cada uno de los sujetos implicados en una jerarquía motivacional diferente y muy dinámica (J. C. G. Morales, 2018).

Dentro de la comuna se pueden realizar actividades como la visita a los templos y al santuario entre también se pueden desarrollar la caminata y ciclismo. Actividades que complementan a los recursos existentes.

Potencial turístico

El concepto de potencial turístico asido muy debatido en la literatura especializada por lo cual Chávez et al. (2019). Decidió partir por el concepto de potencial hasta llegar a la definición de potencial turístico el cual puede ser considerado como el conjunto de condiciones naturales y culturales que influyen positivamente de las capacidades de trabajo de los seres humanos o como la aptitud de un territorio para el desarrollo turístico y su susceptibilidad sobre la base de recursos disponibles (p. 83).

Como ya se mencionó dentro de la comuna y sus alrededores existen recursos que cuentan con un gran potencial en especial la festividad realizada dentro de ella.

Planta turística

Según Flores A., (2012), la planta turística es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Se clasifican en: alojamiento, restaurantes y medios de transporte.

Servicio

Según Duque E., (2005), el servicio es la labor o actividad que vincula a la persona que ofrece el servicio, con el cliente, también produce satisfacción a un consumidor a través del continuo cambio e innovación para su beneficio.

Servicios turísticos

A nivel mundial el servicio turístico según Linares A., (2016) son los servicios que ofrece un destino y hace más placentera la visita, estadía o pernoctación del turista, basada en tres servicios más visitados que son el de alojamiento, alimentación y transporte. Las agencias de viaje también se han convertido en la fuente principal por la que los turistas puedan organizar mejor su viaje.

Servicios turísticos

Los servicios turísticos complementarios según Galindo T., et al. (2021). Son actividades que no afectan de manera directa al turismo, pero al encontrarse cercano al destino permiten cubrir las necesidades que pueden surgir.

Entre los servicios complementarios están: agencias de viajes, guías turísticas, taxis y arrendamiento de autos, seguros, atracciones turísticas, cabinas telefónicas, bancos y cajeros automáticos, comercios y supermercados, hospitales y clínicas.

Producto

Existen varias maneras de definir el termino producto dependiendo el enfoque en términos generales un producto es aquello que una empresa, organización o emprendedores

ofrecen al mercado con la finalidad de lograr lucrar con ello. Pero según (Thompson, 2009) se lo puede ver desde el punto de vista del Marketing como:

"Conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales".

Producto turístico

En el artículo "Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación" menciona algunos conceptos de diferentes autores que entre los que se encuentra:

Para Medlik & Middleton (2004), el producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes) a los cuales Ramírez, C. (2006) le adiciona los atractivos y recursos humanos.

Para Boullón (2003), el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En otras palabras, la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento.

Una concepción un poco más amplia la expone Cárdenas (2004), al indicar que el producto turístico es todo lo que contribuye a satisfacer al turista, conformado, en un nivel básico, por las facilidades (alojamientos, proveedores de restauración, de entretenimiento, agencia de viajes y otros) y accesibilidad (proveedores de transporte aéreo, marítimo,

terrestre, fluvial y otros); el nivel más elevado o la experiencia completa se logra gracias a los atractivos (naturales, artificiales y de recurso humano). Este último componente del producto turístico, es reforzado por los especialistas Álvarez, Díaz y Álvarez (2001), quienes exponen que los activos naturales y culturales (recursos naturales y contexto geográfico y social de la

Comunidad receptora o lugar de destino), juegan un papel primordial en el turismo, generando importantes ventajas comparativas, tanto es así que dichos atractivos configuran productos o tipos de turismo diferenciado (de montaña, cultural, deportivo y otros). Según Díaz y otros (2006), el turismo se nutre del patrimonio natural y cultural del destino para configurar la oferta y la combinación de aspectos medioambientales, socioculturales y económicos pueden transformar el ámbito territorial y cultural de la actividad (M. C. M. Moreno, 2011).

Al no contar con productos turísticos dentro de la comuna o la parroquia se crean productos turísticos en base a la festividad, esto ayudará a que más personas acudan a visitar el sector para conocer cómo se desarrolla la misma además de impulsar el turismo dentro del sector.

Consumidor

García A., (2012). Menciona que, las características del consumidor son las que determinan si el consumo de un producto permitirá crear una visión global para analizar y comprender el fenómeno turístico por el cual varía una actividad turística.

Perfil del turista

El perfil del turista es una técnica que se desarrolla mediante la aplicación del instrumento de una encuesta, según Promperú (2016) el perfil del turista es un estudio de mercado que tiene el objetivo de conocer las características y la conducta del turista.

Muestra

Según (Condori-Ojeda, 2020) la muestra es la parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población.

Segmentación de mercado

Según Foullon Inzunza (2020) la segmentación de mercado es una estrategia que sirve para agrupar a los usuarios con base en comportamientos, características y perfiles homogéneos, para ofrecer productos o servicios que cumplan esas particularidades. Existen variables que, al momento de segmentar el mercado, lo segregan o le agregan valor, porque están relacionadas al objetivo que se pretende alcanzar.

Estrategias de Comercialización

Como nos menciona Rizo-Mustelier et al. (2019) Las estrategias de comercialización, también conocidas como estrategias de mercadeo, consisten en acciones estructuradas y completamente planeadas que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado (Arechavaleta, 2015).

Desarrollo sustentable

El definir el término desarrollo sustentables es algo complejo debido a lo ambiguo del mismo sustentable este término estaba principalmente ligado al enfoque ambiental pero en la actualidad es un término que también abarca el terreno social según Alfaro (2018) que cita a Brundtland Commission, 1987) el desarrollo sustentable, se define como el desarrollo que logra satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (p. 5).

Desarrollo local

Este término tomo fuerzas en la década de los años 80 tras el agotamiento del modelo fordista de desarrollo el cual no llenaba las expectativas del desarrollo alcanzado por las

fuerzas productivas, Pérez (2018) en su artículo “El desarrollo local sostenible” nos menciona que:

El desarrollo local puede definirse como “un proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía de una ciudad, comarca o región, en el que se pueden identificar, al menos, tres dimensiones: una económica, caracterizada por un sistema

de producción que permite a las empresas locales usar, eficientemente, los factores productivos, generar economías de escalas y aumentar la productividad a niveles que permitan mejorar la competitividad en los mercados; otra sociocultural, en que el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores, sirven de base al proceso de desarrollo, y otra político-administrativa en que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción e impulsan el desarrollo sostenible” (p. 61)

Fiesta

Una fiesta es un rito social que comparte un grupo de personas donde se remarca algún tipo de acontecimiento según Espinoza Suárez (2019) que cita a (González de la Vega, s.f. p. 37) La fiestas están divididas en dos las fiestas tradicionales que son legadas en un marco espacio temporal concreto y las fiestas populares que son las que celebra el pueblo con independencia del recurso temporal.

Costumbres

Según Alvarado Alvarado (2019) Las costumbres son prácticas sociales con arraigo entre la mayor parte de los integrantes de una comunidad ya que son características propias del ser humano, pequeñas acciones que marcan distinción y que por ser repetitivas son tomadas como costumbres. Además de componerse por comportamientos que identifican y diferencian a una comunidad de otra, ejemplos de eso tenemos las danzas, fiestas, gastronomía, artesanías, entre otras.

Tradiciones

Las tradiciones surgen de varias costumbres ya establecidas en un sitio específico, sin embargo estos dos van de la mano, caminan juntas, y van de generación en generación, unas se complementan otras se mantienen, así hasta lograr un equilibrio mutuo acorde a los interesados (Alvarado Alvarado, 2019). Teniendo esto en mente se puede entender que las tradiciones están presentes en las comunidades y se han transmitido de generación a generación con el fin de que perdure en el tiempo.

Comunidad

Según Dandicourt Thomas (2018) la comunidad es entendida como un grupo humano que habita en un territorio determinado, con relaciones interpersonales, historia, formas de expresiones y tradiciones y sobre todo con intereses comunes, es por ello que el trabajo comunitario no es solo trabajo para la comunidad, ni en la comunidad, ni siquiera con la comunidad; es un proceso de transformación desde la comunidad: soñado, planificado, conducido, ejecutado y evaluado por la propia comunidad.

Sabiendo esto podemos entender que cualquier actividad que se quiera llevar a cabo en una localidad no será posible sin la ayuda de la comunidad y para la comunidad será más complicado hacerlo sin el apoyo de personal externo, será mejor la unidad de estos entes para el desarrollo de cualquier plan.

8. Validación de las preguntas científicas o hipótesis.

¿Existen atractivos turísticos para poder crear productos en la comuna Pilligsillí y aprovechar la fiesta en honor al Señor de Maca?

9. Metodología.

9.1. Metodología objetivo 1

Para la realización del primer objetivo se utilizó la metodología del Ministerio de Turismo denominada Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador la cual se divide en 3 partes:

9.1.1. Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador

Primera parte: Inventario - levantamiento y registro de los atractivos turísticos se divide en tres pasos de los cuales se tomó los dos primordiales:

9.1.1.1. Identificación y Clasificación de atractivos turísticos.

Se deberá identificar los atractivos que se encuentren en la base de datos que se encuentran dentro del GAD adicional a esto se debe añadir otros que consten de presencia de visitantes, una vez identificados los atractivos turísticos, se deberá establecer la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece, esta información será colocada de acuerdo con las características y descripciones que presencie el investigador.

Levantamiento de información primaria

Para el levantamiento de información primaria se ha diseñado una Ficha donde se ha establecido condiciones mínimas que debe tener un atractivo. Esta información se recopiló en territorio y deberá ser complementada con entrevistas a responsables de instituciones, comunidades locales e informantes clave, es importante generar respaldos documentales como: entrevistas, fotografías, videos y demás que sustenten la visita realizada al atractivo.

El levantamiento de información registrada por los GADs municipales y metropolitanos en territorio será evaluado por las Coordinaciones Zonales y aprobado por las oficinas técnicas de matriz MINTUR.

Verificación con Información Secundaria

La verificación de toda la información levantada en territorio se la debe realizar en la oficina o puesto de trabajo regular apoyado en información oficial nacional, bibliografía existente y otras fuentes documentales (incluida la información de organismos técnicos especializados). Esto permitirá analizar y contrastar la información registrada y obtener datos con un mínimo de error. Entre la información secundaria a revisar y verificar se tiene: características climatológicas, planta turística, declaratorias, amenazas naturales, políticas, regulaciones.

9.1.1.2. Ponderación y jerarquización de los atractivos turísticos.

En esta fase se analizarán los aspectos propuestos en la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos en función de un conjunto de criterios diseñados para determinar las condiciones que presente el atractivo levantado y su valoración con base a una jerarquía.

Se considera a esta fase como clave debido a que mediante una calificación se permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de productos turísticos.

Definición de criterio de evaluación

Para evaluar al atractivo turístico se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos mínimos que deben tener un atractivo para desarrollarse en producto turístico. Estos criterios tienen sustento en los Índices de Competitividad Turística publicado por el Foro Económico Mundial.

Ponderación de Criterios

Con la finalidad de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios se ha procedido a asignar un factor de ponderación. El factor de ponderación de cada criterio

responde a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de atractivos.

Esto se lo realiza a través de una matriz de Holmes o matriz de priorización.

Jerarquización de Atractivos Turísticos

Una vez que se ha levantado la información del atractivo, este es puesto en valor numérico, mismo que representa el puntaje alcanzado sobre 100 que se enmarca en un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV.

Las jerarquías obtenidas se las determina a través de un proceso de revisión de los criterios propuestos por la OEA, para este paso se debe tener en cuenta todos los atractivos que tengan demanda potencial y los que no generen demanda potencial serán tomados como recursos.

9.1.2. Tipo de investigación

Investigación exploratoria

Es una búsqueda de información con el propósito de formular problemas e hipótesis para una investigación más profunda de carácter explicativo. Estos estudios exploratorios, llamados también formularios tienen como objetivo “la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. (Nieto, 2018)

Investigación bibliográfica

Según Bernal (2003) consiste en la captación por parte del investigador de datos aparentemente desconectados, con el fin de que a través del análisis crítico se construyan procesos coherentes de aprehensión del fenómeno y de abstracción discursiva del mismo, para así valorar o apreciar nuevas circunstancias

9.1.3. Métodos

Para el cumplimiento del primer objetivo se aplicó el método inductivo, también conocido como razonamiento inductivo, comienza con las observaciones. A partir de estas, se

proponen teorías hacia el final del proceso de investigación, lo cual resulta ser producto de dichas observaciones (Pérez-León, 2022).

Método bibliográfico,

Método de campo es el proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables. Por esta razón, su característica esencial es que se lleva a cabo fuera del laboratorio, en el lugar de ocurrencia del fenómeno (Investigación de campo, s. f.).

Para el cumplimiento del primer objetivo se aplicó los anteriores tres métodos descritos debido a que se recolectó información tanto por medios bibliográficos como en el campo, algunos de los mismos que se obtuvieron mediante la aplicación de las fichas del MITUR que proporcionaron información de nuevos atractivos existentes en el sector. Como Primer paso se buscó información dentro de documentos bibliográficos, datos sobre los atractivos turísticos dentro de la parroquia de Poaló que complementan a la fiesta en Honor al Señor de Maca, a continuación se realizan salidas de campo para comprobar la habilitación o la des habilitación de los atractivos además de inventariar nuevos, del cumplimiento de estos dio como resultado el inventario de recursos en la Parroquia de Poaló.

9.1.4. Técnicas

Las técnicas usadas fueron entrevistas el cual es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa. Esto fue útil al momento de recolectar información mediante las fichas del MITUR e INPC, en el primer caso para el inventario de los atractivos nuevos y el segundo para el registro de la manifestación cultural en este caso la fiesta en Honor al Señor de Maca.

Mapeo de actores esto se lo realizó para identificar a las personas que nos podrían brindar mejor información sobre el tema de investigación, para este trabajo se tomó en cuenta al presidente de la comuna José Yanqui, al GAD de la parroquia San José de Poaló y a las personas encargadas de las iglesias y del santuario.

Mapeo de atractivos al contar con una imagen clara de los atractivos obtenidos mediante la revisión bibliográfica fue importante la verificación de su actividad o por lo contrario de su inhabilitación en la mayoría de casos los atractivos alados dentro del PDOT se encuentran inhabilitados por lo que se optó por la recopilación de nuevos atractivos mediante las fichas del MITUR.

9.1.5. Instrumentos

Para esta parte de la investigación será necesario contar con la ayuda de las ficha del INPC, ficha de MITUR y libreta de campo esto debido a que estos ayudan a recolectar información acerca del destino y los recursos turísticos encontrados.

9.2. Metodología objetivo 2

9.2.1. Manual para la planificación de productos turísticos

El objetivo dos empieza con la planificación de elaboración de los productos turísticos en cuatro pasos:

Según el manual para la planificación de productos turísticos Promperú (2014) la elaboración de productos es una serie de 4 pasos, que empiezan con la delimitación del destino, análisis de mercado y contextual, identificación y evaluación de los productos propuestos.

9.2.1.1. Análisis del destino

Delimitación del destino

Consiste en definir el ámbito en el cual se piensa intervenir, pues no necesariamente se trabajará en todo el ámbito del destino. Presentarán mejores condiciones aquellos espacios

que cuenten con los recursos turísticos inventariados, cuenten con un flujo turístico permanente y constituyan zonas de desarrollo turístico prioritario.

Dentro de este parámetro se debe delimitar el área de estudio para poder identificar los ámbitos de accesibilidad, atractivos, actividades, servicios turísticos y básicos con los que cuenta el área.

Análisis del mercado turístico y las inversiones

La finalidad de este componente es identificar en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración la temporada alta baja del área, identificando si existe alguna competencia en el mercado.

En este punto se debe realizar un análisis de la demanda turística, con la finalidad de identificar los perfiles, las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración la afluencia turística en el área, dando como resultado un análisis cuantitativo y cualitativo con las cifras de afluencia turística, el análisis de la oferta es un análisis de los componentes que se debe tener en cuenta para cumplir las necesidades básicas, en este paso tenemos presente los aspectos de servicios básicos agua, luz, transporte, salud y seguridad como también los atractivos y recursos del área, análisis de inversiones se requiere identificar los proyectos de inversión general en la zona, diferenciándolos de aquellos relacionados al turismo. Posteriormente, dentro de este último grupo, reconocer los que son públicos y privados.

Aplicación de encuestas

Para identificar el perfil del turista se procedió a la aplicación de encuestas la cual es una técnica útil a la hora de recolectar información de aspectos sociales y perspectivas de los encuestados como lo menciona Falcón (2019) que cita a García Ferrando (1986:124), señala que la encuesta es “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de

casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”. Es de aquí donde conoceremos los gustos, aficiones e intereses de los visitantes a la parroquia de Poaló y que clase de productos crearemos en base a estos.

Análisis del contexto social, político y económico

Este componente nos ayudara a identificar en qué estado se encuentra el área y sus atractivos y los aspectos positivos y negativos que van a influir en la creación de los productos turísticos.

En este paso se realiza el análisis a través de la matriz FODA del destino, es el que nos permite establecer un panorama real del territorio, de la misma manera se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en la creación de los productos turísticos.

9.2.1.2. Conceptualización del producto turístico Identificación de productos turísticos potenciales

Los productos turísticos potenciales deben ser identificados en esta etapa, siempre en función al mercado turístico, es decir, deben estar dirigidos a un público específico, de acuerdo con sus intereses y gustos, teniendo relación con los atractivos naturales y culturales identificados posteriormente.

En este paso se debe utilizar la matriz de comparación de producto y mercado que propone Promperú, en el mismo paso se realiza el cuadro de identificación de las condiciones necesarias que debe tener cada uno de los productos.

9.2.1.3. Diseño del producto turístico

Descripción detallada del producto turístico

Se debe generar una descripción sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo identificado.

Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Consiste en realizar una identificación y mapeo de elementos que intervienen y conforman el producto como los recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y actividades complementarias, los mismos que deben cumplir los requerimientos anteriormente identificados, teniendo un componente diferenciador del resto representando la innovación del nuevo producto.

Gráfico del producto turístico

En la etapa final se realiza una ilustración del producto de acuerdo con sus componentes y servicios que nos permita diferenciarnos en el mercado.

9.2.2. Tipos de investigación

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos (Arias,2012).

La investigación exploratoria se conduce para aclarar la naturaleza de los problemas ambiguos cuando la gerencia descubre un problema general, pero podría requerir una investigación para comprender mejor las dimensiones del problema, la cual ayudaría a realizar el análisis. Por lo general, la investigación exploratoria se conduce con la expectativa de que se requerirá una investigación subsecuente para proporcionar dicha evidencia concluyente. En resumen, podríamos decir que es una investigación inicial y está conducida para aclarar y definir la naturaleza de un problema. (Zikmund,2017)

Al culminar el desarrollo del primer objetivo se procesa la información obtenida mediante la investigación bibliográfica y de campo, donde se pudo contar con un panorama general de los recursos turísticos con los que cuenta la parroquia Poaló. Para continuación proceder al desarrollo del segundo objetivo que es la creación de productos turísticos con base en la fiesta en Honor al Señor de Maca.

9.2.3. Métodos

Método descriptivo, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores (F. Morales, 2012).

Método inductivo se basan en la observación experimental para extraer leyes.

Intentan establecer una relación cualitativa y cuantitativa entre el parámetro a estimar y los valores del sensor, a partir de observaciones in situ, tomadas en el momento de adquirir la imagen. Es decir, se pueden obtener funciones de ajuste local que ponen en relación los datos de la imagen con el parámetro de interés (Pagot, 2003).

Método bibliográfico resulta clave para identificar tendencias y nuevas áreas de investigación, pero también para sintetizar y disponer de fundamentos sobre los cuales consolidar el corpus de una disciplina. Esto facilita su progreso teórico y conceptual, no debiendo tampoco obviarse el papel que desempeñan en la difusión del conocimiento científico y en la mejora de la práctica profesional (Tramullas, 2020).

Se investigaron datos referentes a la zona de estudio con los cuales se conoció la realidad de la parroquia como población, límites, actividades económicas, geografía, etc. Con estos datos se continúa con definir el perfil del turista que llega a visitar la Parroquia y por ende la comuna de Pilligsilli al contar con este dato se procedió a la creación de los productos además de realizar un cronograma y costos de los mismos.

9.2.4. Técnicas

Para el cumplimiento del segundo objetivo se usan las técnicas como el análisis bibliográfico y la encuesta, con los cuales se recopiló información sobre la parroquia y la comuna, al contar con estos datos se procedió a la aplicación de las encuestas con las que se recopiló datos de las preferencias y gustos de los turistas que acuden a la parroquia. Al contar con estos datos se procede a la estructuración de los productos creados que en este caso son dos full days uno de temporada en el que se lleva a cabo la fiesta y el otro que se puede realizar en cualquier fecha, en estos se detalla un itinerario a seguir además de un guión con datos sobre el recorrido a llevar a cabo también cuenta con un mapa geo referencial que detalla los atractivos visitados.

9.2.5. Instrumentos

Los instrumentos utilizados son la bitácora de registro, matriz de comparación entre productos, Google Earth y cuestionario elaborado, los dos primeros útiles para la formación de productos los que ayudan a registrar datos de los recursos con los que se cuenta, además de definir cuáles de los mismos servirán para que formen parte del producto final. En el caso del cuestionario es muy útil a la hora de definir el perfil del turista que se verá interesado en visitar el sector y los productos propuestos.

9.3. Metodología objetivo 3

9.3.1. Metodología para la elaboración de estrategias

El objetivo tres se realiza a través de las matrices MEFE y MEFI para crear estrategias de promoción y difusión de los productos turísticos. Según (Puebla, 2019) las matriz MEFE trata sobre el análisis de evaluación de los factores externos y matriz MEFI a los factores internos a partir del análisis FODA con la finalidad de obtener un panorama más amplio acerca de la situación en la que se encuentra una entidad o empresa.

9.3.1.1. Matriz de Evaluación de los Factores interna y externa (MEFE y MEFI)

De acuerdo (Riveroll et al., s. f.) la matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) y la matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) son instrumentos que se encuentran encargados de analizar los factores externos e internos, esto con el fin de formular estrategias que beneficien a la dependencia o entidad.

9.3.1.2. Matriz analítica de definición de estrategias

Como lo menciona Trejo et al. (2016) Es una herramienta que permite generar una imagen de la situación actual de un proyecto u organización. Mediante la aplicación de su análisis es posible obtener un diagnóstico preciso que, en función de ello, permita tomar decisiones acordes con los objetivos.

9.3.1.3. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico

Según Promperú (2014) es un documento donde se identifican y detallan acciones concretas que se van a desarrollar en un tiempo además de mencionar los responsables que formularan un cronograma para su cumplimiento.

9.3.2. Tipos de investigación

Investigación descriptiva son es aquella que se encuentra orientada a recolectar información relacionada con el estado real y actual de las personas, objetos, situaciones o fenómenos, tal cual como se presentaron en el momento de la recolección de datos además de describirlos sin realizar inferencias (Landeau, s. f.).

La información recolectada mediante la investigación bibliográfica y de campo es fundamental para el diseño de estrategias efectivas de promoción de los productos turísticos creados en la parroquia de Poaló. Las estrategias deben ser diseñadas de manera sostenible y responsable, y deben incluir medidas para mejorar la accesibilidad y la calidad de los servicios turísticos. La participación de la comunidad local es fundamental para garantizar la sostenibilidad y beneficios de las estrategias turísticas.

9.3.3. Método

Para el tercer objetivo se usó el método inductivo se basan en la observación experimental para extraer leyes. Intentan establecer una relación cualitativa y cuantitativa entre el parámetro a estimar y los valores del sensor, a partir de observaciones in situ, tomadas en el momento de adquirir la imagen. Es decir, se pueden obtener funciones de ajuste local que ponen en relación los datos de la imagen con el parámetro de interés (Pagot, 2003).

El método descriptivo es una técnica de investigación que se utiliza para caracterizar un fenómeno o situación concreta, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. Este método es ampliamente utilizado en las ciencias sociales, ya que permite obtener información detallada sobre los fenómenos sociales y culturales

El método descriptivo se basa en la observación y registro de los hechos, sin intervenir en ellos. Se trata de una técnica no experimental, ya que no se manipulan las variables, sino que se observan y registran los fenómenos tal y como se presentan en la realidad. (Alban, Arguello, & Molina, 2020)

9.3.4. Técnica

Para el cumplimiento de este objetivo se usó la técnica de análisis de las matrices FODA, MEFE y MEFI esto para conseguir la formulación de estrategias mediante la aplicación de la Matriz MAFE.

Mediante la matriz FODA se hallaron fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuentan los productos creados anteriormente, con estos datos se aplicaron las matrices MAFE y MEFI con las que se obtuvieron datos de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con mayor calificación las cuales serían importantes en la creación de estrategias para la comercialización y difusión de los productos elaborados esto mediante la matriz MEFE

9.3.5. Instrumentos

Matriz FODA, matriz MEFE, matriz MEFI y matriz MAFE estas ayudan a identificar fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades con las que pueden contar los productos creados y además de formular estrategias de promoción y difusión que ayuden a dar a conocer la fiesta.

10. Resultados

10.1. Inventario de atractivos de la comuna Pilligsillí

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Poaló (PDYOT) (2020) se encuentra registrados cuatro atractivos turísticos en toda la parroquia, los cuales están incluidos en la tabla 3. El único atractivo inventariado mediante la ficha del MINTUR es la Hacienda Tilipulo.

Tabla 3 Inventario de atractivos turísticos de Poaló

Nombre del Atractivo	Categoría
Borregueria Acchi Vaqueria	Manifestaciones Culturales
Artesanía Unidad Educativa Cesar Sandoval	Manifestaciones Culturales
Telares de Ponchos	Manifestaciones Culturales
Artesanías de Faja y Shigras	Manifestaciones Culturales
Hacienda Tilipulo	Manifestaciones Culturales

Nota: Se detalla los atractivos culturales y naturales de la parroquia Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Poaló 2020-2025

La tabla 3 y 4 muestra los 5 atractivos que se encuentran en el PDYOT además de 4 atractivos naturales encontrados en la página web de la parroquia; una vez realizadas las salidas de campo para verificar la existencia de los atractivos, se pudo verificar la vigencia de

la Hacienda Tilipulo la cual cuenta con visita de turistas, de los otros 4 no se encontró información.

En salidas al campo elaboradas para identificar atractivos que se relacionen a la fiesta en honor al Señor de Maca en la comuna de Pilligsillí también brindaron nueva información donde se identificaron 5 atractivos nuevos de los cuales se levantó información mediante la ficha del MITUR, estos son: el Santuario del Señor de Maca, la Iglesia de Poaló, Fiesta del Señor de Maca, Iglesia católica de Pilligsillí y La Choza en la tabla 6 se presentan los resultados del inventario realizados.

Existen recursos naturales que el PDYOT no se encuentra tomados como recursos turísticos en la siguiente tabla se muestran:


Tabla 4 Recursos Naturales



Recurso	Ubicación
Quebrada de Maca Grande	Barrio Pilligsillí
Acequia Tilipulo	El Progreso
Cerro Yahuartoa	Maca Grande
Vertiente Janata	Comuna Aguallaca Grande
Vertiente Pactopamba	Comuna Atápulo
Quebrada Tasimbiza	Usugin Pamba

Nota: Recursos naturales existentes dentro de la parroquia Poaló

Los recursos antes mencionados son de uso doméstico o de riego usados por las comunidades y barrios mencionados dentro de la tabla anterior. La principal actividad productiva de la parroquia es la agricultura y ganadería, por lo cual los anteriores recursos son aprovechados para el desarrollo.

Tabla 5 Inventario de atractivos de la parroquia Poaló (Actualizado)

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	Barrio /comunidad	FOTOGRAFÍA
Santuario del Señor de Maca	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica	Maca Chico	 <p>Fuente: Carlos Unaicho</p>
Iglesia de Poaló	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica	Poaló	 <p>Fuente: Carlos Unaicho</p>

<p>Fiesta en honor al Señor de Maca</p>	<p>Manifestación Cultural</p>	<p>Folclore</p>	<p>Fiesta religiosa, Tradiciones y Creencias populares</p>	<p>Pilligsillí</p>	 <p>Fuente: Carlos Unaicho</p>
<p>Iglesia católica de Pilligsillí</p>	<p>Manifestación Cultural</p>	<p>Arquitectura</p>	<p>Histórica</p>	<p>Pilligsillí</p>	 <p>Fuente: Carlos Unaicho</p>

Nota: Atractivos levantados con ayuda de las fichas del MITUR

En el inventario realizado se pudo constatar los siguientes atractivos que se encuentran dentro de la parroquia que aportan una nueva oportunidad para diversificar la escasa oferta turística en Poaló.

Tabla 6 *Inventario de atractivos culturales usados para la elaboración de productos*

Atractivos	Categoría
Santuario del Señor de Maca	Manifestación Cultural
Iglesia católica de Pilligsillí	Manifestación Cultural
Iglesia de Poaló	Manifestación Cultural
Fiesta en honor al Señor de Maca	Manifestación Cultural
Hacienda Tilipulo	Manifestación Cultural

Santuario del Señor de Maca

El santuario del Señor de Maca se encuentra dentro de la comuna de Maca Chico es una de las iglesias más antiguas de las comunidades de Poaló es aquí donde se encuentra la imagen que le da su nombre. Esta se encuentra conformada por una sola nave, a los costados se encuentran dos pináculos y en medio de esta el campanario, dentro se encuentra el retablo donde se puede observar a la imagen del Señor de Maca el cual apareció cerca del santuario en un árbol de quishuar. En las paredes del templo se pueden apreciar diversos cuadros entre los que están la virgen María, Jesús crucificado y un cuadro que cuenta cómo apareció la imagen del patrono de la comuna (Fichas Mintur; 2022).

Iglesia de Poaló

Fue una de las primeras iglesias existentes dentro de la parroquia es aquí donde los creyentes acuden a brindar sus oraciones a dios por todas las bendiciones y milagros concedidos, cuenta con una fachada en muy buen estado esto debido al cuidado con el que cuenta gracias a los devotos y moradores del sector que ayudan a su conservación y preservación, este templo fue construido en el año de 1928. Se encuentra conformada por un nártex, una nave central, un crucero, un porche, un transepto.

Un retablo donde se encuentran imágenes como la del señor de Maca, la virgen dolorosa, cristo crucificado además de encontrarse el sagrario. En el exterior se encuentra conformada por la cubierta y dos pináculos que cuentan con un par de ventanales a los costados de cada una de ellas. A un costado se encuentra el campanario el que también cuenta con un reloj que apunta hacia al parque del sector (Fichas Mintur; 2022).

Fiesta en honor al señor de Maca

La fiesta en honor al Señor de Maca es una fiesta religiosa realizada en la comuna de Pilligsillí patrono de esta comuna y otras aledañas. En la comuna esta celebración tiene una duración aproximadamente de 5 días, a continuación se describe la fiesta por día.

Día 1.

Este primer día se realiza una minga general con todos los moradores de la comuna para proceder a llevar la imagen del señor de maca hacia la morada de los priostes designados, esto se lo hace conjunto a rezos y cánticos que acompañan a la imagen hasta llegar hacia su destino en el cual se procede a la finalización de la novena.

Día 2.

Este día se reciben las ofrendas de parte de los devotos como las bandas que acompañarán en el día a las festividades, las tortas pirotécnicas, juegos pirotécnicos, el manto para la sagrada imagen del Señor de Maca y la cinta con las cuales se viste a la imagen para comenzar la misa en honor a todos los fieles difuntos quienes han trabajado por la comuna. Al llegar la noche se da el concierto con los artistas contratados para esa noche, para finalizar se queman los fuegos pirotécnicos al son de las bandas y grupos musicales.

Día 3.

Para comenzar el día se realiza el tradicional "alegre despertar" el cual se lo ejecuta al compás de albazos y repartición de canelas alrededor de la comuna para posteriormente dirigirse hacia la iglesia de la comunal para la misa campal en honor a la imagen del Señor de

Maca. A continuación se da el recibimiento de las orquestas y artistas invitados que acompañarán a la procesión de la imagen por las principales calles de la comuna. En la noche se realiza el show artístico con la participación de los artistas invitados.

Día 4.

Para este día se presenta como una mañana de deportes y artístico con la realización de partidos de fútbol, carreras, la presentación de grupos de danza, el recibimiento de los toros y corrida además de realizar un recorrido con la imagen del Señor de Maca al son de cantos y oraciones. En la noche se realiza la presentación de artistas y orquestas con los cuales se procede a la apertura del gran baile general.

Día 5.

En este día se agradece a los moradores y personas que apoyaron con su ayuda a la realización de la fiesta además de premiar a los participantes de la mañana deportiva de la mañana anterior. A continuación se realizan juegos tradicionales como el palo encebado, los ensacados, carrera de tres piernas, también se abre por segunda vez la plaza de toreros para la corrida donde se premia con colchas a los mejores toreros que participen en la misma. Para culminar se realiza una misa general con los participantes de la festividad y el agradecimiento de los directivos por la ayuda brindada en los días de fiesta (Fichas Mintur; 2022).

Iglesia católica de Pilligsilli

La iglesia en la comuna de Pilligsilli fue construida hace unos cuarenta años, esta fue edificada por medio de mingas hechas por moradores del sector. Este proyecto surgió debido a la necesidad de contar con un lugar donde celebrar la sagrada eucaristía, antes de su construcción los lugares más cercanos que contaban con la presencia de una iglesia era Poaló y la comuna de Maca Chico de donde es originario el Señor de Maca. Esta iglesia se encuentra conformada por una sola nave y dos pináculos que adornan la fachada. En su

interior se encuentra retablo donde se puede ver las imágenes de la sagrada familia (Jesús, María y José) además de encontrarse el sagrario a un costado en una vitrina se encuentra el patrono de la comuna en la cual se puede colocar ofrendas al mismo por los milagros cumplidos (Fichas Mintur; 2022).

Hacienda Tilipulo

Este lugar tiene más de 300 años de historia, al inicio se lo llamó monasterio de San Juan Bautista, era un lugar de reposo y meditación para los monjes y para venerar al profeta que fue el patrono de la hacienda, la hacienda Tilipulo jugó un papel importante en la gesta libertaria Latacunga del 11 de noviembre de 1820, ya que este lugar albergó a los patriotas, desde este sitio se planificó la libertad de: Machachi, Ambato, Riobamba y Guaranda, simultáneamente. La hacienda Tilipulo es visitada por el reloj del sol, el purificador de agua, el calabozo, el pozo, el eucalipto aromático, la iglesia Miraflores La María y el conversatorio (Fichas Mintur; 2022).

10.2. Productos turísticos con base en la fiesta en honor al Señor de Maca

Para el diseño de productos turísticos en base a la Fiesta en honor al Señor de Maca, según la metodología de Promperú que se está aplicando el análisis del destino tiene los siguientes pasos:

Los pasos para elaborar productos turísticos son:

- Análisis del destino
- Conceptualización del producto
- Diseño del producto

10.2.1. Análisis del destino

Según (Promperú, 2014) El análisis del destino turístico permite identificar, caracterizar y comprender la situación actual de la zona de intervención específica en relación con el destino, en base a un trabajo de gabinete y de campo, de manera técnica y objetiva.

10.2.1.1. Delimitación del destino turístico

Para analizar el destino se deben seguir las siguientes directrices:

- Accesibilidad
- Atractivos
- Actividades
- Servicios directamente relacionados con la actividad turística
- Servicios básicos

Accesibilidad. Para empezar se debe conocer la definición de accesibilidad según Montoya et al., (2020) que cita a Hansen (1959), quien la define como el potencial de oportunidades para la interacción que poseen las personas en relación con las diferentes zonas que componen una aglomeración o espacio urbano.

De acuerdo con la metodología aplicada, el ámbito de accesibilidad corresponde al sistema de transporte que permita el acceso adecuado al destino sin percances, de acuerdo al valor estimado a pagar.

Las vías de acceso hacia la parroquia de Poaló son según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025 (2020).

Tabla 7 *Vías de acceso*

Material	Km	Estado
Asfaltadas	35.89 km	Buen estado
Sin cobertura	98.73 km	Medio
Lastrado	74.51 km	Medio
Empedrado	12.62 km	Bueno

Nota: En la tabla se muestra como se encuentran las vías de acceso en el PDYOT parroquial no se mencionan el nombre de las vías ni cuáles son las que se encuentran en los estados antes mencionados.

El estado de las mismas se encuentran en un 35.89km en un buen estado, bueno en un 12.62 km, y en un estado medio 173.24 km Estas denominaciones van de acuerdo al parámetro IRI (International Roughnes Index) el cual se especializa en describir el estado de calidad de las vías, con algún tipo de asfalto en el caso de vías sin cobertura asfáltica se tiene el modelo RED (Roads Economic Decision Model), Modelo de Evaluación Económica de Caminos de Bajo Volumen de Tránsito, Banco Mundial) que relaciona la velocidad de operación vehicular (km/h) con el IRI (m/km) de una vía.(Plan de desarrollo vial integral de la provincia de Cotopaxi 2019, 2019)

A continuación se presenta una tabla del medio de transporte que existe dentro de la parroquia que brinda sus servicios a los moradores del sector.

Tabla 8 *Sistema de transporte urbano*

Nombre	Número de unidades	Parada	Precio
CIA. De transporte. Mixto Ciapoalence S.A.	25	Parque central de San José de Poaló	Carrera mínima 1.50
Sultana de Cotopaxi	60	Transporte se toma desde la estación y los lleva a la parroquia Poaló	0.30 ctv

Nota: El medio de transporte para llegar a Poaló es el bus urbano y para poderse mover dentro de la parroquia están las camionetas

La Cooperativa de transporte CIA. De transporte. Mixto Ciapoalence S.A. cuenta con 25 unidades que brindan sus servicios desde las 5:00 am hasta las 17:00 pm su servicio varía en costo dependiendo de la distancia a donde se quiera llegar de 1.50 a 3.50 dólares.

Atractivos. Según Ministerio de Turismo (2020) un atractivo se considera a los lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias (naturales y/o culturales; tangibles o intangibles), atraen el interés de un visitante motivando su desplazamiento al mismo.

Al levantar información mediante las fichas del MINTUR se registraron 5 atractivos culturales además de constatar la vigencia de uno de los mencionados dentro del PDYOT y

esta es la hacienda Tilipulo. En la tabla 6 se representa los atractivos registrados con su categoría y ubicación.

Tabla 9 Atractivos Vigentes

Atractivos culturales		
Nombre	Categoría	Ubicación
Santuario del Señor de Maca	Manifestación Cultural	Comuna Maca Chico
Iglesia de Poaló	Manifestación Cultural	Centro de San José de Poaló
Fiesta en honor al señor de Maca	Manifestación Cultural	Comuna Pilligsillí Comuna Maca Chico
Iglesia Católica de Pilligsillí	Manifestación Cultural	Comuna Pilligsillí
Hacienda Tilipulo	Manifestación Cultural	San José de Poaló

Nota: Atractivos vigentes dentro de la parroquia

La parroquia Poaló se encuentra en la provincia de Cotopaxi en el cantón Latacunga, los centros poblados encontrados son 17. Como se puede apreciar en la tabla 9 los recursos se encuentran en 3 de estos sectores. (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025, 2020*).

Para el diseño de productos turísticos se tomó en cuenta los atractivos levantados mediante las fichas del MINTUR además que se confirmó su vigencia dentro de la parroquia y estos son: el santuario del Señor de Maca y la fiesta en honor al Señor de Maca en la comuna de Maca Chico, la iglesia de Poaló y la hacienda Tilipulo en el centro de Poaló. La fiesta en honor al Señor de Maca, la iglesia Católica de Pilligsilli y la Choza en la comuna Pilligsilli. Los lugares que se verán inmersos en el diseño de los productos serán la comuna de

Maca Chico, la comuna de Pilligsilli, la hacienda Tilipulo y el Centro de Poaló, los dos primeros siendo los lugares donde se celebran las festividades.

Actividades turísticas. Según (*Glosario de términos de turismo (OMT, s. f.)*) en las estadísticas de turismo el término actividades representa las acciones y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante éste, en tanto que consumidores. Las actividades que se identificaron mediante las fichas del MINTUR son caminata, ciclismo, fotografía, visita las diferentes iglesias y el Santuario del Señor de Maca además de poder deleitar la gastronomía de la parroquia los domingos en la feria gastronómica realizada en el centro de la parroquia.

Servicios directamente relacionados con la actividad turística. Según Pilco et al., (2022) los servicios se relacionan con la satisfacción plena con calidad, los requerimientos y necesidades del turista en el sentido de descanso, goce y conocimientos de nuevos lugares. Los servicios se encuentran relacionados con el hospedaje, alimentación, recreación e instalaciones que proporcionen el interés y satisfacción de los turistas. Mediante la investigación de campo que se realizó dentro de la parroquia se pudo identificar algunos servicios presentes dentro de la zona de estudio, los resultados se muestran en la tabla 7.

En la misma se mencionan a los prestadores de servicios encontrados dentro de la parroquia, esto se obtuvo mediante las salidas de campo debido a la falta de un catastro turístico dentro de la parroquia.

Tabla 10 *Servicios de la parroquia Poaló*

Servicios	
Nombre	Tipo de Servicio
Mini Comedor	Alimentación
La casa de Tere	Alimentación
Barrio luz de América	Alimentación
Asadero Parval	Alimentación
Hostal la Facultad	Hospedaje
Parque de Poaló	Recreación
Estadio de Pilligsillí	Recreación

Nota: Registro conseguido mediante salidas de campo

La planta turística de Poaló consta de 3 lugares que ofrecen el servicio de restauración, 1 que ofrece hospedaje y 2 puntos de recreación estos datos fueron recolectados mediante las salidas de campo dado que a la inexistencia de un catastro turístico dentro de la parroquia.

Servicios básicos. Estos son importantes ya que muestran el nivel de desarrollo con el que cuenta un país y son el conjunto de instalaciones que prestan recursos públicos como energía eléctrica, agua potable, salud, seguridad, telecomunicación.

Según el PDYOT menciona que cuenta con todos los servicios básicos necesarios para que los pobladores puedan contar con una notable calidad de vida a continuación se detalla mediante una tabla.

Tabla 11 *Servicios de la parroquia Poaló*

Servicios	Línea base	Problemas	Acciones
Energía eléctrica	La cobertura a nivel parroquial es de un 82.22%	Falta de alumbrado público en algunos barrios y comunas	Mejoramiento e implementación de postes para alumbrado
Agua	En el caso de la captación de agua existen 6 lugares con buena captación de agua subterráneo y son Mariscal Sucre, Cucurucho, San Gerardo, La Compañía, Márquez de Maeza y Tilipulo. El 60.38% de la Población cuenta con agua potable	La falta de conexiones que brinden el líquido vital a ciertas comunidades y barrios	Mejoramiento de las tuberías

Bancos y Cooperativas	En la parroquia de Poaló se encuentra la Cooperativa de ahorro y crédito Jatun Maca LTDA. Cooperativa de ahorro y crédito Tawntinsu yu LTDA.	Se cuenta con pocas agencias además de no contar con las más utilizadas como es el banco de Pichincha, Banco de Guayaquil, Internacional, etc.		Fuente: Plan desarrollo y ordenamiento territorial original de la parroquia
Servicios de recolección de basura	Este servicio no es muy utilizado por los moradores solo el 24.47% desechan mediante el carro recolector el 82.22% optan por quemar su basura.	El carro de recolección no pasa por todos los barrios y comunas	Mejorar la red vial para que el recolector llegue a todos los sectores.	
Salud	La parroquia cuenta con un sub centro de salud y dispensario medico	No atienden todos los días además de No cuentan con algunas medicinas	Proporcionar mejor condiciones a los centros de salud	

quia Poaló

10.2.2. Análisis del mercado turístico y las inversiones

Según la metodología propuesta se debe realizar varios análisis empezando por la demanda, la oferta y las inversiones, al contar con esta información se podrá definir del perfil del turista el cual ayudará de formular correctamente productos que satisfagan a los visitantes

10.2.2.1. Análisis de la demanda.

Como lo menciona Lara-Vásquez et al.(2020) la demanda se puede dividir en demanda efectiva es el número de personas viajan a este grupo, se lo puede contabilizar estadísticamente, la demanda no efectiva es la población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo se incluyen la llamada demanda potencial, que son aquellos que viajarán

en el futuro y la demanda diferida, los cuales no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta.

En el caso de la presente investigación se analizó la demanda efectiva del registro de ingresos nacionales e internacionales del cantón Latacunga esto debido al no contar con un registro a la parroquia, para poder determinar la futura demanda turística para los productos.

Para el análisis del ingreso de turistas extranjeros se tomó en cuenta los datos proporcionados por el plan de turismo del cantón Latacunga y en el caso de turistas nacionales los datos proporcionados por GEO VIT (2020), geoportal de viajes internos turísticos del Ecuador que recopiló información tomando en cuenta el origen del visitante y destino visitado. El número de ingresos al cantón Latacunga fue de 754.433 ingresos y estancia de turista. De acuerdo con la información obtenida del GEO VIT se realizó una presentación gráfica donde se presentan los rangos de ingreso de turistas y su lugar de origen.

El movimiento de turistas receptivos (Turistas Extranjeros).

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga Dirección de Turismo (2020) la mayor parte de turistas extranjeros visitan el cantón desde Europa y algunos países de Latinoamérica a continuación se mostró en la tabla 11 los principales países que visitan el Cantón.

Tabla 12 *Ingreso de turistas Extranjeros*

Nacionalidad	%
Francia	24.23
España	16.46
Argentina	11.34
Alemania	7.73
Italia	5.15
Australia	4.64
Inglaterra	4.64
EEUU	3.61
Canadá	3.61
Bélgica	3.61
Suiza	2.06
Holanda	2.06
Colombia	2.06

Chile	1.55
Dinamarca	1.55
R. Dominicana	1.03
Australia	1.03
Singapur	1.03
Cuba	1.03
Rusia	0.52
Bolivia	0.52
Israel	0.52
Total	100

Fuente: Plan de turismo del cantón Latacunga

En el Plan de Turismo del cantón Latacunga también existe información del ingreso de turistas nacionales que la han visitado a continuación se mostrará una tabla con los datos:

Tabla 13 *Ingreso de turistas nacionales*

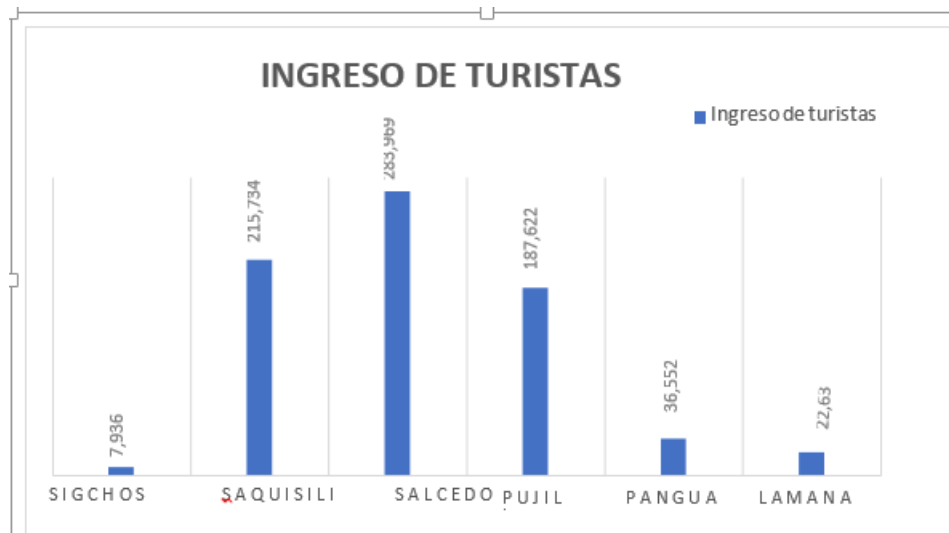
Cantón	2018 %
Quito	29.04
Pujilí	19.74
Saquisilí	15.48
Salcedo	9.49
Ambato	4.49
Guayaquil	3.54
Mejía	2.68
Riobamba	1.45
Otros orígenes	13.64

Fuente: Plan de turismo del canto Latacunga

Según (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga Dirección de Turismo, 2020) el grupo de turistas nacionales está compuesto principalmente por hombres con un 55.81 % de hombres y por 44.19% de mujeres, por lo general estos reportan un gasto promedio de aproximadamente 80 dólares esto considerando que el turista nacional no pasa más que un día y una noche como máximo dentro del cantón. El turista nacional principalmente visita el cantón para realizar actividades como paseos y deportes de montaña, además de asistir en las temporadas festivas como la Mama Negra y el Inti Raymi como en otras celebraciones religiosas.

De acuerdo con la información obtenida del GEO VIT (2020) se realizó una presentación gráfica donde se presentan los rangos de ingreso de turistas y su lugar de origen.

Figura 1 Número de visitas Internas a Latacunga



Nota: Visitas internas a Latacunga Fuente: GEO VIT 2018

Como se puede apreciar en la gráfica anterior existe un movimiento significativo de turistas nacionales dentro del cantón Latacunga principalmente de Pujilí, esta afluencia se debe a los diversos atractivos existentes dentro de la misma.

10.2.2.2. Población y muestra.

De acuerdo a (Camacho, 2008) La población corresponde a todos los sujetos u objetos que pueden intervenir en el experimento, es decir, todas las unidades (personas, animales, objetos, sucesos, etc.) que forman parte de un grupo. Con esto en mente se toma como población al ingreso de turistas a Latacunga en el 2018, la que fue de 754.433.

El ingreso al cantón es 754.433, esta es la población que se tomará para conocer la muestra, al aplicar la fórmula se tomó en cuenta las siguientes variables como nivel de confianza, 1,97 con una probabilidad de ocurrencia del 50% y de no ocurrencia del 50% con un margen de error del 8% al resolver nos da como resultado un total de 388 encuestas a elaborar, a continuación se mostrará el proceso.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confiabilidad

P: Probabilidad de ocurrencia

Q: Probabilidad de no ocurrencia N: Población

E: Error de muestreo

Para esta investigación se le otorgo un nivel de confiabilidad del 95%.

Cálculo de la muestra.

$$n = \frac{3,8809 * 0,50 * 0,50 * 754.433}{3,8809 * 0,50 * 0,50 + 754.433 * 0,0025}$$

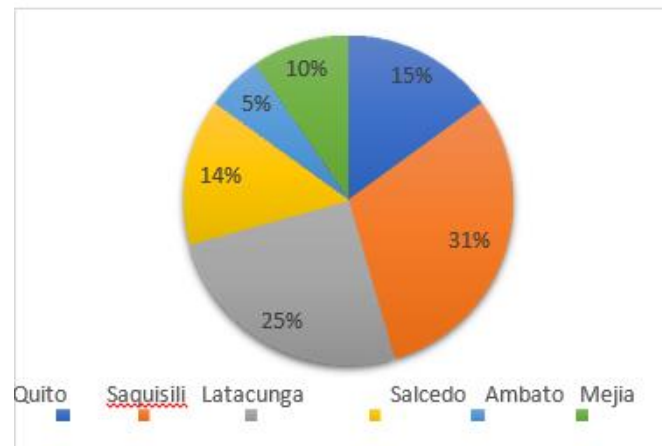
$n = 388$ Al contar con este dato se pudo aplicar las encuestas las cuales arrojaron los siguientes datos lugar de residencia, el nivel socioeconómico, el nivel de formación, el ingreso económico mensual, edad, estado civil, profesión, frecuencia al realizar turismo en la parroquia, servicios turísticos usados y preferencias en cuestión de atractivos turísticos.

En la siguiente tabla se desglosan de donde son más comunes los turistas que llegan a la parroquia.

10.2.2.3. Tabulación de encuestas.

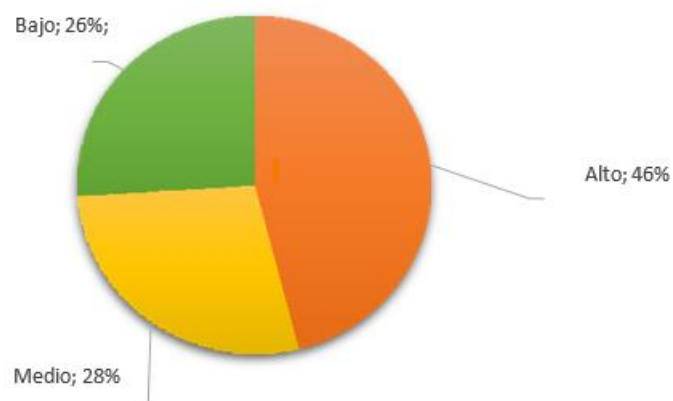
Para la aplicación de las encuestas se visitó sitios donde existe presencia de turistas dentro de la parroquia tales como la iglesia de Poaló, la iglesia de Maca Chico, la Iglesia de Pilligsillí esto se lo realizó en un tiempo estimado de 4 días, especialmente los domingos donde se notó la mayor presencia de visitantes en los lugares antes mencionados, la información obtenida ayudó a la formación del perfil del turista que visita la parroquia.

Figura 2 Lugar de Origen de turistas que visitan la parroquia Poaló



Como se puede observar el ingreso de turistas es mayor por parte del cantón Saquisilí y Latacunga esto se puede deber a la cercanía que existe entre los destinos, a continuación se encuentra Quito y Salcedo y por último Ambato y el cantón Mejía. Los encuestados expresaron que les gusta ir a la parroquia debido a la tranquilidad, además de la gastronomía que se puede degustar, también comentan que la temporada en la que más visitan este lugar es fiestas y celebraciones en las diferentes comunidades y barrios debido a que en estas se puede observar la calidad de la gente que habita en los diversos sitios.

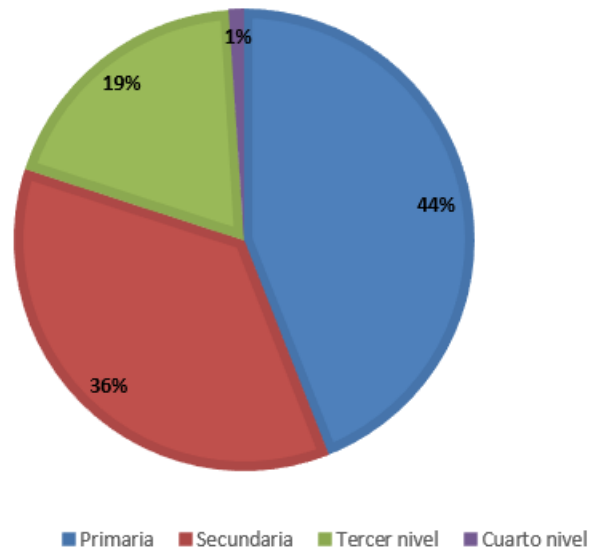
Figura 3 Nivel Socioeconómico



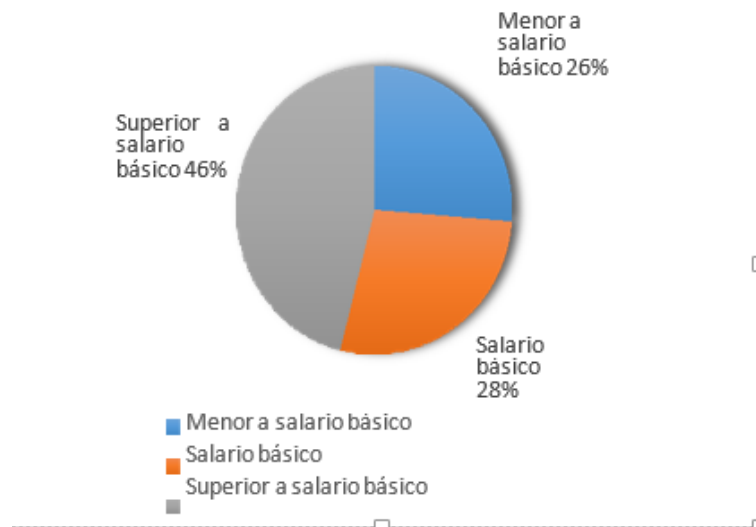
Para fijar estos rangos se tomó en cuenta el ingreso mensual de los turistas encuestados esto siendo como base el salario mínimo establecido en el país esté siendo el rango medio, inferior a este valor se considera bajo y superior al mismo como alto.

De los 388 encuestados el 28% se describieron como un nivel socioeconómico medio, el 26% de un nivel bajo y el 46% con un nivel alto. Esta información es útil a la hora de fijar un precio a los productos creados.

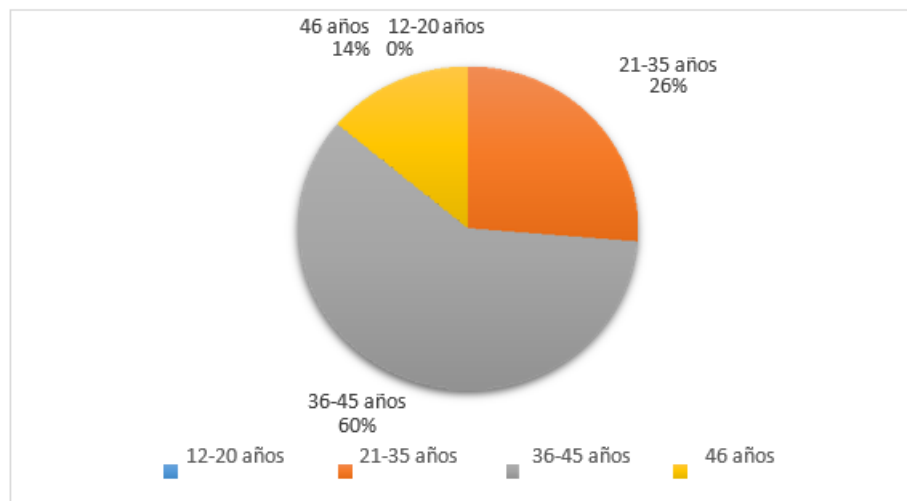
Figura 4 Nivel de educación



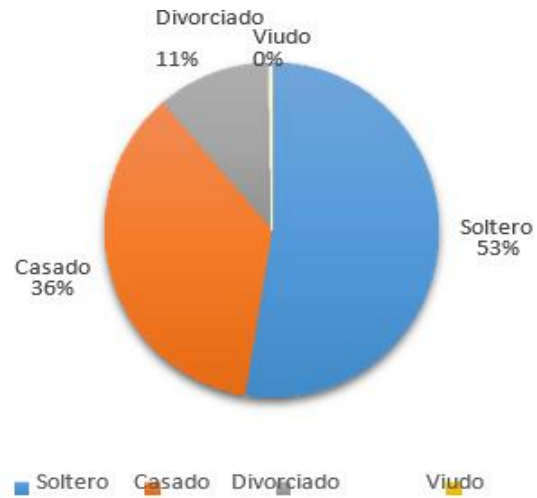
El nivel de educación predominante con la que contaron los encuestados es el nivel primario con un 44% de afirmaciones, el nivel secundario fue el segundo con un 36%, el 19% de respuestas afirmaron haber terminado la universidad y solo el 1% cuentan con un título de cuarto nivel.

Figura 5 *Ingreso mensual*

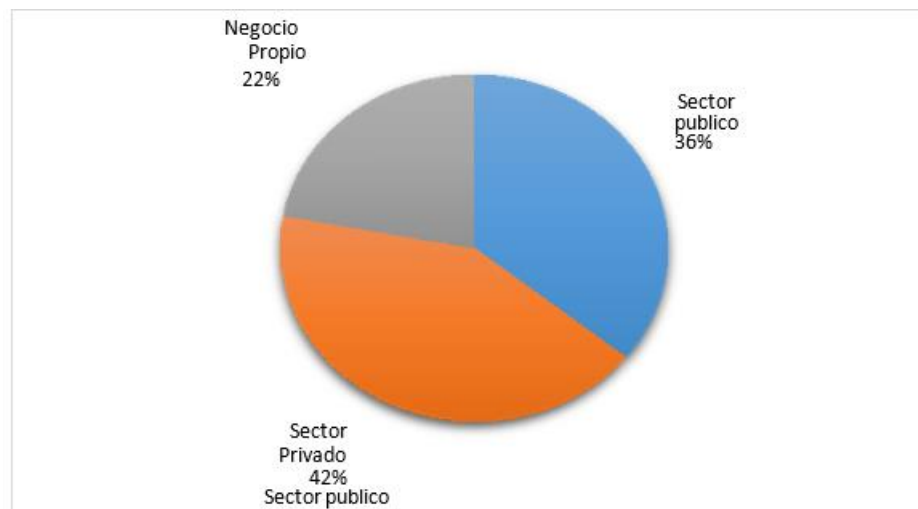
En cuanto al ingreso mensual el 46% de encuestados cuentan con un ingreso superior al salario básico, el 28% cuenta con un ingreso del salario básico y el 26% tienen un ingreso menos al salario básico.

Figura 6 *Edad*

La edad de los encuestados varía del 21 a 46 años, el 60% está en una edad entre los 36 a 45 años, el 26% se encuentran entre los 21 a 35 años y el 14% superior a los 46.

Figura 7 Estado civil

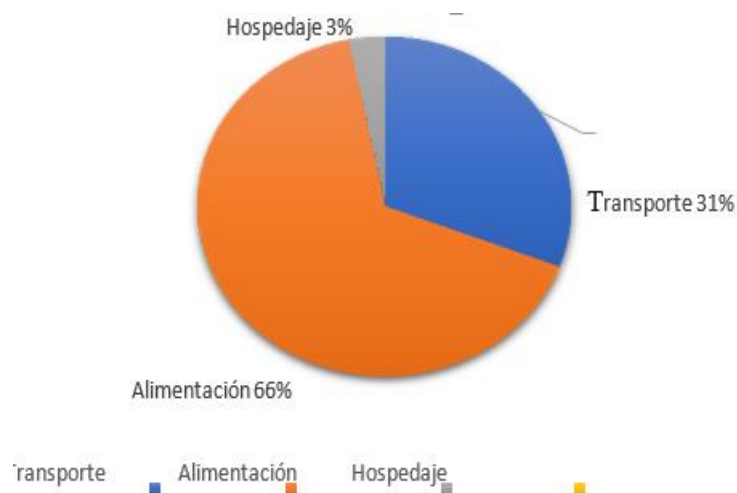
El estado civil de los encuestados es variado el 53% se identificó como soltero, el 36% como casados y el 11% como divorcias como se puede apreciar la población mayoritaria que visita el sector es la soltera, pero se debe mencionar que algunos de los mismos viajan con su pareja

Figura 8 Ocupación

En cuanto a la ocupación el 46% de los encuestados trabajan en el sector privado, el 36% en el sector público y el 22% cuentan con su propio negocio.

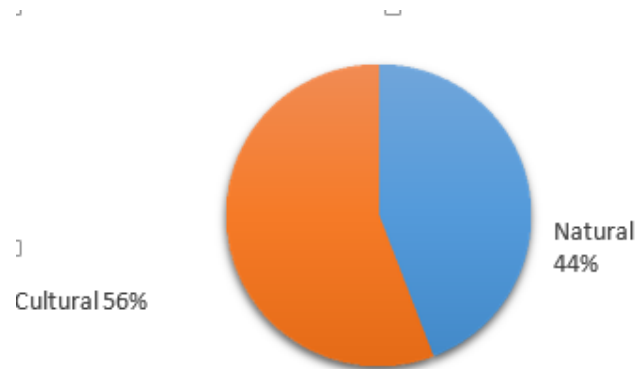
Figura 9 *Visita lugares Turísticos*

Como se puede apreciar en la gráfica, el 82% de encuestada visita la parroquia, esporádicamente se mencionó que prefieren llegar en temporada de festividades por lo llamativas de las mismas, el 12% dijo que acude de tres a cuatro veces por mes esto con acuerdo a un domingo por semana y el 6% menciona que llega a la parroquia de 1 a dos veces por semana los motivos fueron variados como por visitar a familiares, cuidado de terrenos que poseen en los diferentes sectores, devoción, etc.

Figura 10 *Servicios turísticos*

El 66% de encuestados mencionaron que usan el servicio de restauración cuando viajan, el 31% mencionan que el 31% el transporte y el 3% el servicio de hospedaje

Figura 11 *Atractivos turísticos de interés*



El 56% de encuestados prefiere el turismo cultural, mientras que el 44% mencionó que prefiere visitar lugares naturales.

10.2.2.4. Perfil del turista nacional.

Con la información recolectada mediante las encuestas se pudo elaborar la siguiente tabla donde se describe el perfil del turista que visita la parroquia:

Tabla 14 *Perfil del turista*

Lugar de origen	El origen más frecuente de donde proceden los turistas que visitan la parroquia es de los cantones y ciudades cercanas a la misma como Latacunga, Saquisilí, Salcedo y Quito
Nivel socioeconómico	El nivel económico se encuentra con un ingreso mensual igual o superior al salario mínimo.
Grado de instrucción	Nivel secundario y universitario
Ingreso anual	El ingreso anual es de 5400 dólares anuales o superior a este.
Edad	El promedio de edad de los turistas es entre los 21 a los 30 años.
Estado civil	Solteros, casados, o viajan en pareja o amigos.
Ocupación	Servidores en el sector público, privado o cuentan con negocios propios
Contratación de servicios	El servicio más usado es el transporte debido a que los visitantes no se quedan por mucho tiempo.
Satisfacción de viaje	Se prefieren sitios sin presencia de contaminación acústica y que cuenten con una buena cantidad de cultura.
Fecha de viaje	Septiembre, diciembre y enero.
Motivación de viaje	Las motivaciones de viaje son de dispersamiento o visitar Familiares.
Preferencias	El conocer nuevos lugares, principalmente cultura como gastronomía y tradiciones

Fuente: Datos obtenidos por medio de encuestas aplicadas

Se determinó que el perfil del visitante es de un nivel socioeconómico medio, con ingresos mensuales que van en el rango de sueldo básico o supera este, además contar con puestos en el sector público y privado, por otro lado, existen individuos que contaban con ingresos mediante negocios propios como tiendas, ferreterías, restaurantes, etc.

La principal razón de viaje es el disfrutar con amigos y familia, además de participar en ritos religiosos, además de fiestas populares en las diferentes comunas y barrios del sector, para lo cual se identificó que las principales fechas de viaje son en los meses de septiembre, diciembre y enero. Se menciona que prefieren salir de la monotonía de la ciudad y apreciar lugares nuevos donde no existe contaminación visual ni auditiva.

Los principales servicios que son útiles para los viajantes es principalmente el transporte debido a que los recursos que existen en el lugar los son conocidos mejor por los lugareños, además de saber llegar a ellos más fácilmente, el segundo es el de alimentación, en la parroquia existen lugares que ofrecen la gastronomía típica donde además de contar con una buena sazón se podrá ver la amabilidad y el buen servicio que ofrecen.

10.2.2.5. Análisis de la Oferta.

Según Lluart & Rodríguez (2022) La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia.

A continuación se presenta una tabla de resumen con la oferta turística presente en la parroquia San José de Poaló.

Tabla 15 *Oferta turística de Poaló*

Oferta		
Atractivos		
	Culturales	5
	Hospedaje	1
	Alimentación	4
Servicios Turísticos	Transporte	1
	Recreación	2
	W.C	2
Servicios Básicos	Electricidad	Si
	Agua	Si

Nota: Servicios turísticos Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquial de Poaló 2020-2025

Los atractivos turísticos con los que cuenta Poaló son 5 uno de ellos se encuentra registrado el PDYOT parroquial por otro lado los otros 4 son los que se levantaron mediante las salidas de campo.

10.2.2.8 Análisis de Inversiones.

Las inversiones son actos que personas, empresas y gobiernos locales toman la decisión de aportar partes de las ganancias obtenidas en la aplicación de algún proyecto que pueda generar beneficios a corto o largo plazo, los campos en los que se pueden dar estas son muy variados como en la educación, salud, turismo, etc (Inversión, s. f.)

En el caso de la parroquia Poaló ha priorizado algunos proyectos a realizar en los diferentes barrios y comunas que la conforman, en el caso de la comuna Pilligsillí el gobierno parroquial ha decidido aportar en el mejoramiento de vías y la rehabilitación cultural.

Tabla 16 *Proyecto de inversión*

Proyectos Priorizados
Recuperación de fiestas y tradiciones de la comuna
Mantenimiento de las principales vías de acceso
Mejoramiento de los espacios públicos
Promoción y cultura de las fiestas
Planta de potabilización de agua para el consumo

Fuente: Servicios turísticos Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquial de Poaló 2022-2025

La parroquia prioriza el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes y la recuperación de la cultura en el PDYOT no especifica de cuánto será el monto a asignar para los diferentes proyectos que se proponen.

10.2.3. Análisis del contexto social, político y económico

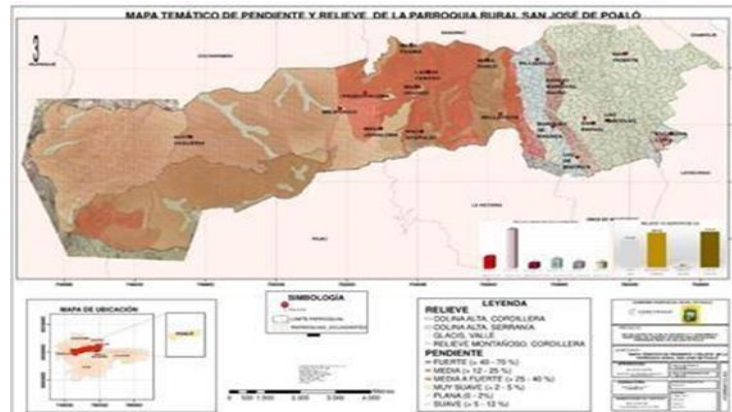
El estudio y posterior análisis de estas variables ayudarán a conocer que tan consolidado pueden estar los productos creados en la zona de estudio:

- Territorio
- Población
- Educación
- Trabajo y Empleo
- Mapa de actores del destino correcto

Territorio

La comuna Pilligsilli se encuentra ubicada dentro de la parroquia San José de Poaló aproximadamente a 41 minutos del centro de Poaló, su clima es el propio del páramo su temperatura varia de entre 8 a 21 grados. Según el (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025 (2020) dentro de la parroquia existen 17 centros poblados entre los que se encuentran San José de Poaló, Barrio Mariscal Sucre, Pilligsillí, Maca Chico,, Bellavista, Márquez de Maenza, Luz de América, San Vicente, Maca Ushaloma, Acchi Vaquería, Milipungo, Chuquiraloma, Maca Grande, Maca Atápulo, Laigua Centro, Escalera Loma, Maca Chuquiraloma.

Figura 12 Ubicación de la parroquia Poaló



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquial Poaló 2020 -2025

Población

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025 (2020) la zona cuenta con una población de 5709 de personas de las cuales 2732 son hombre y 2977 son mujeres a continuación se mostrará una tabla con el rango de edades de la población.

Tabla 17 Población Poaló

Grupo de edad	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	52	46	98
De 1 a 4 años	269	245	514
De 5 a 9 años	347	324	514
De 10 a 14 años	355	334	689
De 15 a 19 años	393	326	619
De 20 a 24 años	243	236	479
De 25 a 29 años	197	238	435
De 30 a 34 años	145	173	318
De 35 a 39 años	123	157	280
De 40 a 44 años	117	138	255
De 45 a 49 años	107	137	244
De 50 a 54 años	99	113	212
De 55 a 59 años	75	100	175
De 60 a 64 años	91	116	207
De 65 a 69 años	84	102	186
De 70 a 74 años	54	75	129
De 75 a 79 años	36	61	97
De 80 a 84 años	26	27	53
De 85 a 89 años	15	19	34
De 90 a 94 años	3	5	8
De 95 a 99 años	1	2	3
De 100 años y mas	-	3	3
Total	2732	2977	5709

Nota: Población por género y edad Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial

parroquial Poaló 2020 -2025.

La población que predomina y cuenta con una mayor tasa de vida son las mujeres que pueden alcanzar los 100 años de vida por otro lado los hombres con gran dificultad llegan a esa edad.

Al momento de realizar la actualización del PDYOT (2020) se realizaron talleres en los centros poblados de la zona es aquí donde por parte de la comuna Pilligsillí se tuvo la asistencia de 77 moradores, por otro lado al momento de realizar el levantamiento por medio de las fichas se obtuvo información que la comuna está conformada por aproximadamente 400 socios.

Educación

En nivel educativo la parroquia cuenta con 12 instituciones educativas que brindan este derecho a aproximadamente a 556 estudiantes de los cuales 303 son niñas y 273 son niños, los docentes a cargo de los mismos son 57 de los cuales 41 son profesoras y 16 son profesores (Datos Abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador – Ministerio de Educación, s. f.)

El nivel de instrucción en la parroquia es relativamente bajo según datos INEC (2010) Poaló cuenta con un 40,38% de instrucción Primaria, un 16% de instrucción secundaria y un 3,98 % de educación superior.

Tabla 18 *Tasa de educación*

Tasa de Educación	
Analfabeto	Alfabeto
14.32 %	85.68 %

Nota: Tasa de educación Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Parroquial Poaló 2020 -2025

Según datos del INEC la población se dedica mayoritariamente a la agricultura, silvicultura, caza y pesca que representa el 84.59% de los casos, seguido del trabajo en el sector público en el 6.68% de los casos. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025, 2020).

Tabla 19 *Población económicamente activa*

Ocupación	% Casos
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	84.59
Sector Publico	6.68
Manufactura	5.65
Comercio	3.08

Nota: Tabla con principales actividades realizadas en la Parroquia

Mapa de actores del destino correcto

Según Promperú el mapa de actores abarca los diferentes representantes que influyen directamente en el destino. Las entidades que pueden influir directamente son públicas como:

- a) GAD Parroquial
- b) GAD Cantonal

Análisis nacional e internacional

En el caso de este análisis se abordaron tres aspectos entre ellos se encuentra el económico, político y tecnológico. Es importante conocer el cómo se encuentra el territorio nacional e internacional debido a que dentro de este se desarrollan las diferentes actividades entre ellas la turística.

Aspectos Económicos

Para comenzar este análisis se realizó un estudio de la inflación según Banco Central del Ecuador (2022) en el 2021 el promedio interanual a nivel mundial fue de 4.3%, lo que muestra un avance frente a la registrada en el 2020 la cual fue de un 30.2%, este aumento se debió a la recuperación de la demanda mundial la cual se vio reprimida debido a la pandemia, como el principal factor que ayudó al alza de los precios fue el incremento del combustible. Por otro lado según el Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe (2021) la caída de la demanda en la región durante la primera mitad del 2020 provocó un descenso en la inflación se registró un 1,9% al 3,0 % y este continuó hasta junio del 2020 donde se observó un incremento del 6,4%.

En el caso del Ecuador la economía pasó por una deflación de -0.93% debido a la pandemia del COVID-19 que provocó una interrupción del comercio interno como externo, pero al reactivarse la economía en el país la inflación incrementó en el 2021 a 1.94%. Por otro lado, las tasas de interés para los microcréditos del sector financiero de la Economía Popular y Solidaria disminuyeron 2 puntos porcentuales a partir de mayo de 2021.

En cuanto al mercado laboral el Ecuador presentó un leve incremento en el año 2021 esto según Banco Central del Ecuador (2022) el cual menciona que se evidenció un incremento de 1.3 puntos porcentuales, pasando de un 65.4% a 66.7 % este incremento quiere decir que 299,000 personas se sumaron a la fuerza laboral del país.

Después de realizar la recopilación de información se puede mencionar que la pandemia trajo consigo varios cambios a la economía del mundo y del país, se pudo divisar que en el caso de la inflación al momento de llegar la pandemia tuvo una deflación muy grande, pero al llegar a una pos pandemia se incrementó exponencialmente y esto se pudo ver en todo el mundo. Y nuestro país no fue la excepción de este incremento al reactivarse las actividades económicas este igual incremento, esto también trajo el crecimiento y creación de nuevas empresas lo que desembocó en la creación de nuevos empleos que beneficiaron a los ciudadanos y al Estado.

Aspecto político

En este aspecto se analizará sobre todo la seguridad como nos menciona Sánchez (2020) la seguridad ciudadana es una de las dimensiones más importantes que comprende el asunto de seguridad humana además de estar presente en la agenda política. La visión política del Ecuador se encuentra enfocada en tres estrategias esto según Plan Nacional de seguridad integral 2019-2030 (2019) las cuales empiezan por: la defensa del Estado, la seguridad pública y la seguridad frente a riesgos.

Como se identificó en la investigación la seguridad tanto a la ciudadanía como a visitantes extranjeros son de prioridad para el gobierno ecuatoriano, en el caso del turismo es fundamental esto debido a que ninguna persona visitará un lugar en el que exista inseguridad.

Análisis FODA

La matriz FODA permite tener una visión más amplia sobre todos los factores internos y externos que afectaron de una manera positiva o negativa al destino todo esto se consigue gracias a la información recolectada.

Este FODA se elaboró tras la investigación elaborada en el área de estudio mediante revisión bibliográfica y las salidas de campo se identificaron aspectos positivos y negativos internamente como externamente que afectan a la zona.

Tabla 20 *Matriz FODA*

Internas	Aspectos positivos	Aspectos Negativos
	Fortalezas	Debilidades
	Buena organización por parte de las directivas de los barrios y comunas a la hora de la planificación de las fiestas.	Falta de planta turística en la parroquia
	Proyectos para la recuperación de fiestas y celebraciones por parte del GAD parroquial para el fortalecimiento de la cultura	Falta de información acerca de los atractivos dentro del PDYOT
	Presencia de un ambiente limpio sin presencia de ruidos molestos	No existe promoción sobre las diferentes festividades y recursos turísticos con los que cuenta la parroquia
	Calidez y hospitalidad por parte de los moradores	Vías de acceso en mal estado por falta de mantenimiento
	Calendario festivo variado	Falta de un técnico de turismo en el GAD Parroquial
Externas	Oportunidades	Amenazas
	La academia cuenta con trabajos que hablan sobre las festividades y recursos que existen en la parroquia.	Falta de inversión de entes privados para el mejoramiento de la Parroquia.
	Implementación de señalética turística por parte de	Pérdida de atractivos por falta de inversión privada o

GAD Cantonal.	publica
Se nombra las festividades de la parroquia en el plan turístico del Cantón Latacunga.	Plan de Márquetin Inexistente
Trabajos de la academia hablan sobre formas de promocionar a la Comuna Maca Chico	Incremento de plantaciones de Florícolas.
La cercanía de la parroquia a atractivos turísticos importantes como el volcán Cotopaxi y La ciudad de Latacunga	Aumento de la delincuencia en ciudades cercanas a la Parroquia

Nota: Factores que influyen en el destino

El destino cuenta con varias fortalezas que benefician a la parroquia al desarrollo del turismo dentro de los barrios y comunas que forman parte del mismo. Las debilidades que posee principal mente se ven reflejadas a la falta de diversificación turística además de la falta de promoción de los atractivos ya existentes.

10.2.4. Conceptualización del producto turístico

Como lo menciona Promperú (2014) al llegar a este punto de debe tener en claro el panorama general del destino y todas las potencialidades que existen para el desarrollo de los productos. El conceptualizar un producto implica plantar la temática principal del mismo, así como también sus características y elementos básicos que debe contar para diferenciarse de los existentes. Para seguir este paso la metodología de Promperú recomienda la utilización de una tabla donde se prioriza lo que se ve y tomando en cuenta que se quiere transmitir al turista con el producto a diseñar.

Tabla 21 *Conceptualización del producto turístico*

Conceptualización del producto turístico	
Construyendo un producto pensando en lo que vemos	Construyendo un producto pensando en lo que queremos transmitir a los turistas
¿Cuál es la temática? Cultural	¿Qué lo hace especial? Los atractivos culturales religiosos además de la calidad de los moradores del sector
¿Qué actividades se pueden ofrecer? Visitas a las iglesias Visita al santuario del señor de Maca Visita a la Fiesta Caminatas Avistamiento de flora y fauna Procesiones Religiosas	¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista? La experiencia de formar parte de las tradiciones y festividades religiosas, además de sentir la calidad y hospitalidad de los moradores.
¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto? Priostes de las festividades <i>Directivas comunales</i> <i>Sacerdotes de las iglesias</i>	¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto? Mostrar a los turistas que la parroquia de Poaló y la comuna de Pilligsillí cuenta con un gran potencial turístico que debe ser aprovechado

Nota: Cuadro concepto de productos Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos

Los productos que se crearan cuentan con una temática cultural que busca la interacción de turistas y moradores de las comunas y barrios de la parroquia, las actividades antes plateadas son adecuadas para lograr una interrelación entre el turista y la comunidad esto beneficiara a que las tradiciones se puedan transmitir y no se pierdan en el tiempo. Para conceptualizar los productos de manera apropiada se realiza el siguiente paso:

Identificación de productos turísticos potenciales

Según Promperú (2014) para la identificación de potenciales productos es importante tomar en cuenta la base de datos obtenida con el análisis del destino turístico, es de aquí donde se partirá con todas las posibilidades y alternativas de diseño de productos.

La propuesta de estos implica su identificación, análisis y evaluación con el fin de priorizar los productos que se desarrollaron.

Los productos turísticos potenciales deben ser identificados siempre tomando en cuenta el mercado turístico, esto se lo realizará tomando en cuenta el perfil del turista antes formulado. Para empezar con la identificación se realizará la matriz de comparación entre producto y mercado. Para la presente investigación se realizará una comparación entre el lugar de estudio que se encuentra dentro de la parroquia Poaló y el destino más cercano que en este caso sería Latacunga.

Tabla 22 *Matriz producto y mercado*

Matriz de comparación entre producto y mercado				
Destino: Cantón Latacunga				
Producto/ Mercado	Extranjero		Nacional	
	En tour	Independiente	Local	Regional
Patrimonio y cultura	*	**	**	
Festividades locales	**	***	***	

Nota: Para la calificación * es limitado, ** moderado a bueno y *** Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos

De acuerdo con la matriz los productos que tiene más potencial están ligados a la naturaleza, aventura y deportes extremos, por lo cual es factible crear propuestas relacionadas a los ámbitos antes mencionados. Aunque el ámbito cultural no cuente con un potencial alto también se lo aplicara en la creación de productos turísticos.

Con el análisis realizado del producto y mercado se aplicará la matriz de destino propuesta por la metodología para corroborar de mejor manera el ámbito de interés de la demanda turística. En la matriz de destino se colocará una (x) de acuerdo con los intereses de los perfiles de los turistas.

Partiendo de la matriz antes presentada se aplicará una nueva la de destino el mismo que se propone dentro de la metodología.

Tabla 23 *Tipos de destino*

Producto	Destino		
	Internacional	Nacional	Local
Naturaleza	X	X	
Cultural	X	X	X
Religioso		X	X
Aventura	X	X	X
Ocio			

Nota: Se detalla los productos en base a sus preferencias Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos

Los productos con que más les interesa a los turistas internacionales, nacionales y locales fueron los naturales, culturales, religiosos y de aventura

La metodología de Promperú (2014) nos menciona que el identificar las condiciones necesarias que debería tener el producto para poder operar de la forma esperada. Se debe detallar los requerimientos mínimos y acciones necesarias para que el producto turístico propuesto sea consumido en un mínimo de nivel de calidad y adecuación. Para ordenar esta información de una manera adecuada se realiza la siguiente tabla.

Tabla 24 *Cuadro general de condiciones*

Concepto del producto	Público objetivo	Condiciones de infraestructura	Condiciones de servicios
Los productos turísticos propuestos se basan en el ámbito cultural religioso	Turistas nacionales de entre 20 a 45 años con un rango económico medio que cuenten con educación básica la primaria y secundaria con un ingreso económico menor al salario básico o igual al mismo con gusto por la cultura y tradiciones.	Poaló cuenta con todos los servicios básicos, además cuenta con un servicio de camionetas 4x4 que provee de transporte a los moradores de la parroquia, las vías de acceso e internas son de tercer, segundo y primer orden. Cuenta con un centro de salud y una UPC que brinda seguridad y protección a los habitantes del lugar.	En la parroquia existe escaso establecimientos pero los que existen son los dedicados a la alimentación.

Nota: Se presenta las características de los productos Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos

Evaluación de productos turísticos propuestos

Según la metodología del Promperú al llegar a este punto se contará con las propuestas de productos potenciales, esto gracias a la información recolectada desde el inicio de la investigación. El análisis de la viabilidad de los productos turísticos propuestos, para la realización de esto se analizará la oferta y la demanda.

Análisis de oferta

Poaló es una parroquia con gran riqueza cultural y agrícola, es conocida por sus cuencas hídricas que proporcionan este líquido vital a toda la zona, además de contar con una gran variedad de atractivos culturales como la iglesia de Poaló, la hacienda Tilipulo, la fiesta en honor al Señor de Maca, las fiestas barriales y comunales. Actualmente, la parroquia ha tenido un progreso muy notable tanto en el ámbito social como económico haciendo grandes avances principalmente en el mejoramiento de la calidad de vida de la población, como dando mantenimiento a la red de distribución de agua y del tendido eléctrico, además del mejoramiento de las vías de acceso.

Análisis de demanda

La parroquia de Poaló ha contado con notable progreso en el turismo según las encuestas realizadas, ha aumentado el número de visitantes, especialmente en temporada de celebraciones religiosas y barriales o comunales. En estas fechas se ve la presencia de visitantes de Quito, Saquisilí, Latacunga, Salcedo, Ambato y Mejía, el rango de edad de las personas que llegan es de entre 21 a 45 años de edad, con ingresos mensuales de menores al salario básico, los mismos que usan servicios de alimentación y transporte. El hospedaje no se ocupa mucho debido a que los visitantes solo acuden a la parroquia durante 1 a 2 días máximos.

10.2.5. Diseño del producto turístico

En este punto del proceso de la creación de productos, lo que se busca es detallar y sistematizar la información previamente trabajada. Según Promperú (2013) aquí se busca reconocer acciones concretas que se deben llevar a cabo un buen desarrollo del producto que se quiere crear.

El diseño de productos turísticos con base a la Fiesta en honor al Señor de Maca se elaboró a través de la información obtenida por las encuestas. Los productos están enfocados a la satisfacción del turista que visita la parroquia Poaló esto debido a que la comuna de Pilligsillí no cuenta con los suficientes atractivos culturales para complementar a la celebración por lo cual se obtuvo por la creación de 2 full day uno en temporada de festividades y otro que se lo puede llevar a cabo en cualquier fecha del año.

Descripción detallada del producto turístico 1

La descripción se encuentra formada por el nombre que se le dio, el número de atractivos que conforman el producto y la duración del mismo. En la tabla 22 se da a conocer detalladamente los resultados.

Tabla 25 *Producto turístico 1*

Nombre del producto	Camino hacia el Señor.
Numero de atractivos turísticos	4 atractivos culturales
Tipo de producto	Full Day
Duración de la ruta	8:00 horas -8,1 kilómetros
Descripción: El recorrido consta de una caminata recorriendo las iglesias desde Poaló hasta el santuario al Señor de Maca	

Descripción del full day

Al recorrido se le puso el nombre de “Camino hacia el Señor”, ya que los atractivos visitados serán de carácter religioso, la iglesia de San José de Poaló, la iglesia de la comuna

de Pilligsillí lugar donde se realiza la festividad, el Santuario del Señor de Maca y la hacienda de Tilipulo la duración de este recorrido será de aproximadamente ocho horas y media.

Itinerario del full day

A continuación en la tabla 26 se describe cómo se llevará a cabo el full day con las paradas en los atractivos, los servicios se incluirán, horas de permanencia en cada uno de ellos.

Tabla 26 *Itinerario "Camino hacia el Señor"*

Producto 1			
Denominación; Full Day Camino hacia el Señor			Código: 001
Carácter: Convivencia con atractivos culturales			Dificultad: Baja
Duración: 8:30 horas	Idioma: Español		Centro de operación: Parroquia Poaló
Día	Hora	Actividades	Lugar
	8:00 am – 8:30 am	Punto de encuentro	Terminal terrestre Latacunga
	8:30 am – 9:00 am	Salida hacia el Santuario del Señor de Macas	Latacunga – comuna Maca Chico
	9:00 am – 9:30 am	Recorrido sobre el Santuario del Señor de Maca	Maca Chico
	9:30 am – 10:00 am	Tiempo para tomar fotos dentro del santuario y donde se encontró la imagen	Maca Chico
	10:00 am – 10:30am	Caminata hacia la iglesia de Pilligsillí	Maca Chico – Pilligsillí

	10:30 am – 11:00am	Explicación de la realización de la fiesta en la iglesia	Pilligsillí
	11:00am – 11:30am	Box lonch	Coliseo de Pilligsillí
	11:30am – 12:10pm	Juego trivia del Señor de Maca	Coliseo de Pilligsillí
	12:10pm – 12:40pm	Caminata hacia la iglesia de San José de Poaló. Fotografía y charla sobre datos de la parroquia	Pilligsillí – Poaló
	12:40pm – 13:00pm	Visita a la Iglesia de San José	San José de Poaló
	13:00pm – 13:30pm	Actividad “Identificación de imágenes” en el Parque de San José de Poaló	Parque de San José de Poaló
	13:30pm – 14:30pm	Almuerzo en la Casa de Tere	San José de Poaló

	14:30pm – 14:35	Caminata hacia la Hacienda Tilipulo	San José de Poaló
	14:35pm – 15:30pm	Recorrido por la Hacienda Tilipulo	San José de Poaló
	15:30pm – 16:20pm	Búsqueda del tesoro “Arma tu Santo”	Hacienda Tilipulo
	16:20pm – 16:38pm	Regreso a Latacunga	San José de Poaló-Latacunga
Que llevar al Full Day			
<ul style="list-style-type: none"> ● Gorra ● Ropa cómoda ● Zapatos cómodos ● Bloqueador solar 			
Servicios que incluye Full Day			
<ul style="list-style-type: none"> ● Alimentación ● Guianza ● Transporte ● Box Lunch 			

Nota: Actividades y visita a los Atractivos Turísticos

Guión del Full Day “Camino hacia el Señor”.

La ruta Camino hacia el Señor, les recuerdo que este recorrido tiene una duración de aproximadamente 8 horas en las cuales se podrán observar una gran variedad de paisajes como las actividades diarias de los moradores de la parroquia.

Antes de empezar les recuerdo las normas de convivencia:

- No arrojar basura
- No alejarse del grupo
- Si se tiene una pregunta al final de la explicación

Con esto en mente empezamos nuestro Camino hacia el Señor partiremos de aquí a la hermosa ciudad Latacunga hacia nuestra primera parada.

Ahora mismo nos encontramos en la ciudad de Latacunga capital de la provincia de Cotopaxi nos encontramos a una altura de aproximadamente a 2750 msnm y con una temperatura de clima andino de 12 grados aproximadamente nuestro primer destino se encuentra en la parroquia de Poaló que se encuentra a una altura de 1500 msnm cuenta con una temperatura aproximadamente de 9 a 18 grados centígrados.

Nuestra primera parada es el Santuario del Señor de Maca nos encontramos en la comuna de Maca Chico una de las tantas comunas de la parroquia Poaló, es aquí donde se encuentra la imagen del Señor de Maca la cual apareció a pocos metros de este en un árbol de quishuar. Este santuario está conformado por una sola nave y dos pináculos, en medio de estos dos se encuentra un campanario que anuncia el inicio de la eucaristía, dentro del mismo encontramos el altar donde se encuentra la imagen del Señor de Maca y el cristo crucificado, en las paredes del santuario se encuentran cuadros religiosos como el de Santa María, Jesús crucificado, la historia del Señor de Maca, la virgen Dolorosa, etc. La construcción de este santuario se pudo dar gracias al esfuerzo de todos los moradores de la comuna que mediante

mingas pudieron edificar este santuario, esto lo hicieron para tener un lugar donde agradecer al Señor de Maca por todos los milagros hechos.

A continuación tendrán un tiempo para tomar fotografías aquí en el santuario y sus alrededores, para posteriormente realizar un recorrido hacia la comuna Pilligsilli donde se encuentra nuestra segunda, parada la iglesia de esta comuna, al realizar esta caminata podremos pasar por el lugar donde se encontró la imagen.

Llegamos a la comuna de Pilligsilli los moradores de este poblado rinden devoción al Señor de Maca por lo cual se le realiza una fiesta en su honor y a los milagros que este ha concedido a los moradores y personas devotas a este. La fiesta tiene una duración de aproximadamente 5 días en los cuales se realizan varias actividades como festivales de bandas, presentación de artistas invitados, participación de grupos de danza, procesiones con la imagen, presentación de bandas de pueblo que recorren la comuna, etc.

La iglesia de esta comuna está compuesta por una sola nave y dos pináculos, al igual que el santuario esta cuenta con un campanario que anuncia el inicio de la eucaristía, los moradores de esta comuna le tienen mucha devoción que este lugar de adoración fue construido por los mismos moradores de la comuna que necesitaban un lugar propio para rendir alabanza y agradecimiento a dios y a su patrono.

Descansaremos un momento aquí en el coliseo de la comuna donde nos serviremos el box lunch para retomar energías y continuar con nuestro recorrido.

Antes de continuar realizaremos nuestra primera actividad el Juego de trivial para conocer cuánto hemos aprendido en nuestro recorrido hasta el momento.

Trivia

¿En qué parroquia se encuentra la comuna de Maca chico?

¿Cómo se llama el patrono de la comuna donde nos encontramos?

¿En un árbol de que apareció el Señor de Maca?

¿La imagen de Don Bosco se encuentra dentro del santuario?

¿Cuántos días dura la fiesta en Pilligsillí?

¿La imagen de la virgen dolorosa adorna el santuario del Señor de Maca?

¿Quiénes construyeron el santuario?

¿En qué comuna nos encontramos en este momento?

Continuaremos con nuestro recorrido, ahora nos dirigiremos hacia el centro de Poaló donde se encuentra nuestro siguiente destino el cual es la iglesia de San José de Poaló durante nuestro recorrido podremos divisar algunos lugares como las plantaciones de flores los cuales son una actividad productiva del lugar, como también la crianza de animales como cerdos, vacas y ovejas animales que proporcionan diferentes recursos como carne, leche y lana. Otra actividad productiva es la agricultura, como se pudo apreciar en el recorrido se pueden ver plantaciones como maíz, fréjol, papas, alfalfa, entre otros productos que ayudan al comercio de la parroquia.

Llegamos a la iglesia de Poaló como podemos observar cuenta con una nave central muy amplia y dos pináculos a los lados de la entrada de la iglesia, un porche que en su cúpula se encuentra un reloj y campanario, en su interior se puede observar varios cuadros con imágenes de varios santos como ven esta iglesia cuenta con un transepto y un crucero que nos lleva al porche.

Bueno a continuación tendrán un tiempo para tomar fotografías y hacer preguntas, posterior a esto nos dirigiremos al parque que queda aquí adjunto a la iglesia donde realizaremos la siguiente actividad la identificación de imágenes como saben, durante nuestro recorrido hemos visto algunas imágenes de santos, veremos si podemos identificarlos.

Imágenes a identificar

- Señor de Maca
- Virgen la dolorosa

- San José
- Divino Niño Jesús
- San miguel Arcángel
- Virgen de la merced

Ahora nos dirigiremos hacia donde almorzaremos, ahí recuperaremos energías para poder continuar nuestro recorrido.

Ahora con nuestro estómago lleno podremos dirigirnos hacia nuestro último destino que es la hacienda Tilipulo donde visitaremos el reloj de sol, el purificador de agua, el calabozo, el pozo y la iglesia santuario Miraflores la María

Llegamos ahora les hablaré un poco sobre nuestro destino, la compañía de Jesús asumió esta propiedad que fue construida a partir de 1720 bajo la dirección del hermano Marcos guerra, arquitecto constructor que plasmó su ingenio y talento. Esta hacienda jugó un papel muy importante en la gesta libertaria de Latacunga dado que aquí es donde se albergaron los patriotas libertarios.

Es aquí donde podremos empezar con nuestra última actividad que es buscar el tesoro en que consta en encontrar los fragmentos esparcidos, 4 piezas que formaran una imagen, el que lo consiga primero será el ganador, para encontrar las piezas se les dará unas pistas y ustedes deben buscarla. Con esto culminamos nuestro recorrido, espero que les haya gustado y toda la información brindada haya sido de su gusto y recuerden que siempre podemos ir en un camino hacia el Señor, Gracias.

Costo

Tabla 27 *Costo neto del Full day Camino hacia el Señor*

<i>Servicios</i>	<i>Costo para 10 pax</i>	<i>Costo por persona</i>
Box lunch	40.00	4.00
Transporte	140.00	14.00
Guía	40.00	4.00
Almuerzo	30.00	3.00
Total		27.44

Nota: *Tabla de componentes y costos*

$$PV = \left[\left(\frac{CT}{1 - Utilidad} \right) \right]$$

$$PV = \frac{27.00}{1 - 0.1} = 30.00$$

En la tabla 28 se muestra el precio de venta al público con la utilidad para el operador del tour:

Precio

Tabla 28 Precio de venta al público. Full day. Camino hacia el Señor

<i>Servicios</i>	<i>Costo para 10 pax</i>	<i>Costo por persona</i>
Box lunch	40.00	4.00
Transporte	140.00	14.00
Guía	40.00	4.00
Almuerzo	30.00	3.00
Utilidad		3,56
Total		30,00

Para poder validar si el precio de venta de 30.00 dólares es adecuado, es importante considerar otros factores como los costos del servicio además del margen de ganancia como se muestran en las tablas anteriores esto se cumple.

Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Para definir y mapear correctamente se describe brevemente el atractivo además de mencionar las actividades que se pueden realizar en los mismos. A continuación, se presenta los atractivos utilizados.

Atractivos

Iglesia de San José de Poaló

Fue una de las primeras iglesias existentes dentro de la parroquia es aquí donde los creyentes acudían a brindar sus oraciones a dios por todas las bendiciones y milagros concedidos, cuenta con una fachada en muy buen estado esto debido al cuidado con el que

cuenta gracias a los devotos y moradores del sector que ayudan a su conservación y preservación.

Actividades que se pueden realizar:

- Fotografía
- Recorrido por la iglesia

Iglesia católica de Pilligsillí

Esta iglesia fue construida gracias al aporte de los moradores de la comuna la misma fue construida para poder celebrar la eucaristía y agradecer al patrono de la comuna por las buenas cosechas y los milagros concedidos a propios o extraños. En la misma existe una imagen del Señor de Maca e imágenes de la virgen María.

Actividades que se pueden realizar:

- Fotografía
- Participación en la eucaristía Recorrido por la comuna Santuario del Señor de Maca

Esta es la iglesia donde se encuentra la imagen original donde se puede ver al señor de maca en un troco de chuquiragua, aquí asisten propios y extraños a dar gracias por todos los milagros realizados además de poder observar la hermosa imagen se puede apreciar la historia de la aparición de esta.

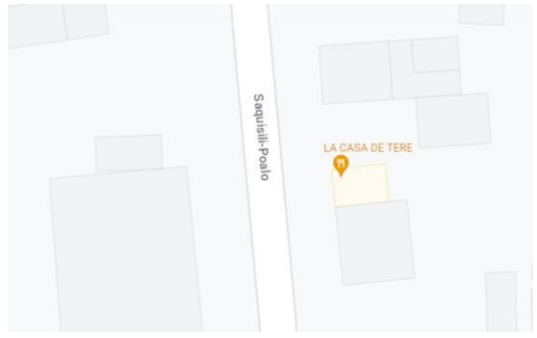
Actividades que se pueden realizar:

- Fotografía
- Participación de la eucaristía

Planta turística

Para este producto será necesario usar el servicio de alimentación el cual será adquirido dentro de la parroquia Poaló a continuación en la tabla se describe el establecimiento.

Tabla 29 Ficha técnica de servicios de alimentación

Servicio de alimentos y bebidas
N 1
Nombre: Casa de Tere

Dirección y referencias: Se ubica en Poaló Vía Saquisilí - Poaló a pocos metros del parque de Poaló.
Número de mesas: Cuenta con 5 Mesas
Número de comensales: Con Aforo a 25 personas
Costo: Varía según el plato varía desde los 2 a 3.50
Demanda: Visitantes Nacionales los fines de semana

Nota: Información del establecimiento

Servicios Complementarios

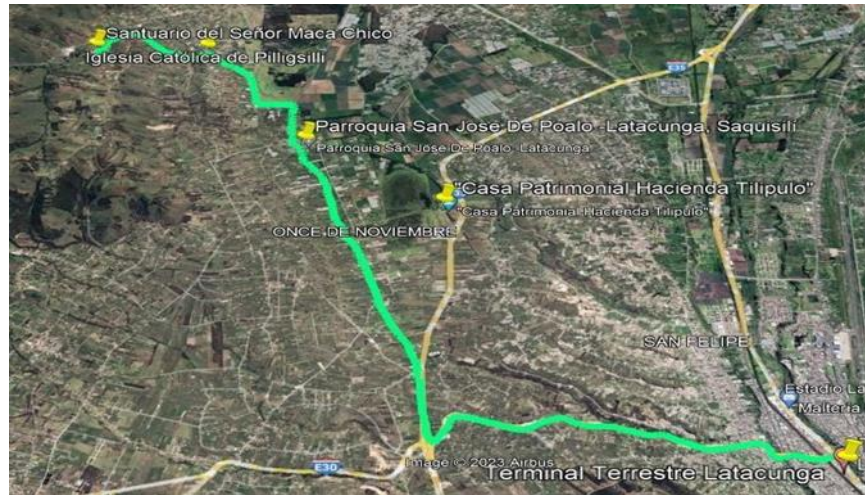
Transporte Cooperativa de camionetas CIA. Poalence S.A

Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico

Visitar lugares amplios y abiertos se volvió muy solicitado más desde la aparición del virus COVID-19 además de que los turistas desean disfrutar de nuevas experiencias como lo son fiestas tradicionales de barrios y comunas, lugares donde se reciba a los visitantes con los brazos abiertos donde se puedan sentir como en casa. Las condiciones viales a los diferentes atractivos son de primer y segundo orden además de encontrarse en buenas condiciones.

Gráfico del producto turístico

Figura 13 Georreferenciación de los atractivos



Nota: Ubicación de los atractivos Fuente: Google Earth

Descripción detallada del producto turístico 2

Continuación en la tabla 25 se muestra a descripción detallada del segundo producto llamada “Con Dios y el Pueblo”.

Tabla 30 Descripción del producto Turístico

Nombre del producto	Con Dios y el Pueblo
Número de atractivos turísticos	3 atractivos
Tipo de producto	Full day cultural
Duración de la ruta	8 horas-2 kilómetros
Descripción: Este producto busca brindar a los turistas vivir nuevas experiencias mediante la visita de iglesias que celebran los milagros realizados por el Señor de Maca además de ver como celebran los moradores de Pilligsillí a su patrono.	

Itinerario del Full Day Con Dios y el Pueblo

En la tabla 31 se presenta el itinerario programado acorde a los atractivos y actividades propuestas en la ejecución de la Fiesta en Honor al Señor de Maca.

Para este día se presenta como una mañana de deportes y artístico con la realización de partidos de fútbol, carreras, la presentación de grupos de danza, el recibimiento de los toros y corrida, además de realizar un recorrido con la imagen del Señor de Maca al son de cantos y oraciones. En la noche se realiza la presentación de artistas y orquestas con los cuales se procede a la apertura del gran baile general.

Tabla 31 *Itinerario full day "Con Dios y el Pueblo"*

Producto 2			
Denominación: Full Day “Con Dios y el Pueblo”			
Carácter: Convivencia con atractivos culturales y la comunidad			
Duración:	Idioma: Español	Centro de operaciones: Parroquia Poaló	
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	Lugar
	8:00am - 8:30am	Encuentro en el terminal terrestre de Latacunga	Latacunga
	8:30am – 9:00am	Salida hacia la comuna de Pilligsillí	Latacunga- Pilligsillí
	9:00am – 9:30am	Recorrido por la Iglesia de Pilligsillí	Pilligsillí
	9:30am – 10:30	Actividad Fotografía a los diferentes grupos de danza y orquestas participantes de la fiesta	Pilligsillí
	10:30am- 11:15am	Actividad participación en la “Carrera hacia el Señor”	Principales calles de la comuna a Pilligsillí
	11:15am- 12:00am	Parada para el Box Lunch	Coliseo de Pilligsillí
	12:00am- 13:30pm	Caminata hacia el santuario del Señor de Maca	Pilligsillí-Maca Chico
	13:30pm- 14:15pm	Recorrido por el Santuario y Lugar en el que apareció la imagen del Señor de Maca	Maca Chico
	14:15pm- 14:45pm	Almuerzo dentro de la comuna	Pilligsillí

	14:45pm- 15:15pm	Actividad “Corrida de toros populares”	Pilligsillí
	15:15pm- 15:35pm	Actividad “Entrega de ofrendas al Señor de Maca”	Iglesia de Pilligsillí
	15:35pm- 16:00pm	Charla sobre los milagros realizados por el Señor de Maca	Iglesia Pilligsillí
	16:00pm- 16:35pm	Regreso a la ciudad Latacunga	Pilligsilli-Latacunga
Que llevar al Full Day			
<ul style="list-style-type: none"> ● Gorra ● Protector Solar ● Ropa ligera 			
Servicios que incluye el Full Day			
<ul style="list-style-type: none"> ● Alimentacion ● Transporte ● Guianza 			

Las actividades y atractivos se realizan en su mayoría dentro de la comuna, así mismo la proporción de alimentos y bebidas.

Guión del Full Day

Comenzamos esta aventura en la comuna de Pilligsilli que se encuentra en parroquia de Poaló que se encuentra a una altura de 1500 msnm con una temperatura aproximada de 9 a 18 grados centígrados y es aquí donde se da la celebración que se está llevando a cabo que es la fiesta en Honor al señor de Maca.

Primero daré indicaciones:

- No se alejen del grupo
- No arrojar basura
- Si desean tomarse fotos con algún participante pida su autorización

Hemos llegado a nuestro destino la comuna de Pilligsillí en la Parroquia de Poaló

¿Alguno de ustedes ha oído sobre este el Señor de Maca?

Se cuenta que un día un comunero acudió a conseguir leña para cocinar la merienda de su familia, este procedió a cortar un árbol de quishuar, pero en unos momentos del corte que él había hecho al árbol de este empezó a salir sangre, él al ver esto se espantó y salió corriendo a contar a su familia y vecinos lo ocurrido al regresar al árbol pudieron observar que se formó una imagen de cristo crucificado y sobre él se encontraba un hombre al que llamaron Señor de Maca. Esa imagen ahora se encuentra ubicada en el Santuario que lleva el mismo nombre de la imagen.

Pero aquí en Pilligsillí también se venera al Señor de Maca es por esto que se encuentra en su iglesia el lugar donde nos encontramos ahora, lugar que fue construida por los esfuerzos de los moradores de la comuna debido a que querían un lugar donde mostrar adoración a dios y al patrono de la comuna.

Como primera actividad a realizar acompañaremos a los moradores en el alegre despertar, el cual es el recorrido por las diferentes partes de la comuna acompañado de cantos y bailes con la banda contratada para este día. Al llegar a este punto iremos nos desviaremos un poco del curso para visitar el santuario del Señor de Maca patrono y al cual debemos estas celebraciones. Aquí podremos realizar fotografías de los diferentes grupos musicales y de danza que participarán en la fiesta, a continuación se realizará la primera actividad la cual es una carrera alrededor de la comuna, a esta carrera se inscribe en la entrada de la iglesia el cual es el punto de partida, los que decidan participar colóquese en la línea de salida.

Ahora veremos la procesión de la imagen del señor de Maca la cual va acompañado por diferentes grupos de danza y las diferentes bandas contratadas para el día posterior a esto acudiremos al coliseo de la comuna para poder observar la participación de los diferentes grupos de danza y orquestas contratadas para este día.

Continuaremos a ver la llegada de los toros los cuales participaran en la feria taurina del día de hoy, como pueden observar todas estas son proporcionadas por diferentes priostes

que brindan su ayuda para que celebre la festividad, como pueden observar ahora ya se están cogiendo a nuevos priostes y existen personas que brindan ofrendas al señor de Maca por toda la ayuda brindada en el año.

Para finalizar este maravilloso día podremos ver la llegada y presentación de diferentes artistas contratados para esta noche de baile general, es aquí donde me despido y les agradezco por la atención brindada, y recuerden, siempre se puede estar con dios y bailar y gozar con su pueblo. Gracias.

Costo

Tabla 32 *Costos del full day "Con Dios y el Pueblo"*

<i>Servicios</i>	<i>Costo</i>	<i>Costo Unitario</i>
Box lunch	40.00	4.00
Transporte	140.00	14.00
Guía	40.00	4.00
Actividades	25.00	2.50
Total		24.50

$$PV = \left[\left(\frac{CT}{1 - Utilidad} \right) \right]$$

$$PV = \frac{24.50}{1 - 0.1} = 27.22$$

Precios de venta

Tabla 33 *Precio de venta del full day "Con Dios y el Pueblo"*

<i>Servicios</i>	<i>Costo para 10 pax</i>	<i>Costo por persona</i>
Box lunch	40.00	4.00
Transporte	140.00	14.00
Guía	40.00	4.00
Almuerzo	30.00	3.00
Utilidad		3,56
Total		30,00

Los costos son tomados por grupos de diez personas al sacar un promedio para una sola nos da los costos unitarios que al sumarlos nos da 24.50 que al aplicar la fórmula del precio de venta da el valor de 27.50 como valor total.

Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Atractivos

Fiesta en honor al Señor de Maca

Esta es una celebración que se realizó en el mes de septiembre para dar gracias al patrono de la comuna por todo lo brindado en el año, es aquí donde se puede ver la calidez y amabilidad de los moradores de la comuna, además de poder disfrutar de la comida típica del sector.

Actividades a realizar Fotografía

- Caminata
- Participación de la eucaristía Participar en las celebraciones

Planta turística

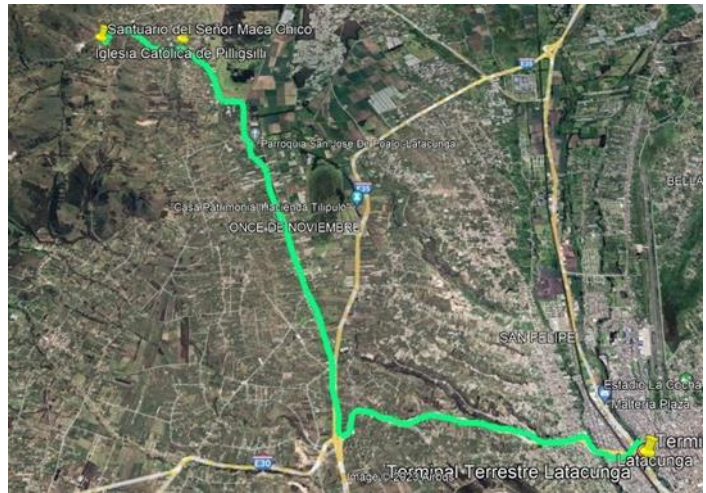
Para este producto turístico no será necesario el uso de planta turística ni de alojamiento y alimentación, esto debido a que las actividades se las dará en el momento de la festividad.

Servicios Complementarios

Transporte Cooperativa de camionetas CIA. Poalence S.A

Gráfico del producto turístico

Figura 14 Georeferenciación de los atractivos



Nota: Ubicación de los atractivos Fuente: Google earth

10.3. Estrategias de Promoción y difusión

Al tener diseñados los productos turísticos, lo que sigue es la elaboración de estrategias, esto se logrará mediante la realización de una matriz FODA de los productos creados.

10.3.1. Matriz FODA

Para la elaboración de las estrategias se aplicará la matriz FODA la cual nos ayudará a identificar factores internos como Fortalezas y Debilidades, como factores externos como Oportunidades y Amenazas

Tabla 34 Diagnóstico FODA

	Aspectos positivos	Aspectos Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Internas	F1. Los atractivos son Públicos	D1. Falta de infraestructura turística que aporte a los productos.
	F2. Cercanía entre los atractivos.	D2. Falta de personal que se dedique al turismo dentro de la comunidad.
	F3. La fiesta en Honor al Señor de Maca tiene una duración de 5 días.	D3. Deterioro de los atractivos.
	F4. Variedad de Actividades a realizar durante la fiesta.	D4. Falta de promoción de las festividades.
	F5. La Hacienda Tilipulo ofrece un área de esparcimiento amplio además de varios atractivos.	D5. Dependier del permiso de las comunidades para el uso de los atractivos.

Externas	Oportunidades	Amenazas
	O1. Apoyo por parte del GAD para el mejoramiento de las vías internas hacia los atractivos.	A1. Festividades más conocidas que pueden opacar a las de la parroquia.
	O2. Iniciativa del GAD para la conservación de las festividades de la parroquia.	A2. Falta de señalética que mencione la ubicación de los atractivos cercanos.
	O3. Se habla de la fiesta en el PDYOT.	A3. Deshabilitación de atractivos por falta de inversión.
	O4. Información sobre los atractivos en diferentes tesis.	A4. Cancelación de las festividades por pandemia o paros nacionales.
	O5. Inversiones a las festividades por parte de ex habitantes de las comunas.	A5. Incautaciones de los atractivos por los moradores.

Para la elaboración de la matriz FODA se tomó en cuenta los factores internos como son las fortalezas y debilidades y externas como las oportunidades y amenazas este será el punto de partida para la formación de estrategias

10.3.2. Matriz de Evaluación de factores internos y externos

Al contar con la matriz FODA se puede empezar con la realización de las matrices MEFE y MEFI son herramientas de diagnóstico que nos permite escoger las mejores estrategias y minimizar factores que perjudiquen a nuestro producto.

Matriz MEFE

Para la elaboración de la matriz se debe empezar por hacer una lista de las oportunidades y amenazas externas con que cuenta la empresa.

Se le asigna una calificación relativa en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante), el peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y las amenazas deben sumar 1.0.

Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales del Producto son realmente eficaces, el 4 es una respuesta considerada superior, 3 es una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala.

Para finalizar se multiplica el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada al sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión.

Tabla 35 *Matriz MEFE*

Factor crítico de Éxito	Valor	Calificación	Calificación ponderada
Oportunidades			
Apoyo por parte del GAD para el mejoramiento de las vías internas hacia los atractivos.	0.20	2	0.4
Iniciativa del GAD para la conservación de las Festividades de la parroquia.	0.25	3	0.75
Se habla de la fiesta en el PDYOT.	0.10	2	0.20
Información sobre los atractivos en Diferentes trabajos de la Academia.	0.10	2	0.20
Inversión por parte de ex habitantes a las festividades	0.15	3	0.45
Amenazas			
Festividades más conocidas que pueden opacar a las de la parroquia.	0.20	3	0.6
Falta de señal ética de algunos atractivos cercanos.	0.25	2	0.5
Des habilitaciones de atractivos por falta de inversión	0.20	2	0.4
Cancelación de Festividades por pandemias o paros nacionales.	0.10	1	0.1
Incautaciones de los atractivos por parte de moradores	0.10	2	0.2
Valor ponderado			3.8

Al calcular los datos el total del ponderado me da 3.6 esto al desmembrar nos da que la oportunidad tienen una calificación de 2 mientras que las amenazas tienen una calificación de 1.6 Como se ve el valor superior es el de las oportunidades, esto nos quiere decir que el entorno externo es favorable para la creación de estrategias.

10.3.3. Matriz de Evaluación MEFI

Según Ponce (2006) El procedimiento para la elaboración de una MEFI se constituye por cinco etapas, y la diferencia se tomará solamente para realizar la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización y los valores de las calificaciones son distintos.

Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), el peso otorgado a cada factor, expresa la importancia relativa del mismo, y el total de todos los pesos en su conjunto debe tener la suma de 1.0.

Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy relevante.

Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.

Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto.

Tabla 36 *Matriz MEFI*

Factor crítico de Éxito	Valor	Calificación	Calificación ponderada
Fortalezas			
Los atractivos se encuentran en áreas sin fuentes de sonidos fuertes o contaminación visual	0.14	2	0.28
Cercanía entre los atractivos.	0.20	3	0.60
La fiesta en Honor al Señor de Maca tiene una duración de 5 días.	0.20	2	0.40
Variedad de Actividades al Desarrollarse la fiesta	0.20	2	0.40
La hacienda Tilipulo ofrece un área de Esparcimiento amplio.	0.15	3	0.45
Debilidades			
Falta de Infraestructura turística que aporte a los productos.	0.10	3	0.3
Falta de personal que se dedique al turismo dentro de la Comuna.	0.08	2	0.16
Deterioro de los atractivos.	0.05	2	0.10
Falta de promoción de las festividades.	0.14	2	0.28
Depender del permiso de las comunas para el uso de los atractivos.	0.10	3	0.30
Valor ponderado			3.55

Al ponderar todos los datos se nos da un valor que supera al promedio de 2.5, esto nos quiere decir que cuentan con buenas fortalezas internas para el desarrollo de estrategias.

10.3.4. Matriz analítica de definición de estrategias

Como lo menciona Ponce (2006) una vez realizada y teniendo la Matriz FODA con su listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, además de contar con las matrices MEFE y MEFI se podrá continuar con el siguiente paso para la creación de las estrategias y este es la elaboración de la matriz MAFE (Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas). Aquí se desarrollarán estrategias Agresivas, Adoptivas, Defensivas Y de Supervivencia, esto se logrará tomando en cuenta las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con mayor valoración en las matrices anteriores.

Tabla 37 Matriz MEFE

	Fortalezas	Debilidades
	F1. Cercanía entre los atractivos.	D1. Dependier del permiso de las comunidades para el uso de los atractivos
	F2. La Hacienda Tilipulo ofrece un lugar de	D2. Falta de promoción de las festividades
	Esparcimiento amplio.	
	Estrategias FO	Estrategias DO
Oportunidades	F1. O1. Creación de un video promocional donde se muestran los atractivos y productos con los que cuenta la parroquia	D1. O1. Diseño de un centro de información turística en la parroquia
O1. Iniciativa del GAD para la conservación de las festividades de la parroquia	O2. F2. Diseño de una guía Fotográfica que muestre la cultura y atractivos.	D2. O2. Diseño de una página web sobre la comuna y el desarrollo de la fiesta
O2. Inversión por parte de ex habitantes a las festividades		
	Estrategias FA	Estrategias DA
Amenazas	F1. A1. Aprovechar las festividades más grandes para dar a conocer las de la parroquia	D1. A2. Formar convenios con las comunidades para el desarrollo del turismo.
A1. Festividades más grande pueden opacar a las de la parroquia	F2. A2. Diseño de señalética informativa	D2. A1. Diseño de información turística y señal ética que hable sobre la Festividad y sus componentes.
A2. Falta de señalética a los atractivos cercanos.		

Nota: Matriz de estrategias

10.3.5. Plan de acción

Al ver desarrollado las matrices FODA, MEFE, MEFI y MAFE se podrá plantear un plan de acción que contará con las estrategias obtenidas mediante las matrices además de los gestores a cargo, el tiempo de ejecución, las metas planteadas y quien se encargará del financiamiento.

Tabla 38 *Propuesta del plan de acción*

	Gestor	Tiempo para la ejecución	Meta	Financiamiento
Estrategias agresivas	Gobierno autónomo descentralizado Poaló	1 años	Diseño y creación de un video y guía fotográfica que ayude a promocionar a los atractivos y productos de la Parroquia.	Público
Estrategias adaptivas	Gobierno autónomo descentralizado Poaló.	5 años	Diseño de un centro de interpretación además de la creación de una marca turística	Público
Estrategias defensivas	Gobierno autónomo descentralizado Poaló.	1 a 3 años	Diseño de señalética de los atractivos turísticos Presentes en la parroquia.	Público
Estrategias de supervivencia	Gobierno autónomo descentralizado Poaló. Gobierno autónomo municipal del cantón.	5 años	Conseguir financiamiento de entidades privadas para dar a conocer las celebraciones de las comunas de la parroquia	Público y Privado

Nota: Resumen de gestores, metas y financiamiento

De acuerdo con Promperú “el tiempo a estimar para la ejecución de las estrategias se toma desde el proceso del diseño del producto turístico que puede ir de 1 a 3 años calendario”. (2014)

11. Impactos

11.1. Técnicos

Es importante destacar que la correcta aplicación de metodologías para investigación y creación de productos turísticos es fundamental para minimizar los impactos técnicos y garantizar la sostenibilidad del turismo en la zona. Al utilizar metodologías adecuadas, se pueden identificar los atractivos turísticos más relevantes y diseñar productos que satisfagan las necesidades de los turistas. En el caso específico de la fiesta en honor al Señor de Maca, la utilización de metodologías para la jerarquización y la Promperú identificar los principales atractivos turísticos que respetan la cultura local.

11.2. Social

Es importante destacar que la identificación de factores que puedan afectar a los productos turísticos es fundamental para poder diseñar estrategias que aprovechen las oportunidades y minimiza las amenazas. En el caso específico de la investigación de la creación de productos turísticos en la parroquia, la falta de información de los atractivos en el PDYOT parroquial la falta de un área especialmente dedicada al fortalecimiento del turismo en el sector pueden ser considerados en el sector pueden ser considerados como debilidades que podrían afectar el desempeño de los productos turísticos.

Sin embargo, la identificación de nuevos atractivos culturales levantados con las fichas del MINTUR puede ser considerada como oportunidades que permiten diseñar productos turísticos innovadores y atractivos para los turistas.

Es importante destacar que la investigación realizada puede ser un ejemplo para futuros trabajos que busquen crear productos turísticos en el sector, ya que permita identificar los principales atractivos turísticos de la zona.

11.3. Ambientales

Es importante que el desarrollo de productos turísticos se realice de manera sostenible, es decir, que no se afecte negativamente al medio ambiente ya la cultura local. En este sentido, es muy positivo que las estrategias de productos turísticos no afecten al ambiente de forma negativa y que se priorice el cuidado de los atractivos y sus alrededores.

12. Cronograma y presupuestos

12.1. Cronograma de actividades

Tabla 39 Cronograma de actividades

Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Identificación de los recursos	X	X														
Levantamiento de información		X	X	X												
Verificación de la información					X											
Categorización de los recursos						X	X	X								
Levantamiento de las fichas de inventario INPC								X	X							
Creación de la base de datos										X						
Análisis del destino											X	X				
Delimitación del destino turístico													X			
Análisis del mercado turístico y las inversiones													X			
Análisis del contexto social, político y económico													X			
Conceptualización del producto turístico													X			
Identificación de productos turísticos potenciales												X	X			
Evaluación de productos turísticos propuestos													X			
Diseños de productos turísticos															X	
Diseño de estrategias de difusión y promoción															X	

Nota: Resumen de gestores, metas y financiamiento

12.2. Presupuesto

Tabla 40 *Presupuesto del proyecto*

Presupuesto de investigación gastos			
Contenido	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Transporte	15	10. 00	150
Alimentación	30	3.50	105
Internet	4	39. 00	156
Electricidad	4	20. 00	80
Impresiones	4	15. 00	60
Cuaderno	1	1.50	1.50
Esferos	2	0,50	1.00
Computadora	1	400	400
Cámara	1	150	150
Grabadoras	1	150	150
Videograbadoras	1	200	200
Total			1.453,50

Nota: El presupuesto está relacionado con las actividades planteadas en el sistema de actividades

13. Conclusiones y recomendaciones

13.1. Conclusiones

- Es importante destacar que la revisión bibliográfica es una herramienta fundamental para la investigación de la creación de productos turísticos, ya que permite identificar los principales atractivos turísticos de la zona y analizar su potencial turístico. En el caso específico de la parroquia Poaló, la revisión bibliográfica pudo identificar que la base de datos de atractivos turísticos se encuentra con varios faltantes.

Esta situación puede deberse a que el GAD no cuenta con un área dedicada al desarrollo de la actividad turística, lo que puede afectar a la identificación y promoción de los atractivos turísticos de la zona. Es importante destacar que la falta de información sobre los

atractivos turísticos puede limitar el potencial turístico de la zona y afectar el desarrollo de productos turísticos innovadores.

- Es muy positivo que las salidas de campo han permitido identificar atractivos turísticos que no se encontraron registrados ni mencionados en el PDYOT parroquial, ya que esto permite ampliar el abanico de atractivos y el diseño estrategias.

Es importante destacar que la identificación de nuevos productos turísticos es fundamental para diversificar la oferta turística de la zona y aumentar su atractivo para los turistas. En el caso específico de la fiesta en Honor al Señor de Maca, la formación de dos productos turísticos en base a la fiesta es muy positiva, ya que permite aprovechar el potencial turístico de este evento y diseñar productos turísticos atractivos y diferenciados para los turistas.

- Es muy positivo que se hayan elaborado las 4 estrategias para dar a conocer los productos turísticos creados, ya que esto permitirá atraer a más turistas y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local.

Es importante destacar que el apoyo de entidades públicas y ayuda privada es fundamental para el desarrollo del turismo en la zona, ya que permite financiar proyectos y promocionar los productos turísticos a nivel nacional.

13.2. Recomendaciones

- Es muy importante que se realice una nueva actualización del PDYOT de la parroquia de Poaló, donde se integren los atractivos turísticos faltantes y se verifique la vigencia de los mencionados en el mismo.

La actualización del PDYOT permitirá contar con una base de datos completa y actualizada de los atractivos turísticos de la zona, lo que facilitará la identificación y promoción de los mismos. Además, permitirá diseñar estrategias turísticas más efectivas y sostenibles, que contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad local.

- La implementación de una señalética informativa de los atractivos turísticos vigentes y de cómo llegar a los mismos es fundamental para mejorar la experiencia del turista en la parroquia de Poaló.

La señalética permite al turista identificar y localizar los atractivos turísticos de la zona, así como obtener información relevante sobre los mismos, como su historia, características y medidas de conservación. Además, permite al turista conocer las rutas y medios de transporte disponibles para llegar a los atractivos turísticos, lo que facilita su movilidad y reduce el impacto ambiental del turismo.

- El registro y actualización de los atractivos turísticos, naturales y culturales de la parroquia de Poaló es fundamental para contar con una base de datos completa y actualizada de los mismos, lo que permitirá diseñar estrategias turísticas más efectivas y sostenibles.

El registro de los atractivos turísticos, naturales y culturales de la parroquia permitirá identificar y promocionar los mismos, lo que contribuirá al desarrollo económico y social de la comunidad local. Además, permitirá diseñar estrategias turísticas más efectivas y sostenibles, que promuevan la conservación del medio ambiente y la cultura local.

14. Referencias

Acle-Mena, R. S., Santos-Díaz, J. Y., & Herrera-López, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 10(2), 237-248.

Alban, G. P., Arguello, A. E., & Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *recimundo*, 166.

Alfaro, A. C. (2018). Economía, salud, desarrollo humano e innovación en el desarrollo sustentable. *Conocimiento global*, 3(1), 1-9.

Alvarado Alvarado, A. A. (2019). Costumbres y tradiciones autóctonas en el turismo cultural del cantón Mocache, año 2019. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6003>

Alvares, Prado, Lafebre, & Barros. (2020). Impacto del covid-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador.

Arandes, T., & Antonio, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen.

Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica. . Venezuela.

Arandis-i-Agramunt, R. (2019). ¿ Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la Academia Hispana. *Cuadernos de Turismo*, 43, 39-68.

Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe. (2021). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47669/5/S2100698_es.pdf

Banco Central del Ecuador. (2022). Informe de la evolución de la economía ecuatoriana en 2021 y perspectivas 2022.

https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2021pers2022.pdf

Bernal, A. B. (2003). La metodología documental en la investigación jurídica: Alcances y perspectivas. *Opinión Jurídica*, 2(4), Article 4.

Borbúa, L. G. (s. f.). REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO. [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf)

[GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf) Camacho, B. (2008). La población

y la muestra. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/4557/1/3266.pdf>

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., López, C. M., & Mejía, O. (s. f.). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador.

Carvajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, 34, 164-184.

Chávez, E. S., García, P. H. M., Barros, M. H. D. S., & do Sul, L. D. R. G. (2019). El estudio de los paisajes como fundamento para la evaluación del potencial turístico del municipio Paranaíba, Ms, Brasil. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*,

19. <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/91> Chinchay-Villarreyes, S. S., Córdova, J. I. C., Tume, A. A. A., & Sanz, R. S. S. (2020). Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 272-283.

Condori-Ojeda, P. (2020). Universo, población y muestra. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

Dandicourt Thomas, C. (2018). El cuidado de enfermería con enfoque en la comunidad.

Revista Cubana de Medicina General Integral, 34(1), 55-62.

Datos Abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador – Ministerio de Educación.
(s. f.).

Recuperado 23 de enero de 2023, de <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos/>

Duque E., (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 15, núm. 25, enero-junio, 2005. Universidad Nacional de Colombia.
<https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Espeso-Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural, 17(6), 1101-1112. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>

Espinoza Suárez, F. A. (2019). Diseño de un producto editorial ilustrado para preservar y difundir las fiestas populares entre los jóvenes cuencanos.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9096>

Falcón, V., Pertile, V., & Ponce, B. E. (11 de 10 de 2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales; Resultados Diagnostico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Flores A., (2012). Elementos Fundamentales en la Actividad Turística. Universidad Autónoma del estado de Hidalgo.
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf

Foullon Inzunza, J. J. (2020). Segmentación de mercado.
http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3432/1/Segmentacion_de_mercado.PDF

Galindo-Tello, C. A. y Galindo-Tello, J. M. (2021). Los servicios complementarios como ventaja competitiva en los servicios de la industria del turismo [Trabajo de

Investigación para optar el grado de Bachiller en Ingeniería Industrial, Universidad de Lima].
 Repositorio Institucional de la Universidad de Lima.
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/13287>

García A., (2012). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. conceptos y definiciones de turismo. Notas en Turismo y Economía. Año III. Nro. IV. 2012. ISSN 1853-150

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Glosario de términos de turismo | OMT. (s. f.). Recuperado 31 de enero de 2023, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga Dirección de Turismo. (2020). Plan de Turismo del Cantón Latacunga 2020-2025.

Huerta, P. M. (2020). Tipos de turismo. Denominaciones y uso actual en España, Argentina, Colombia, México y Perú. Onomázein.

Instituto Nacional de Estadística y. (s. f.). Educación. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado 23 de enero de 2023, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/educacion/>

Inversión. (s. f.). Importancia. Recuperado 29 de enero de 2023, de <https://www.importancia.org/inversion.php>

Investigación de campo. (s. f.). Significados. Recuperado 19 de abril de 2023, de <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/>

Landeau, S. (s. f.). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.

Lara-Vásquez, R. S., Hidalgo-Mendoza, C. A., & Carrión-Latorre, M. V. (2020). El sistema turístico de Puerto Francisco de Orellana como herramienta operativa para el diseño

de un modelo de gestión. Polo del Conocimiento, 5(2), Article 2.
<https://doi.org/10.23857/pc.v5i2.1254>

Linares A., (2016). Los servicios turísticos. Revista Conexión de Hospitalidad y Gastronomía.http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wpcontent/uploads/2016/09/CHyG-13_Art-3.pdf

Llugsha, V. (Ed.). (2021). Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19

(Primera edición). CONGOPE : Ediciones Abya Yala : Incidencia Pública Ecuador.

Llupart, M. R. N., & Rodríguez, M. de los Á. M. (2022). La oferta turística: Precisiones teóricas para su análisis. Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico., 16, Article 16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>

Mena, P. (2017). “Análisis del sistema Turístico de la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi”. Universidad Técnica de Cotopaxi.

Ministerio de Turismo. (2018). Manual Metodologia para Jerarquizacion de Atractivos y Gneracion de Espacios Turisticos.

Ministerio de Turismo. (2020). Producto Turístico.
<https://conagopareazuay.gob.ec/w30/wp-content/uploads/2020/12/PRODUCTO-TURISTICO.pdf>

MINTUR. (2022). Catraastro Turistico 2022.

Montoya, J. A., Escobar, D. A., & Moncada, C. A. (2020). Análisis de accesibilidad urbana a partir de intervenciones viales mediante sistemas de información geográfica. Caso de estudio, la malla vial del municipio de Quibdó, en Colombia. Información tecnológica, 31(2), 19-30. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000200019>

Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Recuperado el, 11(3).

Morales, J. C. G. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa. *Controversias y concurrencias latinoamericanas*, 10(16), 111-117.

Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, 1, 135-158.

Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos,.

Mullo Romero, E. del C., Vera Peña, V. M., & Guillén Herrera, S. R. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: Reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183.

Nieto, N.T. (2018). Tipos de investigación. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

Orjeda, E. L.-H. (2018). Las convenciones UNESCO para la protección y salvaguarda del patrimonio cultural. *Turismo y patrimonio*, 12, 77-90.

Pagot, M. (2003). Metodologías inductivas y deductivas en técnicas de teledetección. *Problemas Del Conocimiento En Ingeniería y Geología*, I, 114-129.

Pérez, M. M. (2018). El desarrollo local sostenible. *Revista Economía y Desarrollo (Impresa)*, 140(2).

<http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/440>

Pérez-León, G. (2022, abril 1). Qué es el Método Inductivo ✓ TESIS ★ ★ ★ ★ ★. GPL Research. <https://gplresearch.com/que-es-el-metodo-inductivo/>

Pilco, E., Lascano, F., & Moreno, P. (2022). La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba. 7. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i4.3818>

Plan de desarrollo vial integral de la provincia de Cotopaxi 2019. (2019). Prefectura de Cotopaxi. <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/Cotopaxi-plan-vial-integral.pdf>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Poaló 2020 – 2025.

(2020). <https://sanjosedepoalo.gob.ec/cotopaxi/wp-content/uploads/2020/12/PDYOT-POALO-Final-1.pdf>

Plan Nacional de seguridad integral 2019-2030. (2019). <https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/plan-matriz-web.pdf>

Promperú. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.

Promperú (2016). Perfil del turista extranjero. Turismo en cifras. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_39_PTE16_publicacion.pdf

Riveroll, M. D., Parada, A. V., & Gómez, A. R. (s. f.). Guía para la elaboración del análisis de Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA). 28.

Rizo-Mustelier, M., Vuelta-Lorenzo, D. R., Vargas-Batis, B., & Leyva-Parra, E. A. (2019). Estrategia de comercialización para mejorar la gestión de ventas en la empresa porcino Santiago de Cuba. *Ciencia en su PC*, 1(1), 44-57.

Sánchez, V. (2020, diciembre 30). Análisis sobre seguridad ciudadana y desarrollo local en Ecuador. 5(12).

Sancho, A. (2019). Introducción al turismo.

Serrano, A. L., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Siembra*, 6(1), 156-164.

SNIP. (s. f.). Guía Metodológica para la identificación, formulación y evaluación social.

Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 2(1), 1-16.

Telégrafo, E. (2020, agosto 31). El turismo se reactiva en Ecuador con innovación, sostenibilidad y bioseguridad. *El Telégrafo*.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/turismo-ecuador-innovacion-sostenibilidad-bioseguridad>

Thompson, I. (2009). Definición de producto. *Marketing-Free*.
<http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archivo2.5203.pdf>

Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000- 2019. Revisión bibliográfica. *Profesional de la información*, 29(4).

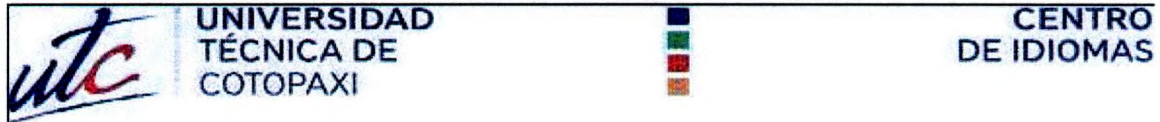
Trejo, N., Trejo, E., & Zuñiga, J. (2016). Análisis FODA del sector lácteo: Un estudio de caso. https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Planeacion_y_Control_Microfinanciero/vol2num4/Revista_de_Planeaci%C3%B3n_y_Control_Microfinanciero_V2_N4_2.pdf

Valadez, R. (2019, enero 1). Fonatur, historia de fracasos en nuevos productos turísticos. Grupo Milenio. <https://www.milenio.com/negocios/fonatur-historia-de-fracasos-en-nuevos-productos-turisticos>

Zikmund, W. (2017). Investigación Exploratoria. ULaOnline.

15. Anexos

Anexo 1. Aval del Traductor



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: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CON BASE EN LA FIESTA EN HONOR AL SEÑOR DE MACA EN LA COMUNA DE PILLIGSILLÍ, PARROQUIA SAN JOSÉ DE POALÓ, PROVINCIA DE COTOPAXI”** presentado por **Unaicho Condor Carlos Daniel** egresado de la Carrera de Ecoturismo perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, agosto del 2023

Atentamente,


MSc. Alison Mena Barthelotty
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0501801252



Anexo 2. Hoja de vida del equipo investigador

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE****DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Benavides Zura**NOMBRES:** Norma Lucia**ESTADO CIVIL:** Soltera**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1002669644**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 06/ 03/ 1980**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Av. José Egusquiza y Miguel Riofrío**TELÉFONO CONVENCIONAL:** N/A**TELÉFONO CELULAR:** 0994078798**EMAIL INSTITUCIONAL:** norma.benavides9644@utc.edu.ec**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

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

HISTORIAL PROFESIONAL

UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ITI

UNIVERSIDAD UTE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Ecoturismo**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios: 81
Servicios personales: Turismo, 85 Protección del medio ambiente**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** abril – agosto 2023

FIRMA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL POSTULANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Unaucho Condor

NOMBRES: Carlos Daniel

ESTADO CIVIL: Soltero

CEDULA DE CIUDADANÍA: 1727320176

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: Chillogallo, 22/08/ 1999

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Pichincha - Quito

TELÉFONO CONVENCIONAL: N/A

TELÉFONO CELULAR: 0962966111

EMAIL INSTITUCIONAL: carlos.unaicho0176@utc.edu.ec

ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO
Primaria	Unidad Educativa Eladio Aviles Jijon
Secundaria	Colegio Técnico Industrial Miguel de Santiago
Tercer	

FIRMA

Anexo 3. Ficha de los productos

FICHA DEL PRODUCTO			
Ficha N: 1			
Nombre del Producto			
Camino hacia el Señor			
Ubicación			
Región: Sierra	Provincia: Cotopaxi	Distrito: Poaló	
Producto principal de venta – factor de diferenciación PPV			
Los atractivos son culturales conociendo las iglesias de poblados que celebrar la fiesta en Honor al Señor de Maca donde se conoce como se desarrolla la fiesta además de visitar el Santuario donde reposa la imagen del Señor de Maca			
Definición del producto			
Al recorrido “Camino hacia el Señor”, vincula atractivos carácter religioso, la iglesia de San José de Poaló, la iglesia de la comuna de Pilligsillí lugar donde se realiza la festividad, el Santuario del Señor de Maca y la hacienda de Tilipulo la duración de este recorrido será de aproximadamente ocho horas y media.			
Público objetivo según la búsqueda de experiencia			
Nicho (x)	Multitemático ()	Moda ()	
Tipo de mercado interno			
VN interno (x)	VN descanso y relax ()	VN conocedor ()	
Tipo de mercado extranjero			
TE cultural (x)	TE de naturaleza ()	TE de aventura ()	TE de sol y playa ()
Perfil según estilo de vida			
Personalizados (a la medida) (x)	Equilibrados (bienestar) ()	Conectados (tecnológicos)	

Responsables(Sostenibilidad) Inclusivos(nichos:solteros, discapacitados) Excluyivos

Época de visita / clima

La ruta está disponible en todo el año

Servicios en el centro de soporte más cercano

Hoteles SI NO Guías SI NO Venta de artesanías SI NO

Hostales SI NO Albergues SI NO Oficinas de turismo SI NO

Restaurantes SI NO Resorts SI NO Internet SI NO

Distancia entre los atractivos ancla

Desde	Hasta	Total tiempo	Total kms (aprox)
Santuario del Señor de Maca	Iglesia de la comuna de Pilligsillí	35 minutos	2 Km
Iglesia San José de Poaló	Hacienda Tilipulo	31 minutos	2.7 Km

Actividades complementarias para desarrollar

Actividad 1: Juego trivial del Señor de Maca

Descripción: Rondas de preguntas sobre información brindada sobre el Señor de Maca

Horario: 11:30 - 12:10

Ubicación: -0.866216;78.688161

Operadores que comercializan el producto

Operadores locales:

Operadores mayoristas:

Operadores minoristas: University Tourism Center

Mapas

FICHA DEL PRODUCTO			
Ficha N: 2			
Nombre del Producto			
Con Dios y el Pueblo			
Ubicación			
Región: Sierra	Provincia: Cotopaxi	Distrito: Poaló	
Producto principal de venta – factor de diferenciación PPV			
Atractivos relacionados con la fiesta en honor al Señor de Maca			
Definición del producto			
Este producto busca brindar a los turistas vivir nuevas experiencias mediante la visita de iglesias que celebran los milagros realizados por el Señor de Maca además de ver como celebran los moradores de Pilligsillí a su patrono.			
Público objetivo según la búsqueda de experiencia			
Nicho (x)	Multitemático ()	Moda ()	
Tipo de mercado interno			
VN interno (x)	VN descanso y relax ()	VN conocedor ()	
Tipo de mercado extranjero			
TE cultural (x)	TE de naturaleza ()	TE de aventura ()	TE de sol y playa ()
Perfil según estilo de vida			
Personalizados (a la medida) (x) Equilibrados (bienestar) () Conectados (tecnológicos) Responsables(Sostenibilidad) () Inclusivos(nichos:solteros, discapacitados) Exclusivos ()			
Época de visita / clima			
Momento en el que se ejecuta la Fiesta en Honor al Señor de Maca			
Servicios en el centro de soporte más cercano			
Hoteles SI () NO (x)	Guías SI () NO (x)	Venta de artesanías SI() NO (x)	
Hostales SI () NO (x) NO (x)	Albergues SI () NO (x)	Oficinas de turismo SI ()	
Restaurantes SI (x) NO ()	Resorts SI () NO (x)	Internet SI(x) NO ()	
Distancia entre los atractivos ancla			

Desde	Hasta	Total tiempo	Total kms (aprox)
Comuna Pilligsillí	Santuario Señor de Maca	20minutos	4 Km

Actividades complementarias para desarrollar

Actividad 1:

Descripción:

Horario:

Ubicación:

Operadores que comercializan el producto

Operadores locales:

Operadores mayoristas:

Operadores minoristas: University Tourism Center

Mapas

Anexo 4. Modelo de Encuesta

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad- CAREN

Si vivimos en una ciudad es probable que eches de menos pasar un tiempo en un entorno natural, viajar ofrece la oportunidad de respirar aire puro y realizar actividades fuera de lo cotidiano.

La presente encuesta nos permite determinar la preferencia de los turistas al visitar los atractivos.

1 ¿Lugar de su lugar de residencia?

2 ¿A qué nivel socioeconómico pertenece?

Alto

Medio

Bajo

3 ¿Qué nivel de educación usted posee?

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

4 ¿A qué nivel pertenece su ingreso mensual?

Menor al salario básico

Salario Básico

Superior a salario básico

5 ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

12 – 20 años

21 – 35 años

36 – 45 años

46 años o mas

6 ¿Cuál es su estado civil?

Soltero

Casado

Divorciado

7 ¿A qué se dedica?

8 ¿Con que frecuencia Visita la parroquia de Poaló?

Una o dos veces por semana

Tres o cuatro veces por mes

Otro

9 ¿Qué tipo de servicios turísticos utiliza?

Hospedaje

Alimentación

Transporte

10¿Qué tipo de atractivo es de su interés?

Natural

Cultural

Gracias por su colaboración.

Anexo 5. Ficha MINTUR

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	5	0	1	5	8	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Fiesta en Honor al Señor de Maca																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
Manifestación Culturales				Folcklore				Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
Cotopaxi				Latacunga				San José de Poaló									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal								
Pilligsilli							s/n		s/n								
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-0.865971				-78.687453													
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Presidente de la comuna								b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima: Paramo				b. Temperatura(°C): 8-21				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 800 mm3									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre		0:00	0:00					texto									
Restringido		7:00	22:00					Fiesta									
Pagado		0:00	0:00					texto									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:			El mes de septiembre														
Observaciones:																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):											San José de Poaló Saquisilí						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		2.9 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:40 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -0.884472		Long.: -78.674882					
		4.4 km				1:00 h/min				-0.839062		-78.666356					

Observaciones: Dos poblados están cerca al atractivo y son la parroquia de Poaló y la ciudad de Saquisilí

4.2 Vías de Acceso (M)

Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Primer orden <input type="checkbox"/>					
b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	-0.884472 -78.674882	-0.865971 -78.687453	2.9	Asfaltado y Adoquín	Bueno
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	-0.839062 -78.666356	-0.865971 -78.687453			

Observaciones: Las vías de acceso se encuentran en buen estado

b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada	

Observaciones:

c. Aéreo (U) Nacional: Internacional:

Observaciones:

4.3 Servicio de transporte (M)

a. Bus b. Buseta c. Transporte 4x4 d. Taxi e. Moto taxi f. Teleférico

g. Lancha h. Bote i. Barco j. Canoa k. Avión l. Avioneta

m. Helicóptero n. Otro Especifique

Observaciones: Para subir a la comuna donde se desarrolla la fiesta solo se lo puede realizar mediante camionetas que ofrecen los servicios de transporte

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia	d. Detalle (Traslado origen / destino)
Ciapolence.sa	Estación		Parque de San José de Poaló
Coop. 18 de octubre	Estación	<input checked="" type="checkbox"/>	Plaza grande de Saquisilí

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)

General	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>

Observaciones:

4.5 Señalización

a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

Observaciones: Existe señalización al atractivo, solo desde la entrada desde Poaló, en Saquisilí no hay señalización hacia el atractivo pero las personas que brindan el servicio de transporte conocen el lugar

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI NO SI

5.1 Planta turística (M)

a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento registrados	Número de Habitaciones	Número des Plazas

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Observaciones: la venta de artesanías solo sucede en el lugar en la temporada de la fiesta			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/> b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: En el sector se están expandiendo los invernaderos		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua:	Potable	Agua:	Potable
Especifique: Sistema independiente de agua potable		Especifique: Red del sistema de abastecimiento de Agua Potable	
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público
Especifique: Red del Sistema Nacional		Especifique: Red del Sistema Nacional	

Saneamiento: Red pública		Saneamiento: Red pública						
Especifique: Sistema combinado de alcantarillado sanitario		Especifique: Sistema de alcantarillado sanitario independiente y combinado						
Disposición de desechos Carro Recolector		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector						
Especifique: Recolección de basura, por parte del Municipio		Especifique: Sistema de recolección de basura						
Observaciones: La comuna cuenta con los servicios básicos								
7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales		2					
	Pictograma de actividades turísticas							
	Pictograma de servicios de apoyo							
	Pictogramas de restricción							
	Tótems de atractivos turísticos							
	Tótems de sitio							
	Tótems direccionales							
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales							
	Pictograma de atractivos culturales							
	Pictograma de actividades turísticas							
	Pictograma de servicios de apoyo							
	Pictogramas de restricción							
	Señales turísticas de aproximación							
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos							
	Panel informativo de atractivos							
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades							
	Mesas interpretativas							
	Tótem de sitio							
Tótem de direccionamiento								
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica							
	Normativos de concienciación							
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo		1					<input checked="" type="checkbox"/>
Otros								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M)								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano			
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud			2		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico			3		
Botiquín de primeros auxilios		5	Botiquín de primeros auxilios			18		
Otros		0	Otros			0		
Observaciones: Dos centros de salud en los poblados más cercanos								

7.4 Seguridad (M)						
a. Privada	Detalle					
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>			UPC			
c. Policía metropolitana / Municipal						
d. Otra						
Observaciones: Existe la Unidad de Policía Comunitaria en la Parroquia de Poaló y en Saquisilí						
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)						
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado más cercano			
Telefonía (M)		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía (M)		
				Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	
Satelital	Telefonía móvil		Satelital	Telefonía móvil		
Observaciones: La señal telefónica no es tan buena en la comuna						
Radio portátil (U)						
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna		De uso exclusivo en caso de emergencia		
Observaciones:						
7.6 Multiamenazas (M)						
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>		
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		
				Incendios forestales <input type="checkbox"/>		
				Tsunami <input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en casode catástrofes? <input checked="" type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento.		SGR	Nombre del documento: Manual de seguridad	
				Año de elaboración:	de 2015	
Observaciones: Cercanía al volcán Cotopaxi						
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES						
				SI	NO	S/I
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI	NO	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI	NO	Especifique:
Observaciones: texto						
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						
				SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						
9.1.1 En el Agua (M)						
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf		
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata		
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto						
9.1.2 En el Aire (M)						
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:						
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)						

a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning	
f. Exploración de cuevas	<input checked="" type="checkbox"/> g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping	
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro	<input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto					
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)					
9.2.1 Tangibles e intangibles					
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido auto guiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales		f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía	
j. Degustación de platos tradicionales		l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías	
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro texto	
Observaciones:					
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I					
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)					
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:					
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>					
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:			
b. Red Social		Nombre: Fiesta en honor al Señor de maca	Fotografías de la festividad		
c. Revistas Especializadas		Nombre:			
d. Material POP		Nombre:			
e. Oficina de Información Turística		Nombre:			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre:			
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre:			
h. Otro		Nombre:			
Observaciones:					
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:					
Observaciones:					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I					
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro 0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo					
Alta (meses)	Especifique	La temporada alta seda en la temporada de fiestas		Número de visitantes	
Baja (meses)					
d. Llegada de turistas					
Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	
Ciudades de origen		0	0	Llegadas mensuales	0
		0	0	Total Anual	0
		0	0		
Observaciones:					

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave:				Contactos:									
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO SI NO S/I

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo						0						d. Número de personas especializadas en turismo						0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):						f. Número de personas capacitadas por temática (M)						g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)											
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0												
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0												
Otro	texto			Sensibilización	0	Otro		Chino	0	Otro	texto												
Observaciones:																							

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

La fiesta en honor al Señor de Maca es una fiesta religiosa realizada en la comuna de Pilligsilli patrono de esta comuna y otras aledañas. En la comuna de Pilligsilli esta celebración tiene una duración aprox de 5 días empezando con una novena con todos los moradores del sector además de realizar la minga correspondiente, posterior a esto el segundo día se empieza con el recibimiento de las ofrendas a la imagen del Señor de Maca en la iglesia, así mismo se realiza la procesión y la imagen desde la casa del sacerdote mayor hacia el centro de la comuna esto es acompañado de una banda que los cuales van haciendo cantos y venerando, la gente de la comuna y visitantes van siguiendo está haciendo rezos y agradeciendo por los favores realizados por el santo. Llegando al santuario se celebra la sagrada misa donde el párroco da la bendición a todos los visitantes que acuden acompañar al Señor de Maca. Finalizado la misa se da inicio a las actividades de recreación la que inaugura este día de fiesta son los fuegos artificiales que son donados por los donantes del año vigente. Terminando el día con un concierto con los artistas contratados para la noche. Los tres días siguientes se inicia el día con un alegre despertar el cual se realiza mediante alabos cantados en puntos estratégicos de la comuna esto se hace con el fin de motivar a los visitantes a continuar con los festejos en el tercer día al igual se hace una procesión con la imagen esta pasa por las principales calles de la comuna al terminar esta se realiza la segunda misa. A la hora del almuerzo se brinda una comida realizada por los moradores de la comuna esta es ofrecida a propios y extraños esto con el fin de compartir un momento entre la comunidad y visitantes. A continuación se realiza el concurso de bailes tradicionales en la cual acuden varios actores de danza los cuales vienen desde comunas aledañas así como de lugares más lejanos como de la ciudad del coca, al finalizar esta presentación se realiza el segundo concierto con los artistas invitados de ese día. El cuarto día es de deporte en este se realizan partidos de futbol con los equipos que se hayan inscrito con antelación desde el primer día de la fiesta así mismo se realiza una carrera que pasa por las principales calles de la comuna esta actividad está dividida en 4 grupos niños jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. Además de que se reciben a los toros para la corrida. Este día también termina con un concierto. El quinto y ultimo día de fiesta se agradece a los visitantes que acudieron a rendir sus respetos al Señor de Maca y que compartieron con la comunidad estos días de fiesta esto se cierra con la presentación de bandas invitadas

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Carlos Unaicho

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.earth>

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Unaicho Carlos	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Técnica de Cotopaxi	Institución		Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	Carlos.unaicho0176@utc.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	