



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

CARRERA DE ECOTURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

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

Autores:

Bautista Carrasco Lisbeth Esthefania
Vilca Casa Edison Patricio

Tutor:

Rodas Vinueza Daniela Alejandra

LATACUNGA-ECUADOR

Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Bautista Carrasco Lisbeth Esthefania, con cédula de ciudadanía No. 1850430891 y Vilca Casa Edison Patricio, con cedula No. 0550029045, declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, siendo la Ingeniera Daniela Alejandra Rodas Vinuesa M.g., Tutora del presente trabajo; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 15 de febrero del 202

Lisbeth Esthefania Bautista Carrasco
C.C 1850430891
ESTUDIANTE

Edison Patricio Vilca Casa
C.C 0550029045
ESTUDIANTE

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 **BAUTISTA CARRASCO LISBETH ESTHEFANIA**, identificada con cédula de ciudadanía **1850430891** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora 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. - LA CEDENTE es una persona natural estudiante de la carrera de Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detalla

Historial Académico

Inicio de la carrera: Abril 2018 - Agosto 2018

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2023

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

Tema: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

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

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

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

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.

La publicación del trabajo de grado.

La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 15 días del mes de febrero del 2024.

Lisbeth Esthefania Bautista Carrasco
LA CEDENTE

Dra. Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **EDISON PATRICIO VILCA CASA**, identificado con cédula de ciudadanía **0550029045** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora 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 Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Identificación y elaboración de productos turísticos de los cantones Quero y Mocha de la provincia de Tungurahua”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Abril 2017 - Agosto 2017

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2023

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

Tema: “**IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**”

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:

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.

La publicación del trabajo de grado.

La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

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 15 días del mes de febrero del 2024.



Edison Patricio Vilca Casa
EL CEDENTE

Dra. Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, de Bautista Carrasco Lisbeth Esthefania y Vilca Casa Edison Patricio, de la carrera de 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, 16 de febrero del 2024



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

C.C 1722220868

DOCENTE TUTORA


AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN


En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, los postulantes: Bautista Carrasco Lisbeth Esthefania y Vilca Casa Edison Patricio, con el título de Proyecto de Investigación: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 23 de febrero del 2024


Lcdo. Ricardo Guamán Guevara, Mg.
C.C: 1802830123
LECTOR 1 (PRESIDENTE)


Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.
C.C: 1712930328
LECTOR 2 (MIEMBRO)


Lcda. Lucia Benavides Zura, Mg.
C.C: 1002669644
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por darme la vida y salud para lograr todas mis metas propuestas. A mis queridos padres Mariana Carrasco y Eduardo Bautista quienes son las personas a las cuales admiro y son el motor que me impulsan día con día a cumplir mis sueños y metas con esfuerzo y dedicación, las personas que han estado en mis días malos y buenos durante este trayecto académico, apoyándome en todos los momentos que he vivido. Además, a mi tío Carlos Carrasco que como un segundo padre me apoyó en muchos aspectos de mi vida, a estas tres personas les debo lo que soy porque formaron a la mujer que ahora soy, una mujer y madre fuerte llena de principios y valores. También a mis dos confidentes y amigas Maribel y Anabel que juntas logramos nuestras metas.

Lisbeth Esthefanía Bautista Carras}

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por brindarme salud y vida por permitirme culminar una meta más en mi vida, a mi mamá Rosa Casa Casa por el apoyo que me brinda día a día, a mi padre Manuel Vilca Rea que desde el cielo sé que me apoya con su bendición, a mi esposa Lisbeth Bautista y mis hijos Adrián Vilca y Edith Vilca que siempre han sido mi motivación para nunca rendirme y continuar adelante y finalmente a mi tutora Ing. Alejandra Rodas por su dedicación sabiduría que me supo brindar para poder culminar con mi proyecto

Edison Patricio Vilca Casa

DEDICATORIA

A mi Dios y a mi santa Narcisa de Jesús que en sus manos puse mis esperanzas y sueños para con su bendición cumplirlos, se las dedico a mis abuelitos y a mi hermano Luis Bautista por ayudarme y animarme en mis malos momentos. Está dedicado también con cariño a mi pareja, compañero y amoroso padre de mis pequeños Edison Vilca que con su amor y paciencia de la mano me guio y apoyó durante todo nuestro trayecto académico y que sigue manteniendo durante estos años de relación. Y a los dos rayitos de luz más importantes en mi vida, a los dos amores de mi vida a mis hijos Adrián Vilca y Edith Vilca que son mi fuerza e inspiración a ser una mujer fuerte y llena de convicción con sus metas, los amo mis pequeños guerreros y esta tesis es dedicada con todo el amor de una madre a sus hijos.

Lisbeth Esthefanía Bautista Carrasco

DEDICATORIA

El presente proyecto de titulación va dedicado para mis padres quienes me enseñaron a luchar duro por los sueños que se quiere lograr y con su apoyo me ayudaron a darme más fuerzas para no rendirme, a mis hermanos que siempre me aconsejaron y me dieron apoyo en todo momento para poder continuar y no desfallecer en medio camino.

Edison Patricio Vilca Casa

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES QUERO Y MOCHA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTORES:

Bautista Carrasco Lisbeth Esthefania
Vilca Casa Edison Patricio

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se realizó en los cantones Quero y Mocha de la provincia de Tungurahua con el objetivo de elaborar productos turísticos en los que se aproveche los atractivos naturales y culturales que poseen, es por esto que se plantearon tres objetivos. Para el primer objetivo que es la validación del inventario se realizó salidas de campo para verificar los atractivos que aún se encuentran vigentes, para ello vamos aplicar la investigación exploratoria ya que mediante la revisión de los PDOTs de ambos cantones, se realizara una comparación de los atractivos enlistados por los municipios con los resultados que obtuvimos nosotros mediante las salidas de campo, para posteriormente sistematizar la información obtenida con la aplicación del check list lo cual consiste en ir verificando cada atractivo mediante una lista, como resultado se obtuvo 24 atractivos turísticos 14 atractivos naturales, 10 atractivos culturales y 6 emprendimientos, también se aplicara entrevistas no estructuradas a los actores clave de cada cantón para conocer la realidad del turismo en Quero y Mocha. En el segundo objetivo que es el diseño de los productos turísticos se usó la metodología del Manual para la Planificaron de Productos Turísticos del MINCETUR de Perú, se utilizó la etapa de planificación de la cual se aplicó el análisis del destino, la conceptualización del producto turístico y el diseño del producto turístico. Se aplicaron encuestas a los turistas que permitieron el diseño de dos productos turísticos es la ruta “Camino de los Dioses” mediante la cual visitamos 9 atractivos naturales, 1 cultural y 4 emprendimientos, como segundo producto tenemos las galerías de fotografías “Quero, cáliz de madera” y “Mocha, Altar de los Dioses”. Para finalizar con el último objetivo se realizó un focus group a los servidores turísticos y emprendimientos misma que nos permitió realizar las matrices FODA, MEFI, MEFE y FODA cruzado donde se obtuvo como resultado 4 estrategias que se utilizaron para la promoción y difusión del producto turístico, la primera estrategia es ofensiva que se basa en promocionar los atractivos turísticos a través de páginas web y redes sociales oficiales de los cantones, defensiva la cual es buscar apoyo de la gobernación para realizar charlas a los municipios y comunidades para mejorar la promoción turística, reorientación que se trata de diseñar expo ferias en ambos cantones para promocionar los atractivos naturales y culturales y así recaudar fondos destinados a proyectos de señalética dentro de estos lugares y finalmente de supervivencia que se basa en establecer alianzas estratégica con los GADs de Quero y Mocha para la inversión en infraestructura de servicios turísticos en la zona rural.

Palabras clave: Atractivos turísticos, estrategias, inventario turístico, productos turísticos, Quero, Mocha

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “TURISM PRODUCTS IDENTIFICATION AND ELABORATION FOR THE QUERO AND MOCHA CANTONS OF THE PRONVINCE OF TUNGURAHUA”

AUTHORS:

Bautista Carrasco Lisbeth Esthefania
Vilca Casa Edison Patricio

ABSTRACT

This research project was carried out in the Quero and Mocha cantons of the province of Tungurahua with the objective of developing tourist products that take advantage of the natural and cultural attractions they have, which is why three objectives were set. For the first objective, which is the validation of the inventory, field trips were carried out to verify the attractions that are still in force, for this we will apply exploratory research since by reviewing the PDOTs of both cantons, a comparison of the attractions listed by the municipalities with the results that we obtained through field trips, to later systematize the information obtained with the application of the check list, which consists of verifying each attraction through a list, as a result, 24 tourist attractions, 14 natural attractions, 10 cultural attractions and 6 businesses were obtained. Unstructured interviews will also be applied to the key actors of each canton to know the reality of tourism. in Quero and Mocha. In the second objective, which is the design of tourist products, the methodology of the Manual for the Planning of Tourist Products of the MINCETUR of Peru was used, the planning stage was used, from which the analysis of the destination was applied, the conceptualization of the tourist product. and the design of the tourism product. Surveys were applied to tourists that allowed the design of two tourist products: the “Path of the Gods” route through which we visited 9 natural attractions, 1 cultural and 4 enterprises, as a second product we have the photo galleries “Quero, chalice of wood” and “Mocha, Altar of the Gods”. To finish with the last objective, a focus was carried out group to the tourist servers and enterprises that allowed us to carry out the SWOT, MEFI, MEFÉ and crossed SWOT matrices where the result was 4 strategies that were used for the promotion and dissemination of the tourist product, the first strategy is offensive which is based on promote tourist attractions through official websites and social networks of the cantons, defensive which is to seek support from the government to hold talks with municipalities and communities to improve tourism promotion, a reorientation that involves designing expo fairs in both cantons to promote natural and cultural attractions and thus raise funds for signage projects within these places and finally survival that is based on establishing strategic alliances with the GADs of Quero and Mocha for investment in tourist services infrastructure in the area rural.

Keywords: Tourist attractions, strategies, tourist inventory, tourist products, Quero, Mocha.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vii
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	viii
<i>AGRADECIMIENTO</i>	ix
<i>AGRADECIMIENTO</i>	x
<i>DEDICATORIA</i>	xi
<i>DEDICATORIA</i>	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xx
ÍNDICE DE FIGURAS	xxiii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACION DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS.....	6
5.1. Objetivo General.....	6
5.2. Objetivos Específicos	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	6
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	7

7.1.	Turismo	7
7.2.	Turismo sostenible.....	7
7.3.	Modalidades del turismo.....	7
7.3.1.	<i>Turismo de sol y playa (tradicional)</i>	7
7.3.2.	<i>Turismo alternativo</i>	8
7.3.3.	<i>Turismo cultural</i>	8
7.3.4.	<i>Turismo rural</i>	8
7.3.5.	<i>Agroturismo</i>	8
7.3.6.	<i>Ecoturismo</i>	9
7.3.7.	<i>Turismo de aventura</i>	9
7.4.	Recurso turístico	9
7.5.	Tipos de recursos turísticos.....	10
7.5.1.	<i>Recurso turístico natural</i>	10
7.5.2.	<i>Recurso turístico cultural</i>	10
7.6.	Inventario turístico	10
7.7.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	11
7.8.	Atractivo turístico	11
7.9.	Producto turístico	11
7.10.	Tipos de productos turísticos.....	12
7.10.1.	Producto turístico integral.....	12
7.10.2.	Producto turístico empresarial	12
7.11.	Productos turísticos en Ecuador	12
7.12.	Diseño de productos turísticos	13
7.13.	Paquete turístico	13
7.14.	Difusión turística	13

7.15.	Estrategias de promoción	14
7.16.	Promoción turística	14
7.17.	Focus Group	15
8.	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA.....	15
9.	METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL	16
9.1.	Objetivo 1	16
9.1.1.	Investigación exploratoria	16
9.1.2.	Métodos	17
9.1.3.	Técnicas	17
9.1.4.	Instrumentos	18
9.1.5.	Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador 19	
9.1.6.	Validación de datos	23
9.1.7.	Base de datos	23
9.2.	Objetivo 2	23
9.2.1.	Investigación descriptiva	23
9.2.2.	Métodos	24
9.2.3.	Técnica.....	24
9.2.4.	Instrumento.....	25
9.2.5.	Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR.....	25
9.2.6.	Diseño del producto turístico.....	28
9.3.	Objetivo 3	30
9.3.1.	Investigación descriptiva	30
9.3.2.	Método.....	30
9.3.3.	Técnica.....	30

9.3.4.	Instrumento.....	31
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	34
10.1.	Validar el inventario de atractivos turísticos.....	34
10.1.1.	Inventario de atractivos turísticos en el PDOT del cantón Quero	34
10.1.2.	Inventario de atractivos turísticos inventariado en fichas no verificadas ...	35
10.1.3.	Validación de atractivos de los cantones Quero y Mocha	42
10.1.4.	Base de datos	45
10.2.	Diseño del producto turístico	50
10.2.1.	Análisis del destino turístico.....	50
10.2.2.	Delimitación del destino turístico	50
10.2.3.	Análisis del mercado turístico.....	69
10.2.4.	Análisis del contexto social, político y económico.....	83
10.2.5.	Conceptualización del producto turístico	88
10.2.6	Diseño del producto turístico.....	90
10.2.6.	Análisis del Costo	106
10.2.7.	Diseño del producto turístico.....	109
10.3.	Estrategias de promoción y difusión	124
10.3.1.	Focus Group.....	124
10.3.2.	Análisis FODA	124
10.3.3.	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	126
10.3.4.	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	128
10.3.5.	FODA Cruzado	130
10.3.6.	Propuestas de plan de Acciones de cumplimiento.....	131
11	IMPACTOS	135
12	PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	136

13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
13.1.	CONCLUSIONES	136
13.2.	RECOMENDACIONES	138
14	BIBLIOGRAFÍA	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios.....	3
Tabla 2. Cuadro de Actividades.....	6
Tabla 3. Cronograma de salidas de campo	20
Tabla 4. Ponderación de atractivos naturales y culturales.....	22
Tabla 5. Rango y Jerarquía	23
Tabla 6. Conceptualización del producto	27
Tabla 7. Matriz de comparación	28
Tabla 8. Tipo de producto según su público.....	28
Tabla 9. Matriz FODA.....	31
Tabla 10. Matriz MEFI.....	32
Tabla 11. Matriz MEFE.....	32
Tabla 12. Matriz Estratégica.....	33
Tabla 13. Plan de acción.....	33
Tabla 14 Atractivos del PDOT del cantón Quero.....	35
Tabla 15 Atractivos que no se encuentran dentro del PDOT	35
Tabla 16 Inventario de atractivos naturales y culturales de Mocha.....	36
Tabla 17. Check list de los atractivos turísticos	42
Tabla 18. Atractivos Turísticos Vigentes	46
Tabla 19. Sistema de transporte de Quero	52
Tabla 20 Servicios turísticos.....	54
Tabla 21 Agua de consumo humano	56
Tabla 22 Conectividad de alcantarillado	56
Tabla 23 Energía eléctrica en la zona rural	57
Tabla 24. Entidades financieras.....	58
Tabla 25 Flora del cantón Quero	58
Tabla 26. Fauna del cantón Quero.....	59
Tabla 27. Sistema de transporte de Mocha.....	62
Tabla 28 Servicios turísticos de Mocha.....	64
Tabla 29 Agua de consumo humano Mocha	65
Tabla 30 Acceso a alcantarillado Mocha.....	65

Tabla 31 Acceso a energía eléctrica	66
Tabla 32 Flora de Mocha.....	67
Tabla 33 Fauna de Mocha.....	68
Tabla 34. Perfil del turista	81
Tabla 35 Rutas del cantón Mocha y Quero	82
Tabla 36 Análisis del contexto social, político y económico Quero y Mocha	84
Tabla 37. Análisis FODA de Quero	86
Tabla 38	87
Tabla 39. Conceptualización del producto turístico 1	88
Tabla 40. Matriz 1 de comparación entre producto y mercado	89
Tabla 41. Tipo de producto según su público 1.....	89
Tabla 42. Condiciones de la infraestructura y servicio.....	90
Tabla 43. Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de Quero y Mocha.....	93
Tabla 44. Emprendimientos de Quero y Mocha.....	94
Tabla 45. Planta Turística.....	94
Tabla 46. Actividades Turísticas	95
Tabla 47 Itinerario de la ruta Ecoturística	96
Tabla 48. Costo de la ruta.....	106
Tabla 49. Conceptualización del producto turístico 2	107
Tabla 50. Matriz 1 de comparación entre producto y mercado	108
Tabla 51. Tipo de producto según su público.....	108
Tabla 52. Condiciones de la infraestructura y servicio.....	109
Tabla 53. Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de Quero y Mocha.....	111
Tabla 54. Emprendimientos de Quero y Mocha.....	112
Tabla 55. Presupuesto de la galería fotográfica.....	123
Tabla 56. Presupuesto del boleto de ingreso	123
Tabla 57. Análisis FODA en base a los productos turísticos	125
Tabla 58. Análisis de matriz MEFI	126
Tabla 59. Análisis de matriz MEFE	128
Tabla 60. Matriz Estratégica.....	130
Tabla 61. Acciones de cumplimiento de las estrategias	132

Tabla 62. Presupuesto del proyecto 136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución Geográfica del cantón Quero	51
Figura 2. Distribución Geográfica del cantón Mocha	61
Figura 3. Género	70
Figura 4. Rango de Edad	71
Figura 5. Nivel de instrucción	72
Figura 6. Motivo de Viaje	73
Figura 7. Tipo de turismo	73
Figura 8. Viaja generalmente	74
Figura 9. Ha visitado los cantones.....	75
Figura 10. ¿Le gustaría conocer estos lugares?	75
Figura 11. Medios de comunicación	76
Figura 12. Tipo de Transporte.....	77
Figura 13. Tiempo de visita en un destino turístico	77
Figura 14. Servicios con más demanda	78
Figura 15. Tipo de establecimiento de alojamiento	79
Figura 16. Tipo de establecimiento de alimentación.....	79
Figura 17. Tipos de atractivos turísticos	80
Figura 18. Gasto Turístico.....	80
Figura 19 Croquis de la ruta ecoturística de Quero y Mocha.....	105
Figura 20. Quero, Cáliz de Madera y Mocha Altar de losDioses	122

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Identificación y elaboración de productos turísticos en los cantones Quero y Mocha.

Lugar de ejecución:

Cantón Quero y Mocha, provincia de Tungurahua, zona 3.

Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

Carrera que auspicia:

Carrera de turismo

Equipo de trabajo:

- **Tutor de Titulación:** Ing. MG. Daniela Alejandra Rodas
- **Investigador1:** Lisbeth Esthefania Bautista Carrasco
- **Investigador 2:** Edison Patricio Vilca Casa

Área del conocimiento

Servicios

Línea de investigación

Planificación y gestión del turismo sostenible

Proyecto vinculado

University Tourism Center

2. JUSTIFICACION DEL PROYECTO

La generación de un producto turístico trae muchas ventajas para un destino, por lo que este se encuentra presente dentro del sector económico y social debido al impacto que causa al momento de generar fuentes de empleo tanto para la población que busca emprender en el sector turístico y para aquellas personas que se especializan o tienen conocimientos sobre la rama del turismo en el Ecuador, es así que mediante la investigación se observó que el turismo logra incentivar a la mayor parte de la población a crear sus propias micro empresas apoyando a dar realce y mejor reconocimiento a las riquezas naturales y culturales que poseen el país.

Debido a esta razón se pretende diseñar un producto turístico que conecte a los cantones Quero y Mocha en base a la realidad de sus territorios y así dar a conocer los atractivos, servicios y actividades turísticas existentes en los cantones Quero y Mocha, teniendo en cuenta las necesidades y gustos del turista, por ende se procederá a la validación del inventario turísticos y su correspondiente actualización de datos mediante la utilización de las fichas de MINTUR, permitiendo conocer el estado en el que se encuentran los atractivos turísticos dentro de la zona de estudio y su desarrollo, además de la aplicación del Manual de Planificación de Productos Turísticos que servirá de guía para el diseño del producto y para su promoción y difusión a través del University Tourism Center. Obteniendo así el producto que permitirá un mayor desarrollo turístico a los cantones y satisfaga las necesidades del turista.

Por lo tanto, la elaboración de un producto turístico ayuda a desarrollar el turismo de un lugar, es así que se pretende mejorar la promoción turística de los cantones, misma que permita conocer al turista los atractivos y los servicios turísticos que estos ofrecen facilitando así su convivencia con el entorno, mediante la creación de estrategias de difusión y promoción, sin embargo, al no llevarse a cabo el proyecto este se mantendría

como una base de datos que brindará información necesaria para los futuros proyectos que se puedan desarrollar dentro de los cantones Quero y Mocha, además será una herramienta bibliográfica para futuras investigaciones o proyectos.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Tabla 1

Beneficiarios

Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
Equipo de investigadores: Lisbeth Bautista y Edison Vilca.	Pobladores cantonales: 25.982 habitantes. Hombres: 12.845 hab. Mujeres: 13.137 hab.
Turistas: 40 101	GAD´S cantonales
Emprendimientos: 248.	Estudiantes de la carrera de Turismo: 400.
University Tourism Center.	Establecimientos de alimentación: 23
	Establecimientos de alojamiento: 4
	Transporte: 6 cooperativas.

Nota: El número de turistas fue tomado en referencia al cantón más cercano al sitio de investigación siendo la ciudad de Ambato del año 2021. Además de los habitantes 12.845 son hombres y 13.137son mujeres. Tomado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014) y (*GAD Municipalidad de Ambato, 2022*)

Dentro de los beneficiarios directos se tienen a los investigadores, serán los principales beneficiados con la elaboración del proyecto para que este sea destinado como un aporte documental para la sociedad, además, se tiene a 40 101 turistas entre nacionales e internacionales que han ingresado a la provincia a conocer los sitios que esta tiene por ofrecer, puesto que estos son los actores interesados en conocer acerca de los productos turísticos que se ofertan en los sitios de estudio, por lo tanto son actores importantes del proyecto porque interactuarán de manera directa con la elaboración y la promoción del producto, teniendo presente también a los emprendimientos de los cuales 240 serán beneficiados porque al igual que los turistas serán incluidos en el proyecto por su actuación activa en la elaboración del producto turístico.

También se tiene presente a los beneficiarios indirectos que participaran con una medida más baja en la investigación teniendo entre estos a los 25.982 habitantes de los cuales 12.845 son hombres y 13.137son mujeres que se verán beneficiados, además de los GAD'S cantonales que se encuentran encargados del turismo su manejo y promoción, por ende de los departamentos de turismo que con los técnicos son los encargados del manejo de la información que será manejada mediante la investigación, además que si se llegase a ejecutar el proyecto el turismo incrementaría la promoción de los atractivos turísticos y del cantón a nivel provincial y nacional, por último se tiene a los establecimientos de servicios turísticos de los cuales se tiene 20 establecimientos de alimentación, 3 establecimientos de alojamiento y 6 cooperativas de transporte que se verán beneficiados por ser actores cercanos al turismo, como último tenemos los estudiantes de la carrera de turismo que también serán beneficiarios al igual que el University Tourims Center porque estos tendrán una herramienta bibliográfica para futuros proyectos de la carrera.

4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Perú es uno de los países conocidos a nivel internacional por el desarrollo de productos turísticos en su territorio, es así que “sus características como país megadiverso, la cantidad y variedad de ecosistemas y paisajes convierten al país en una potencia para la realización de caminatas para diferentes niveles y segmentos” (Gob.pe, 2024). Por ende, posee varios productos turísticos en los ámbitos naturales y culturales como lo es “El Camino Inka hacia Machu Picchu en el cual se recorre parte de la histórica ruta de qhapac ñan (caminos reales de los incas). Actualmente estos caminos son considerados Patrimonio Cultural de la Humanidad. En donde se observan sitios arqueológicos como Llactapata, Sayacmarca, Phuyupatamarca, Wiñayhuayna y, por supuesto, Machu Picchu.” (Machupicchu Terra, 2024)

La provincia de Tungurahua cuenta con varias alternativas turísticas tanto culturales como naturales, además de sus múltiples emprendimientos los cuales se encuentran presentes en los nueve cantones. Es así que la Gobernación de Tungurahua conjuntamente con su equipo técnico de turismo apoya económicamente y con asesoría a proyectos turísticos de cada cantón.

Sin embargo, se ha evidenciado que los municipios tienen presencia de autonomía turística, es decir que cada uno de los diferentes cantones realizan y manejan su propio turismo, teniendo en cuenta que la gobernación tiene planes de inversión turística para los cantones y que se encuentra en la espera de recibir propuestas de proyectos turísticos por parte de los GADs, mismos que serán sujetos a procesos de revisión para verificar su grado de factibilidad y realizar la inversión. (M. Salazar, comunicación personal, 5 de diciembre de 2022)

Quero y Mocha son cantones que basan su economía en la agricultura y ganadería por lo que la información de los atractivos turísticos se encuentra desactualizada o no presenta validez para la verificación de datos y debido a esto no poseen un turismo estable. Además, se encuentran rutas que debido a la falta de operadores turísticos no están siendo comercializados de manera activa y es así que según Constante (2022) “el cantón está buscando promocionar el turismo con el apoyo de los GADs y los emprendimientos existentes, es por esto que han diseñado un producto turístico denominado “Ruta Turística Artesanal y Gastronómica” con la cual el cantón se proyecta incursionar dentro del sector turístico”, mientras tanto en el cantón Mocha según Ilvay (2022) “se tienen presentes dos rutas turísticas: la ruta de las cascadas y la ruta gastronómica que conjuntamente entre el departamento de turismo y los pobladores han desarrollado”.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Elaborar productos turísticos en los cantones Quero y Mocha para ser difundidos mediante el University Tourism Center.

5.2. Objetivos Específicos

- Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en los cantones, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos.
- Diseñar productos turísticos en los cantones en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.
- Crear estrategias de promoción y difusión mediante el University Tourism Center.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 2.

Cuadro de Actividades

OBJETIVOS	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	RESULTADOS
Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en los cantones, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos.	Revisión del PDOT. Revisar inventarios de atractivos de los cantones. Salidas de campo para validar información. Análisis de la validación. Generar la base de datos.	Enfoque Cualitativo. Investigación Exploratoria y Bibliográfica. Guía Metodológica para la Jerarquización de atractivos y Generación de espacios turísticos del Ecuador. Validación de datos.	Inventario de atractivos turísticos de los cantones Quero y Mocha.
Diseñar productos turísticos de los cantones en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.	Revisión del Manual de planificación de productos turísticos del Perú. Análisis de destino turístico. Identificación de productos turísticos potenciales. Diseño del producto turístico. Croquis del producto turístico.	Enfoque Cuantitativo. Investigación descriptiva. Manual de planificación de productos turísticos del Perú.	Productos turísticos diseñados “Camino de los dioses”, “Quero, Cáliz de madera” y “Mocha, Altar de los dioses”.
Crear estrategias de promoción y difusión mediante el University Tourism Center.	Aplicar el Focus Group. Elaboración de las matrices estratégicas FODA, MEFI, MEFE y FODA cruzado. Planteamiento del plan de acción Propuesta del plan de acción.	Investigación Cualitativa. Investigación descriptiva. Matrices FODA, EFE, EFI y FODA Cruzado.	Estrategias de promoción y difusión.

Nota: Se detallan las actividades, la metodología y los resultados en relación a los objetivos planteados.

Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1. Turismo

El turismo ha existido desde hace mucho tiempo, es por esto que desde su origen no tiene un concepto definido, sin embargo, en varias investigaciones se lo ha definido como la actividad que el ser humano realiza al momento de movilizarse de un lugar a otro por diversión o satisfacer una necesidad, siendo así que este genera el ingreso económico a nivel mundial por el desplazamiento de grandes masas a nivel internacional. (Morillo, 2011)

7.2. Turismo sostenible

El turismo sostenible en la actualidad es una de los turismos que está siendo uno de los más conocidos por su desarrollo en ambientes naturales y culturales donde su objetivo es la fomentación de un turismo respetuoso con el ecosistema, la naturaleza y el patrimonio cultural, buscado mantener la generación de economía y el aumento laboral para la sociedad receptora del turismo. (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A, 2022)

7.3. Modalidades del turismo

El turismo tiene una gran diversificación en su clasificación, puesto que estos se caracterizan ya sea por su origen natural o cultural, el tiempo que se destine a este y el propósito de este, por esta razón se encuentran varios descritos.

7.3.1. Turismo de sol y playa (tradicional)

La visita a las playas y los grandes destinos que incitan al movimiento de grandes masas que permiten el desarrollo de los servicios turísticos por su origen consumista son los más caracterizados en el turismo que es conocido como tradicional, debido a que normalmente demandan una gran cantidad de servicios para la satisfacción de sus necesidades. (Ibáñez & Rodríguez, 2017)

7.3.2. *Turismo alternativo*

Es uno del turismo que tras la pandemia surgió con mayor relevancia, por sus características, pues este permite al turista interactuar de manera más directa con la naturaleza y las expresiones culturales de una comunidad, manteniendo el respeto por el medio ambiente y el patrimonio cultural donde esta se realice.

7.3.3. *Turismo cultural*

La interacción entre los turistas y el patrimonio cultural permiten una experiencia de entendimiento e identificación cultural donde los valores de una comunidad y sus tradiciones pueden ser expresadas a los visitantes para su disfrute, manteniendo el respeto por sus costumbres, su ecosistema y generando beneficios equitativos entre el turista y la comunidad receptora. (Ibáñez & Rodríguez, 2017)

7.3.4. *Turismo rural*

Tras la pandemia que azoto al mundo el turismo rural al igual que el turismo alternativo tuvieron un incremento por su direccionamiento más ambiental, donde las grandes aglomeraciones de las ciudades no llegaban, este permite la interacción más cercana con el medio ambiente lejos de las zonas urbanas, donde el turista disfruta de la belleza paisajística ofreciendo el descanso y la recreación de una manera más tranquila. (Ibáñez & Rodríguez, 2017)

7.3.5. *Agroturismo*

El agroturismo es conocido por su interacción directa con las labores agropecuarias de una comunidad que permite al turista experimentar de primera mano la vida rural realizando las actividades que las personas que viven en estos lugares realizan de manera cotidiana, generando una fuente de ingresos con un beneficio de estar en más contacto con la naturaleza y el diario vivir de las comunidades donde producen sus alimentos y conviven con la fauna del lugar. (Ibáñez & Rodríguez, 2017)

7.3.6. *Ecoturismo*

Es un turismo direccionado a lo conservacionista dentro del sector turístico, cuya finalidad es presentar viajes responsables que busquen conservar el entorno tanto natural como cultural y ayudar a conservar el bienestar de la comunidad local. Es por esta razón que está siendo aplicado tanto en el ámbito recreativo como educacional por su objetivo ambientalista, siendo así este uno de los modelos de turismo que mayor acogida a tenido en los últimos años por permitir al turista interactuar con la naturaleza y las comunidades de una manera más sustentable para el sitio, ayudando a preservar la cultura y el medio ambiente. (Ibáñez & Rodríguez, 2017)

7.3.7. *Turismo de aventura*

Es considerado el turismo deportivo por las actividades que se encuentran dentro de este, es así que tiene varias definiciones y nombres por su direccionamiento a las actividades que dentro de esta se practican como lo son la cabalgata, el ciclismo, la caminata, el cayoning, entre otras.

7.4. Recurso turístico

El recurso turístico como tal tiene diferentes concepciones otorgadas por diversos autores entre ellos la Organización Mundial del Turismo, mismos que llegan al mismo significado de que un recurso natural es todo aquel lugar o sector que posea relevancia natural o no y por sí mismo sea capaz de atraer al visitante y lo invite a desplazarse. (Wallingre & Toyos, 2010)

Es así que un recurso turístico puede tener valores naturales o culturales, siendo lo más relevante de este la relevancia y atracción que genere al momento de influenciar en los turistas para que estos tengan la necesidad de desplazarse de su sitio hacia estos lugares, es decir el impacto que estos generen lo catalogan como tal sin importar el origen de estos recursos.

7.5. Tipos de recursos turísticos

7.5.1. Recurso turístico natural

Es considerado a todo aquel que presenta “elementos geomorfológicos, biofísicos o la mezcla de ambos, cuyas características lo hagan susceptible de ser visitado por turistas.” (García, 1970)

Por lo tanto, un recurso turístico natural tiene como referente a su origen natural lo cual lo vuelve atractivo para los turistas al poseer los actores de flora y fauna que la hacen relevante para su disfrute.

7.5.2. Recurso turístico cultural

El recurso turístico cultural es aquel que tenga “elementos creados por el hombre que contenga atractivos capaces de interesar a los visitantes; estos atractivos pueden ser históricos o contemporáneos. (García, 1970)

Es así que, todos los elementos creados por la mano del hombre y causen una impresión que incite al visitante a visitar el lugar o conocer sobre dicha obra es considerado un recurso turístico cultural.

Recurso histórico. “Los recursos históricos se refieren a todos aquellos que sean una manifestación de la cultura de otra época” según (García, 1970). Es decir que toda manifestación humana que tenga antecedentes antiguos como lo son culturas antiguas, tradiciones y costumbres que cuenten con una historia o hayan dejado una para las generaciones futuras.

7.6. Inventario turístico

El inventario turístico consiste en la identificación, ubicación, clasificación y valoración de los recursos de un determinado lugar, dando como resultado un catálogo ordenado de los recursos ya sean naturales, culturales o humanos que lleguen a ser del

interese del turista, logrando la facilitación de la planificación y el desarrollo de actividades que se involucren con el turismo. (Huizar & Villanueva, 2021)

7.7. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Según la Secretaria Nacional de Planificación del Ecuador (2019) “este es un instrumento técnico y normativo para la planificación territorial. En esencia un PDOT es una propuesta para ordenar la gestión de un territorio. Además de ser un instrumento político.” Es decir, este documento sirve para detallar la información de un territorio, el desarrollo, las estrategias, programas y proyectos que se tienen a estos sitios.

7.8. Atractivo turístico

Un atractivo turístico son lugares o sitios que son de gran interés para un turista, por ende “es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer.” (Chavez, s/f)

Es decir que un atractivo turístico es el eje esencial para la creación de un producto turístico debido a que es lo que más llama la atención del turista y destaca con su singularidad siendo este un complemento importante para el auge de turismo por su aporte cultural y natural.

7.9. Producto turístico

Los productos turísticos son según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (s/f):

Una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de

comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes.

Es decir, que un producto turístico nace de una necesidad por parte del consumidor, que busca satisfacerla teniendo en cuenta los gustos de cada posible cliente, ya sea en el ofrecimiento de servicios turísticos o en sí en el atractivo turístico, teniendo en cuenta que el método de comercialización influirá en la aceptación que tenga cierto producto en el mercado.

Además, “se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos.” (Nasimba & Cejas, 2015)

7.10. Tipos de productos turísticos

Los productos turísticos se clasifican en dos:

7.10.1. Producto turístico integral

Según Ostelea (2022) “está conformado por componentes de sector público como privado. Esto significa que no solo ha sido diseñado con atractivos o actividades propias sino con todos los elementos de un producto turístico.”

7.10.2. Producto turístico empresarial

Este a diferencia del anterior ha sido elaborado por una organización determinada, es decir, aquí se ofertan paquetes vacacionales para visitas guiadas a los museos, entre otros. (OSTELEA, 2022)

7.11. Productos turísticos en Ecuador

El turismo como tal está bajo el reglamento establecido por el MINTUR, mismo que tiene en su normativa todos los aspectos legales que este debe cumplir, es así que en el artículo 4 se detalla que “reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las

actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo” (Ministerio de Turismo, 2014)

Es decir, los productos turísticos en su diseño y creación tienen que estar definidos cuales y como se espera introducirlos en los mercados turísticos teniendo en cuenta que debe haber la innovación y la participación equitativa de la población que vaya a ser beneficiada ya sea pública o privada.

7.12. Diseño de productos turísticos

Según Nasimba & Cejas (2015) se con lleva algunos elementos que deben mantener como prioridad, puesto que se debe tener presente al tipo de público al que va dirigido, tener en cuenta las estrategias que se aplicaran para la correcta elaboración y promoción de los productos turísticos, además se indica que la innovación y la calidad de los productos realizados deben ir a la vanguardia de la época y seguir las tendencias del turista para así conseguir satisfacer las necesidades del cliente.

7.13. Paquete turístico

“Es el conjunto de servicios prestados con base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma “de bloque” a un precio único y global.” (Entorno Turístico, 2021)

Siendo así que un paquete turístico es considera como tal al englobar los servicios turísticos que puede ofrecer un atractivo al momento de su operación dentro de la actividad turística. Tales como alojamiento, transporte y alimentación.

7.14. Difusión turística

La difusión turística tiene como objetivo la promoción por medio de estrategias de marketing de un determinado destino, cuyo único fin son satisfacer las necesidades del turista, a través de herramientas web y estrategias de marketing digital que son las más utilizadas y conocidas en el mundo actual. Es por esto que varios artículos analizan los

diferentes medios de promoción turística, manteniendo siempre la presencia de la globalización e innovación como ejes principales para una correcta difusión de información de los destinos o productos turísticos que se vayan a diseñar o proponer. (Secretaría de Fomento Turístico, 2018), (Alfonso, 2011).

7.15. Estrategias de promoción

Es decir, hace referencia a la publicidad y sus medios de promoción lo que se refiere al marketing, siendo así que las estrategias permiten completar los objetivos de informar, persuadir y recordar al cliente sobre un producto o servicio, por lo que “una estrategia de promoción es un plan factible en el que usas la publicidad para influenciar a la gente sobre tu negocio a la vez que generas más compradores y aumentas la fidelización de tus clientes.” (Trillo, 2021)

Es por esto que son una de las principales y más importantes herramientas que tiene el marketing para lograr el objetivo de dar a conocer los productos de una empresa sea privada o pública, logrando incentivar al cliente a la compra e incluso hacer de una marca reconocida dentro de un mercado nacional o internacional, siempre y cuando se tenga en cuenta la planificación cuyo objetivo final sea la venta de un bien a nuevos o antiguos compradores. (Ekon, 2022)

7.16. Promoción turística

La promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing Integrado, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística.” (Castillo & Castaño, 2015)

Es decir, todo destino turístico debe comunicar a los turistas la oferta que esta presenta para satisfacer las necesidades y así captar la atención de este para cumplir con el objetivo de vender al cliente, por ende, la promoción como tal es un elemento

importante dentro del marketing para persuadir al comprador la adquisición de un bien o servicio.

7.17. Focus Group

El Focus Group es como tal un método de investigación, en el cual se reúne un grupo de personas que intervengan con el tema a investigar, en el cual exponen sus opiniones sobre un determinado producto o servicio que es usado en marketing. Usualmente está conformado por grupos de 5 a 10 personas y su moderador en el cual se deben ir enlistado las respuestas que los participantes vayan dando, normalmente este tiene una duración de treinta minutos a hora y media. (Lisboa, 2019)

8. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Cuáles son las estrategias con mayor enfoque para la promoción y difusión de los productos turísticos de los cantones Quero y Mocha para ser difundidos a través del University Tourism Center?

Las estrategias de promoción y difusión fueron obtenidas por medio del desarrollo de la matriz FODA, donde posteriormente se realizó las matrices MEFI cuya importancia fue en fortalezas 0,55, en debilidades un total de 0,45 obteniendo un resultado positivo en cuanto a las fortalezas, para la matriz MEFI se obtuvo un valor de importancia de 0,56 en oportunidades y 0,44 en amenazas cuya calificación fue positiva en cuanto a las oportunidades, de donde se obtuvo como resultado el FODA cruzado en el cual se tomó en cuenta los factores con mayor calificación al momento para la realización de las estrategias de promoción y difusión obteniendo una estrategia ofensiva que es promocionar los atractivos turísticos a través de páginas web y redes sociales oficiales de los cantones, una defensiva la cual es buscar apoyo de la gobernación para realizar charlas a los municipios y comunidades para mejorar la promoción turística, una de reorientación que se trata de diseñar expo ferias

en ambos cantones para promocionar los atractivos naturales y culturales y así recaudar fondos destinados a proyectos de señalética dentro de estos lugares y una de supervivencia que se basa en establecer alianzas estratégica con los GADs de Quero y Mocha para la inversión en infraestructura de servicios turísticos en la zona rural.

9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

La investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, es decir que en el cualitativo esta se base en “explicar, predecir, describir o explorar el “porqué” o la naturaleza de los vínculos entre información” (Gayou et al., 2014). Mientras que la cuantitativa “se lo denomina así porque trata de fenómenos que se pueden medir (número de hijos, edad, entre otras) a través de la utilización de estadísticas para el análisis e datos recogidos” (Sánchez, 2019).

Las metodologías que se utilizaron para la realización del proyecto de investigación fueron la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador en el primer objetivo, el Manual para la Planificación de Productos Turísticos del Perú en el segundo objetivo y para el tercer objetivo se usó el método deductivo con la técnica del focus group donde posteriormente se aplicó las matrices FODA, MEFE, MEFI y FODA Cruzado para determinar las estrategias que constan tan con su plan de acción.

9.1. Objetivo 1

Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos.

9.1.1. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación es aquella que se realiza sobre un tema u objeto poco conocida o que carece de información, mediante la recopilación de información,

identificación de antecedentes y ubicación de aspectos relevantes para que el investigador se familiarice con el problema (Universidad Latinoamericana, 2017).

Este tipo de investigación se aplicó en el primer objetivo, por lo tanto, se buscó y recolecto información acerca de los atractivos turísticos con los que cuentan los GADs y la infraestructura turística presente en los cantones para así conocer la realidad turística de estas zonas.

9.1.2. Métodos

9.1.2.1. Método deductivo

Este método permite extraer una conclusión con base en una premisa que va de lo general a lo específico, es decir la veracidad de la investigación dependerá de la serie de proposiciones validas que se obtenga (Westreicher, 2020).

Al aplicar el método se realizó la validación de los datos obtenidos que permiten el cumplimiento de este proceso, obteniendo además la base de datos para la definición de las características de los atractivos que se encuentran vigentes.

9.1.3. Técnicas

9.1.3.1. Análisis documental

Con el análisis documental que se da por medio de la comprensión lectora, se pretende encontrar información que resulte relevante para los amplios propósitos de la investigación en el cual se seleccionan ideas que resulten relevantes y sean transformadas en nuevo contenido (Peña, 2022). Como parte del proceso de investigación se analizó el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los cantones Quero y Mocha donde se recogieron las características territoriales necesarias de los atractivos turísticos.

9.1.3.2. Entrevista no estructurada

En este tipo de técnica de investigación el contenido de las preguntas no está preestablecido y puede variar en función del sujeto, siendo el entrevistador el encargado de direccionar los temas a tratar con el entrevistado buscando obtener respuestas según las experiencias y vivencias de este (Tejero, 2021).

Esta técnica se aplicó para la recolección de datos con una serie de preguntas sin guion previo con la finalidad de completar las fichas del MINTUR en base de una conversación con los técnicos de turismo de ambos cantones.

9.1.3.3. Técnica de campo

Consiste en comprender, analizar e interactuar directamente con los individuos en su entorno para la recolección de información por medio de vistas de campo. (Arteaga, 2022) Se aplicó la técnica para recolectar información de los atractivos y continuar con el llenado de las fichas del MINTUR.

9.1.4. Instrumentos

9.1.4.1. Check list

Son listados de control u hojas de verificación realizadas para controlar el cumplimiento de una lista de parámetros o recolectar datos de manera sistemática y ordenada dejando en constancia los puntos inspeccionados en dicho registro. (Martín, 2022) Se aplicó el check list para la validación de datos en una tabla de comparación entre los atractivos que el GAD de Mocha menciona en el año 2012 y el de Quero en su PDOT del 2014 y los atractivos levantados por el equipo de investigación.

9.1.4.2. Ficha de levantamiento de información del MINTUR

Este proceso permite la identificación, clasificación y valoración de los atractivos turísticos que oferten las condiciones estables para el desarrollo de productos

turísticos. (Ministerio de turismo, 2018) con las fichas se recolectó la información de los atractivos turísticos para posteriormente realizar su jerarquización.

9.1.4.3. Observación directa

Se utilizó como instrumento de investigación, porque en ella el investigador se pone en contacto directo con el hecho o fenómeno de estudio para la obtención de información veraz. (Gutiérrez, 2020) Se lo considero como un instrumento importante para la obtención de información primaria en el levantamiento de información del MINTUR por medio de las fichas que con la observación in situ se verifico nueva información que permitió el desarrollo de la investigación.

9.1.5. Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador

Para el cumplimiento del primero objetivo se aplicó la Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador, que se usara como una guía para realizar el inventario de los atractivos turísticos de los cantones Quero y Mocha, por ende, este se divide en dos etapas y tres anexos, sin embargo, para la investigación solo se tomara en cuenta la primera etapa que consta de tres fases de las cuales se utilizó las dos primeras para la elaboración del inventario.

9.1.5.1. Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos

La primera fase consta de tres pasos para su realización:

9.1.5.1.1. Fase I: Levantamiento y registro de atractivos turísticos

La primera fase se divide en tres pasos para su desarrollo:

1. Identificación y clasificación de atractivos turísticos

Se identificó lo atractivos presentes en la base de datos otorgada por los GADs y añadió aquellos que tengan visitantes. Luego se les coloco la categoría, tipo y subtipo

según la información verificada, además de la clasificación de los atractivos según la metodología mencionada.

2. Levantamiento de información primaria

El levantamiento de información se realizó a través de entrevistas no estructuradas y el uso de la ficha proporcionada por el MINTUR para recopilar la información necesaria con la cual se determinó si el recurso tiene potencial para ser atractivo, además se realizaron 14 salidas de campo donde se adjunta el cronograma de salidas de campo.

Tabla 3.

Cronograma de salidas de campo

Fecha	Ubicación	Descripción
05-04-2023	Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua-Ambato	Acercamiento a la Gobernación de Tungurahua.
05-04-2023	GAD Municipal de Quero	Acercamiento al GAD
07-04-2023	GAD Municipal de Mocha	Acercamiento al GAD
12-06-2023	GAD Municipal de Quero	Acercamiento al GAD
14-06-2023	GAD Municipal de Mocha	Acercamiento al GAD
27-06-2023	Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua-Ambato	Acercamiento a la Gobernación de Tungurahua.
09-07-2023	Cantón Quero	Visita a los atractivos turísticos.
17-07-2023	Cantón Quero	Visita a los atractivos turísticos.
19-07-2023	Cantón Quero	Visita a los emprendimientos.
03-08-2023	Cantón Quero	Visita a los atractivos emprendimientos.
14-08-2023	Cantón Mocha	Visita a los atractivos turísticos.
19-08-2023	Cantón Mocha	Visita a los atractivos turísticos.
06-09-2023	Cantón Mocha	Visita a los atractivos emprendimientos.
18-09-2023	Cantón Mocha	Visita a los atractivos emprendimientos.

Nota: Elaborado por Bautista & Vilca (2024).

3. Verificación con información secundaria

Se utilizó fuentes bibliográficas confiables como lo son la página del MINTUR, la página de la gobernación de Tungurahua “Vive Tungurahua”, el PDOT de los cantones y tesis relacionadas con el tema de investigación que permitieron verificar la información

existente de la planta turística, medios de promoción, entre otros, en caso de existir inconsistencias se revisó los sitios y las fuentes de información para corregir los datos.

9.1.5.2. Fase II: Ponderación y jerarquización

En esta fase se analizó todos los aspectos estipulados por las fichas que disponen que atractivos son potenciales para formar parte de un producto turístico de acuerdo a la jerarquización en la que se encuentran y determinando en base a una calificación su nivel de jerarquía.

1. Definición de criterio de evaluación

Se evaluó de acuerdo a los criterios relacionados con el índice de competitividad turística y los criterios relacionados a la demanda.

- Criterios relacionados con el índice de competitividad turística
 - ✓ Accesibilidad y conectividad
 - ✓ Planta turística/servicios
 - ✓ Estado de conservación e integración atractivo/entorno
 - ✓ Higiene y seguridad turística
 - ✓ Políticas y regulaciones
 - ✓ Actividades que se practican
- Criterios relacionados a la demanda
 - ✓ Difusión
 - ✓ Registro de visitante y afluencia
 - ✓ Recurso humano

2. Ponderación de criterios

Luego de la actualización de información de los atractivos, se continuó con el análisis que demostró las falencias o mejoras de los sitios en donde se pondero según los criterios de la valoración emitidos por el MINTUR;

Tabla 4.*Ponderación de atractivos naturales y culturales*

PONDERACIÓN DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES			
Criterios de valoración		Descripción	Ponderación
1	Accesibilidad y conectividad	Hace referencia a las condiciones de la accesibilidad, servicios de transporte y señalética.	18
2	Planta turística/Complementarios	Hace referencia a los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes y los servicios complementarios.	18
3	Estado de conservación e integración sitio/Entorno	Estimación de la integridad de los atributos físicos-ambientales y socioculturales.	14
4	Higiene y Seguridad	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, señalética y establecimientos de atención ciudadana como salud, seguridad comunicación y amenazas naturales.	14
5	Políticas y Regulaciones	Consideración y cumplimiento de las regulaciones de las actividades dentro del atractivo turístico.	10
6	Actividades que se practican en el atractivo	Actividades de agua, aire y tierra que se practican en atractivos naturales y culturales.	9
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	Hace referencia a la promoción que tiene el atractivo turístico de manera nacional o internacional.	7
8	Registro de visitantes y afluencia	Hace referencia al registro de visitantes, la temporalidad, frecuencia y procedencia.	5
9	Recursos humanos	Hace referencia al número de personal y nivel de instrucción académica de las personas que laboran en los atractivos.	5
Total			100

Nota: Adaptado del Manual metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos, Ministerio de turismo del Ecuador, 2018. Dominio público.

Se continuó con la jerarquización en la escala de I a IV que se genera de un valor numérico sobre el puntaje de 100 conseguido previamente. En caso de que alguno no alcanzo un rango mínimo se lo considera recurso turístico.

Tabla 5.*Rango y Jerarquía*

Rangos	Jerarquía
100-86	IV
85-61	III
60-36	II
35-11	I
10-0	Recurso

Nota: Tomado del Manual metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos, Ministerio de turismo del Ecuador, 2018. Dominio público.

9.1.6. Validación de datos

Este proceso permite comprobar que los datos cumplen los requisitos de las reglas establecidas previamente, para evitar errores en la información y así obtener datos reales y veraces (Ortega, s. f.). Esta se aplicó para la validación de información en el check list y así realizar un análisis y determinar los atractivos que se encuentran vigentes y generar la base de datos cumpliendo con el primer objetivo.

9.1.7. Base de datos

Una base datos es un sistema de información que se registra en documentos como apoyo a la generación de un nuevo conocimiento según las necesidades de los investigadores (Codina, 2020). Por lo tanto, se generó una base datos donde se establecieron las características relevantes de los atractivos vienes.

9.2. Objetivo 2

Diseñar productos turísticos del cantón en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.

9.2.1. Investigación descriptiva

En el segundo objetivo se aplicó la investigación descriptiva que se encarga de describir la población, situación o fenómeno en el cual se centra el estudio (Mejia, 2020). Para el diseño de productos turísticos se usó la investigación descriptiva, por lo cual con

la información obtenida en el objetivo uno se pudo describir las características del producto diseñado.

9.2.2. Métodos

9.2.2.1. Método bibliográfico

Para la investigación se tomó el método de investigación bibliográfico cuyo sistema se centra en la obtención de información contenida en documentos, que permite localizar, identificar y acceder a aquellos datos que permiten la realización de la investigación (López, s. f.). Este método permitió determinar el perfil del turista y el diseño del producto turístico.

9.2.2.2. Método inductivo

Este método se basa en la observación y la recolección de datos reales para la generación de patrones, es decir, que parte de los hechos concretos a una conclusión general (Suárez, 2023). Se utilizó este método para el análisis de las encuestas y así conocer las preferencias de los turistas al momento de viajar y en base a esta información diseñar el producto turístico.

9.2.3. Técnica

9.2.3.1. Encuesta

En esta se recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas a un grupo referencial o muestra representativa para analizarlas e interpretarlas que ayudara a tomar decisiones o generar una estrategia de acción específica (Gómez, 2023). Esta técnica es importante dentro de la investigación debido a que su aplicación permitirá conocer las preferencias y gustos del turista que visitan estos cantones y así determinar los productos que podrán ser ofertados.

9.2.4. Instrumento

9.2.4.1. Cuestionario

Es una herramienta clave para la obtención de información primaria por parte del investigador, siendo un instrumento que a través de preguntas planteadas se recolectan datos e información real (Hinojosa, 2022). Con la aplicación del cuestionario se obtuvo información que permitió conocer el perfil del turista en los cantones, tomando como muestra a los turistas que ingresan a estos sitios.

9.2.5. Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR

Para el desarrollo del segundo objetivo se basó en la Metodología “Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR” del 2014, se aplicó las tres etapas para el diseño de productos turísticos.

9.2.5.1. Análisis del destino:

En el análisis del destino se debe delimitar y establecer como se encuentra en la actualidad estos destinos en el sector turístico, debido a que con esta información se fueron definiendo los productos turísticos que se podrán realizar dentro de estos territorios.

- ***Delimitación del destino turístico:*** se revisó la información del PDOT del cantón Quero y Mocha de los cuales se sacó las características con mayor relevancia como lo fue la población, la temperatura, la división política, accesibilidad, los atractivos turísticos que estos poseen y las actividades turísticas o servicios que en estas se realizan.
- ***Análisis del mercado turísticos y las inversiones:*** dentro de este se encuentra el análisis de la demanda, el cual permite determinar el perfil turístico, las características y exigencias de los mismos. Por ende, se aplicó la encuesta que

está dirigida a los turistas que ingresan a estos dos cantones, para así sacar la información de la demanda turística.

Para la encuesta se realizó la técnica del tamaño de muestra la cual ayudo a conocer el número de turistas a los que se les deberá realizar las encuestas.

Donde;

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población o universo (40 101)

Z= nivel de confianza elegido 95% (1.96)

P= probabilidad de éxito (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

E= error máximo aceptable 5% (0.05)

Datos;

N= 40 101

E= 0,005

p= 0,5

q= 0,5

Z= 1,96

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 40\ 101}{40\ 101 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{38513.0004}{101.2129}$$

$$n = 380.5147407099$$

$$\mathbf{n = 381}$$

Es así que el tamaño de la muestra de los 40 101 turistas es de 381, siendo así ese el número de encuestas que se realizaron.

- ***Dentro del análisis del contexto social, político y económico:*** se describió las características de cada cantón como lo es el número de población entre hombre y mujeres, su nivel de educación, la población según su tipo de trabajo, entre otras. Además de este análisis se sacó el FODA de cada cantón sacando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que diferencian entre sitio.

9.2.5.2. Conceptualización de productos turísticos

Para este paso se necesita responder unas preguntas que permitirán plantear la temática que tendrá el producto turístico al igual que sus características y elementos con los que contará para diferenciarlo de la oferta que existe dentro de la zona.

Tabla 6.

Conceptualización del producto

¿Cuál es la temática?	¿Qué lo hace especial?
¿Qué actividades se pueden ofrecer?	¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?
¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?	¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

Se aplicó la matriz que permitirá conocer las condiciones de la infraestructura y servicio en el cual los productos turísticos deben tener la capacidad de combinar elementos diferentes entre infraestructura, servicios, recursos y la demanda.

Tabla 7.*Matriz de comparación*

MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO				
Destino	Extranjero		Nacional	
Producto/Mercado	En tour	Independiente	Local	Regional Interregional
Bienestar y salud				
Patrimonio y cultura				
Naturaleza				
Festividades locales				
Negocios				

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, por Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

La siguiente matriz se utilizó para conocer la preferencia del público objetivo, teniendo en cuenta la edad y el tipo de actividad que sería de su preferencia para así tener una dirección más certera y clara de la temática y las actividades con las que deberá contar y tener el nuevo producto turístico para que sea innovador dentro de los ya existentes.

Tabla 8.*Tipo de producto según su público*

DESTINO:		
Producto:	Público A	Público B
Caminata		
Senderismo		
Fotografía		
Ciclismo		
Observación de flora y fauna		
Degustaciones gastronómicas		
Visita a emprendimientos		

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, por Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

9.2.6. Diseño del producto turístico

Para el diseño de productos turísticos se tienen definidos cuales son los espacios que van hacer usados dentro del producto.

9.2.6.1. Descripción detallada del producto turístico

En esta etapa se realizó una descripción detallada de los productos turísticos y sus características más destacadas que deben llamar la atención del visitante, por esta razón debe ser detallada y clara para el público de interés, además se añadirá un itinerario, actividades, guion y presupuesto de lo que se desarrolló dentro de los productos turísticos.

9.2.6.2. Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Para la definición y el mapeo se tuvo en cuenta los elementos con los que cuenta el producto turístico como lo es el recurso turístico, atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y las actividades complementarias que deben estar adecuadas a los requerimientos de la demanda.

9.2.6.3. Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico

En la evaluación de productos turísticos se observó las características con las que cuenta el producto y si se rige a los requerimientos que tiene el público objetivo en cuanto a servicios, infraestructura, entre otros. También se tuvo presente la temática y los atributos valorados por el segmento del mercado turístico. Por ende, se realizaron las fichas que se encuentran dentro del manual, para así facilitar la descripción de la información acerca de las capacidades reales que tienen los sitios evaluados.

9.2.6.4. Gráfico del producto turístico

Para el gráfico del producto se tomó en cuenta todos los componentes orientados al mercado turístico, como instrumento se hará uso de Google Maps y OruxMaps para determinar los puntos de ubicación y diseñar la ruta, además de contener los puntos donde se encuentran los atractivos turísticos y algunos emprendimientos, para el diseño del segundo y tercer producto se utilizó Adobe Express y Floor Plan Creator donde se diseñó la galería fotográfica, además de los puntos de información turística y zonas de narración.

9.3. Objetivo 3

Crear estrategias de promoción y difusión mediante el University Tourism Center.

9.3.1. Investigación descriptiva

En el tercer objetivo se aplicó la investigación descriptiva que se encarga de describir la población, situación o fenómeno en el cual se centra el estudio (Mejia, 2020). Para la creación de estrategias de promoción y difusión se utilizó el focus group del cual se planteó las matrices FODA, MEFI, MEFI y FODA cruzado para el desarrollo de las estrategias.

9.3.2. Método

9.3.2.1. Método inductivo

Este método se basa en la observación y la recolección de datos reales para la generación de patrones, es decir, que parte de los hechos concretos a una conclusión general (Suárez, 2023). Se lo utilizó para la elaboración de las matrices FODA, MEFI, MEFI, FODA cruzado y el plan de acción de las estrategias de promoción y difusión.

9.3.3. Técnica

9.3.3.1. Focus Group

Es una reunión conformada por varias personas con el objetivo de discutir sobre un tema en específico y analizar cada parte positiva o negativa de un producto o servicio para conocer su opinión o recomendaciones como público objetivo (Sordo, 2023). Se aplicó el focus group en las instalaciones del municipio de Quero y Mocha con el apoyo de los técnicos de turismo que majean el tema turístico en los cantones, con la información obtenida del grupo de personas que asistieron se procedió a continuar con las matrices FODA, MEFI, MEFE y FODA cruzado para finalmente obtener las estrategias.

9.3.4. Instrumento

9.3.4.1. Matriz FODA

Es una herramienta que se usa para identificar los Fortalezas que hacen referencia a las iniciativas o con un costado competitivo externo, Oportunidades son el resultado de las fortalezas y debilidades con una iniciativa externa, Debilidades hace referencia a la iniciativa interna y Amenazas se refiere a las áreas que tienen el potencial de causar problemas dentro de un proyecto (Raeburn, 2021). Con la información recolectada realizamos la matriz FODA en donde se conocerán los aspectos positivos y negativos, externos e internos en lo que se refiere a los productos turísticos.

Tabla 9.

Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
Fortalezas (Positivo)	Oportunidades (Positivo)
Debilidades (Negativo)	Amenazas (Negativo)

Nota: Adaptado de Importancia del análisis FODA para la elaboración de estrategias en organizaciones americanas, una revisión de última década, por Oña & Vega, 2018. De dominio público

9.3.4.2. Matriz MEFI

La matriz EFI sirve para medir la eficacia de un proceso o sistema de manera objetiva y numérica que facilita la toma de decisiones y comparar procesos. La elaboración de la matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) representa las fortalezas y debilidades resultantes del FODA, en la cual se debe asignar un valor de entre (0,0) sin importancia a (1,0) muy importante que en total la suma debe ser 1,00. Luego se le dará un rango de calificación de 1 (Irrelevante) entre 4 (Muy importante). Es aquí donde se le concede el número de calificación de 1 a 2 para las debilidades, 3 a 4 para las fortalezas y finalmente multiplicar la importancia por la calificación para obtener la ponderación, el resultado debe estar entre 1,00 y 4,00 en donde las fortalezas deben tener un resultado mayor a las debilidades para que el proyecto sea viable (Santos, 2023).

Tabla 10.*Matriz MEFI*

Factores claves internos	Importancia	Calificación	Valor
Fortalezas			
Debilidades			
Total			

Nota: Adaptado de Matriz EFI: qué es, para qué sirve, cómo se crea y ejemplos, por Santos, 2023.

9.3.4.3. Matriz MEFE

Es un instrumento de diagnóstico estratégico que permite identificar y evaluar distintos aspectos externos que afectan el crecimiento de un proyecto. La elaboración de la Matriz de Evaluaciones de Factores Externos MEFE representa las Oportunidades y Amenazas en la cual debe asignar un valor de (0,0) sin importancia a (1,0) muy importante en su suma total debe tener 1,0, continuando con la calificación de 1 a 2 como amenaza y 3 a 4 una oportunidad, para definir la ponderación se debe multiplicar la importancia por la calificación siendo el valor más alto de 4,0. Es importante tener en cuenta que en el total de la suma debe ser mayor la de oportunidades que la de amenazas para proseguir con las estrategias (Ruiz, 2023).

Tabla 11.*Matriz MEFE*

Factores claves externos	Importancia	Calificación	Valor
Oportunidades			
Amenazas			
Total			

Nota: Adaptado de Matriz EFI: qué es, para qué sirve, cómo se crea y ejemplos, por Santos, 2023.

9.3.4.4. FODA cruzado

El FODA estratégico o FODA cruzado es una herramienta en la cual se colocarán las estrategias defensivas son una combinación de las amenazas con las fortaleza de una empresa, ofensivas son la combinación de las fortalezas y oportunidades, de supervivencia analizan los puntos más negativos que rodean a un proyecto y de adaptación son la combinación de las debilidades y las oportunidades que permitan mejorar el desarrollo turístico dentro de ambos cantones y así definir las estrategias de promoción y difusión (Gasbarrino, 2022).

Tabla 12.

Matriz Estratégica

	Factores Internos	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Factores Externos			
Oportunidades (O)		Estrategias FO (Ofensivas)	Estrategias DO (Adaptación)
Amenazas (A)		Estrategias FA (Supervivencia)	Estrategias DA (Defensivas)

Nota: Adaptado de Importancia del análisis FODA para la elaboración de estrategias en organizaciones americanas, una revisión de última década, por Oña & Vega, 2018. De dominio público.

9.3.4.5. Plan de acción

Es una herramienta que consta de guías detalladas con tareas a seguir por los investigadores para lograr los resultados esperados en el cual se describen las acciones que se tomarán y todos los recursos necesarios para desarrollarlos (Zambelli, 2022).

Tabla 13.

Plan de acción

Estrategia ofensiva				
Actividades	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
Estrategia defensiva				
Actividades	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
Estrategia de reorientación				
Actividad	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
Estrategia de supervivencia				
Actividad	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
Total				

Nota: Elaborado por Bautista L. & Vilca E. (2024).

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1. Validar el inventario de atractivos turísticos

En el primero objetivo se aplicó la Metodología de Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ministerio de Turismo Ecuador, con el cual se determinó los atractivos turísticos que cumplen con ciertos alineamientos para el desarrollo de productos turísticos, por otro lado, con la revisión del Plan Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de los cantones Quero y Mocha y las fichas otorgadas de los atractivos de Mocha se realizó para la validación de datos una tabla con todos los atractivos turísticos de los cantones y los inventariados en las salidas de campo, se ordenaron los atractivos por cantón, se clasifico por categoría, tipo y subtipo, para con el uso del check list se fue verificando la vigencia del atractivo con un sí o no. Finalmente, para la generación de la base de datos se consideraron algunos ítems que permitan tener la información acerca de los atractivos turísticos.

10.1.1. Inventario de atractivos turísticos en el PDOT del cantón Quero

En el cantón Quero se cuentan con dos parroquias rurales: Rumipamba y Yanahurco por lo tanto cuenta con varios atractivos turísticos en su zona rural y urbana y en base a la información obtenida del PDOT (2014) cuenta con 4 atractivos culturales y 6 atractivos naturales por ende se pueden realizar actividades como: senderismo, cabalgata, fotografía, observación de flora y fauna, entre otras.

Tabla 14*Atractivos del PDOT del cantón Quero*

Tipo	Nombre	Parroquia
1. Histórico	Molino de Agua	La Matriz
2. Loma	El Mirador	La Matriz
3. Iglesia	Gruta de la Virgen del Monte	La Matriz
4. Loma	El Mirador	La Matriz
5. Cerro	Cerro Mulmul	La Matriz
6. Hacienda	Cruz de Mayo	La Matriz
7. Cascada	Cascada Jun-Jun	La Matriz
8. Hostería	Hostería Marcopamba	La Matriz
9. Loma	Cerro Llimpes	La Matriz
10. Paramo	Paramo Iqualata	La Matriz

Nota: Atractivos Turísticos del cantón Quero. Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

En el cantón Quero existen varios atractivos naturales y culturales que han sido inventariados en el cantón. Sin embargo, al realizar las salidas de campo se pudo verificar que algunos atractivos no se encuentran dentro de la lista de atractivos inventariados por el municipio de Quero y algunos que ya no se encuentran vigentes.

Tabla 15*Atractivos que no se encuentran dentro del PDOT*







Atractivo	Categoría	Parroquia
1. Bosque de Querochaca	Sitio Natural	Quero
2. Parque Central de Quero	Manifestación Cultural	Quero
3. Iglesia, Santuario Diocesano de Nuestra Señora del Monte	Manifestación Cultural	Quero
4. Parque El Labrador	Manifestación Cultural	Quero
5. Molino de Piedra	Manifestación Cultural	Quero
6. Fiestas de cantonización	Manifestación Cultural	Quero






Nota: Elaborado por Bautista L. & Vilca E. (2024).






10.1.2. Inventario de atractivos turísticos inventariado en fichas no verificadas







En el cantón Mocha se encuentran varios atractivos turísticos que por medio del GADs se obtuvo las fichas realizadas por los mismo, sin embargo, estas no están verificadas y varias de ellas no cuenta con información completa o fotografía en su inventario.

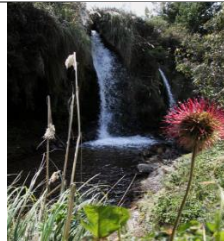


Tabla 16*Inventario de atractivos naturales y culturales de Mocha*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Imagen
1 Guagua Puñalica	Sitio Natural	Montaña	Colina	 <p>Elaborado por Rodríguez (2011)</p>
2 Aguas Minerales	Sitio Natural	Planicie	Manantial o Fuente	 <p>Elaborado por Rodríguez (2011)</p>
3 Rodeo Criollo	Manifestación Cultural	Etnografía	Cultural	
4 Corrida de Toros de Pueblo	Manifestación Cultural	Etnografía	Cultural	
5 Oreja del Diablo	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Civil	 <p>Elaborado por Guevara (2012)</p>
6 Fiesta de San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Arquitectura	Arquitectura religiosa	 <p>Elaborado por Aucapiña (2011)</p>
7 Iglesia de San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Arquitectura	Arquitectura religiosa	 <p>Elaborado por Aucapiña (2011)</p>
8 Rio Olalla	Sitio Natural	Rio	Riachuelo	 <p>Elaborado por Aucapiña (2011)</p>

9	Leyenda San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Leyenda	Manifestación Religiosa	
10	Museo de Don Antonio	Manifestación Cultural	Museo	Manifestación Religiosa	
					Elaborado por Mangul (2011)
11	Leyenda de la Ciudad Perdida de Pimocha	Manifestación Cultural	Leyenda	Tradiciones y Creencias Culturales	
					Elaborado por Mangul (2011)
12	Carrera de Burros	Manifestación Cultural	Etnología	Tradiciones y Creencias	
					Elaborado por Villavicencio (2011)
13	Juego de Bolas	Manifestación Cultural	Etnología	Tradiciones y Creencias	
14	Cascada Paccha	Sitio Natural	Rio	Cascada	
15	La Carbonería	Sitio Natural	Montaña	Pampa	
					Elaborado por Ramírez (2011)
16	Desfile del 13 de Mayo	Manifestación Cultural	Etnografía	Indumentaria	
17	Fiestas en Honor al Divino Niño	Manifestación Cultural	Etnografía	Manifestación Religiosa	
					Elaborado por Barreno (2012)

18	Octava de Corpus Cristi	Manifestación Cultural	Etnografía	Manifestación Religiosa	
					Elaborado por Barreno (2011)
19	Loma Verde	Sitio Natural	Rio	Cascada	
					Elaborado por Caiza (2012)
20	Laguna Llullucha	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	
					Elaborado por Caiza (2012)
21	Valle las Abras	Sitio Natural	Planicie	Valles	
22	Cuevas de las Puertas al Cielo	Sitio Natural	Fenómeno Espeleológico	Desfiladero	
					Elaborado por Arboleda (2012)
23	Jardín Botánico Tupac Tambu	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Jardín Botánico	
24	Mocha la Estación Renaucho	Manifestación Cultural	Etnografía	Gastronomía	
					Elaborado por Frias (2012)

25	Choclos con Habas y Queso	Manifestación Cultural	Etnografía	Gastronomía	
					Elaborado por Frias (2012)
26	Ají de Cuy	Manifestación Cultural	Etnografía	Gastronomía	
					Elaborado por Frias (2012)
27	Cerro Shiniagote	Sitio Natural	Montaña	Cerro	
					Elaborado por Mesías (2011)
28	Camino del Inca	Manifestación Cultural	Zona Histórica	Sector Histórico	
					Elaborado por Mesías (2012)
29	Cascada el Tingo	Sitio Natural	Río	Río	
30	Pampas de Salasaca	Sitio Natural	Río	Rápido	
					Elaborado por Guevara (2012)
31	Cascada la Acorraladera	Sitio Natural	Ríos	Cascada	
					Elaborado por Guevara (2012)

32	Cascada Cal y Piedra	Sitio Natural	Rio	Cascada	
					Elaborado por Guevara (2012)
33	Montaña Santa Rosa	Sitio Natural	Montaña	Desfiladero	
					Elaborado por Guevara (2012)
34	Iglesia de las Lajas	Sitio Religioso	Iglesia	Arquitectura Religiosa	
					Elaborado por Lescano (2011)
35	Laguna de Malenda	Sitio Natural	Lacustre	Laguna	
					Elaborado por Quispe (2012)
36	Bosque de Quishuar	Sitio Natural	Montano Bajo	Bosque	
					Elaborado por Quispe (2012)
37	Cascada la Ratonera	Sitio Natural	Rio	Cascada	
					Elaborado por Noboa (2012)
38	Mirador Pata de Mula	Sitio Natural	Montaña	Quebrada	

39	Leyenda Blanquiamulas	Manifestación Cultural	Leyenda	Manifestación Religiosa	
					Elaborado por Caiza (2011)
40	Leyenda Pie de San Juan	Manifestación Cultural	Leyenda	Manifestación Religiosa	
					Elaborado por Caiza (2011)
41	Grupo de Danza Fuerza Andina	Manifestación Cultural	Danza	Manifestación Tradicional	
42	Fundación San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías	
					Elaborado por Salazar & López (2011)
43	Asociación de Zapatos "Moya Caiza"	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías	
					Elaborado por Salazar & López (2011)
44	Escuela Artesanal Yanahurco	Manifestación Cultural	Etnografía	Centro Científico y Técnico	
					Elaborado por Salazar & López (2011)
45	Confección de Artículos de Cuero	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías	

46	Mueblería	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías en Madera	
					Elaborado por Salazar & López (2011)
47	Centro Gerontológico	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías en Lana e Hilo	
					Elaborado por Salazar & López (2011)

Nota: El cantón Mocha cuenta con 1 cooperativa de camionetas y 1 de buses de las cuales una es perteneciente al cantón. Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

10.1.3. Validación de atractivos de los cantones Quero y Mocha

Para realizar la validación se realizaron 14 salidas de campo a los diversos atractivos donde se verificó su vigencia mediante el Check list dando como resultado 16 atractivos turísticos del cantón Quero y 50 atractivos dentro del cantón Mocha dando un total de 66 atractivos turísticos de los cuales 34 son manifestaciones culturales y 32 son sitios naturales.

Tabla 17.

Check list de los atractivos turísticos

Atractivo Turístico	Categoría	Cantón	Vigente (Si/No)
1. Molino de Agua	Manifestación Cultural	Quero	No
2. Hostería Marcopamba	Manifestación Cultural	Quero	No
3. Gruta de la Virgen del Monte	Manifestación Cultural	Quero	No
4. Cerro Mulmul	Sitio Natural	Quero	No
5. Cascada Jun-Jun	Sitio Natural	Quero	Si
6. Bosque de Querochaca	Sitio Natural	Quero	Si

7.	Los Llimpes	Sitio Natural	Quero	No
8.	Mirador Hierba Buena	Sitio Natural	Quero	Si
9.	Parque Central de Quero	Manifestación Cultural	Quero	Si
10.	Iglesia, Santuario Diocesano de Nuestra Señora del Monte	Manifestación Cultural	Quero	Si
11.	Parque El Labrador	Manifestación Cultural	Quero	Si
12.	El Santuario	Manifestación Cultural	Quero	Si
13.	Molino de Piedra	Manifestación Cultural	Quero	No
14.	Hacienda Hipolongo o Cruz de Mayo	Manifestación Cultural	Quero	Si
15.	Fiestas de cantonización	Manifestación Cultural	Quero	Si
16.	Mirador Cerro Igualata	Sitio Natural	Quero	Si
17.	Iglesia a San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Mocha	Si
18.	Rodeo Criollo	Manifestación Cultural	Mocha	Si
19.	Cascada El Tingo	Sitio Natural	Mocha	Si
20.	Camino del Inca	Sitio Natural	Mocha	Si
21.	Oreja del Diablo	Sitio Natural	Mocha	Si
22.	La Carbonería	Sitio Natural	Mocha	Si
23.	El Valle de las Abras	Sitio Natural	Mocha	Si
24.	Nevados Carihuayrazo y Chimborazo	Sitio Natural	Mocha	Si
25.	Pampas de Salasaka	Sitio Natural	Mocha	Si
26.	Minas de Molina	Sitio Natural	Mocha	Si
27.	Cascada Acorraladera	Sitio Natural	Mocha	Si
28.	Cascada Calipiedra	Sitio Natural	Mocha	Si
29.	Rio Olalla	Sitio Natural	Mocha	Si
30.	Cascada La Pagcha	Sitio Natural	Mocha	Si
31.	Jardín Botánico Tupac Tambu	Sitio Natural	Mocha	Si
32.	Museo Don Antonio	Manifestación Cultural	Mocha	Si
33.	Lagunas Tragadoras (Puñalica)	Sitio Natural	Mocha	Si
34.	Aguas minerales	Sitio Natural	Mocha	No
35.	Leyenda de San Juan Bautista	Sitio Natural	Mocha	No
36.	Cerro Shiniagote	Sitio Natural	Mocha	No
37.	Cuevas puertas al cielo	Sitio Natural	Mocha	No
38.	Loma verde	Sitio Natural	Mocha	No

39. Leyenda de la ciudad perdida de Pimocha	Manifestación Cultural	Mocha	No
40. Octava de Corpus Cristi	Manifestación Cultural	Mocha	Si
41. Cerro Puñalica	Sitio Natural	Mocha	Si
42. Cascada Llullucha	Sitio Natural	Mocha	Si
43. Mirador Pie de San Juan	Manifestación Cultural	Mocha	Si
44. El Oreja del Diablo	Sitio Natural	Mocha	Si
45. Leyenda San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Mocha	Si
46. Carrera de Burros	Manifestación Cultural	Mocha	No
47. Juego de Bolas	Manifestación Cultural	Mocha	Si
48. Desfile del 13 de Mayo	Manifestación Cultural	Mocha	Si
49. Fiestas en Honor al Divino Niño	Manifestación Cultural	Mocha	Si
50. Mocha la Estación Renaucho	Manifestación Cultural	Mocha	Si
51. Choclos con Habas y Queso	Manifestación Cultural	Mocha	Si
52. Ají de Cuy	Manifestación Cultural	Mocha	Si
53. Montaña Santa Rosa	Sitio Natural	Mocha	No
54. Iglesia de las Lajas	Sitio Religioso	Mocha	No
55. Laguna de Malenda	Sitio Natural	Mocha	No
56. Bosque de Quishuar	Sitio Natural	Mocha	No
57. Cascada la Ratonera	Sitio Natural	Mocha	No
58. Mirador Pata de Mula	Sitio Natural	Mocha	No
59. Leyenda Blanquiamulas	Manifestación Cultural	Mocha	No
60. Grupo de Danza Fuerza Andina	Manifestación Cultural	Mocha	No
61. Fundación San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Mocha	No
62. Asociación de Zapatos “Moya Caiza”	Manifestación Cultural	Mocha	No
63. Escuela Artesanal Yanahurco	Manifestación Cultural	Mocha	No
64. Confección de Artículos de Cuero	Manifestación Cultural	Mocha	No
65. Mueblería	Manifestación Cultural	Mocha	No
66. Centro Gerontológico	Manifestación Cultural	Mocha	No

Nota: Check list de los atractivos turísticos naturales y culturales que se encuentran dentro de los cantones Quero y Mocha. Elaborado por Bautista L. & Vilca E. (2024).







En la tabla 16 se muestra a los atractivos que no son parte de la validación, esto se debe a que existen atractivos que se encuentran en degradación por varios factores tales como; el incremento de la frontera agrícola, la ganadería extensiva, vertimiento de aguas servidas directamente a los ríos y quebradas y el uso de productos agroquímicos y sus envases (Costales, 2014).






Mediante la investigación y salidas de campo al cantón Quero se verifico que algunos atractivos en la actualidad no cuentan con fichas del MINTUR y tampoco se pudo verificar su existencia, al igual que en el cantón Mocha se obtuvieron fichas no validadas con escasa información, por ende, se aplicó las fichas del levantamiento de información con la metodología de la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador del MINTUR para la actualización de los inventarios.






10.1.4. Base de datos







Se obtuvieron como resultado del primer objetivo los atractivos que se encuentran vigentes, cuya información se verificó con el PDOT de los cantones y el levantamiento de información realizado con las fichas del MINTUR, donde se describió los criterios de las fichas (Accesibilidad y conectividad, planta turística/servicios, estado de conservación e integración sitio/entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican, difusión del atractivo, registro de visitantes y afluencia y recursos humanos) donde se obtuvo la siguiente lista de 24 atractivos que tuvieron una calificación alta de ponderación:



Tabla 18.*Atractivos Turísticos Vigentes*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación	Fotografía
1. Bosque Querochaca	Atractivo natural	Bosque	Montano bajo	Quero	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>
2. Cascada Jun-Jun	Atractivo natural	Ríos	Cascada	Quero	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>
3. Parque central de Quero	Atractivo cultural	Arquitectura	Espacio público	Quero	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>
4. Saltuario Señora del Monte	Atractivo cultural	Arquitectura	Historica/Vernácula	Quero	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>
5. Mirador Hierba Buena	Atractivo natural	Montaña	Baja montaña	Quero	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>
6. El Igualata	Atractivo natural	Bosque	Páramo	Quero	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>

7.	Hacienda Hipolongo	Atractivo cultural	Arquitectura	Historica/Vernácula	Quero	
						Elaborado por Vilca (2024)
8.	Iglesia San Juan Bautista	Atractivo cultural	Arquitectura	Historica/Vernácula	Mocha	
						Elaborado por Vilca (2024)
9.	Cascada Acorraladera	Atractivo natural	Ríos	Cascada	Mocha	
						Elaborado por Vilca (2023)
10.	Cascada Calipiedra	Atractivo natural	Ríos	Cascada	Mocha	
						Elaborado por Vilca (2023)
11.	Cerro Puñalica	Atractivo natural	Montaña	Baja montaña	Mocha	
						Elaborado por Bautista (2024)

12. Nevados Carihuirazo y Chimborazo	Atractivo natural	Montaña	Alta montaña	Mocha	
					Elaborado por Bautista (2024)
13. Cascada Paccha	Atractivo natural	Ríos	Cascada	Mocha	
					Elaborado por Vilca (2023)
14. Pampas de Salasaca	Atractivo natural	Bosque	Páramo	Mocha	
					Elaborado por Vilca (2023)
15. Oreja del Diablo	Atractivo natural	Montaña	Baja montaña	Mocha	
					Elaborado por Vilca (2024)
16. Camino del Inca	Atractivo cultural	Arquitectura	Área arqueológica	Mocha	
					Elaborado por Vilca (2024)

17.	Cascada el Tingo	Atractivo natural	Ríos	Cascada	Mocha		Elaborado por Vilca (2024)
18.	La Carbonería	Atractivo natural	Montaña	Baja montaña	Mocha		Elaborado por GAD Mocha (2023)
19.	Rio Olalla	Atractivo natural	Ríos	Río	Mocha		Elaborado por Vilca (2024)
20.	Mirador Pie de San Juan Bautista	Atractivo cultural	Arquitectura	Sitio historico	Mocha		Elaborado por GAD Mocha (2023)
21.	Jardín Botánico Tupac Tambu	Atractivo cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros de exhibicion de flora y fauna	Mocha		Elaborado por GAD Mocha (2023)
22.	Fiestas de cantonización de Santiago de Quero	Atractivo cultural	Acontecimientos programados	Eventos artísticos	Mocha		Elaborado por Vilca (2023)

23. Octavas de Mocha	Atractivo cultural	Acervo cultural y popular	Música y danza	Mocha	
					Elaborado por GAD Mocha (2023)
24. Santuario Diocesano de Nuestra Señora del Monte	Atractivo cultural	Arquitectura	Historica/Vernácula	Quero	
					Elaborado por Vilca (2023)

Nota: Atractivos culturales y naturales que se encuentran vigentes en los cantones Quero y Mocha en conjunto con la información de los inventarios realizados en los PDOT y las fichas realizadas por el equipo de investigación. Elaborado por Vilca (2024).

10.2. Diseño del producto turístico

Para el desarrollo del objetivo dos se utilizó la metodología del Manual de Planificación de Productos Turísticos del Perú en el cual se siguió los siguientes parámetros: Análisis del destino, Conceptualización del diseño y Diseño del producto.

10.2.1. Análisis del destino turístico

Dentro del análisis del destino se tiene presente que este consta en identificar, caracterizar y comprender la situación actual por la cual se encuentra la zona de investigación con trabajos técnicos y de campo que permitan al investigar saber si existe o no un escenario calificado para el desarrollo o la reestructuración de un producto turístico. (Destinos del Perú, 2014)

10.2.2. Delimitación del destino turístico

Dentro del análisis del destino se tiene presente que este consta en identificar, caracterizar y comprender la situación actual por la cual se encuentra la zona de investigación con trabajos técnicos y de campo que permitan al investigar saber si existe o no un escenario calificado para el desarrollo o la reestructuración de un producto turístico. (Destinos del Perú, 2014)

Para iniciar con el diseño de un producto según Destinos del Perú (2014) se debe delimitar las características principales con las que cuenta el destino para conocer las condiciones turísticas con las que se pretenderá trabajar dentro del mismo como lo son su accesibilidad, atractivos, actividades, servidores turísticos y servicios básicos.

10.2.2.1. Cantón Quero

Figura 1.

Distribución Geográfica del cantón Quero



Nota: El mapa se encuentra distribuido en parroquias y límites. Tomado de la División Política del cantón Santiago Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero). Dominio Público.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Santiago de Quero, fue fundado el 27 de Julio de 1972, cuenta con una población de 20 303 habitantes, cuya extensión es de 168.43 Km². Su rango altitudinal es de 2760 m.s.n.m a 3038 m.s.n.m, además de poseer una temperatura de 10c° a 12 c° cuenta con una parroquia urbana y dos rurales. (Costales, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santiago de Quero, 2014)

Sus límites son:

- **Norte:** Cantón Cevallos
- **Sur:** Cantón Guano de la provincia de Chimborazo
- **Este:** Cantón Pelileo
- **Oeste:** Cantón Mocha

10.2.2.1.1. Accesibilidad

Este cantón cuenta con las vías E-30 y E-35 mismas que cruzan por completo por la provincia de Tungurahua, misma que permite la conexión entre los nueve cantones que este la provincia posee.

Además, cuenta con la vía arterial Cevallos-Quero que conecta estos dos cantones, por lo cual, posee dos vías colectoras la Av. 17 de abril y Eloy Alfaro en su mayoría son de primer y segundo orden.

En cuanto al sistema de transporte el cantón cuenta con cooperativas de camionetas y buses;

Tabla 19.

Sistema de transporte de Quero

Transporte	Precios
1. Cooperativa de camionetas Virgen del Monte	El precio varía de la distancia iniciando desde \$1,50.
2. Cooperativa de camionetas Ayuda al Campesino	El precio varía de la distancia iniciando desde \$1,50.
3. Cooperativa de transportes Santiago de Quero	El precio de la parada mínima es de \$0,30 centavos, desde el cantón Cevallos es \$0,40 centavos y de la ciudad de Ambato son \$0,70 centavos.
4. Cooperativa de transporte Cevallos	El precio de la parada mínima es de \$0,30 centavos, desde el cantón Cevallos es \$0,40 centavos y de la ciudad de Ambato son \$0,70 centavos.
5. Cooperativa de transporte San Lucas	El precio de este transporte es de \$0,70 centavos.

Nota: El cantón Quero cuenta con 2 cooperativas de camionetas y 3 de buses de las cuales una es perteneciente al cantón y la otra es intercantonal con el cantón Cevallos y con el cantón Guano. Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

Este cantón cuenta con la parada de buses que se encuentra junto al estadio San German donde salen los recorridos Quero-Cevallos-Ambato y la segunda Quero-Benítez-Totoras-Ambato entre estas dos cooperativas se turnan las rutas, ya sea por Cevallos o Benítez. Cabe resaltar que estas dos cooperativas cubren rutas como Salcedo-Latacunga,

Quero-Pelileo y toda la parte alta que forma el cantón en el caso de la cooperativa Santiago de Quero, por ende, la cooperativa Cevallos-Quero cubre rutas como Quero-Quito, Quero-Babahoyo y entre otras.

Además, la cooperativa San Lucas cuenta con su parada una cuadra más atrás de la Plaza Juan de Alarcón cuya ruta es de Quero-Guano y viceversa cruzando por la parte rural del cantón. Siendo estos los medios de acceso externo con los que cuenta el cantón en cuanto a transporte intercantonal, mientras tanto en el medio de transporte interno se cuenta con las dos cooperativas de camionetas que circulan dentro de todo el cantón ofreciendo sus servicios a todos los caseríos y barrios del lugar se encuentran en la Plaza Juan de Alarcón y junto al parque central, frente al ex municipio.

10.2.2.1.2. Atractivos turísticos

Dentro de los atractivos con los que cuenta el cantón se encuentran:

- Cascada Jun-Jun
- Bosque de Querochaca
- Mirador Hierba Buena
- Parque Central de Quero
- Iglesia, Santuario Diocesano de Nuestra Señora del Monte
- Hacienda Hipolongo o Cruz de Mayo
- Fiestas de cantonización
- El Igualata

De los cuales 4 son naturales y 4 son culturales, por lo cual se encuentran registrados dentro del inventario realizado por el GAD municipal del cantón, además se tiene presente la producción artesanal de las cucharas de palo, los ponchos de lana y la elaboración de las cochas de toros que casi no existen muchas personas que sigan manteniendo estas técnicas de elaboración debido a la falta de capacitación que estos tienen para mantener esta manifestación dentro del cantón.

10.2.2.1.3. Servicios turísticos

En el cantón Quero se cuenta con varios establecimientos de alimentación, dos de hospedaje, cuatros servicios de transporte que se tienen dentro del catastro turístico:

Tabla 20

Servicios turísticos

Tipo De Servicio	Servicio	Nombre de los Establecimientos	
Alojamiento	Hotel	Hotel Quero	
	Hostería	Hacienda Hipolongo	
Alimentos y bebidas		Sabor de casa	
		Cosita Rica	
		Papa Brava	
		Roca Volcánica	
		El Abuelo Juan	
		Aless Chicken	
		Comedor El Pato	
		Marisquería La Perla	
		Pico Rico	
		La Estancia	
		Zona Pollo	
		Plaza	Plaza Juan de Alarcón
			Plaza de Ganado
			Plaza 12 de noviembre
	Mercado	Mercado Central	
		Centro de Acopio CECOPAQ	
Transporte	Transporte público (Bus)	Santiago de Quero	
		Cevallos-Quero	
		San Lucas	
	Cooperativa de camionetas	Nuestra Señora del Monte	
		Ayuda al campesino	

Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

Los servicios higiénicos que se encuentran presentes están ubicados uno en el parque central y el segundo es la Plaza Juan de Alarcón que se mantienen abiertos al público de manera continua.

10.2.2.1.4. Actividades

Los cantones Quero y Mocha cuentan con áreas recreativas tanto en el área urbana como rural, puesto que se tiene la presencia de áreas donde se puede realizar deportes como vóleybol, básquet, fútbol, áreas de gimnasia y un escenario para presentaciones y representaciones en vivo. También cuenta con talleres de danza, teatro, fotografía y música de parte del municipio.

10.2.2.1.5. Servicios básicos

El cantón Quero cuenta con todos los servicios básicos en todo su territorio, además de poseer áreas recreativas en varias de sus comunidades y contar con una ubicación estable por el cual todos los servicios como son el agua potable, energía eléctrica, recolección de basura y entre otros llega a ser cubierta en su mayoría permitiendo al cantón satisfacer la necesidad de varios de estos servicios.

- **Agua potable**

El cantón cuenta con agua potable a base de un tratamiento de cloración que se mantiene bajo el análisis trimestral del mismo que es distribuida por tubería al 72,85% al sector urbano y el 27,83% al sector rural. (Costales, 2014)

Tabla 21*Agua de consumo humano*

Agua de consumo humano	
Red publica	93%
Ríos, vertientes, acequias o canales	5%
Pozos	1%
Lluvia	1%

Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

- **Alcantarillado**

En cuanto al alcantarillado el cantón cuenta con el 87,72% de la zona urbana posee alcantarillado y el 17,96% es del sector rural. (Costales, 2014)

Tabla 22*Conectividad de alcantarillado*

Conectividad de alcantarillado	
Pozo séptico	17,40%
Pozo ciego	43,02%
Descarga directa al río	0,20%
Letrina	3,15%
No tiene	0,76%

Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

- **Energía eléctrica**

Este está dividido en la zona urbana y la zona rural de la cual el 98% de los habitantes poseen energía eléctrica y el 2% no posee esta. Por lo tanto, la mayor parte de la población urbana cuenta con energía (Costales, 2014).

Tabla 23*Energía eléctrica en la zona rural*

Energía eléctrica en la zona rural	
Tiene energía eléctrica	93%
No cuenta con este servicio	6%
Generador eléctrico	1%

Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

- **Recolección y disposición de desechos sólidos**

La recolección de la basura se realiza a través de un recolector de basura que tienen sus rutas establecidas tanto en la zona urbana como rural por parte del municipio, sin embargo, en algunas zonas lo usan como material orgánico y queman los desechos sólidos o los entierran. (Costales, 2014)

- **Salud**

En el cantón Quero cuenta con dos centros de salud de tipo A ubicado en Hualcanga Santa Anita y tipo C en la Matriz, además de tres dispensarios perteneciente al seguro campesino, siendo estas las unidades de atención medica con las que cuenta el cantón. (Costales, 2014)

- **Seguridad**

En cuanto a seguridad el cantón cuenta con el UPC en la parroquia la Matriz y la parroquia Rumipamba, además de contar con la Junta del Campesinado que son los encargados de brindar protección en las zonas altas del cantón.

- **Disponibilidad de telefonía y celular**

En el cantón el 58,6% posee celular y el 41,4% no cuenta con un celular, siendo así que dentro del cantón se cuenta con las operadoras de Movistar, Claro y CNT, mismos que son los que ofrecen el servicio de telefonía. (Costales, 2014)

- **Entidades Financieras**

El cantón cuenta con cooperativas de ahorro y crédito que brindas sus servicios a toda la población:

Tabla 24.

Entidades financieras





Entidades financieras
Cooperativa de ahorro y crédito San Francisco
Cooperativa de ahorro y crédito Galápagos
Cooperativa de ahorro y crédito INSOTEC
Cooperativa de ahorro y crédito Credi Opcion






Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

- **Flora**

Tabla 25

Flora del cantón Quero

Nombre Vulgar	Fotografía
Pumamaqui	
Quishuar	
Yagual	
Achupalla	





Pajilla	
Paja	
Orejuelo	
Líquenes	
Estrella	











Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

- **Fauna**

Tabla 26.

Fauna del cantón Quero

Nombre Común	Nombre científico	Fotografía
Lobo de paramo	<i>Pseudalopex culpaeus</i>	
Conejo silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>	
Raposa común	<i>Didelphys marsupialis</i>	

Gligle o veranero	<i>Vanellus resplendens</i>	
Curiqingue	<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	
Guarro	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>	
Huiracchuro	<i>Pheuticus auriventris</i>	
Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>	
Perdiz	<i>Zenaida auriculata</i>	
Paloma collarota	<i>Columba fasciata</i>	
Tórtola orejuda	<i>Zenaida auriculata</i>	
Golondrina	<i>Notiochelidon murina</i>	
Colibrí	<i>Oreotrichilus estella</i>	

Nota: Adaptado de Organizaciones sociales del cantón Santiago de Quero, por Patricio Costales, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Quero).

10.2.2.2. Cantón Mocha

Figura 2.

Distribución Geográfica del cantón Mocha



Nota: Mapa Turístico del cantón Mocha en el cual se encuentran establecidos los distintos atractivos del cantón. Tomado de Centro de Información y mapa Turístico, de GAD Municipal de Mocha, 2013 (http://www.municipiomocha.gob.ec/gadmocha/index.php?option=com_content&view=article&id=60:mapa-turistico&catid=2&Itemid=189). Dominio Público.

El cantón Mocha cuenta con una altitud de 3272 msnm. Cuyos límites son:

Norte: la parroquia de Quinchicoto del cantón Tisaleo y el cantón Cevallos.

Sur: la parroquia Yanayacu perteneciente al cantón Quero y el cantón Guano de la provincia de Chimborazo.

Este: cantón Quero

Oeste: la parroquia de Pilahuín del cantón Ambato.

División política conformada por la parroquia la Matriz Mocha y una parroquia rural Pinguilí Santo Domingo. (PDOT GAD Mocha, 2014)

10.2.2.2.1. Accesibilidad

Por medio de este cantón cruza la vía E-35 que conecta Ambato-Riobamba por lo cual el 25,74% son empedradas, el 24,35% son asfaltadas y el 49,91% son de tierra debido a que son caminos que se encuentran distribuidos por la parte alta del cantón.

En cuanto al sistema de transporte el cantón cuenta con una cooperativa de camionetas y una de buses;

Tabla 27.

Sistema de transporte de Mocha

Transporte	Precios
1. Cooperativa de camionetas 24 de junio.	El precio varía de la distancia iniciando desde \$1,50.
2. Cooperativa de buses San Juan	El precio de la parada mínima es de 30 centavos y de la ciudad de Ambato al cantón Mocha es de 75 centavos.

Nota: El cantón Mocha cuenta con 1 cooperativa de camionetas y 1 de buses de las cuales una es perteneciente al cantón. Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

Este cantón cuenta con la parada de buses en la calle El Rey que se encuentra junto al parque central, mientras tanto la parada de las camionetas se encuentra en la avenida Juan Armendáriz que igualmente esta junto al parque central.

De los cuales 16 son naturales y 4 son culturales, por lo cual se encuentran registrados dentro del inventario realizado por el GAD municipal del cantón, además se tiene presente la producción artesanal de calzado que agrupa a artesanos en la organización MOYANCALZA pertenecientes a la parroquia Yanahurco.

10.2.2.2.2. Actividades

El cantón Mocha cuenta con dos áreas recreativas donde se puede realizar caminatas, tomarse fotografías y jugar en los equipamientos de recreación infantil, además posee tres estadios donde se puede practicar fútbol y se tiene la presencia de canchas de vóleybol que permiten la práctica de este deporte. (PDOT GAD Mocha, 2014)

10.2.2.2.3. Atractivos turísticos del cantón Mocha

Dentro de los atractivos con los que cuenta el cantón se encuentran:

1. Iglesia a San Juan Bautista
2. Rodeo Criollo

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 3. Cascada El Tingo | 12. Cascada Calipiedra |
| 4. Camino del Inca | 13. Rio Olalla |
| 5. Oreja del Diablo | 14. Cascada La Pagcha |
| 6. La Carbonería | 15. Jardín Botánico Tupac Tambu |
| 7. El Valle de las Abras | 16. Museo Don Antonio |
| 8. Nevados Carihuayrazo y
Chimborazo | 17. Lagunas Tragadoras (Puñalica) |
| 9. Pampas de Salasaka | 18. Cerro Puñalica |
| 10. Minas de Molina | 19. Cascada Llullucha |
| 11. Cascada Acorraladera | 20. Mirador Pie de San Juan |

De los cuales 16 son naturales y 4 son culturales, por lo cual se encuentran registrados dentro del inventario realizado por el GAD municipal del cantón, además se tiene presente la producción artesanal de calzado que agrupa a artesanos en la organización MOYANCALZA pertenecientes al cantón Yanahurco.

10.2.2.2.4. Servicios turísticos

El cantón cuenta con un establecimiento de alojamiento conocido como Hostería Quinta El Rosal ubicado en el caserío El Rosal. En cuanto el servicio de alimentación cuenta con 11 establecimientos destinados a restaurantes que están distribuidas por los barrios y casorios del cantón donde se ofrece el servicio de alimentación de manera eventual o los fines de semana donde se brinda la comida típica del cantón. (Armendáriz, 2016)

Tabla 28*Servicios turísticos de Mocha*

Tipo De Servicio	Servicio	Nombre de los Establecimientos
Alimentación	Restaurante	María Diocelina
	Restaurante	María Elena
	Restaurante	Paradero La Estación Municipal
	Restaurante	Mochanitos Expres
	Restaurante	El Canelazo
	Restaurante	Tupac Tambu
	Restaurante	Rosy
	Restaurante	El Recuerdo
	Restaurante	El Resbalon
	Restaurante	La Escondida
	Restaurante	El Refugio
Alojamiento	Hostería	Quinta el Rosal

Nota: Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

Los servicios higiénicos se encuentran dentro del paradero gastronómico La Estación de Mocha el cual permanece abierto todos los días.

10.2.2.2.5. Servicios básicos

El cantón Mocha la zona urbana cuenta con todos los servicios básicos debido a su ubicación y la cercanía de la vía interprovincial Panamericana, sin embargo, en la zona rural debido a sus condiciones topográficas cuenta con pocos servicios básico de entre ellos energía eléctrica y agua entubada, siendo el alcantarillado el más difícil de llevar por la topografía que esta presenta al momento de emplearse el mismo. (PDOT GAD Mocha, 2014)

- **Agua potable**

De acuerdo al municipio de Mocha gran parte del cantón cuenta con agua potable en sus hogares. (PDOT GAD Mocha, 2014)

Tabla 29*Agua de consumo humano Mocha*

Agua de consumo humano Mocha	
Red pública	87,29%
Pozo	0,40%
Rio, vertiente, acequia o canal	9,89%
Lluvia	3,42%

Nota: Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

- **Alcantarillado**

En cuanto al alcantarillado el cantón se tiene en cuenta que la ubicación de las viviendas dificulta la implementación del alcantarillado en su mayoría a la población que reside en la zona rural del cantón.(PDOT GAD Mocha, 2014)

Tabla 30*Acceso a alcantarillado Mocha*

Acceso a alcantarillado Mocha	
Alcantarillado	31,04%
Pozos sépticos	29,33%
Pozos ciegos	29,08%
Letrinas	4,67%

Nota: Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

- **Energía eléctrica**

La energía eléctrica es otro de los factores que tiene carencias debido a la dispersión de las casas por la zona alta la cual produce inconvenientes al momento de ofrecer este servicio. (PDOT GAD Mocha, 2014)

Tabla 31*Acceso a energía eléctrica*

Acceso a energía eléctrica	
Red de empresa eléctrica	96,84%
Energía alternativa	0,20%
No cuenta con el servicio	2,96%

Nota: Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

- **Recolección y disposición de desechos solidos**

La recolección de la basura se realiza a través de un recolector de basura que tienen sus rutas establecidas tanto en la zona urbana como rural por parte del municipio del cual es parte el 63,08%, el 6,98% lo arrojan a terrenos baldíos o quebradas, el 23,86% la queman provocando que exista contaminación por parte de ese porcentaje de población que tiene ese método de eliminación de los desechos. (PDOT GAD Mocha, 2014)

- **Salud**

El cantón cuenta con 5 puestos de salud uno en la parroquia La Matriz y Pinguilí, otro en Yanahurco, El Rosal y un dispensario del IESS Seguro Campesino en el Porvenir.(PDOT GAD Mocha, 2014)

- **Seguridad**

En cuanto a seguridad el cantón cuenta con el UPC en la parroquia la Matriz.

- **Disponibilidad de telefonía y celular**

El cantón cuenta con teléfono convencional en mayor porcentaje en la zona urbana que la rural, siendo así que el 19,58% de la población cuenta con este servicio. Además, la cobertura es del 50,4% en la zona urbana y el 13,25% en la zona rural a causa de la dispersión que estos presentan en sus viviendas. (PDOT GAD Mocha, 2014)

- **Entidades Financieras**

El cantón cuenta con la cooperativa de ahorro y crédito San Francisco de ahorro y crédito que brinda sus servicios a toda la población.

- **Flora**

Tabla 32

Flora de Mocha

Flora del paramo	Descripción
Zona de pajonal	<ul style="list-style-type: none"> • Paja (<i>Stipa ichu</i>) • Almohadillas (<i>Azorella scirpu</i>) • Cacho de venado (<i>Halenia weddiana</i>) • Mortiños, lirios de páramos, licopodios, arijuelo.
Zona de bosques y chaparros	<ul style="list-style-type: none"> • Piquil (<i>Gynoxys</i> sp) • Yagual (<i>Polylepys incana</i>) • Chachacoma (<i>Escallonia myrtilloides</i>)
Zona de chaparros o arbustos	<ul style="list-style-type: none"> • Mortiño (<i>Vaccinium florifundun</i>) • Illinshi negro (<i>Brachyotium ledifolium</i>) • Cuchispas (<i>Monticalia vacciniodes</i>) • Yanachaglla (<i>Miconia salisifolia</i>) • Chilcas (<i>Brachiotium letifolyun</i>) • Quishuar (<i>Buddleja incana</i>) • Achupallas (<i>Bromeliaceae</i>)

Nota: Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

- **Fauna**

Tabla 33*Fauna de Mocha*

Especies	Nombre común	Nombre científico
Mamíferos	Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
	Lobo	<i>Pseudalopex culpaeus</i>
	Venado cola blanca	
Aves	Curiquingue	<i>Phalcoboenus carunculatus</i>
	Guarro	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>
	Gavilán	<i>Buteo polyosoma</i>
	Pato de paramo	<i>Anas andium</i>
	Colibrí	<i>Oreotrochilus chimborazo</i>
	Mirio	<i>Turdus fuscater</i>
	Torcasa	
Invertebrados	Perdis	
	Escarabajo	Coleóptero
	Mosca	Díptero
	Saltamontes	Ortóptero
Peces	Mariposas	Lepidóptero
	Trucha	<i>Salvelinus namaycush</i>

Nota: Adaptado del Plan vial Mocha, por PDOT GAD Mocha, 2014 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Mocha).

10.2.3. Análisis del mercado turístico

10.2.3.1. Análisis de la demanda turística

La demanda turística según Aponte et al. (2020) “Está conformada por el estudio de las características según los gustos y preferencias que tiene el turista” es decir hace referencia a la necesidad de conocer el perfil del turista en el cual se basarán los servicios que un destino turístico pretende ofrecerse y así satisfacer las necesidades del turista.

Para el diseño del producto turístico se aplicó una encuesta que permitirá conocer la demanda turística que existe dentro de los cantones, por ende, se analizó la información y se obtuvo el perfil del turista facilitando la visualización del mercado al cual será dirigido el producto. Es por esto que se realizó el correspondiente cálculo de la muestra para aplicar el instrumento de investigación.

10.2.3.1.1. Tamaño de muestra

Para realizar el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el número de turistas que arribaron a estos cantones tomando de referencia al cantón Ambato, el cual mantiene un registro del ingreso de turistas a la provincia, siendo esta de 40 101 turistas, es así que se aplicara la correspondiente fórmula para la obtención de la muestra.

10.2.3.1.2. Cálculo del tamaño de la muestra

Donde;

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población o universo (40 101)

Z= nivel de confianza elegido 95% (1.96)

P= probabilidad de éxito (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

E= error máximo aceptable 5% (0.05)

Datos;

$$N = 40\,101$$

$$E = 0,005$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$Z = 1,96$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 40\,101}{40\,101 * 0.005^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{38513.0004}{101.2129}$$

$$n = 380.5147407099$$

$$n = 381$$

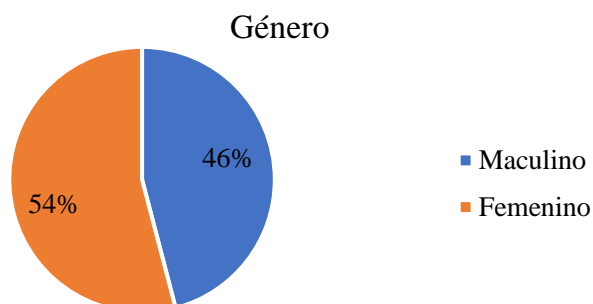
Es así que el tamaño de la muestra de los 40 101 turistas es de 381, siendo así ese el número de encuestas que se deben realizar.

10.2.3.1.3. *Análisis e interpretación de resultados*

Pregunta 1. Indique su género

Figura 3.

Género



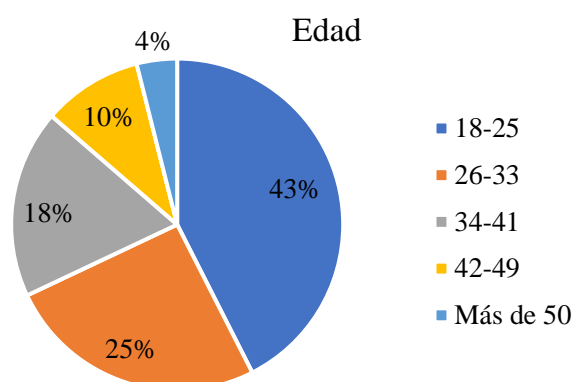
Análisis e interpretación

En relación al género de las personas encuestadas se puede observar que el 54% de personas son mujeres y el 46% de personas son hombres, con esto se concluye que en la mayoría de los turistas fueron mujeres siendo su presencia la de mayor frecuencia.

Pregunta 2. Indique su rango de edad

Figura 4.

Rango de Edad



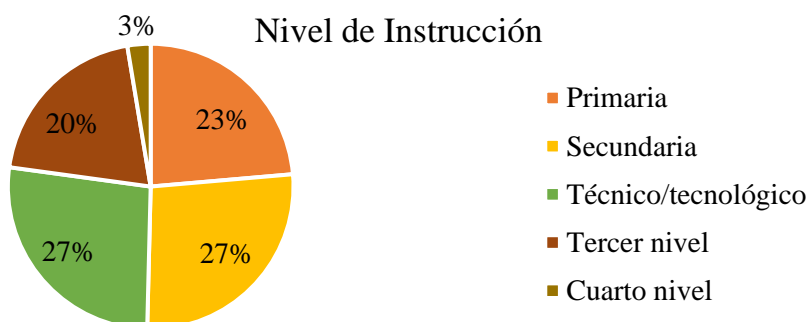
Análisis e interpretación

En rango de edad se obtuvo con un mayor porcentaje del 43% a personas de entre 18 a 25 siendo este el mayor dato entre los rangos de edad, continuando con un 25% perteneciente al rango de edad de 26 a 33 de las personas encuestadas, mientras el 18% pertenece al rango de edad de entre 34 a 41 años, con un 10% se establece al rango de edad de 42 a 49 años y por último con un 4% a mayores de 50 años. Entonces el mayor número de personas encuestadas pertenece al grupo de jóvenes.

Pregunta 3. Indique su nivel de instrucción

Figura 5.

Nivel de instrucción



Análisis e interpretación

En nivel de instrucción académica se obtuvo con porcentajes iguales de un 27% a personas con bachillerato o culminación de secundaria, y el otro 27% a técnico tecnológico, siguiendo con un 23% educación primaria, continuando con el 20% a tercer nivel de educación y por último con 3% cuarto nivel de educación. Entonces el mayor número de personas encuestadas se encuentra entre nivel de instrucción de secundaria y técnico tecnológico.

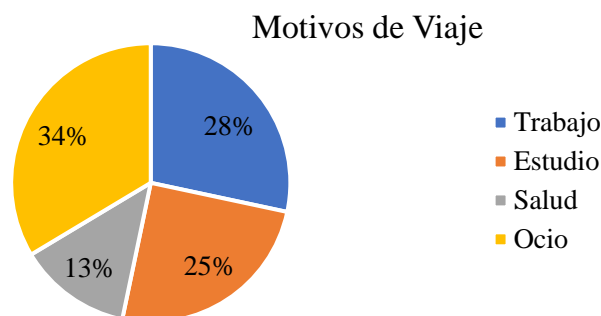
Pregunta 4. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Esta es una pregunta abierta donde los encuestados deben escribir su lugar de origen o de vivienda, para posteriormente el encuestador podrá deducir cuales son sitios de origen de los turistas que más visitan estos tipos de sitios. En primer lugar, se encuentra Mocha con 73 encuestas, Quero con 62, Cevallos con 50, Ambato con 41, Riobamba con 32, Pelileo con 31, Guano con 24, Puyo con 20, Latacunga con 18, Salcedo con 15, Guayaquil con 10 y Loja con 5.

Pregunta 5. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Figura 6.

Motivo de Viaje



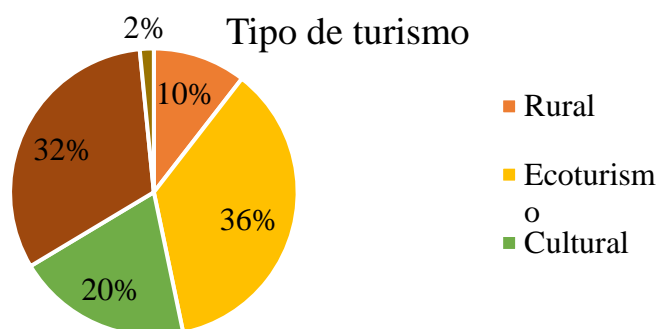
Análisis e interpretación

En motivos de viaje el 34% de encuestados opto por ocio, mientras el 28% fue por trabajo debido a la presencia de en su mayoría comerciantes de otros sitios, el 25% fue por estudio debido a la cercanía de la universidad técnica de Ambato y el 13% fue por salud tras la presencia del distrito de salud en el cantón. Entonces el mayor número de personas encuestadas viaja motivado por ocio es decir por distracción y diversión.

Pregunta 6. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Figura 7.

Tipo de turismo



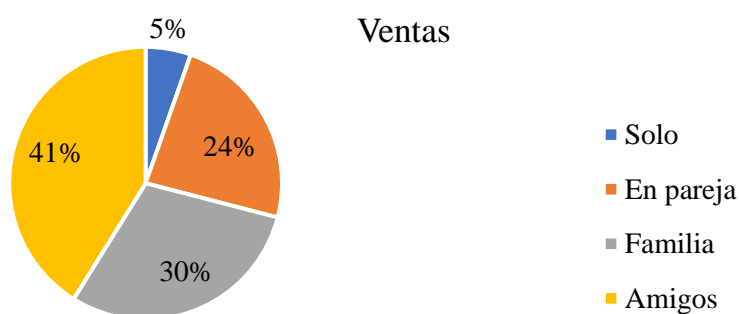
Análisis e interpretación

En el tipo de turismo se tiene con un 36% al ecoturismo debido a las condiciones y características con las que cuenta los cantones, mientras que el 32% es del turismo rural, el 20% opto por turismo cultural, el 10% escogió otro tipo de turismo entre estos está el turismo de deportes extremos, el gastronómico y de aventura, por último, el 2% escogió el turismo natural. Entonces el mayor número de personas encuestadas eligió el ecoturismo por las características agronómicas de los cantones y su diversidad paisajística rural que poseen.

Pregunta 7. ¿Cuándo usted viaja generalmente lo hace con?

Figura 8.

Viaja generalmente



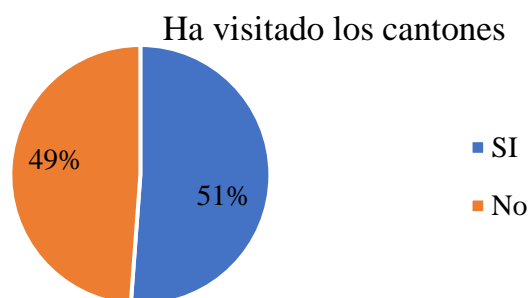
Análisis e interpretación

En nivel de instrucción académica se obtuvo con porcentajes iguales de un 27% a personas con bachillerato o culminación de secundaria, y el otro 27% a técnico tecnológico, siguiendo con un 23% educación primaria, continuando con el 20% a tercer nivel de educación y por ultimo con 3% cuarto nivel de educación. Entonces el mayor número de personas encuestadas se encuentra entre nivel de instrucción de secundaria y técnico tecnológico.

Pregunta 8. ¿Ha visitado los cantones Quero y Mocha?

Figura 9.

Ha visitado los cantones



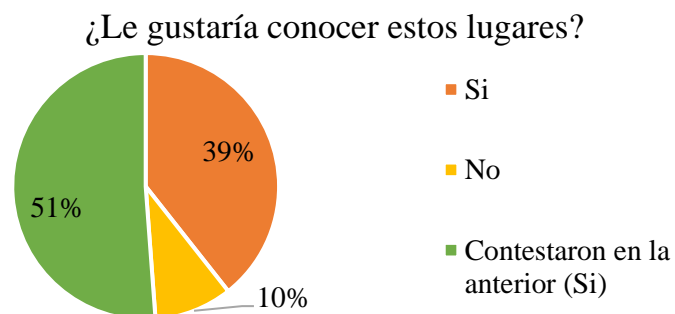
Análisis e interpretación

Las personas encuestadas que han visitado estos cantones fueron de un 51% debido a que estos sitios son mayormente conocidos por ser comerciantes de productos de primera necesidad y por su atrayente gastronomía, mientras que un 49% de personas no conocen ambos cantones ya sea que conocen solo Mocha por sus festividades o Quero por su variedad de productos y venta de animales. Entonces el mayor número de personas encuestadas si conoce ambos sitios por ser vecinos y su oferta agronómica.

Pregunta 9. Si su respuesta anterior fue no conteste: ¿Le gustaría conocer estos lugares?

Figura 10.

¿Le gustaría conocer estos lugares?



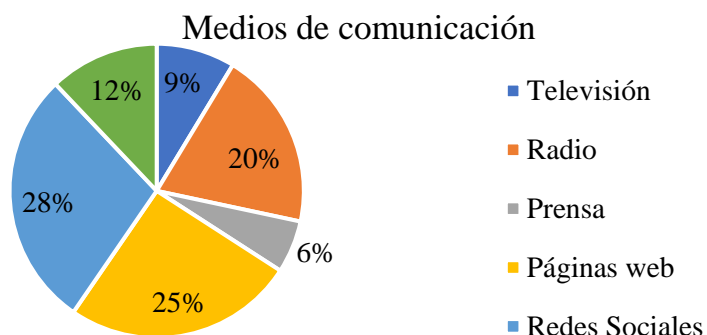
Análisis e interpretación

Las personas encuestadas que han visitado estos cantones fueron de un 51%, es por esta razón que se tomó solo el 49% de encuestados para esta pregunta, siendo así que el 39% respondieron estar interesados en conocer ambos lugares y el 10% no mostro interés. Entonces el mayor número de personas encuestadas si quiere conocer ambos cantones de manera turística.

Pregunta 10. ¿Qué medio de comunicación utiliza para buscar información turística?

Figura 11.

Medios de comunicación



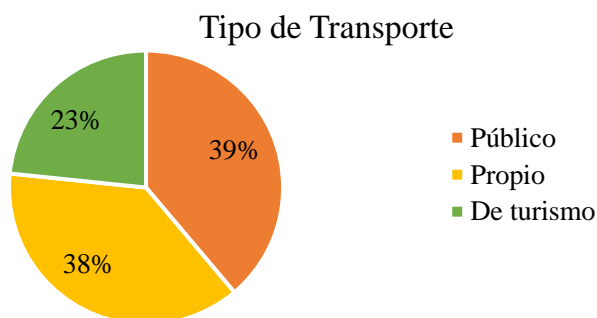
Análisis e interpretación

El medio de comunicación con mayor porcentaje fue de 28% redes sociales, el 25% por páginas web, el 20% pertenece a radio, el 12% por recomendación de amigos o familiares, el 9% pertenece a televisión y el 6% pertenece a prensa. Entonces el mayor número de personas encuestadas se informa para conocer sitios turísticos a través de las redes sociales.

Pregunta 11. ¿Qué medio de transporte utiliza usted para viajar?

Figura 12

.Tipo de Transporte



Análisis e interpretación

Las personas viajan en un 39% en transporte público al momento de viajar turísticamente, el 38% tiene transporte propio y el 23% ha usado transporte turístico. Siendo así el mayor número de personas encuestadas que usan transporte público a la hora de viajar.

Pregunta 12. ¿Cuándo tiempo destina usted para visitar un destino turístico?

Figura 13.

Tiempo de visita en un destino turístico



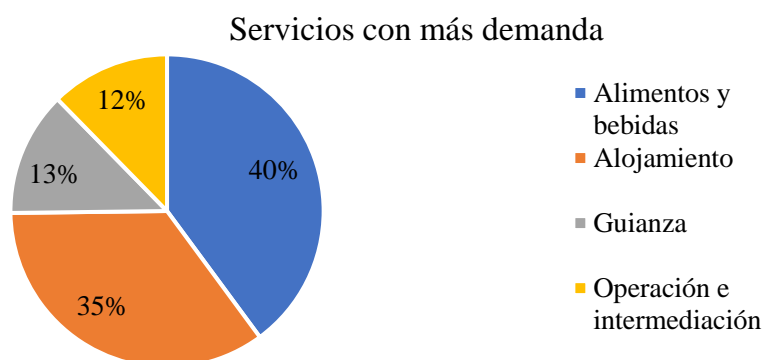
Análisis e interpretación

Las personas encuestadas destinan en un 48% un día o fin de semana para viajar, el 28% lo hacen por dos o tres días, mientras que el 24% destina 4 días o más este siendo elegido debido a la presencia de las festividades de ambos cantones y los feriados nacionales que suelen presentarse. Entonces el mayor número de personas encuestadas opta por viajar solo un día o fin de semana por situaciones laborales o escolares.

Pregunta 13. ¿Cuál de estos servicios demanda usted en un viaje?

Figura 14.

Servicios con más demanda



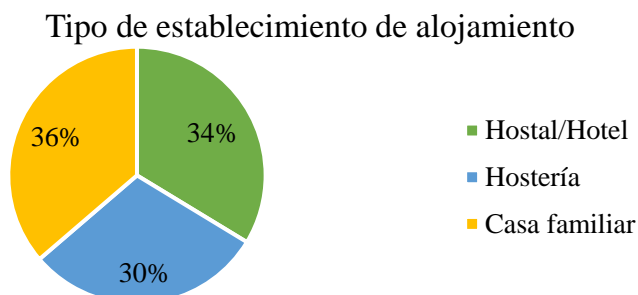
Análisis e interpretación

El servicio con mayor demanda al momento de viajar es el 40% perteneciente a alimentos y bebidas, 35% perteneciente al alojamiento debido a la corta estadía o la presencia de casas familiares, el 13% usa guía y solo el 12% suele usar el servicio de operación e intermediación debido a que al turista le gusta auto gestionarse sus viajes por mayor comodidad y economía. Entonces el mayor número de personas encuestadas solicita en su mayoría el servicio de alimentos y bebidas.

Pregunta 14. ¿Qué tipo de establecimiento es su preferido para su estadía cuando viaja?

Figura 15.

Tipo de establecimiento de alojamiento



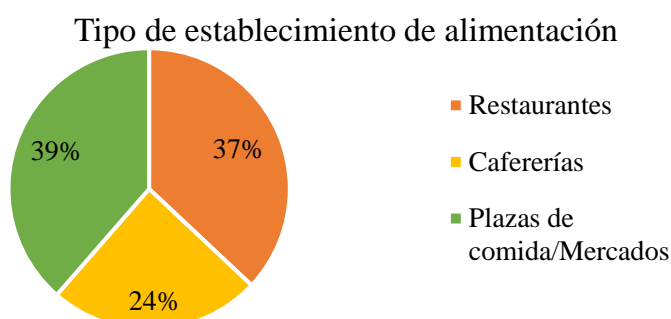
Análisis e interpretación

El tipo de alojamiento más solicitado en su mayoría es de con el 36% una casa familiar, el 34% suele solicitar un hostel u hotel y el 30% una hostería. Entonces el mayor número de personas encuestadas usa las casas de familiares al momento de viajar por mayor comodidad y bajar el gasto económico en sus viajes.

Pregunta 15. ¿Qué tipo de establecimiento de alimentación es su preferido cuando viaja?

Figura 16.

Tipo de establecimiento de alimentación



Análisis e interpretación

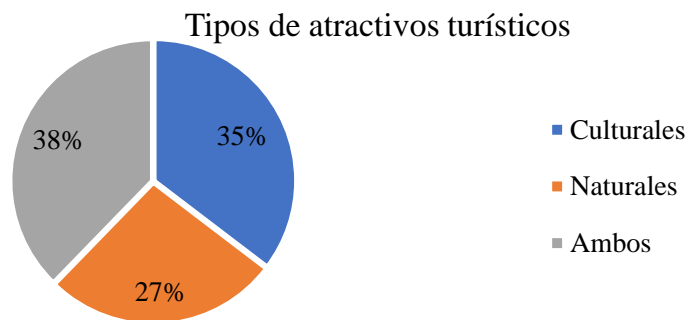
El tipo de establecimiento de alimentación escogido con un 39% es plazas de comida o mercados, continuando con 37% en restaurantes y el 24% en cafeterías. Es así

que el mayor número de personas encuestadas el momento de necesitar el servicio de alimentación opta por plazas de comida o mercados por su variedad gastronómica y precio accesible.

Pregunta 16. Preferiría conocer atractivos:

Figura 17.

Tipos de atractivos turísticos



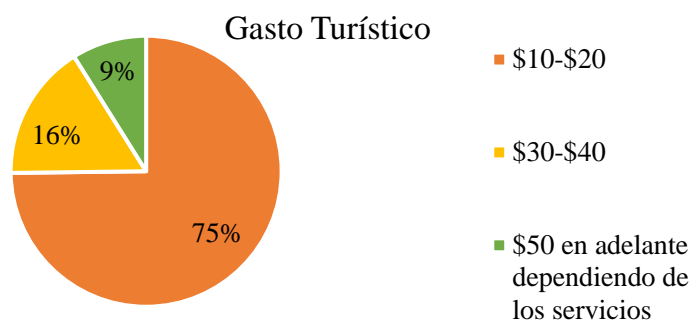
Análisis e interpretación

El tipo de turismo escogido con un 38% fue ambos, es decir, el cultural y natural, mientras que el 35% escogió cultural y el 27% optó por el natural. Entonces el mayor número de personas encuestadas escogió que tiene una preferencia por ambos tipos de turismo, es decir, el turismo cultural y natural.

Pregunta 17. ¿Cuánto es el gasto promedio que usted destina al gasto turístico?

Figura 18.

Gasto Turístico



Análisis e interpretación

En el gasto turístico con un 75% se optó que es de 10\$ a 20\$, mientras que el 16% fue de 30\$ a 40\$ y el 9% más de 50\$ dependiendo que servicios más seas ofrecidos en caso de producto turístico. Es así que en su mayoría las personas prefieren gastar lo mínimo, pero conocer lo máximo, teniendo en cuenta que al ofrecerle ofertas turísticas cabe la posibilidad de obtener una buena acogida.

- **Resumen del perfil**

Tabla 34.

Perfil del turista

Perfil del turista			
Variable demográfica	Variable socioeconómica	Variable de motivación	Variable de preferencia
<ul style="list-style-type: none"> • Los que más visitan estos cantones son mujeres con un 56%. • La edad promedio de los turistas va de entre los 18 a 25 con 43% y de 34 a 41 con 18%. • Los turistas son ecuatorianos y residen de Tungurahua, Cotopaxi y Chimborazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El 27% posee nivel de instrucción secundaria y el otro 27% pertenece al técnico/tecnológico. • Por lo general el 41% realiza viajes con amigos y el 30% con familia. • El 75% destina un gasto de \$10 a \$20 destinando más a alimentación y actividades de ocio., y el 16% destina de \$30 a \$40 en el gasto turístico. • El 48% destina un día o fin de semana como máximo para viajar, mientras que el 28% destina dos o tres días. 	<ul style="list-style-type: none"> • El 34% viaja por ocio. • El 36% destina a al Ecoturismo y el 20% al turismo cultural. • El 51% de los encuestados conocen ambos cantones. • El 39% de las personas que no conocen estos sitios dijeron que si optarían por visitarlos. • El 28% utiliza redes sociales como fuentes para conseguir información turística y el 25% usa páginas web. 	<ul style="list-style-type: none"> • El 38% le gustaría conocer atractivos turísticos culturales y naturales. • El transporte utilizado por el 39% es público. • Los servicios con más demanda es los alimentos y bebidas con 40%. • El tipo de alojamiento con más demanda es hotel con un 34%. • El 39% prefiere comer en plazas de comidas o mercados y el 37% en restaurantes.

10.2.3.2. Análisis de la oferta turística

La oferta turística es la combinación de servicios y productos que se presentan para la consideración de un cliente turístico que desee realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su viaje (Naranjo & Martínez, 2022).

En los cantones Quero y Mocha se cuenta con las ferias en donde ofrecen sus productos al por mayor y menor donde se distribuyen productos como papas, habas, cebolla, zanahoria, entre otros productos. Además, en el mercado central de Quero se ofrecen los días domingos diversa gastronomía quereña al igual que en el paradero La Estación que ofrece la gastronomía mochana todos los días.

Los GADs han implementado el diseño de rutas turísticas dentro de ambos cantones como incentivo al turismo rural y local a través de distintas comunidades y emprendimientos.

Tabla 35

Rutas del cantón Mocha y Quero

Rutas del cantón Mocha	
Nombre de la Ruta	Atractivos Turísticos
Sendero Lava del Carihuayrazo-Pampas de Salasaca	<ul style="list-style-type: none"> • Cascada Calipiedra • Cascada Loma Verde • Cascada Paccha • Pampas de Salasaca • Minas de Molina
Ascendiendo a las Lagunas Tragadoras del Puñalica	<ul style="list-style-type: none"> • Santuario de San Juan Bautista y Parque Joaquín Hervas • Mirador Pie de San Juan • Casca Llullucha • Cerro Puñalica
Ruta ciclística Mocha-Pinguili	<ul style="list-style-type: none"> • Planta procesadora de chochos

-
- Jardín Botánico Tupac Tambu
 - Museo de arte Don Antoño
-

Rutas del cantón Quero

Ruta turística, artesanal y gastronómica de Quero	<ul style="list-style-type: none"> • Monumento al Labrador • Santuario Nuestra Señora del Monte • Parque Central • Hacienda Hipolongo • Mirador Hierba Buena • Sendero Ecológico Jun-Jun • Mirador Cerro Igualata
--	--

Nota: Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

10.2.3.3. Análisis de inversiones (públicas y privadas)

La gobernación a nivel cantonal es la entidad pública que ha realizado varias inversiones en el turismo dentro de los nueve cantones y en el 2020 invirtieron aproximadamente 5 millones de dólares en 61 proyectos de turismo, la mayoría en fortalecimiento de las actividades recreativas. (La Hora, 2022)

10.2.4. Análisis del contexto social, político y económico

El análisis del contexto social, político y económico se los realizo con los datos obtenidos del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de los cantones Quero y Mocha, por esta razon es importante conocer el contexto en el que se van a ofrecer los productos turísticos y como serán factibles para proyectos futuros.

Para la elaboración de la tabla se tomó encuentra los aspectos de territorio, población, seguridad y salud y mapa de actores del destino.

Tabla 36*Análisis del contexto social, político y económico Quero y Mocha*

Aspectos	Análisis
Territorio Quero	<p>Extensión: 173,81 km²</p> <p>Limites:</p> <p>Norte: Cantón Cevallos</p> <p>Sur: Cantón Gauno</p> <p>Este: Cantón Pelileo</p> <p>Oeste: cantón Mocha</p>
Población	<p>Habitantes: 20303 Habitantes.</p> <p>Edad: 0 a 99 años</p> <p>Educación: Instrucción primaria, educación básica, bachillerato y hasta cuarto nivel.</p> <p>Actividad económica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca • Industria manufacturera • Construcción • Comercio al por mayor y menor • Transporte y almacenamiento
Seguridad y salud	<p>Zona urbana: Centro de salud tipo C Quero</p> <p>Zona rural:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dispensario Jaloa la Playa • Dispensario Puñachisag • Centro de salud Mocha • Centro de salud Pinguili • Puesto de salud El Rosal • Centro de salud Yanahurco • Dispensario El Porvenir <p>Seguridad:</p> <p>UPC en Quero y Rumipamba y cuerpo de bomberos en Quero.</p>
Mapa de actores del destino correcto	<p>Entidades públicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GAD Municipal del cantón Quero

	<ul style="list-style-type: none"> • Cuerpo de bomberos de Quero • Centro de salud tipo C de Quero
Territorio Mocha	<p>Extensión: 86.267 km²</p> <p>Limites:</p> <p>Norte: Cantón Tisaleo y cantón Cevallos</p> <p>Sur: Cantón Quero y cantón Guano</p> <p>Este: Cantón Quero</p> <p>Oeste: cantón Ambato</p>
Población	<p>Habitantes: 6.777 habitantes (INEC 2010)</p> <p>Edad: 0 a 99 años</p> <p>Educación: Instrucción primaria, educación básica, bachillerato y hasta cuarto nivel.</p> <p>Actividad económica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca • Industria manufacturera • Construcción • Comercio al por mayor y menor • Transporte y almacenamiento
Seguridad y salud	<p>Zona urbana: Centro de salud Mocha</p> <p>Zona rural:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro de salud Pinguili • Puesto de salud El Rosal • Centro de salud Yanahurco • Dispensario El Porvenir <p>Seguridad:</p> <p>UPC en Quero y Rumipamba y cuerpo de bomberos en Quero.</p>
Mapa de actores del destino correcto	<p>Entidades públicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UPC Mocha • GAD Municipal de Mocha • Cuerpos de seguridad de Mocha

Nota: Los cantones Quero y Mocha cuentan con centros de seguridad y salud donde prestan la debida atención a los pobladores de cada localidad. Tomado de (Costales, 2014; PDOT GAD Mocha, 2014)

10.2.4.1. Análisis FODA del destino

Tabla 37.

Análisis FODA de Quero

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de atractivos turísticos naturales y culturales. • Gente amable y servicial. • Cuenta con vías de primer y segundo orden para ingresar al cantón y varios de sus atractivos. • Cuenta con amplios campos de belleza paisajística. • Tiene presencia de los volcanes Tungurahua y Chimborazo. • Potencial para el desarrollo de nuevos productos turísticos. • Cuenta con líneas de transporte público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de las diversas entidades públicas a la actividad turística como lo son los GAD's y la gobernación de Tungurahua. • Posee varios atractivos turísticos cercanos al centro de los cantones. • Cuenta con centro de salud y seguridad en varias zonas de los cantones. • Presencia de productos de primera necesidad a precios cómodos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa infraestructura y planta turística. • Falta de promoción turística de los atractivos. • Falta de señalética y senderos turísticos. • No cuenta con ingreso para personas discapacitadas. • Las empresas privadas no se involucran en el ámbito turístico. • No cuentan con inventarios actualizados de los atractivos turísticos. • Posee poca información turística interna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de demanda turística. • No contar con el apoyo de varias comunidades. • La falta de capacitación a los moradores por parte de las entidades públicas. • No todos los atractivos cuentan con vías de ingreso para vehículos. •

Nota: Se describe las fortalezas y debilidades al igual que las oportunidades y las amenazas que cada el cantón Quero tiene en el ámbito social, económico y político.

Tabla 38*Análisis FODA de Mocha*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de atractivos turísticos naturales y culturales. • Posee una gran diversidad gastronómica que es muy reconocida dentro y fuera de la provincia. • Gente amable y servicial. • Cuenta con vías de primer y segundo orden para ingresar a los cantones y varios de sus atractivos. • Cuenta con amplios campos de belleza paisajística. • Tiene presencia de los volcanes Tungurahua, Chimborazo, Carihuairazo y El Altar. • Potencial para el desarrollo de nuevos productos turísticos. • Cuenta con líneas de transporte público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de las diversas entidades públicas a la actividad turística como lo son los GAD's y la gobernación de Tungurahua. • Posee varios atractivos turísticos cercanos al centro de los cantones. • Cuenta con centro de salud y seguridad en varias zonas de los cantones. • Presencia de productos de primera necesidad a precios cómodos. • Cuenta con el paso de la vía E-35.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa infraestructura y planta turística. • Falta de promoción turística de los atractivos. • Falta de señalética y senderos turísticos. • No cuenta con ingreso para personas discapacitadas. • Las empresas privadas no se involucran en el ámbito turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de demanda turística. • No contar con el apoyo de varias comunidades. • La falta de capacitación a los moradores por parte de las entidades públicas.

Nota: Se describe las fortalezas y debilidades al igual que las oportunidades y las amenazas que el cantón Mocha tiene en el ámbito social, económico y político.

En el FODA realizado a cada cantón se obtuvo del análisis de los PDOTs que tienen en sus respectivos municipios donde se analizaron los ámbitos sociales, económicos, de educación, seguridad, salud, servicios básicos y conectividad con los que cuenta cada lugar para tener los aspectos con mayor relevancia, con la finalidad de conocer la realidad de los territorios.

10.2.5. Conceptualización del producto turístico

10.2.5.1. Identificación de productos turísticos (Producto 1)

Para identificar los productos turísticos se definió el destino turístico, por lo tanto, se implementó los productos turísticos que se ofrecerán al turista por lo cual se aplicaría la matriz para la creación de productos turísticos del Manual de planificación de productos turísticos de Perú.

Tabla 39.

Conceptualización del producto turístico 1

<p>¿Cuál es la temática?</p> <p>Ecoturismo</p>	<p>¿Qué lo hace especial?</p> <p>Se podrá observar parte de la Cordillera de los Andes que está conformado por el volcán Tungurahua, El Altar, El Chimborazo y El Carihuairazo, además de sus diversas bellezas paisajísticas generando una experiencia única al turista. (explicar más de los atractivos)</p>
<p>¿Qué actividades se pueden ofrecer?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Senderismo • Fotografía • Ciclismo • Observación de flora y fauna • Degustaciones gastronómicas • Visita a emprendimientos 	<p>¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?</p> <p>Conocer nuevos atractivos turísticos alejados de cotidianidad de la ciudad en donde podrán respirar aire puro, escuchar el ruido de la naturaleza, apreciar cada uno de los paisajes, observar volcanes, la caminata por medio de lagunas, la observación de flora y fauna de diversas especies, además de conocer los emprendimientos que son fuente de ingresos de las personas locales.</p>
<p>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</p> <p>Los municipios de ambos cantones, los emprendimientos y los moradores de las comunidades que se encuentran cercanas a los atractivos turísticos.</p>	<p>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?</p> <p>Superar sus expectativas con respecto a la visualización de paisajes, emprendimientos locales, caminatas en medio de la naturaleza, observación de flora y fauna en los distintos espacios.</p>

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

Para la matriz de comparación de producto y mercado se tomó en cuenta la información recolectada en la encuesta y en base a esos datos se comenzó a llenar la matriz teniendo como destino a los cantones de Quero y Mocha conjuntamente con sus respectivos atractivos naturales y culturales y la presencia de algunos emprendimientos.

Tabla 40.

Matriz 1 de comparación entre producto y mercado

MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO					
Destino	Cantones Quero y Mocha				
	Extranjero		Nacional		
Producto/Mercado	En tour	Independiente	Local	Regional	Interregional
Bienestar y salud			X		
Patrimonio y cultura			X	X	
Naturaleza			X	X	
Festividades locales			X	X	X
Negocios			X	X	X

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, por Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.5.2. Público objetivo

Para el público objetivo se obtuvo de la información recolectada por medio de las encuestas, mediante el rango de edad y las actividades a realizarse en estos sitios y la ruta ecoturística.

Tabla 41.

Tipo de producto según su público 1

DESTINO: Quero y Mocha		
Producto: Ruta ecoturística	Público A 18-25 años	Público B 34-41 años
Caminata	X	X
Senderismo	X	X
Fotografía	X	X
Ciclismo	X	X
Observación de flora y fauna	X	X
Degustaciones gastronómicas	X	X
Visita a emprendimientos	X	X

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.5.3. Identificación de las condiciones necesarias (infraestructura y servicio) que debería tener el producto para poder operar de la forma ideal o esperada

Es necesario detallar los requerimientos necesarios para que el producto pueda ser consumido, es así que se contara en infraestructura, tales como miradores, servicios higiénicos, mapas de información al usuario, señalización de senderos y sitios de descanso, además de los servicios como guías locales, alojamiento, zona de camping y de alimentación que será visitado por los turistas.

Tabla 42.

Condiciones de la infraestructura y servicio

Concepto de producto	Público objetivo	Condiciones de infraestructura					Condiciones de servicio				
		Mirador	Servicios higiénicos	Mapa de información al usuario	Señalización de senderos	Sitios de descanso	Guías locales	Alojamiento (hotel)	Zona de camping	Alimentación (restaurantes)	Alimentación (plaza de comidas)
Ruta ecoturística	Turista nacional de 18 a 25 años amante a la naturaleza.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.6 Diseño del producto turístico

10.2.6.1 Descripción detallada del producto turístico 1

Estos productos turísticos van direccionados a los turistas nacionales de 18 a 25 años, porque en la actualidad la población local y los turistas buscan un turismo direccionado a la experiencia y conexión con el medio ambiente que lo saque de la rutina

de la ciudad, ofreciendo al turista diversas actividades ecoturísticas y culturales, en donde este tendrá nuevas experiencias en las actividades que se encuentran contempladas dentro el producto.

10.2.5.4. Producto turístico 1

El cantón Quero cuenta con cuatro sitios naturales, tenemos la cascada Jun-Jun es un lugar el cual está cubierto por una gran cantidad de árboles de eucalipto en el cual habitan también varias especies de búhos, sin duda es un entorno en el cual los turistas pueden llegar a realizar actividades como caminata, toma de fotografías, camping entre otras actividades más; el cantón también cuenta con un mirador nominado hierba buena en este atractivo podemos disfrutar de la variedad de flora y fauna que posee el lugar podremos respirar un aire puro y limpio y por si no fuera suficiente, desde lo alto del mirador podremos observar la majestuosidad de la mama Tungurahua, como penúltimo atractivo tenemos al Igualata un recurso natural que al recorrer los pequeños senderos de esta montaña podemos encontrarnos con varias especies de flora y fauna, pero su principal atractivo son los ojos de agua, totalmente naturales, finalmente esta la hacienda Hipolongo es un lugar histórico en la cual vamos a poder observar varios animales como vacas, ovejas, caballos, entre otros más, dentro del lugar también vamos a poder escuchar la historia de la hacienda y realizar actividades como caminata, tomas de fotografías y visualización de animales.

Por otro lado, en el cantón Mocha vamos a comenzar con uno de los atractivos naturales más conocidos como lo es el Camino del Inca es un sendero rodeado de muchas especies de flora y fauna el recorrido nos conduce directo a las 2 cascadas denominadas como Acorraladera y la Calipiedra estos dos atractivos son nacientes de un río, sus nombres se deben a las diferentes caídas en la cascada, Acorraladera se la conoce por que su entorno está rodeado de muchas plantas con raíces largas y grandes, mientras que a la

Calipiedra se la conoce por su entorno rocoso, continuando con el recorrido vamos a llegar al cerro Puñalica donde desde lo más alto vamos a poder visualizar una hermosa laguna conocida como Llullucha, para concluir vamos a visitar un emprendimiento donde extraen la miel de las abejas para poder comercializarla este lugar tiene el nombre de Valparaíso, el dulce sabor de la miel.

Nombre del producto: Camino de los Dioses Quero y Mocha

Numero de atractivos turísticos: 10 atractivos (7 naturales/ 3 culturales) y 4 emprendimientos.

Tipo de la ruta: Natural y cultural.

Duración de la ruta: 2 días de recorrido.

El tour incluye

Kit de bienvenida que contendrá una mochila de cordón, una toma todo, una gorra de sol y un poncho de agua.

El tour no incluye

- ✓ Entradas a sitios privados
- ✓ Comidas no descritas
- ✓ Desayuno el primer día y merienda.

Recomendaciones

- ✓ Llevar ropa ligera
- ✓ Documentos personales
- ✓ Dinero extra para gastos adicionales
- ✓ Llevar cámara fotográfica

Que no debemos hacer durante el recorrido de la ruta

- ✓ No arrojar basura, ya que son sitios naturales.
- ✓ No se aleje del grupo

- ✓ Prohibido salirse de los senderos
- ✓ Prohibido fumar
- ✓ Prohibido tocar a las especies
- ✓ Prohibido destruir el entorno natural o cultural

10.2.6.2 Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Para la definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico se los ordeno por atractivos, planta turística y actividades.

A. Atractivos turísticos

Tabla 43.

Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de Quero y Mocha

Nombre del atractivo	Tipo	Costo de ingreso	Acceso hacia el recurso	Observaciones
Cascada Jun-Jun	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Mirador Hierba Buena	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
El Igualata	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Hacienda Hipolongo	Cultural	3,00 \$	Publico Privado	Ninguna
Cascada Acorraladera	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Cascada Calipiedra	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Cerro Puñalica	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Laguna Llucha	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Jardín Botánico Tupac Tambu	Natural	Gratis	Publico Privado	Ninguna

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

B. Emprendimientos

Tabla 44.

Emprendimientos de Quero y Mocha

Nombre del emprendimiento	Ubicación	Costo de ingreso	Acceso hacia el recurso	Observaciones
Ponchos artesanales	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Cervecería la Quereñita	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Cucharas de Palo	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Valparaíso, El dulce sabor de miel	Mocha	Gratis	Publico Privado	Ninguna

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

C. Planta turística

Existen varios establecimientos de alimentos y bebidas, pero para el producto turístico se escogieron los restaurantes que ofrezcan gastronomía típica de la zona donde el turista deguste la comida de estos sitios, mismos que estarán bajo un convenio de promoción a cambio de ofrecer sus servicios dentro del producto turístico.

Tabla 45.

Planta Turística

Tipo de servicio	Nombre del establecimiento	Características del servicio
Alimentos y bebidas	Roca Volcánica	Ofrece platos típicos del cantón Quero. Paltos a la carta, bebidas, sodas o aguas aromáticas.
	Cosita Rica	Ofrece platos típicos del cantón Quero. Paltos a la carta, bebidas, sodas o aguas aromáticas.
	Jardín botánico Tupac Tambu	Ofrece además de actividades turísticas, platos típicos del cantón Mocha, platos a la carta, bebidas, sodas o aguas aromáticas.
Alojamiento	Hotel Quero	Incluye Wi-fi, baño privado, garaje y tv cable, desayuno, calefacción.

Nota: Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

D. Actividades

Dentro de las actividades se encuentran varias de las cuales se van a realizar en los diferentes atractivos turísticos que conforman los productos turísticos.

Tabla 46.

Actividades Turísticas

Actividad	Costo	Observaciones
Senderismo	Gratis	Se realizarán pequeñas caminatas dentro de senderos establecidos para el recorrido de varios atractivos.
Fotografía	Gratis	En esta actividad el turista podrá tomar fotografías del paisaje y de la flora y fauna del lugar.
Caminata	Gratis	El turista podrá caminar por los alrededores de los atractivos y conocer más el paisaje de estos.
Camping	Gratis	El turista podrá acampar en los diversos atractivos siempre y cuando cuente o solicite el equipamiento para este y el clima sea aceptable.
Ciclismo	Gratis	El turista podrá montar en bicicleta a los diferentes atractivos siempre y cuando cuente o solicite una con su respectivo equipamiento.
Observación de flora y fauna	Gratis	El turista podrá observar las especies de flora y fauna que se encuentren dentro de las zonas a visitar.

Nota: Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

10.2.5.4.1. *Itinerario de la ruta turística*

Tabla 47

Itinerario de la ruta Ecoturística

Día	Hora	Actividad
1	8:00 am	Encuentro con los turistas en el Monumento al Arado
	8:30 am	Salida al primer atractivo
	8:50 am	Llegada a la Cascada Jun Jun
	9:50 am	Salida al emprendimiento
	10:20 am	Llegada al emprendimiento de los ponchos artesanales
	11:00 am	Salida al emprendimiento
	11:20 am	Llegada al Emprendimiento cervecería la Quereñita
	12:00 pm	Salida al almuerzo
	12:10 pm	Almuerzo en el restaurant la Roca Volcánica.
	13:10 pm	Salida al emprendimiento
	13:20 pm	Llegada al emprendimiento cucharas de palo
	14:00 pm	Salida al mirador
	14:20 pm	Llegada al mirador hierba buena
	15:00 pm	Salida al Mirador
	15:20 pm	Llegada al Mirador el Igualata
	16:00 pm	Salida al hotel
16:20 pm	Llegada al Hotel Quero	
2	7:00 am	Desayuno en el Restaurante Cosita Rica
	8:00 am	Salida a la hacienda Hipólogo
	8:20 am	Llegada a la hacienda Hipólogo
	9:00 am	Salida al cantón Mocha
	9:30 am	Llegada al cantón Mocha
	9:40 am	Recorrido por el Camino del Inca y visita a las Cascadas
	10:20 am	Salida al Cerro Puñalica
	10:40 am	Llegada al Cerro Puñalica y Laguna Llullucha
	11:20 am	Salida al Emprendimiento
	11:50 am	Llegada al Emprendimiento Valparaíso, el dulce sabor de la miel.
	12:30 am	Salida al Jardín botánico
	13:00 am	Llegada Jardín botánico Tupac Tambu y respectivo almuerzo
	15:00 pm	Retorno al cantón Quero y finalización del recorrido.

10.2.5.4.2. Guion

Ruta “CAMINO DE LOS DIOSES”

“Solo se puede proteger y conservar aquello que se conoce y se valora”
Atahualpa Yupanqui.

Buenos días con todos los presentes, reciban una cordial bienvenida, me presento mi nombre es Edison Vilca el día de hoy yo seré su guía para el recorrido de la ruta Camino de los Dioses.

Quero, es un cantón que se encuentra en la provincia de Tungurahua, sus límites son al norte y oeste se encuentran con los cantones Mocha y Cevallos, al sur se encuentra con la provincia de Chimborazo y al este con el cantón Pelileo, su clima oscila entre los 13 y 14 grados centígrados anualmente.

Durante el recorrido de la ruta turística se visitarán 14 atractivos en la cual el primer día vamos a tener 6 paradas mientras que en el segundo día tendremos 8 paradas. Mediante el recorrido vamos a visitar la Cascada Jun-Jun, el emprendimiento de los ponchos artesanales, cervecería la Quereñita, emprendimiento cuchara de palo, el mirador Hierba Buena, el Igualata, el camino de los Incas, cascada Acorraladera, cascada Calipiedra, cerro Puñalica, laguna Llullucha, emprendimiento Valparaiso y la Hacienda Hipolongo.

La duración del recorrido tendrá una duración de 8 horas por día.

- La cascada Jun-Jun
- Emprendimiento de los ponchos
- Cervecería la Quereñita
- Emprendimiento las cucharas de palo
- Mirador Hierba Buena
- Mirador el Igualata

- Hacienda Hipólogo
- Camino del Inca
- Las Cascadas Acorraladera y Calipiedra
- Cerro Puñalica
- Laguna Llullucha
- Emprendimiento Valparaíso el dulce sabor de la miel
- Jardín botánico Tupac Tambu

De todos estos atractivos los 6 primeros se visitarán en el cantón Quero de los cuales 3 atractivos son naturales y 1 cultural, continuando con el recorrido nos cruzaremos al cantón Mocha donde de igual manera se visitará 5 atractivos en los que 4 son naturales y 1 es considerado como cultural y natural “Jardín Botánico Tupac Tambu”.

En el transcurso del recorrido también se encuentran incluidos 6 emprendimientos que visitaremos los cuales son:

- Los ponchos artesanales
- Las ricas cholitas de doña Carmen
- Las cucharas de palo
- Valparaíso el dulce sabor de la miel

En emprendimientos 3 se visitará en el cantón Quero y 1 en el cantón Mocha.

Para realizar las actividades en cada uno de los atractivos debemos considerar algunas normas de comportamiento.

- No arrojar basura, ya que son sitios naturales.
- No se aleje del grupo
- Prohibido salirse de los senderos
- Prohibido fumar

- Prohibido tocar a las especies
- Prohibido destruir el entorno natural.

Actividades a realizarse

- Caminata
- Senderismo
- Ciclismo
- Toma de fotografías
- Observación de flora y fauna

Día 1

Primera parada: Cascada Jun-Jun

La cascada Jun-Jun tiene formaciones rocosas que son muy llamativos para los turistas, tiene el aspecto rocoso debido a que nace del resultado de una erupción volcánica que se registró en 1930, es un atractivo que se encuentra rodeado por un bosque de eucalipto, la cascada como tal tiene una altura de 4 metros su caída termina en un lago el cual continua su trayectoria por un río. Para llegar al destino vamos a realizar una corta caminata teniendo cuidado de no alejarse del grupo y manteniendo silencio, debido a que en este lugar habitan los búhos y para poder visualizarlos es necesario no hacer ruido, una vez que lleguemos a la cascada tendrán su respectivo tiempo para tomar fotografías, descansar y disfrutar del entorno natural. Recuerden es importante mantener limpio todo el sitio puesto que, si votamos alguna basura, contaminamos el agua o destruimos la naturaleza estaríamos haciendo un daño a nuestros futuros hijos o familiares que desean visita el lugar.

Otro de los aspectos interesantes sobre el atractivo es su leyenda la cual dice que existe un tesoro escondido en el centro de la laguna que se forma con la caída del agua,

según los visitantes se dice que en los días más soleados se ve brillar una gran charola llena de oro,

Segunda parada: Emprendimiento de ponchos artesanales

Los ponchos artesanales son elaborados por el señor Pedro Benalcázar y su esposa y según los relatos de otras personas que los conocen manifiestan que ya no existen más artesanos que realicen esta actividad es decir que él es uno de los últimos que queda en el cantón Quero, también nos supo manifestar que de sus 2 hijos ya nadie está interesado en aprender este tipo de arte, ya que decidieron prepararse académicamente y migraron a otras provincias.

Aquí vamos a observar y conocer como es la elaboración de los ponchos artesanales el lugar donde se realiza estas maravillosas artesanías está ubicada cerca del centro de salud del cantón Quero, vamos a poner mucha atención ya que el señor Pedro Benalcázar nos enseñara como es el proceso para la elaboración de los ponchos, al final y con el permiso del propietario tendremos unos minutos para tomar fotografías y conocer más acerca de esta actividad y si desean también se pueden llevar como recuerdo los ponchos ya que el precio de los ponchos es de 15 a 20 dólares.

Don pedro manifiesta que para este tipo de labor se debe comenzar con la compra de la lana de borrego o a su vez también puede ser hilo, pero siempre y cuando sea fino para que no se llegue a dañar mucho al momento del lavado.

Tercera parada: Emprendimiento de cervecería la Quereñita

El ingrediente principal para la elaboración de esta cerveza te sorprenderá puesto que esta bebida este elaborado a base de la papa, si, así como lo escuchan es un producto artesanal que lo realizan desde hace más de 3 años, según el señor Héctor Tirado la idea

de este innovador producto surge debido a la pandemia del COVID ya que existía muchos quítales de papa que no se vendía y debido a eso se echaban a perder.

Mediante eso el señor Héctor decidió aprovechar este recurso y convertirlo en un producto interesante y curioso para los turistas, es una bebida muy deliciosa que se lo puede acompañar con cualquier tipo de comida, al iniciar con este emprendimiento el señor Héctor y su familia empezaron a realizar pruebas con 10 quintales de papa y para cuando ya obtenían mejores resultados se aumentó los quítales para la elaboración, y hoy en la actualidad trabajan con 100 quintales para producir alrededor de 70 botellas de licor, la materia prima lo siembran y lo cosechan ellos mismos ya que tienen sus propios terrenos donde realizan sus respectivas siembras.

Cuarta parada: Mirador Hierba Buena y el Igualata

El mirador hierba buena se encuentra ubicado dentro de la comunidad el Santuario de la provincia Tungurahua del cantón Quero, es un lugar netamente natural donde se puede observar la majestuosidad del Tungurahua, también vamos a poder observar la flora nativa la cual está conformada por plantas como la capuchina el hibisco la hortensia entre otras especies más, también vamos a observar la fauna nativa la cual esta conformada por especies como los conejos de monte, colibríes búhos y venados.

El mirador del Igualata se encuentra ubicada en la parte del sur de la cabecera cantonal a una altura de 4450 msnm, es un mirador natural donde se puede visualizar una gran variedad de fauna nativa del lugar como conejos, lobos y águilas, el atractivo se encuentra cubierto por una gran extensa área de pajonal, almohadillas y quishuares.

Ambos miradores tienen características similares puesto que son paramos andinos en ambos miradores vamos poder observar una gran cantidad de pajonal y arboles

de eucalipto, en cuanto a especies de fauna observaremos conejos silvestres, búhos y los conejos de paramo y desde lo alto del mirador podremos observar todo el centro cantonal.

Quinta parada: Emprendimiento de cucharas de palo

Según lo que nos cuenta el señor Ángel Barreno los pobladores del cantón Quero tienen buenas habilidades para realizar artesanías en madera desde utensilios para la cocina hasta la elaboración de alcancías y guitarras, pero los más auténticos son las cucharas de palo y las bateas que son elaboradas a base de madera de aliso, se producen cuatro cucharas por día debido a la escasez del material.

El señor Ángel nos supo manifestar que el oficio lo heredó de sus abuelos y que ya solamente existen 5 artesanos que mantienen vivo este tipo de trabajo, es por esta razón que el cantón siempre promueve la participación de este emprendimiento y que así se siga conservando este maravilloso arte.

Día 2

Sexta parada: Hacienda Hipolongo

La Hacienda Hipolongo es un lugar recreativo donde vamos a poder realizar actividades como observación de la granja donde se encuentran ovejas, caballos, vacas, terneros, aves como patos, gallinas entre otras más, en cuanto a lo que corresponde el avistamiento de flora podremos observar las siembras de maíz, papas, cebolla blanca y colorada entre otros cultivos más.

Mediante la visita a la hacienda también podremos realizar actividades recreativas como cabalgata, caminata y camping.

Séptima parada: Camino del inca y las cascadas Acorraladera y Calipiedra

Recorriendo el camino del inca vamos a poder observar un entorno totalmente natural, observaremos gran parte de la flora nativa del lugar como arboles de eucalipto, cabuyos, sigses y árboles de capulies.

Según los relatos que no contaron los pobladores del lugar es conocida como camino del inca debido a que se usaba este camino para trasladarse de un lugar a otro.

Finalizado con el recorrido del camino del inca llegaremos directamente a dos cascadas denominadas Acorraladera y Calipiedra, estas cascadas son nacientes de un rio que al finalizar su trayecto se divide en dos caídas cada una con 2 metros de altura, su entorno está rodeado de una gran cantidad de flora en estos atractivos se pueden realizar actividades como caminata, senderismo, toma de fotografía y camping.

Octava parada: cerro Puñalica y laguna Llullucha

El cerro Puñalica y la Laguna Llullucha estos dos atractivos turísticos están rodeados por una gran cantidad de vegetación propia del páramo para llegar a la cima del Puñalica vamos a realizar una caminata de 10 minutos, al llegar a lo más alto del cerro vamos a poder disfrutar de una gran vista donde se podrá observar ambos cantones, también vamos a poder observar los cerros Llimpes, el volcán Carihuairazo, el Chimborazo.

De igual manera para llegar a la Laguna Llullucha, realizaremos una caminata de 5 minutos y si desean pueden realizar un pequeño recorrido por los alrededores de la laguna.

Novena parada: Emprendimiento Valparaiso

El emprendimiento Valparaíso, el Dulce Sabor de la Miel es un emprendimiento familiar que está a cargo del señor Raúl Valle y su esposa Fanny Cobo el emprendimiento

se encuentra por el sector de la parroquia Pinguili en el cual su principal protagonista son las abejas gracias a que de ellas es de donde proviene la materia prima que es comercializada por los emprendedores también es procesada para poder obtener productos como la jalea real, la cera y los turrone.

Decima parada: Jardín Botánico Tupac Tambu

Para culminar con el recorrido de la ruta turística vamos a visitar jardín Botánico Tupac Tambu un lugar que cuenta con servicios de hospedaje sus habitaciones son muy cómodas, tiene un restaurante en la cual ofrecen platos típicos del lugar, posee áreas recreativas las cuales cuentan con juegos infantiles y canchas deportivas.

Cierre

Para finalizar el recorrido retornaremos al cantón Quero, donde recibirán como obsequio un pequeño kit como regalo por su participación en la ruta turística, no me cada más que decir y agradecer a cada uno de los turistas por haber puesto la confianza, espero que el recorrido y el viaje hayan sido de su agrado y que hayan disfrutado del viaje muchas gracias y espero volverlos a ver.

10.2.5.4.3. Gráfico de la ruta

Figura 19

Croquis de la ruta ecoturística de Quero y Mocha



En la ilustración anterior se puede observar el producto turístico propuesto en los cantones Quero y Mocha denominada “Camino de los Dioses” donde se muestra los diferentes atractivos que tienen estos sitios, ya sea, sus miradores, cascadas y emprendimientos.

10.2.6. Análisis del Costo

Para la elaboración del costo de la ruta, se analizó un PAX individual, PAX de 15 personas y un PAX de 30 personas en donde se incluyó alimentación, transporte, guía, y el kit de regalo, además se incluye un imprevisto del 5% que será aplicado en caso de emergencia.

Tabla 48.

Costo de la ruta

Actividad o servicio	Tiempo	Valor unitario	Valor 15 PAX	Valor 30 PAX	
Kit de bienvenida	1 día	\$5,00	\$75,00	\$150,00	
Alimentación	Desayuno	1 días	\$3,00	\$45,00	\$90,00
	Almuerzo	2 días	\$6,00	\$90,00	\$180,00
Transporte	Camionetas de cooperativa	2 días	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Hospedaje	Hotel Quero	1 días	\$15,00	\$225,00	\$450,00
	Artesanía de recuerdo	1 día	\$3,00	\$45,00	\$90,00
Sub total			\$72,00	\$520,00	\$1 000,00
Imprevisto 5%			\$3,60	\$26,00	\$50,00
Comisión del 12%			\$8,64	\$62,40	\$120,20
Precio de venta			\$84,24	\$608,4	\$1 170

Nota: Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

10.2.6.1. Identificación de productos turísticos (Producto 2)

Para identificar los productos turísticos se definió el destino turístico, por lo tanto, se implementó los productos turísticos que se ofrecerán al turista por lo cual se aplicaría la matriz para la creación de productos turísticos del Manual de planificación de productos turísticos de Perú.

Tabla 49.*Conceptualización del producto turístico 2*

<p>¿Cuál es la temática?</p> <p>Cultural</p>	<p>¿Qué lo hace especial?</p> <p>San Juan Bautista de Mocha cuenta con la festividad de las “Octavas Mochanas”, fiesta ancestral de disfraces en donde el turista podrá vivir la experiencia única y nueva de conocer la historia de la tradicional festividad narrada por fotografías.</p> <p>Santiago de Quero cuenta con sus festividades cantonales, sus mitos y leyendas que harán al turista vivir una experiencia única y llena de misticismo plasmadas en fotografías y narrativas.</p>
<p>¿Qué actividades se pueden ofrecer?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitas guiadas • Fotografía • Narrativa de mitos y leyendas Quereñas y Mochanas. • Presentación de grupos de danzas folclóricas. 	<p>¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?</p> <p>Que experimente algo nuevo dentro de un escenario cultural a través de la muestra de presentación fotográfica y de narrativa de mitos y leyendas que involucran tradiciones e historia que estos lugares y su gente posee.</p>
<p>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</p> <p>Los municipios de ambos cantones.</p>	<p>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?</p> <p>Satisfacer las necesidades del turista que goza de conocer la cultura nacional, además de incentivar al turismo cultural que permita al turista conocer la historia atrás de un pueblo y las leyendas que estos esconden con la finalidad de preservarlas y difundirlas.</p>

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

Para la matriz de comparación de producto y mercado se tomó en cuenta la información recolectada en la encuesta y en base a esos datos se comenzó a llenar la

matriz teniendo como destino a los cantones de Quero y Mocha conjuntamente con sus respectivos atractivos naturales y culturales y la presencia de algunos emprendimientos.

Tabla 50.

Matriz 1 de comparación entre producto y mercado

MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO					
Destino	Cantones Quero y Mocha				
Producto/Mercado	Extranjero		Nacional		
	En tour	Independiente	Local	Regional	Interregional
Bienestar y salud			X		
Patrimonio y cultura			X	X	
Naturaleza			X	X	
Festividades locales			X	X	X
Negocios			X	X	X

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, por Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.6.2. Público objetivo

Para el público objetivo se obtuvo de la información recolectada por medio de las encuestas, mediante el rango de edad y las actividades a realizarse en la galería de fotografía.

Tabla 51.

Tipo de producto según su público

DESTINO: Quero y Mocha		
Producto: Galería de fotografía y narrativa de mitos y leyendas	Público A 18-25 años	Público B 34-41 años
Visitas guiadas	X	X
Fotografía	X	X
Narrativa de mitos y leyendas Quereñas y Mochanas.	X	X
Presentación de grupos de danzas folclóricas.	X	X

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.6.3. Identificación de las condiciones necesarias (infraestructura y servicio) que debería tener el producto para poder operar de la forma ideal o esperada

Es necesario detallar los requerimientos necesarios para que el producto pueda ser consumido, es así que se contara en infraestructura, tales como garaje, servicios higiénicos, mapas de información al usuario, señalización de senderos y sitios de descanso, además de los servicios como guías locales.

Tabla 52.

Condiciones de la infraestructura y servicio

Concepto de producto	Público objetivo	Condiciones de infraestructura					Condiciones de servicio				
		Mirador	Servicios higiénicos	Mapa de información al usuario	Señalización de senderos	Sitios de descanso	Guías locales	Alojamiento (hotel)	Zona de camping	Alimentación (restaurantes)	Alimentación (plaza de comidas)
Galería de fotografía y narrativa de mitos y leyendas	Turista de 34 a 41 años amante a la historia y al turismo cultural.	X	X	X	X	X	X			X	

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.7. Diseño del producto turístico

10.2.7.1. Descripción detallada del producto turístico 1

El primer producto turístico va direccionado a los turistas nacionales de 34 a 41 años, porque en la actualidad la población local y los turistas buscan un turismo

direccionado a la experiencia y conexión con el medio ambiente que lo saque de la rutina de la ciudad, ofreciendo al turista diversas actividades culturales, en donde este tendrá nuevas experiencias en las actividades que se encuentran contempladas dentro el producto.

10.2.7.2. Producto turístico 1

Para este producto se continuo con la búsqueda de satisfacer las necesidades del turista que busca conocer las tradiciones de un pueblo y que puedan observarlo fuera de su tiempo de realización, es por esto que se diseñó una galería de fotografía acompañada de la narrativa de mitos y leyendas que en este cantón se mantienen de generación en generación.

Se diseñó un producto que satisfaga las necesidades del turista en el cual se busca darle una gran experiencia en cuanto a las manifestaciones culturales que en este cantón se realizan como lo es las fiestas de cantonización y de sus comunidades donde se tiene una variedad de festividades como lo es la danza de “Los Bombachos” y “Las Octavas Mochana” que forman parte de la expresión cultural de Quero y Mocha respectivamente, además de presentar pequeñas actuaciones de los mitos y leyendas que en esta localidad se tienen con la participación de personajes que permitan interactuar de manera más personal con los turistas.

Nombre del producto: “Quero el cáliz de madera” y “El altar a los dioses”

Numero de atractivos turísticos: 4 atractivos culturales.

Tipo de producto: Cultural

Duración del producto: 8 horas de duración

Incluye un kit de bienvenida:

- ✓ Un folleto
- ✓ Un tríptico
- ✓ Un poster
- ✓ Un llavero.




10.2.7.3. Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Para la definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico se los ordeno por atractivos, planta turística y actividades.

C. Atractivos turísticos

Tabla 53.

Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de Quero y Mocha

Nombre del atractivo	Fotografía	Tipo	Costo de ingreso	Acceso hacia el recurso	Observaciones
Fiestas de cantonización de Santiago de Quero	 Elaborado por Vilca (2023)	Cultural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Octavas de Mocha	 Elaborado por GAD Mocha (2023)	Cultural	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Santuario Diocesano de Nuestra Señora del Monte	 Elaborado por Vilca (2023)	Cultural	Gratis	Publico Privado	Ninguna

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

D. Emprendimientos

Tabla 54.

Emprendimientos de Quero y Mocha

Nombre del emprendimiento	Fotografía	Ubicación	Costo de ingreso	Acceso hacia el recurso	Observaciones
Ponchos artesanales	 <p>Elaborado por GAD Quero (2023)</p>	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Ricas cholas de doña Carmen	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Vino Pueblo Viejo	 <p>Elaborado por Vino Pueblo Viejo (2023)</p>	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Cervecería la Quereñita	 <p>Elaborado por GAD Quero (2023)</p>	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Cucharas de Palo	 <p>Elaborado por Vilca (2023)</p>	Quero	Gratis	Publico Privado	Ninguna
Valparaíso, El dulce sabor de miel		Mocha	Gratis	Publico Privado	Ninguna

Nota: Adaptado del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú, 2014. De dominio público.

10.2.7.3.1. Guion

Bienvenida por parte del guía

Buenos días a todos esperamos que disfruten la visita mi nombre es Lisbeth Bautista el día de hoy los acompañare durante su recorrido y les daré a conocer algunos datos importantes del cantón Quero y sus festividades, esperando que sea de su completo agrado les voy a dar las siguientes recomendaciones:

- No tocar las fotografías.
- No separarse del grupo durante el recorrido.
- Las inquietudes me las pueden realizar al final de cada explicación.
- Evitar salirse de las instalaciones.
- No tomar fotos con flash.
- Mantener el silencio en lo más posible.

Siendo así, bienvenidos a la galería de fotografía Quero cáliz de madera. A continuación, nos vamos a dirigir de manera ordena a la sección de fotografía antiguas, por ende, evitar hacer ruido para que todos puedan escuchar mi explicación.

Sección A. Fotos del Quero Antiguo

Quero proviene de “vaso o copa de madera” y es aquí donde podrán observar un poco de la historia Quereña, como fueron sus casas, su vida en el pasado. Como podemos observar esta fotografía de la iglesia antes y después del terremoto que obligo a su gente a buscar un nuevo lugar donde asentarse, siendo así en el actual Quero donde se logró recrear su tierra, además el antiguo Quero se encuentra bajo la tierra de nombre “Pueblo Viejo” lugar donde nace un mito poco conocido que les voy a dar a conocer a continuación.

Se dice que la iglesia que existía en el Quero antiguo quedo bajo escombros por culpa del terremoto que azotó a este cantón, es por esto que la gente de la comunidad

cuenta que a las doce de la noche en luna llena se escuchan las campanadas de aquella iglesia escondida bajo tierra, además que se tiene la creencia que sus campanas al ser de oro se encuentran apresadas por una enorme serpiente que ocasionan aquel sonido, a trayendo al curioso a ese sitio para desaparecerlo. Al igual que esta leyenda existen muchas más que se originaron tras los terremotos que no solo azotaron este cantón sino varios en el país.

Sección B. Fotos de las fiestas de cantonización

Nos encontramos en la sección B de las fiestas de cantonización aquí podrán observar fotografías de cómo se realizan las fiestas dentro del cantón Quero, se da comienzo con la limpieza y mantenimiento de vías en todo la parte central, continuando con la inscripción de las jóvenes Quereñas candidatas a “Quereña Bonita”, continuando con su conocido pregón de Fiestas que dan inicio a las fiestas.

Quero es conocido por ser un lugar agrónomo por sus campos que producen una gran diversidad de productos, es por esto que en sus fiestas se dan comienzo con la limpieza de este, para proseguir con el abanderamiento del centro del cantón, es decir, que se le decora las calles céntricas con banderas, figuras de luces y muchas cosas más; continuando con la inscripción de candidatas para reinas en la cual toda señorita perteneciente al cantón o que sea nacida aquí podrá postularse para candidata de la Quereña Bonita, posteriormente el pregón de fiestas donde todas las comunidades y entidades invitadas se hacen presentes con grupos de bailes, al igual que los estudiantes de la Unidad Educativa 17 de Abril se hace presente con toda su planta educativa en este festejo.

Se realizan también la selección de la Quereña Bonita conjuntamente con un baile donde vienen varios artistas nacionales, luego se realiza el conocido concurso de juegos pirotécnicos donde vienen participantes de todas partes para presentar sus trabajos. Para

continuar con las corridas de toro que previamente a estas se realiza el paseo del chagra donde los chagras de todas las comunidades bajan con su chagra bonita y caballos a salud a Quero en sus fiestas. Por último, se tiene la misa campal en honor a Santiago de Quero y posterior el desfile cívico y folclórico que se realiza por todas las calles céntricas del cantón.

Sección C. Fotos de las fiestas populares de sus comunidades

Nos encontramos en la sección de las fiestas populares de las comunidades. Entre ellas tenemos representada las fiestas de San José de Puñachisag que:

“El 19 de marzo se realiza la celebración de las festividades de la comunidad de San José de Puñachisag, en honor al Santo “San José”, en la cual se realizan corridas de toros, la elección de la Chagra bonita, juegos pirotécnicos, el rodeo, carrera de coches de madera, el reciente desfile cívico que fue incluido hace unos años atrás y sin dejar atrás el baile de Los Bombachos que son tradicionales en las comunidades del cantón.” Los organizadores son el comité de pro fiestas de la comunidad de San José de Puñachisag. Al igual que en este sitio la mayoría de comunidades tienen sus comités donde organizan un sinnúmero de actividades entre ellas podemos observar:

- **Baile de Los Bombachos**

El origen de este baile como tal viene de muchos años atrás, por lo que no se tiene una fecha exacta de su aparición, pero lo que sí se sabe es que los Bombachos “se les llama así porque usan pantalones bombachos y es así como se los diferencia, por la vestimenta y el pantalón con pliegues como un bombacho”, pues los primeros Bombachos “usaban pantalones hasta las rodillas y una bata hasta más debajo de la cintura”, acompañados de su icónica máscara de malla en la cual se encuentra pintado el rostro de una mujer” el significado de la máscara “es para tapar el rostro del hombre y así no ser reconocido”, por lo que en ese entonces las mujeres no tenían permitido bailar junto a

ellos, por lo que es reciente su participación en este baile. Además, no es un simple baile pues tiene sus personajes que hacen que la gente se sienta a gusto con su presencia, uno de ellos es “la Carrillina que va de lado a lado haciendo bromas junto a su guagua y vitoreando con algarabía alegrando a la gente”, además, otro de los personajes es “el Viejito que con su ropa al revés y su inseparable amiga la copa va haciendo reír a la personas, mientras los Bombachos bailan”, por último y más importantes “los Bombachos que con sus pantalones bombachos y su compañera de baile van al ritmo del taconazo, tuis, raspa y la tuna, pero también en la actualidad bailan el caballito de palo, el huaymito y la cervecita”.

- **La banda de pueblo**

La banda de pueblo comienza con su albazo mañanero “para alegrar a la gente y a los visitantes”, pues este grupo de músicos siempre ha estado presente en las corridas de toros, rodeos, desfiles y hasta en las serenatas para los diversos santos y vírgenes, siendo un elemento importante y tradicional dentro de las fiestas de las comunidades o en festejos privados de los moradores, por lo cual “nunca vera una fiesta comunitaria sin la tradicional banda de pueblo”. Por lo tanto, está presente siempre en las festividades no solo de la comunidad sino del cantón y sus alrededores siendo esta una manifestación popular en la región Sierra del país, porque es lo que caracteriza y pone el ambiente en las festividades.

- **Alza de las quinchas**

Según el señor Eduardo B. conto que en el tiempo de su juventud todo esto era una minga dentro de la comunidad, pues antiguamente se lo realizaba en conjunto con todos, en la cual se mandaba a sacar árboles para sacar palos, “nos llamaban a todos e íbamos a los bosques a llevar aunque sea una rama o tronco hacia la plaza “ comento rememorando entre sus recuerdos, para así atarlos como barreras para las improvisadas

plazas de toros, pero en la actualidad ya hay las denominas quinchas que son de madera, mismas que son atadas con cabos o alambres a la vez que son enterradas en la tierra y sujetas entre sí para evitar que se caigan o escape el toro por medio de estas. “Ahora los del municipio somos los que tenemos que ir y dejar armando todo” dijo, puesto que ahora las autoridades son las encargadas de realizar los correspondientes trabajos para que el municipio de entrega de las quinchas y así proceder a su alza.

- **Corrida de toros**

En este evento los directivos se encargan de mandar invitaciones a los dueños de las ganaderías para que estos donen toros. Es así que este dentro de este evento están las icónicas colchas y esteras, “las amarran a los toros y el más arriesgado se las gana o si no se las lleva la ganadería”, estos objetos son donados por las señoritas de la comunidad en donde sus nombre y el reluciente bordado de un toro o torero estarán presentes siempre, siendo así que de todos estos eventos los organizadores son los encargados de hacer llegar invitaciones y en algunos casos presentes para las familias, que por la fe que le tiene a su santo no dudan en donar y apoyar a que la fiesta se mantenga y sea reconocida dentro del cantón. Además, la gente es muy devota de San José y en honor a él todos donan y ayudan en estas fechas.

- **Rodeo**

Este evento es muy parecido a la corrida de toros con la diferencia del uso de caballos que ayudan a sus jinetes a atrapar a los toros y así realizar el conocido “lazo” para posteriormente ganar, a este tipo de manifestación llegan invitados y competidores que deseen probar suerte, a los ganadores se le otorga ya sea un trofeo o algún premio económico “ganen o no su botella de puro está asegurada” suelen decir de manera cómica, al igual que en los toros de pueblo las ganaderías son donadas por los devotos de la comunidad, hay veces que hasta caballos de alta escuela van a entretener la gente que

asiste a las fiestas, pero la parte más importante para este evento es la elección de la denominada Chagra Bonita que es escogida de entre las jovencitas de las ganaderías invitadas a participar del rodeo, misma que estará en su caballo usando su tradicional sombrero, botas de cuero, pantalón de cuero, saco de cuero y su poncho de lana Quereño dando a relucir la imponencia del chagra en las festividades.

Además de que la joven ganadora hace la entrega de conocida sangría quien minutos antes del comienzo de la corrida taurina hace entrega de bebidas o regalos a los presentes en el lugar, mientras camina alrededor de toda la plaza de toros al son de la banda de pueblo. Por lo tanto, está presente siempre en las festividades no solo de la comunidad sino del cantón y sus alrededores siendo esta una manifestación popular en este.

Sección D. Fotos de las vírgenes y santos Quereños

Nos encontramos en la penúltima sección como podrán observar aquí están fotos de las vírgenes y santos que son venerados en el cantón, entre las más conocidas se encuentran La Virgen del Monte, cuya historia se cuenta de generación en generación “en el monte conocido como MulMul, un joven pastor se encontraba junto a sus ovejas, cerca de un árbol de arrayán en la copa de su árbol se le apareció la Virgen Santísima del Rosario, siendo así que le llevaba cada día una ofrenda aquel árbol y desde aquella vez siguieron pasando sucesos similares y toda su gente comenzó a creer más en la virgen y sus milagros” por ende existe su santuario que lleva el mismo nombre Santuario de la Virgen Santísima del Monte y al igual que este suceso fueron muchos más como pueden ver hay varias imágenes y en cada comunidad tienen su devoción a sus diversos santos y vírgenes.

Tienen dudas de alguna imagen pueden hacerme la saber continuemos con el recorrido. Ya nos vamos acercando al final del recorrido donde degustaremos de unos pequeños bocaditos realizados por las manos Quereñas.

Tienen aproximadamente treinta minutos libres donde podrán comer o descansar mientras preparamos la siguiente sección.

Como pueden observar tenemos varios platos y pequeñas botellas de bebidas en la mesa y ustedes dirán que los hacen especiales, pues verán estos alimentos son realizados por los pequeños emprendimientos de la gente local, entre los que tenemos:

- **Cholas Quereñas**, son pequeños panes con relleno dulce de panela.
- **Vino de mora “Pueblo Viejo”**, es una bebida echa de mora mediante la fermentación alcohólica del sumo de dicha fruta.
- **Postre de uvilla y jugo de uvilla**, es un postre y bebida dulce realizado con uvilla y una pequeña porción de panela.
- **Cerveza de papa**, es una bebida artesanal realizada a partir de la papa que es uno de los productos más representativos del cantón.

Es momento de continuar con la siguiente sección por favor no se separen del grupo que nos dirigimos al salón donde se llevara a cabo la narrativa de leyendas.

Sección E. Sala de narrativa y dramatización

Nos encontramos en la sala de narrativa, aquí les vamos a presentar dramatizaciones de los mitos y leyendas Quereños, por esta razón les pido que cada uno de forma ordenada se ubique en cada silla y en completo silencio observemos como los personajes toman vida y prestemos atención a lo que nos contarán a continuación

Mi bisabuelito Juan solía narrarle esta historia a mi papá Eduardo en donde contaba que los volcanes eran dioses en aquellos tiempos, pues la mama Tungurahua enojada pasaba con el taita Chimborazo que lo celaba con el Altar y decía que de esa

relación furtiva nació el Wawa Pichincha y enojado se peleó con el volcán causando su destrucción por lo que en la actualidad el Altar es desfigurado por la ira del volcán Chimborazo.

Finalizamos con el recorrido en la galería fotográfica Quero Cáliz de Madera. A continuación, nos vamos a trasladar al cantón Mocha donde se llevará a cabo la siguiente galería fotográfica Mocha El Altar de los Dioses, por favor verifiquen que no se quede ninguna de sus pertenencias y procedan a subirse a los carros que nos trasladarán así el lugar. Por el camino podremos observar la belleza paisajística que estos cantones poseen como lo son los Llimpes, el volcán Chimborazo y parte del Carihuarazo, además de Puñalica que posee lagunas a sus alrededores. Como pueden observar estos sitios tienen bastos terrenos cultivados por ello son conocidos por ser lugares agrónomos.

Sección A. La historia de Mocha

Mocha significa adoratorio, pues se cree que se debe al monasterio de vírgenes del sol que existió en la cima del cerro Puñalica, en esta sección podrán observar un poco de la historia Mochana, como fueron sus casas, su vida en el pasado y de donde nacen sus tradiciones.

Como pueden observar hay muchas fotografías, pero las más representativas son las del Chimborazo, del Tungurahua y el Carihuairazo, mismas que cuentan eran adoradas por las primeras poblaciones que se tienen registradas fueron los Panzaleos, que se cuenta debido a la fuerza que tuvieron los incas por doblegarlos se convirtió en un Tambo real pues era atravesada como camino de norte a sur al reino de Quito, siendo considerado un adoratorio al Sol, tras la revuelta de los españoles sufrió varios cambios al igual que demográfico debido a los constantes movimientos telúricos que se vivieron en estas épocas, logran llegar a ser lo que se conoce en la actualidad.

Sección B. Las Octavas Mochanas

Estas fiestas se las realizan cada 23 de junio por el solsticio de verano, que se inician con las conocidas jochas, es decir las colaboraciones que las personas realizan para la elaboración de la comida para las fiestas populares, es decir que en esta fiesta existen priostes que ofrecen comida a los visitantes y participantes de la festividad.

Muchas personas forman parte de este con diversos disfraces que llenan de vigor y colores a esta festividad, pero el personaje principal es el capitán o capitana, pero como ustedes pueden observar hay muchos personajes pero la explicación es que es una especie de sátira a la vida cotidiana, a los problemas que destacan en el país, a las autoridades de paso y a las diversas situaciones que se han vivido en la localidad como lo es el Inti Raymí, la llegada de los españoles, la llegada de San Juan Bautista al cantón, siendo así una fiesta destinada a los disfraces a los sucesos que antes mencione, por eso como podrán observar en las fotografías hay muchos disfraces que no parecen tener algo en común, pero para los mochanos expresan su alegría y forma de vida. De entre estos podemos observar que hay vacas locas, electricistas, guarichas, diablos humas, entre otros.

Pueden continuar mirando las fotografías mientras el equipo se alista para la dramatización de las leyendas mochanas.

Sección C. Sala de narrativa y dramatización

Nos encontramos en la sala de narrativa, aquí les vamos a presentar dramatizaciones de los mitos y leyendas Mochanas, por esta razón les pido que cada uno de forma ordenada se ubique en cada silla y en completo silencio observemos como los personajes toman vida y prestemos atención a lo que nos contarán a continuación.

En otra de sus leyenda cuenta que los volcanes eran personas y de entre ellas describen a la mama Tungurahua como una mujer de enormes centros con piel canela con enormes trenzas que colgaban de su cabello oscuro bajo un sombrero negro, a ella solían

verla bajar del volcán a llamar a los hombres que por ese lugar se encontraban para luego llevárselos entre la neblina y desaparecer los, al volcán Chimborazo lo describían como un hombre alto de piel blanca, poncho rojo, pantalón blanco y enorme sombrero, decían que el bajaba por los páramos en busca de jóvenes vírgenes y se las llevaba junto con él y nunca más aparecían.

Espero que se lleven una buena experiencia con nosotros, vuelvan con amigos y familia a conocer más sobre estos bellos sitios llenos de misticismo y naturaleza, les agradezco su visita al cantón Quero y Mocha de parte de nuestro grupo les ofrecemos un pequeño obsequio para que nos recuerden y se lleven un pedacito de nuestra gente. En este momento pedimos que revisen sus pertenencias y se dirijan a la puerta de salida y una vez más se les agradece por visitarnos esperando que esta no sea una despedida sino un hasta pronto.

10.2.7.3.2. *Gráfico de la galería fotográfica*

Figura 20.

Quero, Cáliz de Madera y Mocha Altar de los Dioses



Nota: Se puede observar en las figuras los lugares destinados para la realización de la galería fotográfica que se llevarían a cabo en Quero y Mocha.

10.2.7.3.3. *Análisis de costo*

Para el análisis de costo de la galería de fotografía se analizó un PAX individual y un PAX de 10 personas en el cual se incluyó alimentación, guía turístico, Obsequio y transporte. Además de que se tendrá un imprevisto del 3% en caso de emergencias.

Tabla 55.

Presupuesto de la galería fotográfica

Actividad o servicio	Valor unitario	Valor 15 Pax.
Alimentación Bocaditos	\$2,00	\$30,00
Personal de limpieza	\$2,00	\$30,00
Guía turístico	\$10,00	\$150,00
Refrigerio al grupo de danza	\$10,00	\$10,00
Personal de dramatización	\$15,00	\$15,00
Transporte	\$5,00	\$5,00
Sub total	\$44,00	\$240,00
Imprevisto 5%	\$1,32	\$7,20
Comisión del 5%	\$2,20	\$12,00
Precio de venta	\$47,52	\$259,20

Nota: Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

Tabla 56.

Presupuesto del boleto de ingreso

Actividad o servicio	Valor unitario
Bocaditos	\$1,00
Refrigerio de danza	\$1,66
Personal de dramatización	\$2,00
Precio de venta	\$4,66

Nota: Elaborado por: Bautista L. & Vilca E.

Este valor se lo aplicara a las personas locales que ingresen a la galería, en el cual solo se le incluirá bocaditos y deberá entrar con un grupo para que pueda acceder con el valor indicado en la **Tabla 53**, debido a que el precio para acceder al paquete completo tiene otro precio.

10.3. Estrategias de promoción y difusión

10.3.1. Focus Group

Para el cumplimiento del objetivo tres se realizó la técnica del Focus Group con la participación de los actores clave como lo fueron los servidores turísticos y emprendimientos con los cuales se buscó obtener información acerca de la actividad turística dentro de la zona, además de recomendaciones y sugerencias para realizar las estrategias que permitan promocionar y difundir los atractivos turísticos dentro del país.

Los resultados que se obtuvieron en el Focus Group fueron la base para la realización de las matrices FODA, MEFI y MEFE, en donde se obtuvo Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, por ende, se obtuvo un entendimiento más cercano a la realidad situacional de los cantones Quero y Mocha, logrando plantear las estrategias que permitan la promoción y difusión de cada atractivo.

10.3.2. Análisis FODA

Para la elaboración del análisis FODA se tomó en cuenta varias de las opiniones e información de los factores internos y externos donde se evidencian la realidad turística de cada cantón con los productos turísticos. Por lo cual los resultados obtenidos se encuentran en la siguiente tabla.

Tabla 57.*Análisis FODA en base a los productos turísticos*

Fortalezas	Oportunidades
Presencia de turismo gastronómico como lo es las papas con cuero en Mocha.	Tiene una buena conexión vial interprovincial para impulsar el turismo como lo es la E53.
Tienen un buen manejo de medios de comunicación y redes sociales.	Apoyo por parte del programa Vive Tungurahua de la gobernación.
Presencia de las Octavas de Mocha, atractivo cultural.	La gobernación está buscando fomentar el turismo en estas zonas rurales.
Presencia de riqueza paisajística en las comunidades donde se encuentran los atractivos naturales.	El interés por parte de los emprendimientos dentro de estos cantones.
Presencia de turismo religioso en el cantón Mocha en honor a San Juan Bautista.	Apoyo en proyectos turísticos por parte de los GADs de Quero y Mocha.
Tiene presencia de los volcanes Tungurahua, Chimborazo, Carihuairazo y El Altar.	Amplia cobertura telefónica en zonas urbanas.
Los atractivos turísticos son de libre acceso,	Existencia de un medio de comunicación (radio panamericana).
Existencia de fuentes hídricas en los cerros del Igualata y Puñalica.	Presencia de vías de primer orden en la mayoría de atractivos.
Presencia de red eléctrica en todo el cantón.	Cuenta con centro de salud y seguridad en varias zonas de los cantones.
Cuenta con la presencia de transporte público hacia el cantón y la zona rural.	Potencial para el desarrollo de nuevos productos turísticos.
Debilidades	Amenazas
Falta de mantenimiento de los atractivos turísticos	Escasa planta turística en cuanto a alojamiento.
Falta de señalética en algunos atractivos turísticos.	Presupuesto limitado para el turismo debido al cambio de autoridades.
La información de los atractivos es escasa y desactualizada al igual que las actividades.	Existen sitios con mayor competencia turística como lo son Baños y Patate.
Falta de conocimiento de los turistas de la existencia de más atractivos turísticos.	Sobrepastoreo cerca de los atractivos turísticos.
Ubicación geográfica, algunos atractivos se encuentran alejados de zonas pobladas.	Indecisión de la población a la inversión turística.
Escasa promoción y difusión turística en los atractivos turísticos de la zona rural.	No tiene buena cobertura a internet en las zonas altas.
Escaso uso de herramientas de marketing digital por parte de los servidores turísticos.	No existe infraestructura de servicios turísticos dentro de las zonas rurales.
Poco reconocimiento y apoyo a emprendimientos.	Aumento de la frontera agrícola.
Falta de conciencia ambiental por parte de los pobladores al quemar o arrojar basura cerca de los atractivos turísticos.	Falta de enfoque al desarrollo de varios atractivos turísticos.
Mocha no cuenta con centro de información turística.	Cambios climáticos afectan a la accesibilidad a la parte rural.

Nota: Se describe las fortalezas y debilidades al igual que las oportunidades y las amenazas tras haber realizado el Focus group donde se analizaron los diferentes factores que pueden servir de apoyo para elaborar las estrategias que permitan corregir o prevenir futuros problemas.

10.3.3. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

Para la siguiente matriz se tomó en cuenta los factores internos que son las fortalezas y las debilidades, mismas que al calificar se observara el resultado, por lo cual el total de las fortalezas debe ser mayor que las debilidades para que se tenga un resultado positivo o de ser lo contrario se obtendría un resultado negativo si las debilidades fueran mayores que las fortalezas.

Tabla 58.

Análisis de matriz MEFI

Factores claves internos	Importancia	Calificación	Valor
Fortalezas			
Presencia de turismo gastronómico como lo es las papas con cuero en Mocha.	0,03	2	0,06
Tienen un buen manejo de medios de comunicación y redes sociales.	0,07	3	0,21
Presencia de las Octavas de Mocha, atractivo cultural.	0,1	4	0,4
Presencia de riqueza paisajística en las comunidades donde se encuentran los atractivos naturales.	0,04	2	0,08
Presencia de turismo religioso en el cantón Mocha en honor a San Juan Bautista.	0,08	4	0,32
Tiene presencia de los volcanes Tungurahua, Chimborazo, Carihuairazo y El Altar.	0,08	4	0,32
Los atractivos turísticos son de libre acceso.	0,03	2	0,06
Existencia de fuentes hídricas en los cerros del Igualata y Puñalica.	0,07	3	0,21
Presencia de red eléctrica en todo el cantón.	0,02	1	0,02
Cuenta con la presencia de transporte público hacia el cantón y la zona rural.	0,03	2	0,06
Sub total	0,55		1,74

Debilidades			
Falta de mantenimiento de los atractivos turísticos	0,08	4	0,32
Falta de señalética en algunos atractivos turísticos.	0,05	3	0,2
La información de los atractivos es escasa y desactualizada al igual que las actividades.	0,07	3	0,28
Falta de conocimiento de los turistas de la existencia de más atractivos turísticos.	0,05	3	0,15
Ubicación geográfica, algunos atractivos se encuentran alejados de zonas pobladas.	0,03	2	0,06
Escasa promoción y difusión turística en los atractivos turísticos de la zona rural.	0,03	3	0,09
Escaso uso de herramientas de marketing digital por parte de los servidores turísticos.	0,02	2	0,04
Poco reconocimiento y apoyo a emprendimientos.	0,04	2	0,08
Falta de conciencia ambiental por parte de los pobladores al quemar o arrojar basura cerca de los atractivos turísticos.	0,05	3	0,15
Mocha no cuenta con centro de información turística.	0,03	1	0,06
Sub total	0,45		1,4
Total	1		3,14

Nota: Se analiza las fortalezas y debilidades más relevantes dentro del producto para así determinar las estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos.

Al obtener el peso que se calificó de 0,0 (sin importancia) a 1,0 (con mucha importancia) y la calificación que fue de 1 (irrelevante) a 4 (muy relevante), luego se multiplico los valores del peso entre la calificación sacando así el promedio. Como resultado final de la matriz MEFI se obtuvo un resultado positivo de 1,74 en fortalezas frente a un 1,4 de las debilidades.

10.3.4. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Para la siguiente matriz se tomó en cuenta los factores externos que son las oportunidades y las amenazas, mismas que al calificar se observara el resultado, por lo cual el total de las oportunidades tiene un peso mayor que las amenazas para que se tenga un resultado positivo o de ser lo contrario se obtendría un resultado negativo si las amenazas fueran mayores que las oportunidades.

Tabla 59.

Análisis de matriz MEFE

Factores claves externos	Peso	Calificación	Promedio
Oportunidades			
Tiene una buena conexión vial interprovincial para impulsar el turismo como lo es la E53.	0,08	4	0,32
Apoyo por parte del programa Vive Tunurahua de la gobernación.	0,1	4	0,4
La gobernación está buscando fomentar el turismo en estas zonas rurales.	0,1	4	0,4
El interés por parte de los emprendimientos dentro de estos cantones.	0,06	3	0,18
Apoyo en proyectos turísticos por parte de los GADs de Quero y Mocha.	0,05	4	0,2
Amplia cobertura telefónica en zonas urbanas.	0,04	2	0,08
Existencia de un medio de comunicación (radio panamericana).	0,04	3	0,12
Presencia de vías de primer orden en la mayoría de atractivos.	0,03	2	0,06
Cuenta con centro de salud y seguridad en varias zonas de los cantones.	0,03	2	0,06
Potencial para el desarrollo de nuevos productos turísticos.	0,03	3	0,09
Sub Total	0,56		1,91

Amenazas			
Escasa planta turística en cuanto a alojamiento.	0,08	4	0,32
Presupuesto limitado para el turismo debido al cambio de autoridades.	0,02	3	0,06
Existen sitios con mayor competencia turística como lo son Baños y Patate.	0,06	4	0,24
Sobrepastoreo cerca de los atractivos turísticos.	0,05	3	0,15
Indecisión de la población a la inversión turística.	0,03	3	0,09
No tiene buena cobertura a internet en las zonas altas.	0,02	2	0,04
No existe infraestructura de servicios turísticos dentro de las zonas rurales.	0,06	3	0,18
Aumento de la frontera agrícola.	0,07	4	0,28
Falta de enfoque al desarrollo de varios atractivos turísticos.	0,03	3	0,09
Cambios climáticos afectan a la accesibilidad a la parte rural.	0,02	2	0,04
Sub Total	0,44		1,49
Total	1		3,4

Nota: Se realiza la evaluación de los factores externos, misma que permite medir las oportunidades que tendrá el producto y las amenazas que se deberán resolver.

Al obtener el peso que se calificó de 0,0 (sin importancia) a 1,0 (con mucha importancia) y la calificación que fue de 1 (irrelevante) a 4 (muy relevante), luego se multiplico los valores del peso entre la calificación sacando así el promedio. Como resultado final de la matriz MEFE se obtuvo un resultado positivo de 1,91 en oportunidades frente a un 1,49 de las amenazas, permitiendo conocer que las oportunidades favorecen al producto turístico.

10.3.5. FODA Cruzado

Para el FODA cruzado se lo realizará con las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas obtenidas previamente de la valorización realizada en las matrices anteriores.

Tabla 60.

Matriz Estratégica

Factores Internos			
Factores Externos	Fortalezas (F)	Debilidades (D)	
	Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO
	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar las Octavas de Mocha a través del medio de comunicación (radio panamericana). • Promocionar los atractivos turísticos a través de páginas web y redes sociales oficiales de los cantones. • Difundir por redes sociales y una página web a los emprendimientos locales. • Aprovechar el relieve natural para desarrollar crecimiento turístico en la zona rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los servidores turísticos sobre el manejo de redes sociales. • Buscar apoyo de la gobernación para realizar charlas a los municipios y comunidades para mejorar la promoción turística. • Promocionar todos los atractivos turísticos con el apoyo del proyecto turístico Vive Tungurahua de la gobernación. 	
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA	
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar charlas de concientización sobre el cuidado ambiental en los atractivos turísticos a las comunidades cercanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar una revista digital de los atractivos turísticos para la promoción y difusión. • Realizar charlas informativas sobre los beneficios del turismo a la población. 	

- Realizar la correcta delimitación de la frontera agrícola para el cuidado de los atractivos turísticos.
 - Diseñar expo ferias en ambos cantones para promocionar los atractivos naturales y culturales y así recaudar fondos destinados a proyectos de señalética dentro de estos lugares.
 - Establecer alianzas estratégicas con los GADs de Quero y Mocha para la inversión de infraestructura de servicios turísticos en la zona rural.
 - Diseñar un plan de marketing con el apoyo de la gobernación para mejorar la promoción turística de ambos cantones.
-

10.3.6. Propuestas de plan de Acciones de cumplimiento

Para la propuesta del plan de acción se tomó en cuenta la matriz estratégica realizada, siendo así estará constituida por la estrategia, las actividades, recursos, responsables, tiempo y presupuesto.

Tabla 61.*Acciones de cumplimiento de las estrategias*

Estrategia ofensiva				
Promocionar los atractivos turísticos a través de páginas web y redes sociales oficiales de los cantones.				
Actividades	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
<ul style="list-style-type: none"> Hablar con los técnicos de turismo de cada cantón que puedan ayudar con la información turística. Solicitar a los GADs el uso de sus páginas web y redes sociales con fin de promocionar los atractivos turísticos. Diseñar material digital con la información turística sobre cada atractivo. Crear contenido digital con ayuda de personas que manejen contenidos en la red social TikTok. Promocionar el contenido en las páginas oficiales de los GADs con apoyo de los técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Humano Financiero Tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo investigador Técnicos de turismo Diseñador grafico Personal en el manejo redes sociales (TikTok) 	6 meses	Material digital \$650
Estrategia defensiva				
Buscar apoyo de la gobernación para realizar charlas a los municipios y comunidades para mejorar la promoción turística.				
Actividades	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
<ul style="list-style-type: none"> Hablar con los técnicos de turismo de la gobernación de Tungurahua. Solicitar a la gobernación un técnico de turismo que brinde la charla. 	<ul style="list-style-type: none"> Humano Financiero Tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo investigador Técnico de turismo Gobernación de Tungurahua 	6 meses	Material informativo \$120

- Solicitar a los GADs el uso del salón de actos de cada cantón para realizar la charla.
- Diseñar material didáctico con la información relevante sobre la promoción turística.
- Realizar la invitación a los GADs y comunidades a la charla.

Estrategia de reorientación

Diseñar expo ferias en ambos cantones para promocionar los atractivos naturales y culturales y así recaudar fondos destinados a proyectos de señalética dentro de estos lugares.

Actividad	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
<ul style="list-style-type: none"> • Hablar con los GADs municipales para obtener el permiso para el expo feria. • Determinar una fecha y lugar. • Realizar invitaciones a los diversos emprendimientos y servidores turísticos. • Confirmar la asistencia de los participantes. • Solicitar al GADs el préstamo de carpas. • Diseño de material didáctico para promocionar el expo feria. • Realizar el expo feria en ambos cantones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humano • Financiero • Tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo investigador • Técnico de turismo • GADs municipales • Diseñador grafico 	8 meses	Material didáctico \$50 Material digital \$500

Estrategia de supervivencia

Establecer alianzas estratégicas con los GADs de Quero y Mocha para la inversión de infraestructura de servicios turísticos en la zona rural.

Actividad	Recurso	Responsables	Tiempo	Presupuesto
<ul style="list-style-type: none"> • Buscar el apoyo económico en los GADs municipales para realizar infraestructura en las zonas rurales cercanas a los atractivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humano • Financiero • Tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo investigador • Técnico de turismo • GADs municipales 	12 meses	Material informativo \$120

-
- Realizar reuniones con representantes de las comunidades involucradas.
 - Realizar reuniones con los encargados de los GADs y las personas interesadas en el proyecto.
 - Coordinar el convenio con el GAD a cambio de la prestación de sus servicios y el manejo de recursos económicos con las personas encargadas de llevar a cabo este proyecto.

Total

\$ 1 040,00

11 IMPACTOS

Impactos técnicos

Para el impacto técnico en el diseño de productos turísticos en los cantones Quero y Mocha se utilizó la metodología del levantamiento de información de Ministerio de Turismo (MINTUR) con la cual se levantó la información para la validación de los inventarios conjuntamente con los PDOT de ambos cantones, sirviendo además como una guía para el manejo correcto del uso del Manual para la planificación de productos turísticos del MINCETUR, quedando como una herramienta para futuros proyectos de planificación turística ya para la elaboración de nuevos productos turísticos que beneficien al turismo rural.

Impactos sociales

En el impacto social se proponen productos turísticos que benefician a la población, a los servidores turísticos y emprendimientos que fomenten el turismo en estos lugares, además queda como un aporte para los GADs municipales en caso de necesitar información actualizada de la realidad de sus territorios en el ámbito turístico, en caso de llegarse a aplicar el proyecto generaría una fuente de empleo y de ingresos para las comunidades que estén fomentando el turismo en estas zonas.

12 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla 62.

Presupuesto del proyecto

Estrategia	Presupuesto
Promocionar los atractivos turísticos a través de páginas web y redes sociales oficiales de los cantones.	\$650
Buscar apoyo de la gobernación para realizar charlas a los municipios y comunidades para mejorar la promoción turística.	\$120
Diseñar expo ferias en ambos cantones para promocionar los atractivos naturales y culturales y así recaudar fondos destinados a proyectos de señalética dentro de estos lugares.	\$550
Establecer alianzas estratégicas con los GADs de Quero y Mocha para la inversión de infraestructura de servicios turísticos en la zona rural.	\$120
Total	\$1 440

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. CONCLUSIONES

El cantón Quero y Mocha cuenta con atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados por el turismo, es así que se realizó un check list a los atractivos que se encontraron en el PDOT y las fichas inventariadas por los GADs de los cuales se obtuvo 66 atractivos entre ambos cantones, para validar el inventario se realizaron salidas de campo, en estas se validaron 24 atractivos turísticos que se encuentran vigentes en estos cantones obteniendo 14 atractivos naturales, 10 atractivos culturales y 6 emprendimientos que forman parte del turismo dentro de estas zonas, obtenido la actualización y verificación de información para la elaboración de la base de datos.

Para el diseño de los productos turísticos se aplicó la metodología del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del Perú en la cual se aplicó un encuesta cuyos resultados fueron la base para determinar las preferencias de los turistas, por lo que se diseñaron dos productos turísticos el primer producto consiste en una ruta turística

denominada “El Camino de los Dioses” el cual va constar de 2 días donde se visitaran atractivos naturales y culturales en los cantones Quero y Mocha el costo del producto turístico es de \$ 84, 24 por persona que se ajusta al gasto que realiza el turista. El segundo producto es la galería de fotografía este se dividió en dos temáticas diferentes por cantones, para el cantón Quero se asignó el nombre “Quero Cáliz de Madera” mientras que en Mocha se lo conocerá como “Mocha Altar de los Dioses” el objetivo de las galerías es dar a conocer todos los aspectos culturales de ambos cantones donde se va a poder tener conocimientos sobre las tradiciones y culturas de estos lugares cuyo valor será de \$47,52 el paquete completo por persona donde se incluye guía, transporte y refrigerio y solo el ingreso a las galerías tiene un valor de \$4,66, esto aplica para locales y visitantes.

Tras el diseño de los productos turísticos con la aplicación del análisis FODA y de las matrices MEFI y MEFE se plantearon 4 estrategias con la ayuda del análisis FODA y de las matrices MEFI y MEFE, se obtuvo como resultado 4 estrategias que se utilizarán para promoción y difusión del producto turístico, una estrategia ofensiva que es promocionar los atractivos turísticos a través de páginas web y redes sociales oficiales de los cantones, una defensiva la cual es buscar apoyo de la gobernación para realizar charlas a los municipios y comunidades para mejorar la promoción turística, una de reorientación que se trata de diseñar expo ferias en ambos cantones para promocionar los atractivos naturales y culturales y así recaudar fondos destinados a proyectos de señalética dentro de estos lugares y una de supervivencia que se basa en establecer alianzas estratégica con los GADs de Quero y Mocha para la inversión en infraestructura de servicios turísticos en la zona rural.

13.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los GADs municipales mantener un inventario actualizado para que la generación de productos turísticos sea manejada de una manera más eficiente al momento de desarrollarlos, con el fin de disponer de información real en la cual se base la conservación de los atractivos vigentes o nuevos.

Se recomienda a los GADs municipales manejar un plan de marketing que permita diseñar y difundir nuevos atractivos turísticos en la zona rural que en la que evidencia la existencia de fiestas, historias que los portadores culturales aún mantienen vigentes, incentivando así a un turismo cultural y comunitario.

Se recomienda mantener el control de los límites de la población con los atractivos para evitar la pérdida de atractivos que a causa de la ganadería y agricultura están perdiendo e impidiendo que el turista los pueda visitar.

14 BIBLIOGRAFÍA

Alfonso, T. (2011). LA DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICO Y SU UNIVERSIDAD ESTATAL “PENÍNSULA DE SANTA ELENA”. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/638/TESIS%20ALFONZO%20TEOFILO%20STALIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Aponte, C., Gálvez, J., & Calle, M. (2020). *Análisis de la potencialidad turística e interacción del sistema turístico de la parroquia Tendales, cantón el Guabo, El Oro, Ecuador* [Universidad Técnica de Machala]. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15597>

Armendáriz, M. (2016). *Proyecto de desarrollo turístico del cantón Mocha para impulsar el turismo de aventura* [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1671/1/UNACH-EC-GEST-TUR-2016-0017.pdf>

Arteaga, G. (2022, febrero 28). Qué es la investigación de campo: Definición, métodos, ejemplos y ventajas. *Testsiteforme*. <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (2022). ¿Qué es el turismo sostenible? Un modelo respetuoso con el planeta. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/seis-consejos-para-viajar-en-bicicleta-turismo-sostenible-para-tus-vacaciones/>

Castillo, M., & Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Estudios y perspectivas en turismo.

Codina, L. (2020, agosto 11). *Estructura y funciones de las bases de datos académicas. 1: Fundamentos generales/El registro*. <https://www.lluiscodina.com/bases->

GAD Municipal Quero, & Rosero, D. (2021, febrero 2). Atractivos Turísticos. *GAD Municipal de Quero*. <https://quero.gob.ec/index.php/turismo/sitios-turisticos>.

García, A. (1970). Clasificación de los recursos turísticos. *Investigaciones Geográficas*, 61.

Gasbarrino, S. (2022, febrero 17). *Estrategias basadas en FODA y ejemplos de su aplicación* [HubSpot]. <https://blog.hubspot.es/sales/estrategias-foda>

Gob.pe. (2024, febrero 22). Turismo de aventura-Trekking. *Gob.pe*. <https://www.gob.pe/7631-productos-y-segmentos-turismo-de-aventura-trekking>

Gómez, M. (2023, julio 11). *Qué es una encuesta, para que sirve y qué tipos existen*. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>

Gutiérrez, E. (2020). Técnicas e instrumentos de observación de clases y su aplicación en el desarrollo de proyectos de investigación reflexiva en el aula y de autoevaluación del proceso docente. *Intituto Cervantes de Varsovia*. <https://educra.cl/tecnicas-e-instrumentos-de-observacion-de-clases-y-su-aplicacion-en-el-desarrollo-de-proyectos-de-investigacion-reflexiva-en-el-aula-y-de-autoevaluacion-del-proceso-docente/>

Hinojosa, R. (2022, mayo 28). *El cuestionario de investigación*. <https://www.aldia.unah.edu.pe/el-cuestionario-de-investigacion/>

Huízar, M., & Villanueva, R. (2021). *El inventario de recursos turísticos*. <http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/el-inventario-de-recursos-turisticos.pdf>

Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2017). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. *Ivanova e Ibañez*, 17-33. Obtenido de <https://agua.org.mx/biblioteca/tipologias-antecedentes-la-actividad-turistica-turismo-tradicional-turismo-alternativo/>

Ilvay, W. (2022, diciembre 7). *Productos turísticos en el cantón Mocha* [Comunicación personal].

La Hora. (2022, octubre 9). Se potencia el turismo en comunidades indígenas de Tungurahua. *La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/destacado-tungurahua/potencia-turismo-comunidades-indigenas-tungurahua/>

Lisboa, R. (2019, diciembre 6). *Focus Group: ¿Qué es esta metodología y cómo aplicarla a tu estrategia de marketing?* [Rockcontent]. <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>

López, R. (s. f.). El método de investigación bibliográfica. *Museo Arqueológico Nacional*. <https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html#:~:text=En%20sentido%20m%C3%A1s%20espec%C3%ADfico%20el,informaci%C3%B3n%20pertinente%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.>

Machupicchu Terra. (2024). Camino Inca Machu Picchu. *Machupicchu Terra*. <https://caminoincamachupicchu.org/>

Martín, M. (2022, septiembre 31). ¿Qué es un checklist? *Linkedin*. <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-un-checklist-miguel-mart%C3%ADn-lucena>

Mejia, T. (2020, julio 27). Investigación descriptiva: Características, técnicas, ejemplos. *Lifeder*. <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Ministerio de Turismo. (2014, diciembre 29). *Ley de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de turismo. (2018, junio 6). *Ministerio de Turismo actualiza el levantamiento de atractivos turísticos a nivel nacional*. <https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-actualiza-el-levantamiento-de-atractivos-turisticos-a-nivel-nacional/>

Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial* (1), 135-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Naranjo, M., & Martínez, M. (2022a, agosto 5). La oferta turística: Precisiones teóricas para su análisis. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 16, Article 16.

Nasimba, C., & Cejas, M. (2015, diciembre 1). *DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SUS FACILIDADES*. 34.

Ortega, Cristina. «Validación de datos: Qué es, importancia, tipos, ventajas y desventajas». QuestionPro (blog), s. f. <https://www.questionpro.com/blog/es/validacion-de-datos/>.

OSTELEA. (2022, febrero 3). ¿Qué es un producto turístico? [Blog turismo]. OSTELEA. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/hospitality-management/que-es-un-producto-turistico>

PDOT GAD Mocha. (2014). *Diagnóstico del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Mocha* (p. 442). https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1860000990001_PDOT%20CANTON%20MOCHA%20COMPILADO_14-04-2016_15-44-07.pdf

Peña, T. (2022). Etapas del análisis de la información documental. *Revista Interameicana de Bibliotecología*. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v45n3/2538-9866-rib-45-03-e4.pdf>

Raeburn, A. (2021, julio 1). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)* [Asana]. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Rivero, M. (2018). *Matriz FODA herramienta para la estrategia*. https://www.researchgate.net/publication/324991460_Matriz_FODA_herramienta_para_la_estrategia_Dra_Magda_Rivero_mayo_2018

Ruiz, M. (2023, febrero 14). *MEFE yMEFI, herramienta para análisis estratégico* [LinkedIn]. <https://es.linkedin.com/pulse/mefe-y-mefi-herramientas-para-an%C3%A1lisis-estrat%C3%A9gico-ruiz-barroeta>

Salazar, M. (2022, diciembre 5). *Productos turísticos de los cantones Quero y Mocha* [Comunicación personal].

Santamaría, E. J., & López, S. d. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 24, núm. 86., 417-434.

Santos, D. (2023, enero 31). *Matriz EFI: qué es, para qué sirve, cómo se crea y ejemplos* [HubSpot]. <https://blog.hubspot.es/marketing/matriz->

Wallingre, N., & Toyos, M. (2010). Diccionario de turismo, hotelería y transportes. Buenos Aires: Universidad del Salgado.

Westreicher, G. (2020, mayo 1). Método Deductivo. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Zambelli, R. (2022, julio 4). *Plan de acción: Concepto, métodos y paso a paso para crear el tuyo* [Checklistfacil]. <https://blog-es.checklistfacil.com/plan-de-accion/>