



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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN**  
**LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO”**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciado en turismo.

**Autor:**

Toalombo Mendaño Angel Jhonatan

**Tutora:**

Rodas Vinueza Daniela Alejandra

**LATACUNGA – ECUADOR**

**Febrero 2025**



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Toalombo Mendaño Angel Jhonatan, con cédula de ciudadanía No. 0504440728, declaro ser autor del presente Proyecto de Investigación: **“PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO”**, siendo la Ingeniera M.Sc. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa, Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 14 de febrero del 2025



Angel Jhonatan Toalombo Mendaño  
C.C: 0504440728  
**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 **TOALOMBO MENDEÑO ANGEL JHONATAN**, identificado con cédula de ciudadanía **0504440728** 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 Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO**”, 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: Marzo 2019 - Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre – Febrero 2025

Aprobación en Consejo Directivo: 12 de Diciembre del 2024

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

Tema: “**PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO**”

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

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

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) 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 14 días del mes de febrero del 2025.



Angel Jhonatan Toalombo Mendaño

**EL CEDENTE**

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

**LA CESIONARIA**

## **AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

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

**“PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO”**, de Toalombo Mendaño Angel Jonatan, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 14 de febrero del 2025



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

C.C: 1722220868

**DOCENTE TUTORA**

## AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

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, el postulante: Toalombo Mendaño Angel Jhonatan, con el título del Proyecto de Investigación: **“PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

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

Latacunga, 14 de febrero del 2025



Ing. Klever Homero Muñoz Solis, Mgs.

C.C: 0501397814

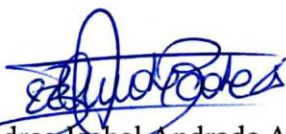
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



Ledo. Manuel Antonio Abarca Saquinaula, Mgs.

C.C: 1103989669

**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, M.Sc.

CC: 1719291468

**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Quiero extender mis agradecimientos principalmente a Dios, quien fue mi fuerte de sabiduría y fortaleza, por guiarme en este camino académico y brindarme el entendimiento y la sabiduría necesaria para alcanzar esta meta, él es quien me ha bendecido con la capacidad de aprender y tener este logro que para mí era algo imposible de cumplir. Con profunda gratitud y amor, agradezco este logro a mis padres por su inquebrantable apoyo, sacrificio y amor incondicional, han sido la luz que me ha guiado a lo largo de este camino académico. Cada éxito que alcanzo es también suyo, ya que su constante aliento y ejemplo han sido mi mayor inspiración.*

***Angel Jhonatan Toalombo Mendaño***

## **DEDICATORIA**

*A Dios, quien me ha brindado fuerza, sabiduría y resiliencia en cada paso de este camino académica mi querida familia, por todo su apoyo y amor incondicional.*

*A mis padres por confiar en mí y siempre apoyarme en todo momento.  
A mi familia por enseñarme que todo se puede, que a pesar de las dificultades siempre habrá luz. Todo esfuerzo tiene su recompensa y siempre estaré agradecido con ellos, por cada esfuerzo que hicieron por mi para que esto sea posible se los recompensare hasta el último momento*

***Angel Jhonatan Toalombo Mendaño***

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

**TÍTULO: “PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA PARROQUIAS TANICUCHÍ Y TOACASO”.**

**Autor:**

Toalombo Mendaño Angel Jhonatan

### RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo actualizar el inventario de atractivos turísticos e identificar los productos turísticos de las parroquias Tanicuchí y Toacaso, ubicadas en el cantón Latacunga, el problema de las dos parroquias de estudio gira en torno a las limitaciones percibidas en cuanto a desactualización de información turística y los limitados estudios de los atractivos existentes generando la desmotivación para visitar el lugar. Para ello, se utilizó una metodología con enfoque cualitativo que incluyó investigación bibliográfica, descriptiva y de campo, utilizando técnicas como observación directa, entrevistas y grupos focales. El primer objetivo planteado para la investigación es actualizar el inventario de atractivos turísticos por medio de la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR), este objetivo permitió la generación de una base de datos actualizada de los atractivos turísticos de las parroquias, encontrando que Tanicuchí cuenta con 18 atractivos turísticos, de ellos 11 son atractivos culturales y 7 son atractivos turísticos naturales. mientras que en la parroquia Toacaso se identificó 24 atractivos turísticos, de ellos 9 son atractivos turísticos culturales y 15 son atractivos naturales. En cuanto al segundo objetivo inventariar productos turísticos, se utilizó el Manual para la Planificación de Productos Turísticos para inventariar los existentes, encontrando una ruta turística en la parroquia de Toacaso de nombre Ruta Turística de Toacaso, el cual consiste en una ruta de aproximadamente 1 hora donde se visitan atractivos naturales y culturales e incluye varias actividades Por último, para el cumplimiento del tercer objetivo se desarrolló un Focus Group dirigido a las autoridades de cada parroquia encargadas del área de turismo y los prestadores de servicios turísticos para conocer la realidad de la actividad turística en cada parroquia, esto permitió realizar las matrices FODA, MIFE, MEFE, MIE y FODA cruzado, Matriz estratégica y se elaboró un plan de acción el cual detalla 10 estrategias relevantes por cada parroquia que ayudaran a promocionar y difundir los atractivos y productos turísticos inventariados, las estrategias incluyen la creación de una página web o perfil en redes sociales, la inclusión de los productos en paquetes turísticos, la participación en ferias y eventos turísticos, y la creación de materiales de promoción como folletos y videos..

**Palabras clave:** producto turístico, seguridad turística, actividad turística, mercado turístico, atractivo, promoción.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES**

**THEME:** “PRODUCTS AND TOURIST ATTRACTIONS CANTON LATACUNGA, OF THE PARISHES OF TANICUCHÍ , AND TOACASO ”

**Author:**  
Toalombo Mendaño Angel Jhonatan

**ABSTRACT**

The objective of this research was to update the inventory of tourist attractions and identify the tourist products of the Tanicuchí and Toacaso parishes, located in Latacunga canton. The problem of the two study parishes revolves around the perceived limitations in terms of outdated tourist information and the limited studies of the existing attractions, generating a lack of motivation to visit the place. For this purpose, a qualitative approach methodology was used, which included bibliographic, descriptive, and field research, using techniques such as direct observation, interviews, and focus groups. The first objective set for the research is to update the inventory of tourist attractions through the methodology of the Ministry of Tourism (MINTUR), this objective allowed the generation of an updated database of tourist attractions in the parishes, finding that Tanicuchí has 18 tourists attractions, of which 11 are cultural attractions and 7 are natural tourist attractions, while in the parish Toacaso 24 tourist attractions were identified, of which 9 are cultural tourist attractions and 15 are natural attractions. As for the second objective to inventory tourism products, the Manual for the Planning of Tourism Products was used to inventory the existing ones, finding a tourist route in the parish of Toacaso called Tourist Route of Toacaso, which consists of a route of approximately 1 hour where natural and cultural attractions are visited and includes several activities Finally, for the completion of the third objective, a Focus Group was developed for the authorities of each parish in charge of tourism and tourism service providers to know the reality of tourism in each parish, This allowed the SWOT, MIFE, MEFE, MIE and cross SWOT, Strategic Matrix and an action plan was developed which details 10 relevant strategies for each parish that will help promote and disseminate the tourist attractions and products inventoried, strategies include the creation of a website or profile on social networks, the inclusion of products, participation in fairs and tourism events, and the creation of promotional materials such as brochures and videos. .

**Keywords:** Tourism product, Tourism safety, Tourism activity, Tourism market, Attractiveness, Promotion.

## INDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA.....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
1. Información General .....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	4
4. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
5. OBJETIVO:.....	7
5.1. Objetivo General .....	7
5.2. Objetivos Específicos .....	7
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	8
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO .....	10
7.1. Normal Legal .....	10
7.2. Constitución de la República del Ecuador.....	10
7.3. LEY DE TURISMO .....	11
7.4. Reglamento General de la Ley de Turismo .....	12
7.5. Turismo.....	13
7.6. Recursos.....	14
7.7. Recursos Turísticos.....	14

7.8. Recurso cultural.....	15
7.9. Recurso Natural.....	15
7.10. Planta turísticos .....	15
7.11. Servicios turísticos .....	16
7.12. Atractivos turísticos .....	17
7.13. Metodología de Inventario de Atractivos .....	17
7.14. Inventario de atractivos turísticos .....	18
7.15. Productos turísticos.....	18
7.16. Tipos de productos turísticos .....	19
7.17. Producto Turístico Integral.....	20
7.18. Producto Turístico Empresarial .....	20
7.19. Actividad Turística .....	20
7.20. Como se elaboran los productos turísticos.....	21
7.21. El producto turístico y sus características .....	21
7.22. Jerarquía.....	22
7.23. Estrategias de promoción y difusión .....	22
7.24. Página web .....	22
7.25. Alianzas estratégicas y convenios con empresas turísticas .....	23
7.26. Impresos publicitarios .....	23
7.27. Matriz FODA .....	24
7.28. Matriz MEFE y MEFI.....	24
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS.....	25
9. METODOLOGÍAS .....	26
9.1. Metodología del Objetivo 1.....	26
9.2. Tipo de Investigación .....	26
9.3. Método .....	26

9.4. Técnicas e Instrumentos .....	27
9.5. Ponderación de resultados.....	31
9.6. Validación de datos .....	32
9.7. Metodología del objetivo 2 .....	32
9.8. Tipo de investigación .....	33
9.8.1. De campo .....	33
9.8.2. Cronograma de Salida de Campo.....	33
9.9. Fases de la Actividad.....	36
9.9.1. Planificación .....	36
9.9.2. Ejecución:.....	36
9.9.3. Seguimiento:.....	37
9.9.4. Método .....	37
9.10. Técnica e Instrumento .....	37
9.10.1. Revisión bibliográfica .....	37
9.11. Fases de la Actividad:.....	38
9.12. Recolección de Información de Campo .....	38
9.13. Llenado de las Fichas del MINTUR .....	38
9.14. Validación de la Información .....	39
9.15. Revisión Final y Corrección.....	39
9.16. Consolidación y Entrega de las Fichas.....	39
10.1. Lineamiento para llenar las fichas .....	40
10.2. Metodología del objetivo 3 .....	44
11.1.1. Tipo de Investigación .....	44
11.1.2. Técnicas e Instrumentos .....	45

11.2. Matrices .....	46
11.3. Matriz de Evaluación de Factores Interna (MEFI) .....	47
11.4. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) .....	48
11.5. Calificación Matriz de evaluación de Factores externos (MEFE) .....	49
11.6. Matriz Interna y Externa (MIE) .....	49
11.7. Matriz FODA cruzada.....	50
11.8. Plan de acción.....	51
<b>11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>52</b>
11.1. Inventario de Atractivos turísticos de Toacaso .....	57
11.2. Valoración de atractivos turísticos .....	62
11.3. Jerarquía de atractivos turísticos .....	74
11.4. Comparación de jerarquías de los atractivos turísticos y culturales de la parroquia Toacaso .....	80
11.5. Resultado del Objetivo 2 .....	83
11.6. Análisis del destino .....	84
11.6.1. Ubicación .....	84
11.6.2. Límites .....	84
11.6.3. Población.....	84
11.6.4. Flora.....	84
11.6.5. Fauna.....	85
11.7. Mapa de Ubicación Política y Geográfica de la Parroquia Toacaso .....	85
11.8. Accesibilidad.....	85
11.9. Atractivos turísticos .....	87
11.10. Actividades Turísticas .....	88
11.11. Servicios.....	88

11.12. Servicios Básicos .....	90
11.13. Agua potable.....	90
11.14. Salud.....	90
11.15. Seguridad .....	90
11.16. Fiestas y Celebraciones .....	91
11.17. Conceptualización del Producto turístico .....	92
11.19. Identificación de productos potenciales.....	95
11.20. Resultados del Objetivo 3.....	102
11.20.1. Análisis FODA .....	102
11.20.2. MATRIZ FODA .....	102
11.20.3. MATRIZ de evolución de Factores Internos (MEFI) .....	105
11.20.4. Matiz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	109
11.20.5. MATRIZ Interna externa MIE .....	113
11.20.6. Matriz FODA Cruzada .....	115
11.20.7. Análisis Estratégico .....	119
11.20.8. Resumen estratégico.....	125
11.20.9. Propuesta de Plan de acción.....	126
11.21. Impacto .....	128
11.22. Impacto social.....	128
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	129
12.1. Conclusiones .....	129
12.2. Recomendaciones .....	130
13. Referencias .....	130

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios del Proyecto .....	4
Tabla 2 Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos planteados .....	8
Tabla 3 Ficha de Inventario Mintur 2018 .....	28
Tabla 4 Ponderación de atractivos naturales y culturales .....	30
Tabla 5 Jerarquización de atractivos turísticos .....	31
Tabla 6 Cronograma de Salida de Campo .....	35
Tabla 7 Delimitación del destino .....	38
Tabla 8 Lineamiento para llenar inventario de productos turísticos .....	39
Tabla 9 Plan de acción .....	49
Tabla 10 Inventario de Atractivos Turísticos Parroquia Tanicuchí .....	51
Tabla 11 Inventario de atractivos turísticos de la Parroquia Toacaso .....	55
Tabla 12 valoración de atractivos turísticos .....	59
Tabla 13 Jerarquía de atractivos naturales de la parroquia Tanicuchí .....	68
Tabla 14 Jerarquía de atractivos turísticos de la parroquia Toacaso .....	71
Tabla 15 Comparación de jerarquía de los atractivos turísticos .....	74
Tabla 16 Limites de la parroquia .....	78
Tabla 17 Sistema de Transporte .....	79
Tabla 18 Atractivos Turístico de Toacaso .....	80
Tabla 19 Actividades Turísticas .....	81
Tabla 20 Establecimientos de alojamiento .....	82
Tabla 21 Establecimientos de alimentación y bebida .....	83
Tabla 22 Calendario de celebraciones .....	85
Tabla 23 Conceptualización del producto .....	88
Tabla 24 Condiciones necesarias del producto .....	89

Tabla 25 Matriz FODA .....	93
Tabla 26 Matriz de Evaluación de factores Internos .....	97
Tabla 27 Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE .....	101
Tabla 28 Foda Cruzada .....	107
Tabla 29 Análisis estratégico .....	110
Tabla 30 Resumen estratégico .....	114
Tabla 31 Propuesta de plan de acción .....	

114

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Matriz Foda .....	44
Figura 2 Ejemplo de una matriz MEFI .....	45
Figura 3 Clasificación del MEFI .....	45
Figura 4 Figura matriz MEFE .....	46
Figura 5 Calificación Matriz MEFE .....	47
Figura 6 Matris MIE .....	47
Figura 7 Matriz foda cruzada.....	48
Figura 9 Mapa de Ubicación Política y Geográfica de la Parroquia Toacaso .....	79
Figura 10 Matriz Interna Externa .....	105

## **1. Información General**

**Título:** Productos y Atractivos Turísticos del Cantón Latacunga, Parroquias Tanicuchí y Toacaso

**Fecha de Inicio:**

Octubre 2024

**Fecha de Finalización**

Enero 2025

**Lugar de ejecución:**

Parroquias de Tanicuchí y Toacaso, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi zona 3.

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

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Facultad Académica:** Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

**Carrera que auspicia:** Licenciatura en Turismo

**Proyecto vinculado**

University Tourism

**Nombres de equipo de investigadores:**

**Tutor:** Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa, M.sc.

**Número telefónico:** 0998019555

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

**Estudiante-Investigador:** Angel Jhonatan Toalombo Mendaño

**Correo electrónico institucional:** angel.toalombo0728@utc.edu.ec

**Número telefónico:**0991682261

**Área de conocimiento**

81.servicios personales

**Línea de investigación:**

Planificación y gestión de turismo sostenible y sustentable

**Sublínea de Investigación:**

Análisis del Turismo

**Línea de vinculación de la carrera:**

Planificación y gestión del Turismo sostenible y sustentable

**2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

La investigación planteada tiene como objetivo. Analizar productos y atractivos turísticos de las parroquias Tanicuchí y Toacaso cantón, Latacunga mediante investigación bibliográfica y de campo para la formulación de estrategias de promoción y difusión en el University Tourism Center Si bien la industria turística es muy activa, no existe una oferta turística para estas parroquias, ni tampoco existe una base de datos confiable de recursos turísticos que las una. Esta debilidad dificulta la planificación adecuada del desarrollo turístico y la implementación de estrategias de promoción y difusión efectivas. Además, la falta de actualización del inventario de los atractivos turísticos limita la capacidad de los actores locales, como autoridades, empresarios y emprendedores, para tomar decisiones y crear productos y atractivos turísticos competitivos que se centren en la demanda del mercado.

El aporte de este estudio es el establecimiento de información detallada de los recursos turísticos de las parroquias de Tanicuchí y Toacaso. El inventario no incluye sólo atractivos turísticos, sino también nuevos productos turísticos. Esta información será clave para fortalecer el turismo en el cantón, ayudar a los actores locales a desarrollar productos orientados al mercado y promover el emprendimiento y la innovación en el sector. Gracias a herramientas metodológicas como el análisis FODA y los indicadores MEFE y MEFI, es posible identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrentan estas

parroquias en el desarrollo del turismo, lo que facilitará decisiones estratégicas encaminadas a fortalecer el sector.

Los beneficiarios de este estudio son personas del sector turístico, incluidos funcionarios gubernamentales, comerciantes, pequeños empresarios y residentes de las parroquias de Tanicuchí y Toacaso. Con información confiable y actualizada sobre los recursos de la región, podrán tomar mejores decisiones, planificar mejor sus inversiones y desarrollar nuevos productos turísticos que atraiga a turistas locales e internacionales. Además, los estudiantes se beneficiarán de la construcción de una base de conocimientos prácticos que contribuirán a su formación y participación en el desarrollo del turismo.

El impacto e importancia de este estudio es la posibilidad de cambiar el turismo en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso. Al brindar información constante y estrategias de marketing efectivas, se espera aumentar la visibilidad y la competitividad del sector turístico, lo que ayuda a acceder a rutas turísticas nacionales e internacionales. Tendrá un impacto positivo en la economía local, creará empleos, promoverá negocios y mejorará la vida de la comunidad. Además, la promoción de atractivos y productos contribuirá a la protección del patrimonio cultural y regional, promoviendo el turismo sostenible y protegiendo el medio ambiente.

La importancia de este proyecto es que los datos recopilados no solo ayudarán a promover los sitios turísticos de Tanicuchí y Toacaso, sino que también proporcionarán herramientas útiles para investigaciones y proyectos turísticos en la región. La creación de información actualizada sobre recursos naturales facilitará el trabajo relacionado con la planificación y gestión turística, lo que ayudará a crear nuevos productos turísticos que satisfagan las necesidades del mercado. Además, la estrategia de marketing planificada servirá de modelo para otras regiones con características similares, promoviendo el turismo de manera más eficiente y sostenible en el cantón.

### 3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En la siguiente tabla se muestra los beneficiarios de esta investigación

**Tabla 1** *Beneficiarios del Proyecto*

<b>Beneficiarios Directos</b>	<b>Beneficiarios Indirectos</b>
Estudiantes de la carrera de Turismo:120	Población: Tanicuchí: 12.831  Toacaso: 7.591
Turistas: 479.174 turistas al año	GADs Cantonales
Establecimientos de Investigador	alimentación: 26
Establecimientos de Negocios locales	alojamiento:5 Tanicuchí:12.831  Toacaso:7.591
Trasporte:4 cooperativas	
University Tourism Center	

**Nota:** El número de turistas es referencial considerando el cantón Latacunga al año 2022. Además, el número de los habitantes de las 2 parroquias fue tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2015) y (GAD Municipalidad de Latacunga, 2022)

Entre los beneficiarios directos del proyecto se encuentran los estudiantes de turismo 120, y del University Tourism Center, quienes serán los principales beneficiarios del desarrollo de la investigación, ya que su trabajo se utilizará para crear documentación valiosa para el sector turístico de la región. Al mismo tiempo, los 479.174 turistas que visitan cada año la provincia de Cotopaxi se beneficiarán directamente, ya que el estudio tiene como objetivo mejorar la oferta de productos turísticos en las regiones de Tanicuchí y Toacaso, brindando a los turistas información actualizada sobre los recursos turísticos disponibles. Los turistas nacionales e internacionales son los actores clave, ya que serán los principales usuarios de los productos y servicios turísticos desarrollados dentro del estudio.

Al mismo tiempo, se señaló que en la zona operan 4 cooperativas de transporte, como parte de la cadena de valor del turismo, cuyo número aumentará debido a la mayor exposición turística y aumentará el tráfico de los servicios de transporte desde Tanicuchí y Toacaso.

En cuanto a beneficiarios indirectos, hay un total de 20.422 habitantes de las parroquias de Tanicuchí y Toacaso (12.831 en Tanicuchí y 7.591 en Toacaso) que se beneficiarán indirectamente del aumento de la actividad económica turística y mejorar la infraestructura y los servicios comunitarios. Además, los GAD de las parroquias también jugarán un papel indirecto, ya que el proyecto les proporcionará información crítica sobre el estado actual de los atractivos turísticos y las oportunidades de desarrollo, lo que ayudará a mejorar la gestión y promoción del turismo local y regional.

Finalmente, también se beneficiarán los investigadores y pobladores de Tanicuchí y toacaso ya que este proyecto servirá como una herramienta educativa para su formación profesional. Los estudiantes tendrán la oportunidad de estudiar en detalle el desarrollo y promoción de productos turísticos, lo que enriquecerá su aprendizaje práctico y los preparará para futuros proyectos en el campo turístico. De esta manera, el proyecto contribuirá al desarrollo del turismo en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso.

#### **4. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

El sector turístico en Ecuador es uno de los sectores estratégicos de la económica que más ingresos genera por los diferentes servicios que ofrece como bares, restaurantes ,transporte ,alimentación ,agencias de viajes pero la delincuencia que Ecuador está presentando ha causado un factor crítico que afecta de manera significativa en el sector turístico los índices de violencia que Ecuador a presentado en los últimos años a generado un ambiente de desconfianza y temor de visitar estos lugares desvalorizando los atractivos turísticos y provocando una disminución en la afluencia de visitantes.

la imagen del sitio es muy importante porque está directamente relacionada con la forma en que las personas perciben la calidad y confiabilidad de los productos y atractivos turísticos que brindan. La imagen de un país o región, buena o mala, se construye con el tiempo gracias a las actividades turísticas, el desarrollo cultural y la calidad de los servicios ofrecidos. Esta imagen tiene un impacto significativo en las decisiones de los turistas, basadas en sus expectativas y elecciones de viaje sobre lo que visitan y adónde van. Por tanto, tener una imagen fuerte y bien gestionada es fundamental para destacar en un mercado competitivo y asegurar el éxito del turismo a largo plazo. (Kotler, 1997)

A nivel mundial, el turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos más fuertes y una importante fuente de ingresos y empleo para muchas regiones. En América Latina, países como Ecuador se han consolidado como destinos turísticos por sus diversas culturas y tradiciones. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2022), el turismo representa alrededor del 4,2% del PIB total del país, y en 2022 el sector recibió más de 2,2 millones de visitantes de todo el mundo.

En el nivel micro, en la provincia de Cotopaxi especialmente en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso, la industria turística también tiene una gran desventaja para promocionar y difundir recursos naturales y la diversidad cultural que por falta de desconocimiento son los principales factores que impiden la creación de nuevos productos turísticos. Actualmente, no existe información fiable sobre los productos y atractivos turísticos existente en estas parroquias, lo que dificulta el desarrollo de nuevos productos turísticos la desinformación y la falta de apoyo por parte de las autoridades a causado el desinterés por promocionar estos sitios turísticos pertenecientes a estas parroquias. De esta manera mediante este trabajo de investigación se ha planteado generar estrategias de promoción y difusión de los atractivos y productos turísticos existentes en la parroquia Toacaso, un proyecto que busca aprovechar la riqueza y diversidad del sector, como

estrategia de implementación para el desarrollo de la actividad turística de la parroquia y aportación al turismo del Ecuador.

## **5. OBJETIVO:**

### **5.1. Objetivo General**

Analizar los productos y atractivos turísticos de las parroquias Tanicuchí y Toacaso cantón, Latacunga mediante investigación bibliográfica y de campo para la formulación de estrategias de promoción y difusión en el University Tourism Center

### **5.2. Objetivos Específicos**

1.- Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de las parroquias, mediante la aplicación de la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR) obteniendo una base de datos.

2.- Identificar productos turísticos en las parroquias Tanicuchí y Toacaso mediante la aplicación del Manual para la Planificación de Productos Turísticos obteniendo una base de datos

3.- Plantear estrategias de promoción y difusión de los productos y atractivos turísticos previamente identificado.

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

**Tabla 2**

*Actividades y sistema de Tareas en relación a los objetos planteados*

<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Resultados Obtenidos</b>	<b>Tipo de investigación</b>	<b>Método</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de las parroquias, mediante la aplicación de la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR) obteniendo una base de datos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisión bibliográfica</li> <li>2. Salida de campo</li> <li>3. 4. Aplicación de la entrevista</li> <li>5. Llenar las fichas del MINTUR</li> </ol> Ponderar y jerarquizar los atractivos turísticos	Base de datos actualizada de los atractivos turísticos de la parroquia	Campo	Descriptivo	Análisis de documento	Fichas del MINTUR Inventario de atractivos turísticos
Identificar productos turísticos en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso mediante la aplicación del Manual para la Planificación de Productos Turísticos obteniendo una base de datos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisión bibliográfica</li> <li>2. Salidas de campo</li> <li>3. 4. Aplicación de la entrevista</li> <li>5. Llenar las fichas de inventario del manual de los productos turísticos</li> </ol> Generación de una base de datos	Base de datos de los productos turísticos de Tanicuchí y Toacaso	Exploratorio	Descriptivo	Análisis de documental	Fichas del manual de productos turísticos de Prom Perú

Plantear estrategias de promoción y difusión de los productos y atractivos turísticos previamente identificados.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuestionario</li> <li>2. Guía de preguntas</li> <li>3. Validación de participantes</li> <li>4. Focus Group</li> <li>5. Elaboración del FODA, matrices MEFE, MEFI, FODA cruzado, estrategias, plan de acción</li> </ol>	Estrategias de promoción y difusión de los atractivos y productos turísticos	Descriptiva	Inductivo	Análisis de contenido	Encuesta, FODA, matrices MEFE, MEFI, FODA cruzado (estrategias)
--	--	--	-------------	-----------	-----------------------	---

## **7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO**

### **7.1. Normal Legal**

Esta investigación se sustentará en el marco legal vigente en Ecuador, establecido por la Constitución de la República, la Ley de Turismo y su Reglamento General. El estudio se basará en una serie de leyes, políticas públicas, planes de desarrollo y normativas técnicas que regulan el sector turístico en el país. Cada aspecto de la investigación estará respaldado por los datos y disposiciones correspondientes a los artículos relevantes, con el objetivo de asegurar que el análisis esté alineado con las normativas legales que rigen el ámbito turístico en Ecuador.

El artículo 3 de la Ley de la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece que uno de los principales objetivos del turismo es la participación y participación de los ciudadanos, locales, montubios y afroecuatorianos. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008) el turismo se rige por normas legales de estudio basándose en leyes, políticas y normas que regulan el turismo del país por tanto estas leyes permite el cuidado y protección del turismo en generar.

En el artículo 4, literal a) de la Ley de Turismo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014), reconoce que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo. (Ley de Turismo, 2014, pág. 1)

### **7.2. Constitución de la República del Ecuador**

En la Constitución de La República Del Ecuador (2008) en el Capítulo segundo que habla sobre la “Biodiversidad y recursos naturales” sección primera

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

(Asamblea

Nacional del Ecuador, 2008)

Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008 pág 195)

### **7.3.LEY DE TURISMO**

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) 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 (Ley de Turismo, 2014, pág. 2) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros

organismos del sector 11 público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014)

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e. La de intermediación, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014)

#### **7.4.Reglamento General de la Ley de Turismo**

Art. 14.- Actividades específicas cuyo ejercicio puede ser contratado con la iniciativa privada.- De acuerdo a lo establecido en el artículo 18 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo podrá contratar con la iniciativa privada la prestación de los siguientes servicios técnicos y administrativos: . (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

El Capítulo III “De la descentralización de atribuciones en materia turística” se encuentran artículos que amparan la actividad turística en el cantón Latacunga y el desarrollo de la investigación, se establece que:

Art. 24.- Funciones y atribuciones de las instituciones del régimen seccional autónomo. - En virtud de las disposiciones constitucionales relacionadas con descentralización del Estado y lo que disponen los artículos 9 y 10 de la Ley de Descentralización del Estado 11 y Participación Social, en materia turística. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Por otro lado, el Capítulo V “De los comités de turismo” asociados al Manual de Inventarios establecido por el Ministerio de Turismo.

Art. 38.- Los comités de Turismo no intervendrán en asuntos relacionados con la regulación, control, elaboración ni planificación nacional o local, ni en la elaboración de las políticas de turismo. Las atribuciones de los comités de Turismo son ejecutoras en los ámbitos de competencias que a cada uno de sus miembros le corresponde. Son un grupo de ejecutores que en virtud de un interés común relacionado con la actividad turística se han organizado alrededor del Ministerio de Turismo, con el objeto de coordinar la ejecución de las actividades que a cada uno le es propia. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014)

Art. 44.- Normas técnicas y reglamentarias para las actividades turísticas.- Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, . (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

El Título Cuarto “El fondo de promoción turística” establece que:

Art. 76.- De la promoción. - Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico. La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

## **7.5. Turismo**

Para la el turismo es una actividad cuyo crecimiento ha tenido cada vez más impactos positivos en el ámbito económico, social y cultural de un país, por lo que se ha convertido en un sector clave para el desarrollo de los pueblos. En el comercio internacional se evidencia cómo el turismo se ha ido constituyendo en un sector en auge que beneficia cada día a más personas

El turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento temporal de personas a lugares distintos a su lugar de residencia habitual con el objetivo de disfrutar de experiencias de ocio, culturales, educativas, de negocios, entre otras. Esta actividad puede realizarse tanto a nivel nacional como internacional, y es una de las principales industrias en todo el mundo.

(UNWTO, 2020)

El turismo puede ser entendido como una forma de consumo, ya que implica el gasto de recursos en bienes y servicios, como el transporte, alojamiento, alimentación, actividades recreativas, entre otros. Sin embargo, a diferencia de otros tipos de consumo, el turismo tiene un carácter temporal y experiencial, ya que busca generar vivencias únicas en los viajeros.

## **7.6. Recursos**

Recurso turístico aparecen utilizados indistintamente para referirse a la materia prima que todavía no ha sido adaptada al uso turístico” Pero que sin más es uno de los elementos que potencializan la actividad turística, ya que a través de esta se puede generar atractivos que posteriormente se potencialicen como productos turísticos, despertando el interés de la demanda.

Así, Ramírez Blanco asimila atractivo turístico con recurso turístico y, en base a (Navarro, 2015) los define como los «elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico

## **7.7. Recursos Turísticos**

Resulta pertinente comenzar por la familiarización con las categorías conceptuales de recurso turístico y atractivo turístico. Varias obras reconocidas en Hispanoamérica hacen uso extensivo de estas expresiones y ofrecen referencias conceptuales. Así, Ramírez Blanco asimila atractivo turístico con recurso turístico y, en base a Zimmerman (1957), los define como los «elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una

adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico» (Ramírez Blanco, 1998, p. 61). En el Diccionario de terminología turística de la Dirección Nacional de Turismo argentina se lee que un atractivo turístico «es el elemento natural, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo que pueda generar suficiente interés para atraer turistas» (Dirección Nacional de Turismo , 1970) (Navarro, 2015).

### **7.8. Recurso cultural**

En una publicación de la OMT (Organización Mundial del Turismo) y con base en Zimmermann (1933), se entiende por recurso turístico a «todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda» (Sancho, 1998, p. 186). Se trata de una noción inclusiva de las prestaciones de servicios: elemento del sistema turístico distinto del recurso turístico, incluso en esa misma publicación (Sancho, 1998, p. 187; figura 9.3.) (Navarro, 2015).

### **7.9. Recurso Natural**

Los recursos naturales son aquellos elementos de la naturaleza que el ser humano utiliza para cubrir ciertas necesidades que garantizan su bienestar o desarrollo. Por ejemplo: el agua, los árboles y el petróleo. Estos recursos son valiosos para las sociedades porque contribuyen a su sustento. Los recursos ambientales pueden ser definidos como aquellas partes de la naturaleza que pueden proveer los bienes y servicios requeridos por los humanos (Mather & Chapman, 1995

### **7.10. Planta turísticos**

La planta turística es aquella combinación perfecta entre bienes y servicios los cuales están destinados a satisfacer los requerimientos y necesidades que el turista tiene durante el

destino elegido incluyendo dentro de esta el alojamiento, el transporte, alimentación, diversión.

“El conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero, convergiendo en ella elementos tangibles e intangibles los cuales son, en su etapa final, de consumo interdependiente”. (Barbosa, 2007)

El autor Delgado (2011) menciona que la planta turística es un elemento importante dentro del turismo ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos. Para varios autores mencionados la planta turística el primer autor menciona que es un conjunto de servicios fundamentales y complementarios que atienden las necesidades de los visitantes

### **7.11. Servicios turísticos**

De acuerdo con los autores Ritchie y Goeldner (2006) el turismo es actualmente una de las industrias más grandes en el mundo, está formada por múltiples segmentos principalmente el de la hospitalidad, transportación, restauración, agencias de viajes, centros comerciales, etc. incluye una serie de actividades históricas, culturales, de aventura, deportivas, de recreación, de entretenimiento entre otra

El autor León (2003) define a los servicios turísticos como “el conjunto de prestaciones que complementan el producto principal y que permiten el desarrollo de la actividad turística integral” p. 28. Los servicios turísticos son los bienes y servicios puestos a disposición del viajero como el transporte, el alojamiento, la restauración, las actividades recreativas, etc. es decir, el abanico de oportunidades entendidas como oferta o productos ofrecidos al consumidor.

### **7.12. Atractivos turísticos**

Se trata de un término de uso en varios ámbitos, como se desprende de la enumeración de la definición: no es exclusivo del fenómeno turístico. Además, aplicado a bienes naturales y culturales, connota la idea de bienes en su estado original, como los naturales, hidráulicos y forestales de la definición (DRAE, 2001). Recuérdese que en esta indagación se parte de la idea del recurso como un elemento que resuelve necesidades, luego se considera que resuelve necesidades en base a determinados atributos y se arriba a la conceptualización del recurso como un bien con características relevantes. El foco vuelve del efecto a la causa.

### **7.13. Metodología de Inventario de Atractivos**

Consiste en todos los procesos para cumplir con los objetivos dentro de una investigación, tomando en cuenta de que cada proceso, tiene aún varios puntos de desarrollo para llegar al objetivo. “La metodología es una ciencia en desarrollo, amplia, compleja y transdisciplinaria con su objeto de estudio bien definido (los métodos), con normas o principios propios y una estructura” (Morles, 2002: p. 35)

La metodología de inventario de atractivos turísticos se refiere al proceso sistemático de identificar, clasificar y evaluar los recursos turísticos de una región o destino. Este proceso permite crear un inventario detallado de los atractivos disponibles, proporcionando una base para la planificación, promoción y conservación de los mismos. La metodología generalmente involucra varias etapas, que incluyen la recolección de información, la evaluación de los atractivos según criterios específicos (accesibilidad, valor cultural, estado de conservación, entre otros) y la categorización de los recursos en función de su relevancia para el turismo. (Jara & Aguilar, 2019)

Este enfoque permite no solo conocer el estado actual de los atractivos, sino también identificar posibles áreas de mejora y desarrollo para optimizar su aprovechamiento

turístico. Además, al integrar criterios ambientales, culturales y sociales, se asegura una aproximación sostenible y respetuosa con los recursos del entorno. (Ríos & Pérez, 2020)

La estrategia de marketing turístico es el proceso y método de diseño para identificar, evaluar y asignar los recursos turísticos de una región o destino. Este proceso es importante para gestionar una zona turística potencial y optimizar su desarrollo y protección. A continuación, se explicarán los principales pasos de este método:

#### **7.14. Inventario de atractivos turísticos**

El inventario puede entenderse desde varias perspectivas con orientaciones diferentes, pero en síntesis representan un documento con características particulares sobre un bien. En el sector de turismo, el inventario se refiere a la descripción sistemática de los factores físicos, biológicos y culturales que forman los atractivos turísticos, y que se han comercializado o pueden comercializarse. Este proceso ayuda a comparar y evaluar la oferta turística del país (Carvajal et al. 2015: p. 45) . Entonces se deduce que un inventario turístico es una lista detallada de todo lo que un lugar tiene para ofrecer a los turistas, como sus recursos naturales, culturales y físicos. Ayuda a evaluar y comparar la oferta turística de un país o lugar. Es como una lista de todas las cosas interesantes que un lugar tiene para ofrecer a los visitantes. El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014)

#### **7.15. Productos turísticos**

Para Boullón (2003), el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. El concepto de producto turístico en

muchos aspectos se asemeja al de destino turístico, pues dependiendo de la escala de mercado en la que participe, un producto turístico puede constituir un destino turístico en sí mismo.

(MPPT, 2014)

### **7.16. Tipos de productos turísticos**

Producto Turístico La Organización Mundial de Turismo define como un producto turístico según (UNWTO, 2020) a: la unión de compendios de carácter material o inmaterial, recursos naturales, culturales o antrópicos, atractivos y servicios turísticos en base a un elemento central de interés, que puede brindar la facilidad para la comercialización y generar una experiencia turística integral.

Este producto turístico puede ser comercializado a través de diversos canales de distribución y que a su vez son los que fijan el costo, este producto tiene un ciclo vital. Por lo que un producto turístico es un ítem fundamental dentro de la actividad turística debido a que son el complemento para que los turistas inviertan su dinero y tiempo de ocio conociendo y aportando en la actividad turística de una determinada zona o lugar. Según Boullón (2003) citado en (Moreno & Coromoto, 2011) el producto turístico es: “algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos” p. 35.

Los productos turísticos se componen de unos servicios básicos (alojamiento y alimentación) y unos servicios complementarios, que aportan carácter y calidad, es decir, valor añadido y, por tanto, diferenciación. Además, los productos de turismo rural necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados en el entorno, comercios donde encontrar artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización (García, 2005)

### **7.17. Producto Turístico Integral**

El turismo integral se abre una nueva perspectiva de un modelo turístico organizado, innovador y sostenible que involucra la generación de valor y toma un papel fundamental en la oferta turística, pues esta tipología de turismo es la responsable de contribuir en la ruptura de las barreras del entorno que dificultan el acceso de las personas con discapacidad a las infraestructuras y los servicios turísticos (Gómez y Gómez, 2020)

### **7.18. Producto Turístico Empresarial**

Esta es la razón por la que el producto turismo empresarial suele presentar importantes dificultades a la hora de abordar su análisis espacial y las motivaciones de la visita, tanto a escala nacional como internacional, pero sobre todo a la hora de elaborar comparativas a escala internacional. El inconveniente radica en la dificultad de acceso a las fuentes estadísticas por múltiples motivos, pero, principalmente, porque los datos suelen ser bastante concisos en las fuentes oficiales, por lo que para cuantificar cifras es necesario acudir a fuentes indirectas y privadas. (Roda, 2007)

### **7.19. Actividad Turística**

Como lo menciona el autor Morillo (2010) y de acuerdo a su planificación y desarrollo redacta que se puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades 14 como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. Siendo así una de las principales fuentes de ingresos económicos en todo el mundo.

De acuerdo al concepto del autor, la actividad turística puede contribuir al desarrollo de los pueblos de manera efectiva y eficaz dotándolos de distintas fuentes de ingresos y actividades económicas para mejorar su situación financiera.

Recurso Turístico: como lo menciona Arnandis (2018) en su investigación un recurso turístico es “la materia prima que todavía no ha sido adaptada al uso turístico”. p. (28)

### **7.20. Como se elaboran los productos turísticos**

De acuerdo con (Ramírez & Hernández, , 2019) y (Cordero, 2009), es posible reconocer dos tendencias claras para definir a la comunidad. La primera de ellas es la perspectiva geográfica, la cual hace alusión al espacio donde converge un grupo de individuos que delimitan sus formas de vida y actividades económicas. La segunda tendencia es la social y antropológica, en donde la comunidad va más allá del espacio geográfico y los habitantes, tomando en cuenta relaciones, costumbres, tradiciones, valores, entre otros. Hernández (2019) reafirma que la comunidad local no ha sido tomada en cuenta en la planeación de los destinos turísticos, a pesar de que la literatura sugiere la participación efectiva de ésta para el desarrollo del turismo. De hecho, cuando la comunidad está integrada en la toma de decisiones, en muchas ocasiones su intervención es limitada, pues únicamente son tomadas en cuenta las opiniones con respecto al turismo, o solo conocen los posibles beneficios económicos y algunos costos que trae consigo esta actividad económica (Blackstock, 2005). Por ello, Sánchez (2009) destaca en su investigación que, a pesar de la generación de empleos, para la comunidad local no hay otros beneficios sociales.

### **7.21. El producto turístico y sus características**

El producto turístico es definido desde varias perspectivas. Desde el punto de vista económico, es concebido como el flujo de efectivo presente en la venta de productos y servicios conducentes a facilitar los viajes ( De Borja,Casanovas , & Bosch , 2022). No

obstante, otros autores generan definiciones que tratan de entender la totalidad del producto turístico. (Vallbona, 2006) argumentan, en esta línea, que el producto turístico está determinado por los bienes y servicios ofertados para los turistas.

### **7.22. Jerarquía**

En esta conceptualización se refiere a las características generales por las cuales se califica a cada atractivo dentro de una investigación, de tal manera que dependiendo del estado de conservación, desarrollo turístico y mantenimiento de los mismos se evalúan con la finalidad de designar una jerarquía en base al cumplimiento de los requisitos que menciona el manual de apoyo (MINTUR), “entre ellos están Jerarquía 0 los que no son recursos turísticos, Jerarquía I sin méritos suficientes, Jerarquía II con méritos, Jerarquía III con rasgos excepcionales y Jerarquía V un atractivo excepcional”. Chilembo y Amador, 2020)

### **7.23. Estrategias de promoción y difusión**

La competitividad de los destinos turísticos ha puesto en marcha la creación de estrategias de promoción y difusión buscando así las mejores estrategias para que el comprador adquiera el producto. Estas estrategias pueden variar dependiendo, por ejemplo:

Las empresas deben decidir cuánto invertir en publicidad y promociones, dada una cartera de productos con ciclos de vida interrelacionados. Analizaremos las estrategias en cuanto a la determinación del presupuesto total, la asignación a cada partida y la fijación del precio”. Entre las dirigidas estrategias planteadas podemos encontrar: Marcas turísticas, trípticos, página web, afiches, valla publicitaria, promoción en medios de comunicación, etc. (Rojano, 2020)

### **7.24. Página web**

Mediante las redes sociales se puede realizar la creación de una página web donde se subirá la información del producto a ofertar y así el producto pueda ser difundido a nivel

internacional para la comercialización del mismo. (Jiménez Morales & De San Eugenio Vela, 2017)

Alianzas estratégicas y convenios con empresas turísticas Contratar los servicios para la promoción y difusión de actividades turísticas con empresas ayudara a la promoción del producto ya que estas empresas son las encargadas de que el producto sea ofertado a la demanda, los convenios ayudaran a que se mejore la difusión de los atractivos y las actividades que se pueden realizar. (Jiménez Morales & De San Eugenio Vela, 2017)

#### **7.25. Alianzas estratégicas y convenios con empresas turísticas**

Contratar los servicios para la promoción y difusión de actividades turísticas con empresas ayudara a la promoción del producto ya que estas empresas son las encargadas de que el producto sea ofertado a la demanda, los convenios ayudaran a que se mejore la difusión de los atractivos y las actividades que se pueden realizar “Recursos turísticos para promover el turismo en la provincia de Sullana-Perú «2023

#### **7.26. Impresos publicitarios**

Realizar afiches y trípticos que permitan la visualización de los diferentes productos y atractivos que se ofrecen a la demanda es una estrategia útil para que los potenciales clientes puedan visualizar y tener una idea más clara del producto que van a adquirir (Jiménez & De San Eugenio, 2017). En cuanto a la publicidad visual y audiovisual, una de las opciones es la valla publicitaria, que busca captar la atención del cliente y contiene fotografías de los atractivos. A través de los canales de distribución, puede ser ofertada a la demanda. Los spots publicitarios, por su parte, buscan la difusión en medios de comunicación masivos como la radio y la televisión, y sirven para dar a conocer de manera más dinámica las diferentes actividades que oferta el producto. (Jiménez & De San Eugenio, 2017)

### **7.27. Matriz FODA**

La matriz FODA permite el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esta matriz permitirá el cumplimiento de las metas propuestas anteriormente, “Es importante destacar que dicha alternativa se aplicó en un estudio de evaluación de la información generada en una institución de seguridad social perteneciente al gobierno federal de México”, los resultados permiten garantizar el impacto esperado. El FODA realiza una evaluación de los componentes fuertes y débiles que se encuentran a analizar, esta matriz logra un equilibrio en el factor a analizar. (González, 2015, p. 123)

### **7.28. Matriz MEFE y MEFI**

La Matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) y la Matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) son herramientas de análisis estratégico utilizadas para evaluar los factores que influyen en el desempeño de una organización. La Matriz MEFE se enfoca en el análisis de factores externos, como las oportunidades y amenazas que pueden afectar a la empresa, como el entorno económico, la competencia y las regulaciones gubernamentales (Smith & Johnson, 2018). Por otro lado, la Matriz MEFI evalúa los aspectos internos de la organización, como sus fortalezas y debilidades, para determinar cómo se encuentra en cuanto a recursos, capacidades y procesos operativos. Ambas matrices, cuando se aplican correctamente, proporcionan a las organizaciones una comprensión integral de su situación tanto externa como interna, facilitando la formulación de estrategias efectivas. (Smith & Johnson, 2018)

El análisis del turismo tiene muchos aspectos, incluida la investigación de los activos turísticos, las áreas turísticas y la relevancia de las comunidades locales en la planificación y el desarrollo del sector. A nivel conceptual, el turismo se define en términos de recursos y lugares turísticos, según diversos autores, en los aspectos naturales, culturales y sociales que atraen al turista (Ramírez Blanco, 1998; Navarro, 2015). A nivel legal, las leyes y

regulaciones son importantes para asegurar la estabilidad e integridad de los sitios turísticos y para proteger los recursos naturales y el bienestar de las comunidades locales (Sánchez, 2009). Además, herramientas de análisis estratégico como las matrices MEFE y MEFI pueden evaluar los factores externos e internos relacionados con el desarrollo turístico, proporcionando una base sólida para tomar las mejores decisiones hacia un crecimiento equilibrado y sostenible (Smith y Johnson, 2018). Este enfoque teórico, legal y estratégico proporciona una comprensión integral del sector turístico orientada a la gestión eficiente y responsable de los recursos y la participación comunitaria.

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

**¿Qué estrategias de promoción y difusión son las más óptima para el desarrollo del turismo en Tanicuchí y Toacaso?**

Por medio de la investigación realizada del inventario de atractivos turísticos se puedo determinar que la mejor estrategia apropiada para alcanzar un desarrollo turístico son las estrategias de retener y mantener con ello la parroquia tendrá un apoyo para el mejoramiento de la situación actual de la actividad turística.

Las estrategias apropiadas para mejorar el turismo en la parroquia La Matriz fueron analizadas mediante la matriz FODA, en la que se seleccionaron los principales atributos y deficiencias; después se dividió las variables en la matriz interna MEFI y la matriz externa MEFE, dando valores de peso e importancia a las estrategias; tras la valorización la matriz estratégica y la relación de las variables se realizaron estrategias que puedan solventar problemáticas futuras estrategias de promoción y difusión son estrategias para potencializar los producto y atractivos turísticos identificado que están localizados en las parroquias de Tanicuchi y Toacaso que mediante la tecnología como redes sociales, plataformas digitales e internet se podría llegar a una gran audiencia para que estos lugares pueden ser conocidos y visitados por parte de turistas nacionales y extranjeros.

## 9. METODOLOGÍAS

El presente proyecto está basado en la investigación descriptiva porque permite una comprensión más profunda de las actividades turísticas en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso, contando la historia de su singularidad, importancia y potencial turístico. Este estudio tiene como objetivo recopilar datos cualitativos a través de entrevistas en profundidad con autoridades locales, empresarios turísticos, operadores turísticos y líderes locales para obtener información detallada sobre las necesidades turísticas y el potencial de los productos turísticos.

### 9.1. Metodología del Objetivo 1

Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de las parroquias, mediante la aplicación de la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR) obteniendo una base de datos.

### 9.2. Tipo de Investigación

**Campo:** Según (Sampieri, 2020) Se refiere a la recolección de datos en base a un registro sistemático, válido, confiable de comportamientos y situaciones que pueden ser observables.

La investigación de campo se basó en la recolección de datos directos de las fuentes primarias, es decir, los actores del territorio (habitantes locales, turistas y empresarios) y los propios atractivos y productos turísticos. Esto implica la observación directa de los recursos y el uso de entrevistas estructuradas y guías para obtener información relevante. Esta investigación es crucial para cumplir con el primer objetivo de actualizar el inventario de los atractivos turísticos mediante la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR).

### 9.3. Método

**Descriptivo:** La metodología empleada fue descriptivo es uno de los métodos más utilizados en la investigación, para estudiar cualquier tipo de fenómeno desconocido,

observarlo en su ambiente natural, en otras palabras, la investigación descriptiva se refiere al diseño de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema.

Durante la salida de campo se tomó en cuenta las características del sitio de estudio y se procedió a cimentar la información obtenida de forma específica y detallada para cada uno de los elementos a tomarse en cuenta dentro de la ficha turística.

#### **9.4. Técnicas e Instrumentos**

**Revisión bibliográfica:** Recopilar información secundaria que permita actualizar el inventario de los atractivos turísticos de las parroquias Tanicuchí y Toacaso, siguiendo la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR), a través de la revisión de documentos previos, informes, estudios académicos y fuentes oficiales sobre los recursos turísticos en dichas zonas.

Se comenzó con la búsqueda de información bibliográfica, fuentes documentales, PDOT parroquial que permitió identificar los atractivos turísticos que constan en las parroquias, esto ayudó al llenado de las fichas del MINTUR, para ello nos apoyaremos en el Ministerio de Turismo, el departamento de turismo y en el catastro de sitios turísticos del cantón Latacunga, que serán nuestras principales fuentes de investigación para el desarrollo del proyecto.

**Observación:** La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. (Vega, 2024)

Durante la salida de campo se analizó las características del entorno donde se encontró para luego utilizar una libreta, cámara fotográfica como instrumentos de apoyo, los cuales serán de gran ayuda para permitir registrar toda la información obtenida

**Entrevista:** La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Torrecilla, 2022)

La entrevista será como una técnica de apoyo para el levantamiento de información que se realizó con la ayuda de las fichas del Manual del Ministerio de Turismo del año 2018, las cuales serán utilizadas al momento de encontrarnos en las parroquias, las entrevistas se realizaron a las personas que tenga algún tipo de conocimiento de los atractivos turísticos de cada sector y se aplicó la entrevista a personas de la misma localidad o encargadas del GAD parroquial de Tanicuchi y Toacaso que tengan conocimiento en el área de Turismo.

**Fichas Mintur:** (Loayza Maturrano, 2021). El Fichaje de Investigación se orienta hacia ese propósito. Las fichas de investigación surgen por la necesidad de registrar y organizar la información consultada en revistas científicas, libros académicos y otras fuentes bibliográficas. De este modo, la técnica del fichaje aplicado a la investigación como estrategia formativa posibilita un trabajo de gabinete ordenado y ágil facilitando el análisis de la información.

Para la elaboración del primer objetivo, de inventario de atractivos turísticos, se utilizó el Manual de atractivos turísticos proporcionadas por el Ministerio de Turismo (MINTUR,2018), dicho manual se divide en dos etapas cada una de estos se dividen en fases iniciado con la etapa 1 dividida en tres fases que consiste en el levantamiento y registro de información a través de fichas de acuerdo a los siguientes apartados

La ficha que se muestra es exclusiva y singular para recopilar la información de cada atractivo turístico, donde se completará todos los ítems solicitados con la ayuda del Manual de Atractivos Turísticos que contine toda la información necesaria y más detallada para la

recopilación de información de cada lugar, para ello se describió el registro de información de forma general. Para la elaboración del primer objetivo, de inventario de atractivos turísticos, se utilizará el Manual de atractivos turísticos proporcionadas por el Ministerio de Turismo (MINTUR) 2018, en el que se detalla la aplicación de 2 etapas, iniciando con la etapa 1 dividida en tres fases, la Fase I, que consta del levantamiento y registro de información a través de una ficha para el atractivo de acuerdo a los siguientes apartados.

**Tabla 3** *Ficha de Inventario Mintur -2018*

<b>LINEAMIENTOS PARA LLENAR LA FICHA</b>																															
<b>Códigos</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="10" style="background-color: #444; color: white; text-align: center;">FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</th> </tr> <tr> <td style="width: 15%;">Código del atractivo:</td> <td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td><td style="width: 5%;"></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">Provincia</td> <td style="text-align: center;">Cantón</td> <td style="text-align: center;">Parroquia</td> <td style="text-align: center;">Categoría</td> <td style="text-align: center;">Tipo</td> <td style="text-align: center;">Subtipo</td> <td style="text-align: center;">Jerarquía</td> <td style="text-align: center;">Atractivo</td> <td style="text-align: center;">Atractivo</td> </tr> </thead> </table> <p>se debe colocar los códigos del atractivo los cuales constan de 17 dígitos, Provincia, cantón y parroquia. Clasificación del atractivo: categoría, tipo y subtipo. Jerarquía: se lo debe colocar al finalizar el levantamiento de información. Atractivo: de acuerdo a como se realice el fichaje</p>	FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS										Código del atractivo:											Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo	Atractivo
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																															
Código del atractivo:																															
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo	Atractivo																						
<b>Datos Generales</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="background-color: #ffc107;">1. DATOS GENERALES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">1.1 Nombre del Atractivo Turístico</td> </tr> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">1.2 Categoría</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">1.3 Tipo</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">1.4 Subtipo</td> </tr> </tbody> </table> <p>En esta sección se debe colocar el nombre, categoría, tipo y subtipo al que corresponde el atractivo turístico de acuerdo a lo que esta detallado en el Manual</p>	1. DATOS GENERALES			1.1 Nombre del Atractivo Turístico			1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo																					
1. DATOS GENERALES																															
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																															
1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo																													
<b>Ubicación del Atractivo</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="background-color: #ffc107;">2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">2.1 Provincia</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">2.2 Cantón</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">2.3 Parroquia</td> </tr> </tbody> </table> <p>Localización geográfica que tiene el atractivo turístico dentro del país, provincia, cantón y parroquia, para mayor ayuda se puede utilizar aplicaciones de geolocalización para obtener toda la información necesaria como latitud, longitud, y altitud</p>	2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia																								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																															
2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia																													
<b>Información del administrador</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #ffc107;">2.11 Información del administrador</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 50%;">a. Tipo de Administrador:</td> <td style="width: 50%;">b. Nombre de la Institución:</td> </tr> <tr> <td>c. Nombre del Administrador:</td> <td>d. Cargo que ocupa:</td> </tr> </tbody> </table> <p>Colocar la información de la persona encargada de gestionar el atractivo. Tipo de Administrador, nombre de la institución Nombre del Administrador, Cargo que ocupa, teléfono celular, correo electrónico</p>	2.11 Información del administrador		a. Tipo de Administrador:	b. Nombre de la Institución:	c. Nombre del Administrador:	d. Cargo que ocupa:																								
2.11 Información del administrador																															
a. Tipo de Administrador:	b. Nombre de la Institución:																														
c. Nombre del Administrador:	d. Cargo que ocupa:																														

Características del Atractivo

3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO		
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>		
a. Clima:	b. Temperatura(°C):	c. Precipitación Pluviométrica (mm):
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>		
a. Cultura <input type="checkbox"/>	b. Naturaleza <input type="checkbox"/>	c. Aventura <input type="checkbox"/>

Hace referencia a las características del atractivo como clima, temperatura, precipitación, línea de ingreso al atractivo, horarios de atención días de visita, meses recomendados a visitar de acuerdo a la información proporcionada por la población entrevistada

Accesibilidad y conectividad al atractivo

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):			texto	

Identificar la accesibilidad y conectividad del atractivo tomando como

referencia la ciudad poblado más cercano más importante, transporte, vías de acceso señalización, que dispongan cada uno de los atractivos que se encuentran localizados en cada uno de los barrios de las parroquias de la zona de investigación

Planta turística/ Complementarios

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
5.1 Planta turística (M)	<input type="checkbox"/>		

Son todos los bienes y servicios que se ofrecen a los turistas como alojamiento, alimentación, agencia de viajes, guías y todas las actividades que se puedan realizar dentro y fuera de los poblados

Estado de conservación integración /entorno

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
6.1 Atractivo (U)	<input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	

Estado actual en el que se encuentra el atractivo turístico conservado, alterado en proceso de deterioro y en deterioro que hace referencia a las condiciones en las cuales se encuentra cada uno de los atractivos.

Higiene y seguridad turística

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>			

Hace referencia a los servicios básicos sostenibilidad, señalética, seguridad, comunicación y amenaza en las cuales se encuentra el entorno del atractivo y el poblado más cercano

Actividades que se practican

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)	<input type="checkbox"/>			

Se señala la información relacionados a las actividades turísticas que se practican dentro del atractivo

Promoción y comercialización del atractivo	10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>	
	10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)	
	Hace referencia a los medios por los cuales utiliza para difundir, promocionar y comercializar el atractivo turístico	
Registro de visitantes y afluencia	11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>	
	11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>	
	Información y estadísticas de visita que a recibido el lugar turístico de informaciones claves o documentos relacionados al lugar turístico donde se está realizando el levantamiento de información	
Recursos Humanos	12. RECURSO HUMANO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>	
	a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>	d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>
	hace referencia al talento humano el cual trabaja en el atractivo turístico como profesionales capacitados que tenga conocimiento.	

Nota: tomada de (Ministerio de Turismo del Ecuador,2018)

### 9.5.Ponderación de resultados

Se evalúa las características que tiene el atractivo turístico de igual manera se analiza el potencial que desarrolla para ser un producto turístico. 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*

<b>PONDERACIÓN DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES</b>	
<b>CRITERIOS DE VALORES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
Accesibilidad y conectividad	18
Planta turística/complementarios	18
Estado de conservación e integración sitio/ entorno	14
Higiene y seguridad turística	14
Políticas y regulaciones	10
Actividades que se practican en el atractivo	9
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	7

Registro de visitantes y afluencia	5
Recursos humanos	5
<b>TOTAL</b>	100

**Nota:** Tomado de (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018)

Una vez levantada toda la información de los atractivos, se procedió a colocar un valor numérico que indica el valor que alcanza sobre 100 puntos, el cual tendrá una escala de jerarquías que va de I a IV. En caso de que alguno no alcance un rango mínimo será considerado como recurso turístico.

**Tabla 5** *Jerarquización de atractivos turísticos*

<b>RANGO</b>	<b>JERARQUÍA</b>
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

**Nota:** Tomado de (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018)

## 9.6. Validación de datos

Este procedimiento garantiza que los datos satisfacen las normas previamente fijadas, con el objetivo de prevenir fallos en la información de esta manera conseguir datos reales y veras. Esta se utilizó para confirmar la información en el listado de verificación, con el objetivo de realizar un análisis e identificar los atractivos que están vigentes y que puedan generar datos cumpliendo con el primer objetivo.

## 9.7. Metodología del objetivo 2

Identificar productos turísticos en las parroquias Tanicuchí y Toacaso mediante la aplicación del Manual para la Planificación de Productos Turísticos obteniendo una base de datos

## 9.8. Tipo de investigación

### 9.8.1. De campo

Se realizará una planificación detallada para la búsqueda de información relevante, que ayudara a identificar el número de productos turísticos existentes en las parroquias, así como a identificar en la situación actual en la que se encuentran.

### 9.8.2. Cronograma de Salida de Campo

**Tabla 6**

*Cronograma de salida de campo*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo Estimado</b>	<b>Responsable</b>
Planificación de la salida de campo	Se realizó una planificación detallada de la ruta a seguir en las parroquias Tanicuchí y Toacaso. Identificación de los atractivos turísticos recolección, cámaras, formularios del MINTUR, etc.). El itinerario fue distribuido entre el equipo.	1 día	Investigador
Visita a los atractivos turísticos	Se visitaron los principales atractivos turísticos de las parroquias, entre ellos. Se observó el estado actual de los atractivos, la accesibilidad y la infraestructura disponible, registrando notas sobre las condiciones y potencial turístico de cada sitio.	4 días	Investigador

Llenado de las fichas del MINTUR	Durante la visita a los atractivos, se completaron las fichas del MINTUR para cada uno de los sitios turísticos visitados. Se registró información clave como tipo de atractivo, estado de conservación, infraestructura, actividades disponibles y accesibilidad. Las fichas fueron firmadas y selladas por el equipo responsable para completar el proceso de actualización oficial.	3 días	Investigador
Entrevistas a actores locales	Se realizaron entrevistas con actores clave del sector turístico local, como autoridades parroquiales, propietarios de alojamientos y guías turísticos. Las entrevistas se centraron en el estado de los atractivos turísticos, las necesidades de mejora y las percepciones de los turistas sobre los sitios visitados.	2 días	Investigador
Registro fotográfico y audiovisual	Se tomó un registro fotográfico y audiovisual de cada atractivo turístico visitado. Las imágenes y videos documentaron el estado actual de los sitios, las condiciones de accesibilidad y los servicios disponibles. También se capturaron testimonios breves de los actores locales sobre el impacto del turismo.	2 días	Investigador

Evaluación del acceso y conectividad	Se evaluaron las condiciones de acceso a los atractivos turísticos, observando el estado de las carreteras, caminos y la señalización existente. Se identificaron áreas que requieren mejoras en la infraestructura vial y la señalización. Las observaciones se documentaron para su futura recomendación.	1 día	Investigador
Recolección de datos secundarios	Se consultaron fuentes secundarias como el INEC, el MINTUR y el Gobierno Provincial de Cotopaxi para obtener estadísticas sobre el número de visitantes a la provincia y los atractivos turísticos. También se recopilaron datos históricos y demográficos que complementaron el análisis.	1 día	Investigador

**Nota:** Elaborada por Angel Toalombo (2025)

El primer día se realizará un plan detallado para la salida de campo, incluyendo la asignación de roles y responsabilidades al equipo de trabajo, la selección de los atractivos a visitar, y la preparación del material necesario para las fichas del MINTUR. También se organizará la logística de transporte y alojamiento, si es necesario. Durante 4 días se llevará a cabo la salida a los sitios turísticos seleccionados, donde se observarán directamente los atractivos y se recopilará la información necesaria para completar las fichas del MINTUR. Se realizarán entrevistas a los actores clave y se tomará un registro fotográfico. En dos días Después de la salida de campo, se realizará un análisis preliminar de la información recabada y se completarán los detalles faltantes en las fichas. También se llevará a cabo una reunión de retroalimentación con el equipo de trabajo para asegurar que los datos recopilados sean consistentes y completos. Cada atractivo turístico será documentado utilizando las fichas del MINTUR, incluyendo detalles sobre su tipo, ubicación, accesibilidad, infraestructura, estado de

conservación, y otros aspectos relevantes. Entrevistas con Actores Clave: Se recopilará información cualitativa de entrevistas con autoridades locales, empresarios turísticos y habitantes, proporcionando una visión más completa de la situación actual de los atractivos y sus necesidades. Registro Fotográfico y Audiovisual: Las fotografías y videos documentarán el estado actual de los atractivos turísticos, ayudando a visualizar las condiciones en las que se encuentran. Informe Preliminar de la Salida de Campo: Un informe que resuma los hallazgos iniciales de la salida de campo, incluyendo datos clave sobre el estado de los atractivos y recomendaciones preliminares. El objetivo de esta actividad es obtener información de los actores clave del sector turístico en las parroquias Tanicuchí y Toacaso. A través de entrevistas estructuradas y semiestructuradas, se pretende conocer la percepción de los entrevistados sobre los atractivos turísticos.

## **9.9.Fases de la Actividad**

### ***9.9.1. Planificación***

Duración: 1 día Se realizó un plan detallado para la salida de campo, incluyendo la asignación de roles y responsabilidades al equipo de trabajo, la selección de los atractivos a visitar, y la preparación del material necesario para fichas del MINTUR. También se organizará la logística de transporte y alojamiento, si es necesario.

### ***9.9.2. Ejecución:***

Duración: 6 días Se llevará a cabo la salida a los sitios turísticos seleccionados, donde se observarán directamente los atractivos y se recopilará la información necesaria para completar las fichas del MINTUR. Se realizarán entrevistas a los actores clave y se tomará un registro fotográfico.

### **9.9.3. Seguimiento:**

Duración: 2 días Después de la salida de campo, se realizará un análisis preliminar de la información recabada y se completarán los detalles faltantes en las fichas. También se llevará a cabo una reunión de retroalimentación con el equipo de trabajo para asegurar que los datos recopilados sean consistentes y completos.

### **9.9.4. Método**

**Descriptivo:** la investigación nos permitirá describir todos los componentes principales de una realidad en una población objetiva por lo que nos permitirá describir las características de cada uno de los atractivos valorizados.

## **9.10. Técnica e Instrumento**

### **9.10.1. Revisión bibliográfica**

la recopilación de documentos y referencias bibliográficas nos ayudará a obtener información que ha sido publicada y verificada de diferentes autores y temas de búsqueda sistemática y exhaustiva de material de gran importancia para la investigación de productos turísticos.

Este tipo de investigación nos permitió acceder a la parroquia Tanicuchí y Toacaso principal sitio de interés para recolectar la información necesaria y así llenar las fichas del MINTUR, para determinar el estado actual de los atractivos. Las revisiones bibliográficas se relacionan con objetivos y propósitos en los cuales corroboran información de documentos científicos y académicos, artículos e incluso se recalcan información sobre el PDOT para complementar información relacionado con la elaboración del inventario de atractivos turístico

**Entrevista:** Es un intercambio de ideas u opiniones entre personas la cual nos permitirá llenar fichas que serán realizadas al momento de la visita de las parroquias y que se encuentran dirigidas a las personas que cuentan con mayor conocimiento o personas encargadas de gestionar el producto turístico.

**Fichas:** El desarrollo de un producto turístico se ha tomado como referencia al Manual para la planificación de productos turísticos del año 2024, la cual se divide en 3 etapas clara mente diferenciadas, para la realización de las fichas se tomará en cuenta el análisis adecuado al Manual para la planificación de productos turísticos en el cual se debe plasmar toda la información recabada en las fichas de inventario de los productos turísticos por lo cual se debe tomar en cuenta los siguientes criterios

El objetivo de esta actividad es completar las fichas del Ministerio de Turismo (MINTUR) para cada uno de los atractivos turísticos identificados en las parroquias Tanicuchí y Toacaso. Estas fichas permiten obtener una descripción detallada y precisa de los recursos turísticos de la zona, lo que facilita la actualización del inventario y la creación de una base de datos con información relevante para la gestión y promoción de los atractivos turísticos.

#### **9.11. Fases de la Actividad:**

Revisión de la Metodología del MINTUR Duración: 1 día se revisará el Manual del MINTUR (2018) para familiarizarse con las categorías y criterios necesarios para llenar correctamente las fichas de atractivos turísticos. Esto incluirá la comprensión de los diferentes tipos de atractivos, clasificación por accesibilidad, estado de conservación, y otros criterios relevantes.

#### **9.12. Recolección de Información de Campo**

Duración: 3 días Utilizando los datos de las entrevistas y las salidas de campo previas, se recogerá la información detallada de los atractivos turísticos. Esto incluye la descripción física, el estado de conservación, la infraestructura turística disponible, y otros detalles necesarios para llenar las fichas del MINTUR.

#### **9.13. Llenado de las Fichas del MINTUR**

Duración: 5 días Se procederá a completar las fichas con la información recopilada. Cada ficha incluye detalles sobre la accesibilidad, tipo de atractivo, estado de conservación,

infraestructura, actividades turísticas disponibles, y otros factores relevantes según las directrices del MINTUR.

#### 9.14. Validación de la Información

Duración: 2. días Las fichas llenadas serán validadas por, autoridades locales del GAD, empresarios del sector turístico, quienes confirmarán que la información es correcta y está bien documentada.

Nombre	Cargo	Institución
Angel Yanes	Secretario	GAD de Tanicuchí
Luis Gualberto	Presidente	GAD de Toacaso
Milton Corrales	Vicepresidente	GAD de Toacaso

**Nota:** Elaborado Por Angel Toalombo (2025)

#### 9.15. Revisión Final y Corrección

Duración: 2 días se revisará todas las fichas para asegurarse de que no haya errores y que todos los campos estén completos. Se realizarán las correcciones necesarias, si es el caso donde se tomó todo en tiempo necesario para la revisión y corrección necesaria de los datos recopilados para luego ser interpretado de una mejor manera con ayuda de un cuaderno y esferos y fichas del Ministerio de turismo se ha realizado la salida de campo para inventariar cada uno de los atractivos identificados se ha investigado y se llegó a verificar las condiciones de cada uno de estos lugares.

#### 9.16. Consolidación y Entrega de las Fichas

Duración: 1 Una vez que las fichas estén completas y revisadas, se consolidarán en un archivo final que será entregado a las autoridades correspondientes, como el Ministerio de Turismo (MINTUR), para que se integren al inventario oficial de atractivos turísticos de la provincia.

## 10. Delimitación del destino turístico

Se tomará en cuenta los siguientes criterios que valoran según el Manual para la planificación de productos turísticos, en el cuadro se puede apreciar las características indispensables que el manual detalla con ello se debe realizar un análisis territorial para la elaboración del producto turístico según las características señaladas, con ello estos factores influyen al momento de realizar turismo.

**Tabla 7** *Delimitación del destino*

<b>Delimitación del destino</b>	
<b>Características</b>	<b>Detalle</b>
Accesibilidad	sistema de transporte por el cual se puede movilizar de un lugar a otro y que está disponible en cualquier momento
Atractivos	Atractivos naturales y culturales que cuentan en las parroquias
Actividades	toda actividad que se pueda realizar mediante la estadía de los turistas en la parroquia. Fotografía, caminatas paseos ect.
Servicios de la actividad turística	el conjunto de actividades, facilidades que se proporciona a las personas durante su estadía restaurantes, alimentación, servicios higiénicos, hospedaje, seguridad, transporte etc.
Servicios Básicos	agua potable, energía eléctrica, alumbrado público, telefonía, seguridad, ect

**Nota:** Adaptado de (Destinos del Perú, 2014)

### 10.1. Lineamiento para llenar las fichas

Una vez obtenido la información del destino turístico y el análisis del mercado turístico se debe seguir con el llenado de las fichas de productos turísticos que se encuentra en el Anexo 2 del Manual para la planificación de productos turísticos, en donde se ingresa los datos de acuerdo a los siguientes criterios.

**Tabla 8** *Lineamiento para llenar inventario de productos turísticos*

---

## LINEAMIENTOS PARA LLENAR LA FICHA

---

N° de Ficha

**FICHA DE PRODUCTO**

Ficha N: \_\_\_\_\_

Se debe colocar según el orden por el cual se está comenzando a realizar el llenado de fichas

Nombre del Producto -

**Nombre del producto**

*Se determinará el nombre del producto en conjunto con los actores involucrados. Se debe realizar una medición de impacto en el público objetivo con el nombre asignado -el nombre puede variar.*

determinar el nombre del producto con los nombres involucrados por el cual se debe realizar una medición de impacto

Ubicación

**Ubicación**

Región: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_

Distrito: \_\_\_\_\_

colocar región, provincia, distrito del lugar donde se encuentra el atractivo

Producto principal PPV

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

El mercado para que cualquier usuario lo pueda adquirir con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo

Definición del producto

**Definición del producto**

Definir las características que posee el producto turístico

Público objetivo

**Público objetivo según la búsqueda de experiencia**

Nicho ( )

Multitemático ( )

Moda ( )

el público objeto según la búsqueda de experiencia nicho, multitemático, moda

---

Tipo de mercado  
(interno y extranjero)

#### Tipo de mercado interno

tipo de mercado del atractivo que les gusta más visitar a los turistas

Perfil según estilo de vida

#### Perfil según estilo de vida\*

\*(FUENTE: Iconoculture)

Personalizados (a la medida) ( )	Equilibrados (bienestar) ( )	Responsables (Sostenibilidad) ( )
Conectados (tecnológicos) ( )	Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( )	Exclusivos (Estatus) ( )

Perfil de turistas según su estilo de vida que poseen cada uno de los turistas como personalidades

Descripción

#### Descripción detallada del producto

Detallar en forma general la composición del atractivo

Atractivos ancla

#### Atractivos ancla y descripción

Los atractivos que se encuentren vinculados al producto turístico situación geográfica, motivación y número de turistas que visitan el lugar

Demanda

#### Demanda

. El número de turistas que participan en el producto como también la situación geográfica

Itinerario

#### Itinerario sugerido

Toda actividad que se realiza al momento de participar en el producto turístico

## Facilidades

Facilidades							
Atractivos ancla	ción interna			amiento	id	lecapacitados inte/C al esteria	Horarios de visita / precios

Planta turística servicios y actividades que se pueden realizar dentro del producto turístico horarios, y precios del lugar

## Época de visita

Época de visita/Clima
-----------------------

Meses día y año en el cual se tiene más afluencia de turistas fechas y días que se tiene mejor clima

## Servicios

Servicios en el centro de soporte más cercano								
Hoteles	Sí ( )	No ( )	Guías	Sí ( )	No ( )	Venta de artesanías	Sí ( )	No ( )

Todo servicio de alojamiento, alimentación, transporte etc. que se encuentra en el entorno del lugar

## Distancia entre atractivos ancla

Distancia entre los atractivos ancla			
Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)

Tipo y Kilómetros en el cual se encuentra el producto turístico

## Actividades complementarias

Actividades complementarias a desarrollar
Actividad I: _____
Descripción: _____

Toda actividad turística que se puede realizar en el lugar

## Operadores que comercializan el producto

Operadores que comercializan el producto
Operadores locales: _____

Se debe colocar los establecimientos turísticos que promocionan el lugar

Fotografía	Fotografías Fotos y evidencias del producto turístico que se a visitado
Mapas	Mapas Mapa y ubicación del recorrido realizado

**Nota:** Adaptado de (Destinos del Perú, 2014)

## 10.2. Metodología del objetivo 3

11. Plantear estrategias de promoción y difusión de los productos y atractivos turísticos previamente identificado.

### 11.1.1. Tipo de Investigación

**Inductivo:** El método deductivo es un proceso lógico en el que se parte de una premisa general y se aplica la lógica para llegar a una conclusión específica. Este enfoque se utiliza comúnmente en las matemáticas y en otras disciplinas formales, y se considera un enfoque más riguroso y estructurado que el método inductivo (Suárez, 2024).

Por lo cual el proyecto de investigación será utilizado para dar a conocer sobre los factores positivos y negativos que tiene las parroquias en la realización de sus productos turísticos, con el propósito de general un marco general de estrategias de promoción y difusión de productos turísticos de las parroquias que a través de la difusión y promoción de los atractivos identificados en estas parroquias se buscaran métodos de llamar la atención de turistas nacionales y extranjeros ofreciendo los principales servicios de transporte, alimentación, hospedaje entre otros, estas parroquias con ayuda de la tecnología serán presionadas mediante las redes sociales para su difusión con temáticas llenas de aventura y llena de diversión.

### ***11.1.2. Técnicas e Instrumentos***

**La observación:** se empleará en método de la observación que nos permitirá visualizar los datos recopilados en relación a los atractivos y productos turísticos de las parroquias. De igual forma tendremos el apoyo de instrumentos para la anotación y recopilación de datos de igual forma una cámara fotográfica durante la salida de campo en la cual se evidenciara toda la información recabada para luego ser detallada en una libreta para su estudio y análisis de resultados, la observación es analizar y tomar en cuenta todos los factores favorables por las cuales se debe tener un conocimiento de campo que en la salida de campo se pondrá en práctica, en la cual se acerca al lugar indicado.

El Focus Group: donde el investigador elige y convoca a un grupo de entre 3 y 10 personas aproximadamente con el fin de intercambiar opiniones y comentarios basados en sus experiencias, acerca de un tema específico que se estudia en la investigación. Este número de participantes se selecciona para fomentar el intercambio de ideas y minimizar la fatiga de los mismos. Asimismo, cuenta con un moderador que se encargará de dirigir el grupo focal, la intervención de los participantes, siendo necesario contar con una guía de preguntas (Rodas & pacheco, 2020)

Los principales participantes del Focus Group serán las autoridades en cargas en el área de turismo de igual forma autoridades del Gad parroquial encargados del área de turismo presidente de las parroquias y barrios, comunidades y todos los prestadores de servicios turísticos los cuales aportarán con grandes ideas de promoción y difusión para el desarrollo económico de estas parroquias de las cuales serán entrevistados sobre el conociendo que tienen acerca de los productos y atractivos turísticos localizados en las parroquias de estudio, por tanto el Focus Group es una entrevista presita y definida acerca del conocimiento de las autoridades o de los pobladores de los pobladores, en la salida de campo se pretende identificar cada uno de las autoridades encargadas del ámbito turístico, en

la cual se detallara la información de cada autoridad para su conocimiento y identificación de los investigadores que pretendan tener información sobre estos productos y atractivos turísticos localizados en estas parroquias

## 11.2. Matrices

**Figura 1** *Matriz Foda*



**Nota:** tomada de (Joaquín, 2023)

La matriz FODA permite realizar un diagnóstico de la situación actual de la organización (Chicaiza, 2022). Para realizar un análisis FODA se parte de la misión y visión de la organización que implica la evaluación tanto interna de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas lo que resulta fundamental para la formulación e implementación de estrategias efectivas para la organización. En el trabajo de investigación dicha matriz es favorable para el análisis situacional de los atractivos y productos turísticos, para el desarrollo de estrategias de promoción y difusión de los mismos.; además de las oportunidades y amenazas en las estrategias de difusión y comercialización de atractivos turísticos. Por lo cual, mediante el trabajo de campo y la información obtenida de encuestas y entrevistas a la población local y autoridades del GAD Parroquial de Tanicuchí y Toacaso, además de la recolección de información bibliográfica; se determinarán las ventajas y desventajas que se estructuraron. Este FODA ha de permitir comprender mejor la realidad en el contexto de la investigación, y se ha de diseñar el mismo en base a la información recopilada y a la

observación misma de la situación del proyecto en cuanto al producto y atractivos turísticos de las parroquias Tanicuchí y Toacaso.

### 11.3. Matriz de Evaluación de Factores Interna (MEFI)

**Figura 2** Ejemplo de una matriz MEFI

Ejemplo de Matriz EFI			
Factores claves internos	Peso	Calificación	Valor ponderado
<b>Fortalezas</b>			
Más de 10 años de experiencia	0.10	4	0.40
Equipo de trabajo estable	0.10	4	0.40
Ubicación privilegiada	0.10	4	0.40
Equipos y sistemas innovadores	0.10	4	0.40
Reconocimiento a nivel regional	0.10	3	0.30
Gran cartera de clientes	0.15	3	0.45
<b>Debilidades</b>			
No cuenta con sitio web	0.10	1	0.10
No hay comercialización por internet	0.05	1	0.05
No se cuenta con redes sociales	0.10	1	0.10
La publicidad es únicamente impresa	0.10	2	0.20
Total	1.00	-	2.80

**Nota:** Tomada de (Santos, 2024)

Es un instrumento de diagnóstico estratégico que permite hacer un estudio de campo, donde se pueden identificar y evaluar distintos aspectos externos que pueden afectar o influir en la expansión y crecimiento de una marca, empresa, organización o negocio. La finalidad principal de este análisis externo, es crear una lista de oportunidades y amenazas reales que pueda aprovechar estratégicamente la empresa, organización o negocio

Se debe asignar un peso de un valor que va desde 0.0 sin importancia hasta 1.0 muy importante de tal manera que la suma de todos los pesos sea igual a 1.0.

**Figura 3** Clasificación del MEFI



**Nota:** Tomado de (Hernández, 2016)

A continuación, se debe multiplicar el peso de cada factor por su calificación para determinar una clasificación ponderada para cada uno de las variables y se procede a sumar las calificaciones de cada variable. La ponderación final que va de 1.0 a un máximo de 4.0, teniendo un resultado de 2.5 lo que refleja que, si se encuentra por encima de este valor, el sector se encuentra fuerte dentro de su organización interna y si baja de 2.5 que es un sector débil para el mercado.

#### 11.4. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

**Figura 4**

*matriz MEFE*

FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Tecnología QR en desarrollo y alta penetración	8%	4	0,32
Crecimiento del número de pymes en Colombia	10%	3	0,3
Numero escaso de competidores	5%	4	0,2
Aumento en la penetración de nuevos competidores	12%	3	0,36
Apertura de nuevos sistemas de ventas	7%	3	0,21
El marketing en Colombia se encuentra en Crecimiento	13%	3	0,39
Uso de publicidad	2%	3	0,06
Apoyo del Gobierno para la creación de empresas automotores	3%	4	0,12
<b>FACTOR CRITICO</b>			
<b>AMENAZAS</b>			
Desconocimiento de la existencia de la empresa	14%	1	0,14
Ingreso al mercado de nuevos competidores	4%	1	0,04
Métodos tradicionales de Publicidad por costos	4%	2	0,08
Las empresas adopten los códigos QR en sus estrategias sin requerir de un tercero para la distribución	10%	1	0,1
Empresas con infraestructura tecnológica de punta	8%	2	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,48</b>

**Nota:** Tomada de (Muñoz, 2022)

La Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) es una herramienta de diagnóstico que nos sirve principalmente para conocer y evaluar aquellos aspectos externos que pueden afectar al crecimiento de un negocio, marca u organización.

Los valores para la calificación deben asignarse de la siguiente manera:

**Peso:** valor asignado va desde 0 hasta 1, donde 0 significa (de menor importancia) y 1(muy importante).

**Calificación:** el valor asignado va desde 4 hasta 1, donde 4 significa (respuesta superior); 3

(respuesta superior a la media); 2(respuesta media) y 1(respuesta mala).

### 11.5. Calificación Matriz de evaluación de Factores externos (MEFE)

**Figura 5** Calificación Matriz MEFE



**Nota:** Tomado de (Hernández, 2016)

Finalmente se debe realizar la multiplicación entre el peso y la ponderación agregada a cada factor luego se procede a la suma ponderada de cada una de las variables de la cantidad y amenazas críticas dando un total ponderado más alto que es 4.0. y el total ponderado más bajo 1.0. hasta 4.0 Se debe tomar en cuenta la diferencia entre de la ponderación final de las oportunidades y las amenazas, siendo lo ideal obtener un valor más alto en las oportunidades ya que esto indicaría que el sector tiene un entorno externo fuerte.

### 11.6. Matriz Interna y Externa (MIE)

**Figura 6**

*Matriz MIE*

4.0	I		II		III	
3.5	IV		V		VI	
3.0	VII		VIII		IX	
2.5						
2.0						
1.5						
1.0	1.5	2.0	2.5	3.0	3.5	4.0

**Nota:** toma de (González-Mendoza, 2019)

La matrices interna y externa consisten en la combinación de los factores internos y externos para ubicarlos mediante este plano cartesiano que se puede realizar en la plataforma

Excel y que consta de nueve segmentos que muestran el tipo de estrategia debe aplicarse para el sector cuadrantes, I, II, IV: Crecer y construir. Cuadrantes, III, V, VII: Retener y Mantener. Cuadrantes, VI, VII, IX: Cosechar, (Salas, M., 2018)

### 11.7. Matriz FODA cruzada

**Figura 7** *Matriz foda cruzada*

FODA CRUZADO			
		Factores Internos (FI) de la organización.	
		1.- Fortalezas (F)	3.- Debilidades (D)
Factores Externos (FE) dados por el entorno	2.- Oportunidades (O)	5.- Estrategias FO (ofensivas) Se utilizan las fortalezas para aprovechar y potenciar las oportunidades	6.- Estrategias DO Se aplican superando las debilidades y aprovechando las oportunidades
	4.- Amenazas (A)	7.- Estrategias FA Se utilizan las fortalezas para enfrentar las amenazas	8.- Estrategias DA (defensivas) Se evitan las amenazas que puedan impactar las debilidades

**Nota:** Tomada de (León, 2021)

“La matriz FODA cruzado consiste en identificar acciones estratégicas, las cuales junto con las grandes estrategias de la empresa serán el marco para concretar el plan estratégico y operativo de la empresa” (Siguinza, & Javier, 2015). Es en esencia la culminación del “Análisis de Debilidades y Fortalezas (FODA)” (Kotler & Keller2011).

La matriz foda cruzada sirve como instrumento en el cual se puede plasmar las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas que sirve para examinar las estrategias y direcciones que han de tomar dichas empresas antes de plantear o iniciar un proyecto el principal objetivo de implementar esta estrategia es analizar y poder tomar mejores decisiones estratégicas con una mejora de una visión de mejorar a futuro

### 11.8. Plan de acción

Después de recopilar información exhaustiva sobre la situación actual del turismo en la Parroquia Tanicuchí, y al analizar los resultados obtenidos en las matrices, se concluye que es necesario implementar un plan de acción que contemple las 5 estrategias de impacto alto para la promoción y difusión de los atractivos y productos turísticos de la zona

Un plan de acción es una herramienta de gestión empresarial que establece el camino a seguir para alcanzar los objetivos de un negocio. Se compone de una lista detallada de actividades, responsables y plazos, y permite supervisar el progreso de cada componente. El éxito de un plan de acción radica en su revisión constante para asegurar su cumplimiento. Esta herramienta facilita la organización de un proyecto en diferentes etapas y tareas, sirviendo como guía para alcanzar los objetivos establecidos. (Rodríguez, 2024)

El plan de acción permitirá organizar el proyecto por actividades y fases, describiendo cada una de ellas en un documento que servirá como guía para lograr los objetivos establecidos. Cada trabajador o colaborador involucrado en el proyecto podrá conocer cuáles son las tareas que le corresponden y el tiempo que dispone para cumplirlas, lo que permitirá un mejor control y seguimiento del cumplimiento del plan de acción.

**Tabla 9** *Plan de acción*

Estrategia táctica				
Actividades	Responsable	Tiempo	Recursos	Materiales
Planificación	Investigador	1 día	Libros, tesis, entrevista. Encuestas cuestionarios	Guía de Entrevistas computadora, celular
Fase de ejecución	Investigador	6 días	Parques, montañas, monumentos, museos, transporte, alojamiento comida y bebida	Cámara Fotográfica y/o Cámara de Video Fichas del MINTUR
Fase de seguimiento	Investigador	2 días	Se consultaron fuentes secundarias como el INEC,	Cuaderno de Campo/Grabadora,

**Nota:** Elaborado por Angel Toalombo (2025)

## **11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

**Objetivo 1: Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de las parroquias, mediante la aplicación de la metodología del Ministerio de Turismo (MINTUR) obteniendo una base de datos.**

Se presenta en el apartado los atractivos turísticos referentes a las dos parroquias de interés, la información fue levantada mediante la ficha del Inventario Turístico propuesta por el Ministerio de Turismo (2018). La información es resumida en los siguientes parámetros: Datos generales (nombre del atractivo, categoría, tipo y subtipo y estado de conservación); acorde a la clasificación del atractivo turístico natural o cultural. En este sentido, la Tabla 10 presenta los atractivos culturales y naturales de las parroquias Tanicuchí y Toacaso Dichas tablas presentan un resumen de los atractivos turísticos hallados en las parroquias de estudio, dado que las fichas se evidencian en el Apéndice 3

### **Inventario de atractivos turísticos de la parroquia Tanicuchi**

Para realizar el presente objetivo se inició con la revisión de fuentes bibliográficas sitios web y documentos, para identificar los atractivos turísticos que existen en las parroquias Tanicuchí, Se solicito a la Dirección de cultura y turismo del cantón Latacunga el catastro, de igual manera se pidió información a los GAD parroquiales de Tanicuchí, donde nos facilitaron el Plan de Desarrollo de Territorio de las parroquias realizada en el periodo 2023-2027. En la Tabla 10 esta detallado nombre, categoría, tipo, subtipo y estado de conservación de cada uno de los atractivos inventariados en la salida de campo.

**Tabla 10** *Inventario de Atractivos Turísticos Parroquia Tanicuchí*

<b>PARROQUIA TANICUCHÍ</b>				
<b>NATURALES</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Estado de conservación</b>
Vertiente de agua dulce Pachosalag	Atractivos Naturales	Aguas Subterráneas	Manantial de agua mineral	Conservado
Chorrera de Pachosalag	Atractivo Natural	Río	Cascada	Conservado
Vertientes de la Avelina	Atractivos Naturales	Agua Subterránea	Manantial de agua Subterránea	En proceso de deterioro
El mirador	Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña	Conservado
Vertiente de agua mineral de Rioblanco Alto	Atractivo Natural	Agua Subterráneas	Manantial de agua Mineral	Conservado
Vertientes de Quingahuano	Atractivos Naturales	Agua Subterránea	Manantial de agua Mineral	Conservado
El Potrillo	Atractivo Natural	Ambientes Lacustre	Pantano	Conservado
<b>Cultural</b>				

Puente Negro	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Sitio Histórico	En proceso de deterioro
Centro Intercultural Comunitario de Tanicuchí	Manifestación Culturales	Arquitectura	Área Histórico	Conservado
Iglesia Parroquial de Tanicuchí	Manifestación Culturales	Arquitectura	Área Histórico	Conservado
Plaza de Toros Monumental San Lorenzo de Tanicuchí	Manifestación Cultural	Arquitectura	Área histórica	En proceso de deterioro
Torreón de Lasso	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Histórico	Conservado
13 Estación de Ferrocarril de Lasso	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Histórico	Deteriorado
Hostería la Ciénega	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Histórico	Conservado
Hacienda la Avelina	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Histórico	Conservado
Monumento a Simón Bolívar	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumento	Proceso de Deterioro
Parque la familia	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio Publico	Conservado
Fiesta de 10 de agosto	Manifestación cultural	acontecimientos programados	Eventos artísticos	Conservado

Nota: La tabla presenta los atractivos naturales y culturales de Parroquias Tanicuchí



Al no contar con un registro de los productos turísticos se realizó una salida de campo de 8 días, la cual nos permitió registrar información más precisa, sobre los atractivos turísticos que tiene Tanicuchi, pero al momento de acercarnos a pedir información en el GAD parroquial Tanicuchi nos supieron manifestar que los recursos y establecimientos que se encuentran localizados son mínimos pero que les gustaría tener apoyo de alguna Institución para poder promocionar y difundir sus recursos mediante una propuesta de gestión turística que comprende la implementación de los productos y servicios turísticos, por ende se ha realizado la salida de campo que nos permitió registrar cada uno de los productos y atractivos que posee Tanicuchi con la ayuda de las fichas del MINTUR 2018

los atractivos turísticos registrados en la salida de campo 7 son naturales y 11 son culturales dando un total de 18 atractivos, de los cuales 8 se encuentran en lugares privados la falta de seguridad, información y accesibilidad han causado que las autoridades no tengan algún tipo de interés sobre estos recursos turísticos de los 10 atractivos restantes ubicados en espacios públicos se encuentran conservados y en proceso de deterioro por lo que regularmente no son concurridos con frecuencia. Con la salida de campo que se realizó se pudo identificar y actualizar cada uno de los atractivos turísticos identificados con la ayuda de una entrevista realizada a los pobladores de la parroquia de Tanicuchí sobre si saben dónde están localizados cada uno de los atractivos ya antes mencionados y con la ayuda de las fichas del MINTUR 2018 se ha podido identificar cada una de ellas la cual está interpretada en la Tabla N 7 donde se detalla tipo, subtipo, jerarquización, y coordenadas de cada uno de los atractivos turísticos pertenecientes a la Parroquia de Tanicuchi la cual esta detallada en las fichas del Ministerio del Turismo .

### **11.1. Inventario de Atractivos turísticos de Toacaso**

Toacaso está ubicada en el centro del país perteneciente al cantón Latacunga se encuentra limitada al norte con la parroquia Pastocalle y Chaupi, al sur con el Cantón Saquisilí y Guaytacama al este con la parroquia Tanicuchí y al oeste con el cantón Sigchos la parroquia de Toacaso es conocida turísticamente por sus nevados de los Ilinizas, de igual manera sus bosques nativos, miradas, comunidades, costumbres, tradiciones, fiestas populares.

El clima de la parroquia de Toacaso está determinada por la altitud, la influencia de los vientos que es cálido trópico y otras veces se aproxima al nevado de los Ilinizas pese a los diferentes climas en diferentes días es muy factible visitar los diferentes lugares de Toacaso posee una temperatura entre 6°C a 12°C pese a tener una variación en su temperatura.

Toacaso es privilegiado por tener recursos hídricos como son los páramos y bosques nativos y el nevado Iliniza, también un suelo con características poco definidas como un suelo de bajas temperaturas de desarrollo de climas húmedos fríos y cálidos, sus suelos están cubiertos por cultivos de ciclo corto, como producto de la intervención humana, sus principales productos de siembra suelen ser papa, habas, melloco y maíz, de igual manera la producción de leche que ha tomado fuerza que en la actualidad es una actividad económica más importante de la parroquia tanto para la comunidad campesina como para la producción de UPAS, además de ello la parroquia de Toacaso está conformado por 21 comunidades se puede decir que la parroquia de Toacaso posee una rica extensión de recursos naturales los cuales son aprovechados por sus pobladores y además de ello se puede realizar una variedad de actividades como también disfrutar de sus fiestas llenas de

alegría y llenas de emociones donde se podrá interactuar entre todos lleno de música y desfiles.

**Tabla 11** *Inventario de atractivos turísticos de la Parroquia Toacaso*

<b>PARROQUIA TOACASO</b>				
<b>NATURALES</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Estado de conservación</b>
Mirador Río Blanco	Sitio natural	Montaña	Colina	Conservado
Laguna Verde de Azufre	Sitio natural	Ambiente Lacustre	Laguna	Conservado
Nevados los Ilinizas	Sistema de áreas Protegidas	Montañas	Glaciares	Conservado
Vivero Forestal Razyacu Corazón	Sitio Natural	Montaña	Forestal	Proceso de deterioro
Rasayacu Corazón	Sitio natural	Montañas	Alta Montaña	Conservado
Cerro Tisijuchi	Sitio natural	Montañas	Baja Montaña	Conservado

Cascada el Corazón	Sitio natural	Río	Cascada	Conservado
Bosque Nativo de Pilacumbi	Sistema de áreas Protegidas	Área Nacional de recreacional	Área Nacional de recreacional	Conservado
Bosque wakeawasi	Sitio natural	Bosque	Húmedo tropical	Conservado
Mirador Laguaamasa	Sitio natural	Montaña	Alta montaña	Conservado
Mirador Cruz Blanca	Sitio natural	Ríos	Cascada	Conservado
Cascada Sinchi Sacha	Sitio natural	Ríos	Cascada	Conservado
Cerro Topalevi	Sitio natural	Montañas	Colina	ita de deportes extremos
Camino del Inca	Sitio natural	Montaña	Cordillera	Conservado
Cerro del amor	Sitio natural	Montañas	Altas montañas Turismo	

---

**CULTURAL**

Iglesia central Toacaso	Manifestación cultural	acontecimientos programados	Eventos artísticos	Conservado
Semana Santa Fiestas de Cuasimodo	Manifestación cultural	acontecimientos programados	Fiestas	Conservado
Fiestas Patronales San Antonio de Padua	Manifestación cultural	acontecimientos programados	Fiestas	Conservado
Festividades en honor a San Pedro	Manifestación cultural	acontecimientos	Fiestas	Conservado
Celebración de Finados	Manifestación cultural	acontecimientos programados	Fiestas	Conservado
Hacienda Cotopilaló	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Histórico	Conservado
Festividades de la Virgen de las Mercede	Manifestación cultural	Etnografía	Fiesta	Conservado
Festividades en honor a la Virgen del Quinche	Manifestación cultural	Acontecimientos programados	Fiestas	Conservado
Fiestas patronales San Antonio de Paude	Manifestación cultural	Acontecimientos programados	Fiestas	Conservado

**Nota:** La tabla presenta el inventario de atractivos turísticos de la parroquia Toacaso

Toacaso tiene una herencia milenaria pre Inca e Hispánicos por lo que los pobladores actuales son considerados fruto de la convergencia de los saberes por lo cual se detalla las características como tipo, subtipo y estado de conservación de cada uno de los atractivos por lo cual se realizó una salida de campo de 8 días donde se actualizo y recopilo información acerca de los atractivos turísticos de Toacaso , Una vez clasificado actualizado los atractivos turísticos existentes de la parroquia se procede a identificar cuantos atractivos culturales y naturales existen.

Se puede apreciar que Toacaso cuenta con 15 atractivos naturales y 9 culturales, dando un total de 24 atractivos turísticos, las cuales incluyen haciendas, montañas, parques lagunas iglesias y festividades etc., se puede apreciar que la mayoría de los atractivos se encuentran en buenas condiciones y que gracias a las autoridades de Toacaso se ha podría diseñar una ruta turista que ha generado ingresos para cada uno de estos pobladores de esta parroquia. En relación a los atractivos cultures aún se mantiene como son fiestas y que son de gran interés de visitantes, se realizó el levantamiento de información con la ayuda de las fichas del MINTUR 2018 en las cuales se puedo apreciar e identificar cada uno de los sitios y atractivos turísticos con la ayuda de los pobladores de la parroquia toacaso se puedo agilizar un poco más rápido el llenado de las fichas

### **11.2. Valoración de atractivos turísticos**

Una vez de haber clasificado y actualizado cada uno de los atractivos turísticos existentes de las parroquias se debe realizar una valoración de estado actual, considerando no solamente las condiciones en la cual se encuentra sino también tomando en cuenta otros aspectos, mismos que se detallan de mejor manera en la siguiente tabla 12.



**Tabla 12** *valoración de atractivos turísticos*

<b>Tanicuchí</b>										
<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Estado de Conservación</b>	<b>Higiene y seguridad</b>	<b>Política y regulaciones</b>	<b>Que se practica en el atractivo</b>	<b>Difusión de medios de promoción</b>	<b>Registro de visitantes</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Total</b>
Vertiente de agua dulce	4	0	19	0	0	0	2	0	0	25
Pachosalag										
Chorrera	de 5	0	14	6	0	9	0	0	3	37
Pachosalag										
Vertientes de la Avelina	2	0	2	5	0	9	0	0	3	21

El mirador	0	3	14	1	0	9	0	2	0	29
Vertiente de agua mineral de Rioblanco Alto	0	1,5	2	5	0	9	0	0	3	20,5
Vertientes de Quingahuano	2	1,5	15	6,6	0	9	0	0	2	36,9
El Potrillo	0	3	14	7,5	0	0	0	0	0	24
Puente Negro	4	0	14	4,2	0	0	0	0	0	22
Centro Intercultural Comunitario de Tanicuchí	5	0	19	6	10	9	4	5	3	61

Iglesia Parroquial de Tanicuchí	5	1,5	15	6,6	0	9	0	0	2	39,1
Plaza de Toros Monumental San Lorenzo de Tanicuchí	12	10,2	14	9,1	3	9	2	2	0	61,3
Torreón de Lasso	5	4,5	12	11,3	10	12	2	2	3	61,3
Estación de Ferrocarril de Lasso	5	4,5	14	2,1	10	9	3	5	0	52,6
Hostería la Ciénega	8	6,3	14	8,4	10	12	7	7	5	77,77

Hacienda la Avelina	5	10,2	14	11,3	0	12	7	2	1	62,5
Monumento a Simón Bolívar	5	4,2	14	3,3	0	0	0	0	0	26,5
Parque la familia	8	4,2	14	6	0	9	0	0	0	41,2
Fiesta de 10 de agosto	8	4,2	14	10,5	10	9	4	0	5	64,7

### Toacaso

Nombre del Atractivo	Accesibilidad y Conectividad	Planta Turística	Estado de Conservación	Higiene y Seguridad Turística	Políticas y Regulación	Que se practica en el atractivo	Difusión de medios de promoción	registro de visitantes	Recursos Humanos	Total
----------------------	------------------------------	------------------	------------------------	-------------------------------	------------------------	---------------------------------	---------------------------------	------------------------	------------------	-------

Iglesia central Toacaso	9	2,3	9	8	3	0,0	5	0,0	1,9	38,2
Semana Santa Fiestas de Cuasimodo	13	3	10	9	4,1	0,0	0,0	0.0	0.0	39,1
Fiestas Patronales San Antonio de Padua	16	4	5	5,3	6,2	0,0	3,5	0.1	0.0	40,1
Festividades en honor a San Pedro	7	5	3	5	3	2	1	0	0	45

Celebración de Finados	17	5,3	1,5	4,3	3,5	0,0	0,5	6,3	7,3	42
Hacienda	10	9	9	8	8	9	5	2	3,2	<b>63.2</b>
Cotopilaló										
Festividades de la Virgen de las Mercede	5,8	3,7	2,3	4,3	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	38
Festividades en honor a la Virgen del Quinche	7	8	4	5,1	3,3	2	0	0	0	36

Fiestas patronales San Antonio de Paude	6	3	5	2	1	3	0	0	0	37
Mirador Río Blanco	5,7	1,9	2,8	2,3	2,5	0,0	0,5	0,0	0,0	38,5
Laguna Verde de Azufre	9	5	4	2	4	0,0	0,0	0,0	0,0	39,1
Nevados los Ilinizas	13	9	9	8	7	6.1	6	5	7	70,1
Vivero Forestal Razyacu Corazón	5,7	2,1	2,8	2,3	2,5	0,0	0,5	0,0	0,0	45

Cerro	10	6	8	6	6	10	5	5	0	56
Tisijuchi										
Cascada el	12	9	9	7	7	8	5,1	0	0	57,8
Corazón										
Bosque	9	8	7	6	4	7	4.6	0	0	45,6
Nativo de										
Pilacumbi										
Bosque wakeawasi	9	7	4	0	0	0	0	0	0	20
Mirador										
Laguaamasa										
Mirador	9	6	3	3	4	7	5	0	0,5	38,5
Cruz Blanca										

Cascada sinchi Sacha	9	5	2	1	5	2	0	0	0	24
Cerro Topalevi3	10	7	1	2	5	1	0	0	0	26
Camino del Inca2	11	9	5	6	5	2	0	0	0	38,5
Cerro del amor1	12	7	8	3	2	6	5	0	0	45

**Nota:** los datos recopilados fueron obtenidos mediante la salida de campo

Como se puede observar, la parroquia Tanicuchí se encuentran 7 atractivos naturales, mientras que en la parroquia Toacaso 15 atractivos naturales. Estos atractivos naturales son netamente de montaña baja y Alta montaña, en donde se pueden realizar actividades de fotografía, recorridos guiados y conciencia. De estos atractivos únicamente tres se encuentran conservados, dos en proceso de deterioro y uno deteriorado. Estos atractivos no suelen ser muy visitados por los moradores, y las personas que realizan excursiones hacia los destinos específicos, lo hacen ocasionalmente. El desconocimiento de estos atractivos ha provocado que se vayan deteriorando y que algunos se descuiden en el mantenimiento de senderos y vías de acceso. Se puede apreciar que tanto las parroquias Tanicuchí cuentan con 11 atractivos turísticos culturales y en la parroquia Toacaso 9, mismos que incluyen, haciendas, artesanías, iglesias, y festividades de la zona, sin embargo, se observaron 2 atractivos que están deteriorados, sobre todo en Toacaso, mientras que otros se encuentran en proceso de deterioro, pero aún existen otros que se encuentran conservados, gracias a la persistencia de la gente en mantener su cultura y sus raíces vivas. Los atractivos culturales que mantienen las parroquias son aquellos que están más arraigados a la vida cotidiana de los moradores, y que se asocian también a la producción de artesanías y a las fiestas sacras que festejan. Mencionar que se han inventariado 1 atractivos natural que forman parte de los recursos que tiene la parroquia Toacaso, se ha realizado el levantamiento de información con ayuda de las fichas del Ministerio de Turismo (MINTUR) En los atractivos turísticos de la parroquia Toacaso en el año 2024 se contaba con 8 atractivos: 7 culturales y 1 natural, en la actualidad se ha realizado salidas de campo con el objetivo de identificar atractivos turísticos para inventariarlos y formarlos parte de una base de datos, en este ámbito se han identificado 2 atractivos culturales nuevos que se encuentran en jerarquía II, lo cual se observa que tiene un desarrollo turístico favorable a pesar de empezar recientemente a funcionar para la actividad turística.

### 11.3. Jerarquía de atractivos turísticos

Luego de haber valorado y categorizado los atractivos turísticos se debe asignar una jerarquía que va de I a IV, para la facilitación del trabajo del diseño de la ruta establecida, se deben establecer aspectos generales. Por tanto, la jerarquía de los atractivos turísticos queda de la siguiente manera

**Tabla 13** Jerarquía de atractivos naturales de la parroquia Tanicuchí

<b>NATURALES</b>					
	<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Calificación</b>	<b>Jerarquía</b>
1	Vertiente de agua dulce Pachosalag	Agua Subterráneo	Manantial de agua	25	I
2	Chorrera de Pachosalag	Rio	Cascada	37	II
3	Vertientes de la Avelina	Agua Subterráneo	Manantial de agua subterránea	21	I
4	El mirador	Montaña	Baja montaña	29	I
5	Vertiente de agua mineral de Rioblanco Alto	Agua Subterránea	Manantial de agua mineral	20,5	I
6	Vertientes de Quingahuano	Agua Subterránea	Manantial de agua	36,5	II
7	El Potrillo	Ambiente Lacustre	Pantano	24	I
<b>CULTURALES</b>					
1	Puente Negro		Sitio Histórico	22	I
Arquitectura					

2	Centro Intercultural Comunitario de Tanicuchí	Arquitectura	Sitio Histórico	61	III
3	Iglesia Parroquial de Tanicuchí	Arquitectura	Sitio Histórico	39,1	II
4	Plaza de Toros Monumental San Lorenzo de Tanicuchí	Arquitectura	Sitio Histórico	61,3	III
5	Torreón de Lasso	Arquitectura	Sitio Histórico	61,3	III
6	Estación de Ferrocarril de Lasso	Arquitectura	Sitio Histórico	52,6	II
7	Hostería la Ciénega	Arquitectura	Sitio Histórico	77,77	III
8	Hacienda la Avelina	Arquitectura	Sitio Histórico	62,5	III
9	Monumento a Simón Bolívar	Arquitectura	Monumento	26,5	I
10	Parque la familia	Arquitectura	Espacio Público	41,2	II
11	Fiesta de 10 de agosto	Acontecimientos programados	Eventos Artísticos	64,7	III

**Nota:** la tabla muestra los atractivos culturales con su respectiva jerarquía de tipo, subtipo, calificación de la parroquia Tanicuchí

Como se puede apreciar luego de ordenar y jerarquizar cada uno de los atractivos turísticos naturales de las Parroquias Tanicuchí y, se puede apreciar que en su mayoría se ubica en la jerarquía de I y II, lo que quiere decir que al pasar el tiempo cada uno de estos lugares ha ido perdiendo afluencia de turista o a la vez se encuentran en malas condición o tienen algún otro tipo de programa o la falta de interés de las autoridades en el ámbito turístico.

En relación a los atractivos inventariados culturales de Tanicuchí se puede apreciar que 2 atractivos turísticos los cual son el Puente Negro y el Monumento a Simón Bolívar se

encuentra en la jerarquía I esto nos quiere decir que estos atractivos se encuentran en proceso de deterioro, no cuentan con buenas condiciones para su visita y falta de interés, en la jerarquía II tenemos 3 atractivos turísticos a la Iglesia de Tanicuchi, Estación Ferrocarril de Lasso y al parque la familia lo que nos quiere decir que tienen rasos de interés de los visitantes de un producto turístico y los 6 atractivos turísticos restantes se encuentran en la jerarquía III los cuales los hacen actos para motivar a los turistas a visitar Tanicuchí.

Además de ellos se puede visualizar que cada uno de estos recursos con el pasar de los años ha ido implementando nuevas formas de atraer turistas que ha causado que ellos visiten la parroquia de Tanicuchí, cada uno de estos lugares está a disposición de las personas que las quieran visitar pero por la falta de interés de las autoridades se puede apreciar que estos recursos turísticos existentes en Tanicuchi son privadas pero con ayuda de instituciones se podría tener algún tipo de convenio para poder llegar a un acuerdo y poder generar un producto turístico o diseñar.

Poco son los atractivos que pertenecen a la jerarquía I ya al pasar los años en la Parroquia de Tanicuchi se ha perdido el desinterés por las autoridades por dar mantenimiento a estos recursos la falta de seguridad la dificultad de acceso ha causado que la mayoría de las personas pierdan el interés de visitar estos lugares y por lo tanto se encuentren en el olvido la mayoría de estos atractivos turísticos se los puede encontrar en propiedades privadas por lo cual para tratar de ingresar a ellos se debe conseguir la autorización de los propietarios de los terrenos además de eso estos atractivos turísticos cuentan con una infraestructura de buenas y malas condiciones lo que causa el desinterés por parte de las autoridades por tomar acciones para la mejora o arreglo de estos sitios tomando en cuenta que para ello primero se debe realizar una solicitudes dirigida a los propietarios de los territorios donde se ubican estos atractivos turísticos.

**Tabla 14** Jerarquía de atractivos turísticos de la parroquia Toacaso

<b>NATURALES</b>					
	<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Calificación</b>	<b>Jerarquía</b>
1	Mirador Rio Blanco	Ambiente Lacustre	Alta Montaña	<b>38.5</b>	<b>II</b>
2	Laguna Verde de Azufre	Laguna	Laguna	<b>39.1</b>	<b>II</b>
3	Nevado los Iliniza	Área nacional de reacción	Área nacional de reacción	<b>70,1</b>	<b>III</b>
	Vivero Forestal 4 Razyacu Corazón	Forestal	Alta Montaña	<b>45</b>	<b>II</b>
5	Rasayucu Corazón	Forestal	Alta Montaña	<b>28,4</b>	<b>I</b>
6	Cerro Tisijuchi	Montaña	Alta Montaña	<b>56</b>	<b>II</b>
	Cascada el 7 Corazón	Rio	Cascada	<b>57,8</b>	<b>II</b>
8	Bosque nativo Pilacumbi	Área Nacional de Recreación	Área Nacional de Recreación	<b>45,6</b>	<b>II</b>

9	Bosque wakeawasi	Bosque	Húmedo tropical	<b>20</b>	<b>I</b>
10	Mirador	Montaña	Alta	<b>12</b>	<b>I</b>
	Laguaamasa		Montaña		
11	Mirador Cruz	Ríos	Cascada	<b>38,5</b>	<b>II</b>
	Blanca				
12	Cascada sinchi	Ríos	Casada	<b>24</b>	<b>I</b>
	Sacha				
	Cerro Topalevi	Montañas	Colina	<b>26</b>	<b>I</b>
13					
14	Camino del inca	Montaña	Alta Montaña	<b>38.5</b>	<b>II</b>
15	Cerro del amor	Montañas	Altas Montañas	<b>45</b>	<b>II</b>
<b>Culturales</b>					
1	Iglesia central	Acontecimiento	Eventos	<b>38,2</b>	<b>II</b>
	Toacaso	Programados	artísticos		
2	Sema Santa	Acontecimiento	Fiestas	<b>39,1</b>	<b>II</b>
	Fiestas de	Programados			
	Cuasimodo				
3	Fiestas Patronales	Acontecimiento	Fiestas	<b>40.1</b>	<b>II</b>
	San Antonio de	Programados			
	Padua				

4	Festividades en honor a San Pedro	Acontecimientos programados	Fiestas	<b>45</b>	<b>II</b>
5	Celebración de Finados	Acontecimiento Programados	Fiestas	<b>42</b>	<b>II</b>
6	Hacienda Cotopilalo	Arquitectura	Sitio Histórico	<b>63,2</b>	<b>III</b>
7	Festividades de la virgen de la Merced	Arquitectura	Sitio Histórico	<b>38</b>	<b>II</b>
8	Festividad en honor a la Virgen del Quinche	Arquitectura	Sitio Histórico	<b>36</b>	<b>II</b>
9	Fiestas patronales San Antonio de Paude	Acontecimientos programados	Fiestas	<b>37</b>	<b>II</b>

**Nota:** la primera jerarquía corresponde a la información a través del inventario elaborado por el GAD parroquial de Tanicuchí y la jerarquía de comparación del año 2024 se ha realizado mediante información recopilada durante la investigación

En relación a los atractivos inventariados de la parroquia Toacaso se puede apreciar que 15 atractivos turísticos son atractivos naturales y 9 atractivos culturales los cuales el Cerro Topalevi, Rasayucu Corazón, Cascada sinchi Sacha, Mirador Laguaamasa y Bosque wakeawasi se encuentra en la jerarquía I, 17 atractivos en jerarquía II lo que quiere decir que estos lugares turísticos al pasar el tiempo se están adecuando con la mejora de sus establecimientos o a la vez la mejora de los atractivos turísticos ya que en la salida de campo se puede observar que estos atractivos turísticos han implementados nuevas formas de atraer la atención de los turistas no solo referente en su forma de atender sino en su forma

de adecuarse a las condiciones del turistas la requiera estos 17 atractivos turísticos que están en la jerarquía II pueden ser aprovechadas por los pobladores de la parroquia de Toacaso no solo para su beneficio sino también para el cuidado y en mantenimiento de estos lugares y así esto pueda ser de gran ayuda para la parroquia.

En la jerarquía III tenemos a dos atractivos turísticos las cuales cumplen con las condiciones necesarias para brindar un buen servicio a cualquiera que visite estos lugares con la ayuda de estos lugares se podría acoger y brindar un buen servicio a todos los turistas.

#### **11.4.Comparación de jerarquías de los atractivos turísticos y culturales de la parroquia Toacaso**

**Tabla 15** *Comparación de jerarquía de los atractivos turísticos*

<b>COMPARACIÓN DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS</b>		
<b>atractivos</b>	<b>inventario</b>	<b>actualizado del inventario</b>
Mirador Rio Blanco	-	<b>II</b>
Laguna Verde de Azufre	-	<b>II</b>
Nevado los Iliniza	<b>III</b>	<b>III</b>
Vivero Forestal Razyacu	-	<b>II</b>
Corazón		
Rasayucu Corazón	-	<b>I</b>
Cerro Tisijuchi	-	<b>II</b>
Cascada el Corazón	-	<b>II</b>
Bosque nativo Pilacumbi	<b>I</b>	<b>II</b>
Bosque wakeawasi	-	<b>I</b>
Mirador Laguaamasa	-	<b>I</b>

Mirador Cruz Blanca	<b>II</b>	<b>II</b>
Cascada sinchi Sacha	-	<b>I</b>
Cerro Topalevi	-	<b>I</b>
Camino del inca	<b>II</b>	<b>II</b>
Cerro del amor	.	<b>II</b>
Iglesia central Toacaso	-	<b>II</b>
Sema Santa Fiestas de Cuasimodo	-	<b>II</b>
Fiestas Patronales San Antonio de Padua	-	<b>II</b>
Festividades en honor a San Pedro	-	<b>II</b>
Celebración de Finados	-	<b>II</b>
Hacienda Cotopilalo	-	<b>III</b>
Festividades de la virgen de la Merced	-	<b>II</b>
Festividad en honor a la Virgen del Quinche	-	<b>II</b>
Fiestas patronales San Antonio de Paude	-	<b>II</b>

**Nota:** la primera jerarquía corresponde a la información a través del inventario elaborado por el GAD parroquial de Toacaso y la jerarquía de comparación del año 2024 se ha realizado mediante información recopilada durante la investigación

la base de datos recopilada del Gad parroquia Toacaso del 2022 se puede identificar que han inventariado 11 atractivos turísticos, las cuales se obtuvo en la salida de campo el

cual tenía como objetivo identificar atractivos turísticos para inventariarlos y formar una base de datos, en la cual se pueden identificar 12 atractivos turísticos tanto culturales como naturales nuevos de la parroquia de Toacaso 9 naturales y 3 culturales los cuales están en jerarquía I Y II lo que nos dice que el desarrollo turístico es favorable además de ello se puede apreciar que de poco estos lugares han ido mejorando en alojamiento, transporte alimentación y actividades que se desarrollan como también en infraestructura.

Por lo cual se identificó que la parroquia de toacaso cuenta con 24 atractivos turísticos 15 naturales y 9 culturales 5 de ellos están en la jerarquía I y 17 en la jerarquía II y 2 de ellos en la jerarquía III se puede decir que son pocos los atractivos que están en la jerarquía I ya que la parroquia de Toacaso ha tratado de implementar nuevos métodos de llamar la atención de los turistas no solo en la mejora de estos lugares sino también en los servicios que pueden brindar.

En relación a investigaciones anteriores se puede apreciar que Toacaso se encuentra en constante movimiento de cada uno de los atractivos que se encuentra en la parroquia y tratan de salir adelante con la mejora de cada uno de estos lugares, además de ellos se puede apreciar que han diseñado una ruta turista en la cual se podrá aprender una variedad de actividades relacionadas al turismo de igual forma se ha mejorado en la atención y en los servicios turísticos pero que por falta de pago no han podido promocionar y difundir su ruta turística por lo cual se puede evidenciar que casi muy poca cantidad de personas conocen este lugar pero se puede observar el interés de las personas acerca de la ruta la cual ellos tratan de promocionar ya que podría generar ingresos extras a sus hogares y de igual manera podrían conocer y apreciar más acerca de la parroquia Toacaso. Pocos son los atractivos que permanecen en jerarquía I, ya que se ha incrementado presencia de infraestructura, falta de mantenimiento, dificultad de acceso y se puede evidenciar en la comparación de los atractivos turísticos de acuerdo a la jerarquización, el desarrollo turístico

para la mayoría de atractivos ha ido sobresaliendo de una manera poco favorable debido al descuido por parte de las autoridades y a la vez por los mismos pobladores, creando aspectos negativos como los procesos de deterioro en cada uno de ellos.

### **11.5.Resultado del Objetivo 2**

#### **Objetivo 2: Identificar productos turísticos en las parroquias Tanicuchí y Toacaso mediante la aplicación del Manual para la Planificación de Productos Turísticos obteniendo una base de datos**

Para la realización del segundo objetivo se realiza una revisión bibliografía del Manual de Productos turísticos de Perú del 2014 el cual consta de 3 etapas la de planificación, implementación comercialización y marketing en la cual están de talladas los procesos que se deben seguir para el diseño de un producto turístico, de tal manera que para la elaboración del trabajo de investigación se utilizara únicamente la etapa 1 de planificación hasta el paso número 3, tomado en consideración que con esto se podrá analizar la situación actual del área en la cual se desarrolla y todos los caracteres que fueron tomadas en cuenta para el desarrollo del producto turístico.

Para el levantamiento de información acerca del producto turístico se utilizaron las fichas que ofrece el manual de productos turístico de Perú, específicamente las fichas s 1//3, 2/3 y 3/3, estas fueron indispensables para poder dar análisis a todas las características que la ruta Turística de Toacaso tomo en cuenta para considerarse producto y de tal manera en la actualidad sigue en total proyección para incrementar actividades o a la vez incluir atractivos turísticos que sean de agrado para el turista.

## 11.6. Análisis del destino

### 11.6.1. Ubicación

La parroquia de Toacaso se encuentra rodeado de unos majestuosos volcanes, como el Cotopaxi, posee una herencia hinca milenaria, en sus territorios habitaron pobladores pre Incas y pre Hispánicos además de ello es conocido por sus nevados de los Ilinizas, con una temperatura que varía entre los 12 °C y 22°C durante el día y durante la noche van desde 5 °C y 6 °C específicamente en días de invierno.

### 11.6.2. Límites

**Tabla 16**

*Límites de la parroquia*

<b>LIMITES DE LA PARROQUIA</b>	
Norte	la parroquia Toacaso y Chaupi
Sur	Saquisilí Tanicuchí y Guaytacama
Este	Tanicuchí
Oeste	el Cantón Sigchos

**Nota:** Adaptada del GAD parroquia de Toacaso

### 11.6.3. Población

La parroquia de Toacaso según el censo del 2022 cuenta con una población de hombres de 52 58 hombres y con una población de mujeres de 5,779 (PDOT 2023-2027).

### 11.6.4. Flora

Se encuentran especies vegetales que subsisten en el territorio de la parroquia Toacaso entre ellas tenemos las siguientes orejas de mono, chilco blanco, chilco blanco, marco, manzanilla etc.

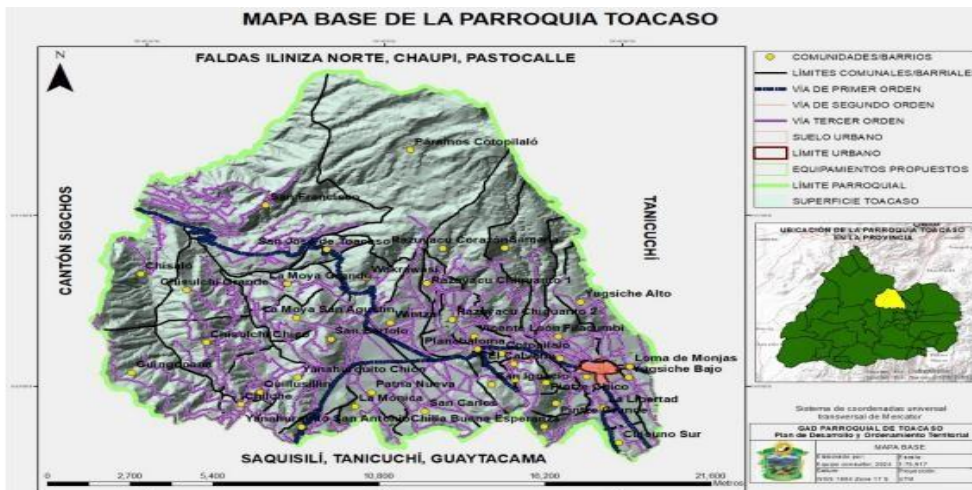
**11.6.5. Fauna**

Existe una gran extensión de conjuntos de seres vivos que habitan el territorio de la parroquia de Toacaso las cuales han formado un laso ecológico de distintos tipos y compartiendo unas especies. Entre las cuales podemos encontrar raposa, gorriones, guarro, cóndor, conejo, zorro, lobo etc.

**11.7. Mapa de Ubicación Política y Geográfica de la Parroquia Toacaso**

**Figura 8**

*Mapa de Ubicación Política y Geográfica de la Parroquia Toacaso*



**Fuente:** PDOT,2023-2027

**11.8. Accesibilidad**

En esta parte se ha tomado en cuenta la información recopilada en la salida de campo las cuales fueron registradas con diferente información de las diferentes cooperativas de transporte que circulan la parroquia, disponiendo de un servicio a las personas locales y turistas que llegan o visitan este lugar.

**Tabla 17** *Sistema de Transporte*

<b>TRASPORTE</b>		
<b>Tipo de Transporte</b>	<b>Nombre de Cooperativa</b>	<b>Rutas</b>
Cooperativa de Buses	Tanicuchi	Terminal Terrestre de Latacunga A las afueras de Toacaso
Cooperativa de Camionetas	San Antonio de Toacaso	Parada Centro de Toacaso
Cooperativa de Camionetas	San Ignacio	Parada centro de Toacaso
Cooperativa de Transporte	Ilinizas	Terminal terrestre de Latacunga
Cooperativa de transporte	Reina de Sigchos	Terminal terrestre de Latacunga
Cooperativa de transporte	14 de octubre	

**Nota:** los datos obtenidos fueron recopilados mediante la salida de campo

El transporte en la parroquia de toacaso es masivo por lo general y principal mente la Cooperativa de Transporte Ilinizas recorre esto lugares, pero con menor frecuencia y las cooperativas de Transporte Reina de Sigchos 14 de octubre para brindar al sistema de transporte Inter parroquial y cantonal. Los pobladores de las comunidades y barrios frecuentemente utilizan las cooperativas de Camionetas para su movilidad y de igual manera la Cooperativa de transporte Tanicuchi , las cuales brindan sus servicios a las comunidades y barrios de la parroquia desde el centro hacia sus residencias , ya que la mayoría de buses no cumplen con las rutas y horarios que la población requiere, los costos de estos servicios de transporte van desde 0,75 desde el terminal terrestre hacia la parroquia Toacaso en bus y 0.50 centavos en camioneta pero hacia los alrededores de la parroquia.

### 11.9. Atractivos turísticos

**Tabla 18** *Atractivos Turístico de Toacaso*

<b>PARROQUIA TOACASO</b>				
	<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Categoría</b>
1	Iglesia central Toacaso	Acontecimiento Programados	Eventos Artísticos	Manifestación cultural
2	Sema Santa Fiestas de Cuasimodo	Acontecimiento Programados	Eventos Artísticos	Manifestación cultural
3	Fiestas Patronales San Antonio de Padua	Acontecimiento Programados	Eventos Artísticos	Manifestación cultural
4	Celebración de Finados	Acontecimiento Programados	Eventos Artísticos	Manifestación cultural
5	Hacienda Cotopilalo	Arquitectura	Sitio Histórico	Manifestación cultural
6	Festividades en honor a la virgen del Quinche	Arquitectura	Sitio Histórico	Manifestación cultural
7	Mirador Rio Blanco	Ambiente Lacustre	Alta Montaña	Atractivo Natural
8	Laguna Verde de Azufre	Laguna	Laguna	Atractivo Natural
9	Nevado los Iliniza	Área nacional de reacción	Área nacional de reacción	Sistema de áreas Protegidas
10	Vivero Forestal Razyacu Corazón	Forestal	Alta montaña	Sitio Natural
11	Rasavacu Corazón	Montaña	Alta Montañas	Atractivo Natural
12	Cerro Tisijuchi	Montaña	Alta Montaña	Sitios Natural
13	Cascada el Corazón	Rio	Cascada	Sitios Natural
14	Bosque nativo Pilacumbi	Área Nacional de Recreación	Área Nacional de Recreación	Sistema de áreas Protegidas

**Nota:** La parroquia de Toacaso cuenta con 14 atractivos turísticos 6 culturales y 8 naturales y una ruta turística la cual esta detallada en la base de datos que se obtuvo como resultado en el primer objetivo del proyecto de investigación

### 11.10. Actividades Turísticas

**Tabla 19** *Actividades Turísticas*

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
En atractivo Natural	En atractivo Cultural
Senderismo	Fotografía
Cabalgata	Caminata
Ciclo Turismo Montañismo	Degustación gastronómica
Interpretación Ambiental	
Avistamiento de flora y Fauna	

**Nota:** la actividad de fotografía y caminata son las actividades más realizadas

La actividad se relaciona a las actividades que se pueden dentro de productos y atractivos turísticos que tiene a disposición la parroquia, esta información es muy valiosa para el diseño de productos turísticos que suelen destacar en las actividades y actividades locales. En relación a las actividades naturales se pueden realizar senderismo de cada uno de los lugares localizados en la parroquia como también la cabalgata y el avistamiento de flora y fauna y en los atractivos culturales se realizan actividades como fotografía y degustación de las comidas que ofrecen cada uno de los lugares.

### 11.11. Servicios

Se debe detallar los servicios que están relacionadas a la actividad turística tales son establecimientos de alojamiento y de alimentación, con esto se puede garantizar que el producto de investigación que se está realizando pueda incluir una planta turística completa y acorde a las necesidades y experiencias de los turistas

**Tabla 20** *Establecimientos de alojamiento*

<b>ALOJAMIENTO</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>
Hostal	la Ciénega
Hacienda	la Avelina
Casa de huésped	Casa de Simón
Pensión	OMIGSE San Ignacio
Casa de huésped	Casa Don Vinicio
Hostal	Alma Sur
Hostal	La casa de Simón

**Nota:** los precios varían según cada uno de los lugares identificados, pero en general se tomó en cuenta a la hacienda la ciénega que tiene un costo desde 96 a 260 dólares por persona, con horario de atención de 24 horas.

**Tabla 21** *Establecimientos de alimentación y bebida*

<b>ALOJAMIENTO Y BEBIDAS</b>		
La casa de Simón	Restaurante	<b>Toacaso, Vía a Saquisilí Km. 1</b>
Asadero Toacaso	Restaurante	Calle Oriente
Asadero JESMY	Restaurante	Calle Pichincha
Restaurante buen sabor	Restaurante	Calle Pichincha
Asadero Pico Rojo	Restaurante	Calle Pichincha
Picantería Charito	Restaurante	Cotopaxi
Comedor Bachita	Restaurante	Calle Bolívar
La Avelina	Restaurante	E35 vía Latacunga Quito

**Nota:** los precios y actividades varían según cada uno de ellas

### **11.12. Servicios Básicos**

E El servicio de energía eléctrica poseen las 24 horas del día, teniendo en la parte sur el paso de la regional que conecta de este servicio a todo el cantón. La cobertura domiciliaria de energía eléctrica es amplia. según los datos recopilado a través de las encuestas realizadas dentro de la comunidad el 91,54% disponen de energía eléctrica, pero el 8,46% no disponen de la misma

### **11.13. Agua potable**

Para el 2024 arroja la siguiente información estadística sobre el consumo de agua: Según la información del CENSO 2022 se observa que el 77,2% tienen acceso a la red pública de agua de consumo humano, sin embargo; la investigación realizada en campo y con la información entregada por los dirigentes refleja que el 94,74% posee sistema de agua entubada y el 5,26% tiene acceso al agua tratada.

### **11.14. Salud**

La entidad encargada de salud es el Ministerio de Salud Pública, que tiene como misión ejercer la rectoría, regulación, planificación, coordinación, control y gestión de la Salud Pública ecuatoriana a través de la provisión de servicios de atención individual, prevención de enfermedades y promoción de la salud e igualdad. La Parroquia Toacaso está inmersa en la Coordinación Zonal N.3 y y el Distrito de Salud Latacunga N.1 código N. 05d01, por lo que el centro base es el Hospital Latacunga. Pertenece al circuito Toacaso código C01 y el centro de referencia es el Subcentro de Salud de Toacaso, que 14 se caracteriza de tipo A que laboran

8 horas, debido a la regionalización pertenecen a Lasso de tipo C que laboran las 24 horas

### **11.15. Seguridad**

La parroquia cuenta con establecimiento de la Unidad Policial UPC localizada en el barrio de la donde se encuentran una cantidad de 15 unidades policiales la cual están

disponibles para atender cualquier tipo de problema que pueda pasar tanto en Tanicuchi y Toacaso, y además con el apoyo de los pobladores de las comunidades cuentan con alarmas comunitarias para por salir en cualquier tipo de problema que pueda sustentarse se busque el apoyo de la policía.

### 11.16. Fiestas y Celebraciones

En la parroquia Toacaso e celebran unas variedades de fiestas en diferentes meses y fechas, en la cual está representado su cultura y tradición festividades como navidad y fin de año son caracterizados por preparar alimentos y compartirlos con todos los presentes. de cada uno de los barrios aún mantiene, estas festividades suelen estar acompañadas de actos religiosos, bailes, música, comida juegos, donde se puede compartir entre amigos y familiares existe una gran variedad de personas que llegan a disfrutar estas festividades en cada uno de las parroquias por lo cual se reactiva la economía de Toacaso.

**Tabla 22** *Calendario de celebraciones*

<b>Calendario Festivo</b>		
Festividades en honor al Corazón de Jesús	Enero	Rasuyacu Corazón
Fiestas de semana santa y cuasimodo	Abril	Toacaso centro
Festividades en honor a la Santísima Cruz	Mayo	Yugsiche
Festividades en honor a San Antonio	Junio	Pilacumbi
Festividades en honor a San Pedro	Junio	Chisaló
San Antonio de Padua	Junio	Toacaso Centro

Festividades en honor a la Virgen del Carmen	Junio	Rasuyacu Corazón
Festividades en honor a la Virgen de la Merced	Septiembre	Cotopilaló
Festividades en honor a San Francisco	Octubre	San Francisco
Festividades en honor a la Virgen del Quinche	Noviembre	Pilacumbi
Festividades en honor niño Divino	Diciembre	Rasuyacu Corazón

**Nota:** obtenido del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Toacaso 2023-2027

### 11.17. Conceptualización del Producto turístico

El producto turístico propuesto corresponde a la parroquia de Toacaso para ello se realizó una revisión bibliográfica y una salida de campo en la cual se pudo plantear una temática del producto para ello se implementó el Manual de Planificación de productos Turísticos.

La ruta está dirigida hacia turistas que les guste realizar actividades de aventura y de actividades culturales, en la cual el recorrido consta de una temática llena de recursos naturales y culturales con el fin de conocer iglesias, gastronomía, culturas, artesanías, montañas, lagos, parques, con los cuales cuenta la parroquia de Toacaso las actividades que se pueden realizar en la ruta turística de Toacaso son senderismo, cabalgata, ciclo turismo. Interpretación Ambiental y montañismo, con la participación de los diferentes prestadores de servicios y pobladores de las parroquias que hacen posible esta ruta.

Las actividades que ofrece esta Ruta turística son fotografía, senderismo, cabalgata, ciclo turismo interpretación ambiental y montañismo además de ello recorridos

guiados y caminatas por los diferentes atractivos como también la degustación de diferentes platos típicos que ofrecen los diferentes restaurantes de comida y los que participan del producto turístico son los diferentes prestadores de servicio. **11.18.**

**producto 1: Ruta turística de Toacaso**

el proceso de investigación se identificó la existencia de 1 productos turísticos dentro de la parroquia Toacaso. Siendo 1rutas que comprenden principalmente 24 de los atractivos culturales y naturales del lugar, los cuales se dividen de la siguiente manera. Toacaso Centroe destaca la Iglesia Parroquial donde existen imágenes religiosas que tienen mucho valor histórico y que de acuerdo a un reportaje por Fernando Villarroe, emana Santa fiesta de cuasimodo. - Las Fiestas de Cuasimodo se llevan a cabo año tras año en el mes de abril, a partir de la creación de la parroquia, evento que dura varios días, con la ejecución de diferentes actividades, Fiestas patronales San Antonio de Padua.- El homenaje al Patrono de la parroquia San Antonio de Padua se lleva a cabo el 13 de junio de cada año, la organización se la realiza con un año de anterioridad, Gastronomía típica de Toacaso.- La gastronomía típica de Toacaso está elaborada en base a los productos que se cultivan en la localidad, entre las delicias que son preparadas en esta tierra se puede disfrutar de: asado de borrego, cuy asado, yaguarlocro, pachamanga, colada morada y cocinado (mezcla de papas, habas, mellocos, ocas, arveja, Celebración de finados.- El día de los difuntos es un día que todos los ecuatorianos lo celebran, pero la manera de hacerlo varía dependiendo del sitio y las tradiciones de los pueblos; en Toacaso una gran cantidad de personas visitan el cementerio, la población acostumbra, Mirador Río Blanco.- Desde este sitio se puede observar un páramo de arenal, en el sitio se encuentra un hito del IGM. Desde donde se tiene una vista abierta que permite observar el paisaje montañoso de las cordilleras oriental y occidental, Laguna Verde de Azufre. - La Laguna Verde tiene un diámetro aproximado de 100 m, su forma es irregular - ovalada, sus aguas presentan un color verdoso (por la existencia de minerales) y un sabor

insípido, una temperatura estimada inferior a los 5 °C ya que se alimenta de los deshielos de Los Ilinizas. Está dentro de la Reserva Ecológica los Ilinizas, Para complementar estas rutas se da a conocer información específica de la historia y cultura del lugar, así como datos característicos del desarrollo turístico que se da hoy en día en la parroquia, enlazando también a los demás atractivos turísticos que existen en Toacaso, Nevado Los Ilinizas.- Conjunto montañoso que se ubica en los límites de las provincias de Cotopaxi y Pichincha, compartiendo su territorio con Latacunga y Sigchos (en sus faldas occidentales), presenta dos elevaciones rocosas de gran tamaño, Vivero forestal Razuyacu Corazón.- Es un vivero familiar, al sitio llegan a realizar prácticas los futuros técnicos forestales de la zona.

**Tabla 23** *Conceptualización del producto*

<b>Construyendo un producto pensando en que ofrecemos</b>	<b>Construyendo un producto pensando en comunicar al visitante</b>
<p data-bbox="379 1137 676 1173"><b>¿Cuál es la temática?</b></p> <p data-bbox="453 1196 603 1232">Ecoturismo</p>	<p data-bbox="847 1137 1126 1173"><b>Que lo hace especial</b></p> <p data-bbox="847 1196 1417 1420">Actividades turísticas naturales como la observación y asenso a los Ilinizas, como también la observación de sus diversas bellezas paisajísticas y recorrido por diferentes senderos del lugar generando una experiencia única al turista.</p>
<p data-bbox="240 1563 783 1989"><b>Que actividades se puede ofrecer</b> Se puede realizar actividades de senderismo, cabalgata, ciclo turismo, interpretación ambiental, montañismo observación de flora y fauna, degustación gastronómica y visita a diferentes emprendimientos como también vivir la vivencia de fiestas y tradiciones culturales <b>Que recursos</b></p>	<p data-bbox="847 1563 1406 1935">experiencia y conocimiento de los atractivos de la parroquia, de igual manera vivencias de fiestas y tradiciones populares de la parroquia Toacaso y realización de actividades al aire libre conocimiento histórico y cultural de cada uno de los lugares de visita</p> <p data-bbox="847 1957 1326 1993"><b>¿Qué actores locales podrían estar</b></p>
<p data-bbox="240 2047 699 2083"><b>queremos que se lleve</b> Una buena</p>	<p data-bbox="847 2047 1390 2083"><b>interesados en participar del proyecto?</b></p>

---

Operadores turísticos	<b>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndolo al turista este producto?</b>
Guías locales	
Pobladores de la zona Establecimientos de alimentación y bebidas propietarios de hosterías	Mostrar una actividad diferente y única donde se podrá ofrecer una mayor mejora de los servicios turísticos, de igual manera una mejora en la vivencia de los turistas en el ámbito cultural del sector, vivencia al aire libre y mejora en la experiencia de actividades en lugares naturales
El GAD parroquia de Toacaso	
Autoridades en cargadas en el ámbito turístico	

---

**Nota:** Adaptado del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del Perú, destinos del Perú 2014, de dominio publico

### **11.19. Identificación de productos potenciales**

Se debe detallar los requerimientos necesarios para que el producto pueda ser consumido, la infraestructura como pueden ser servicios de alimentación, y actividades lo cual ayuda del Manual de Planificación de Productos Turísticos detalla los requerimientos mínimos y acciones que son necesarias para el producto turístico para que sean consumidos con los estándares mínimos de calidad y adecuación.

**Tabla 24** *Condiciones necesarias del producto*

<b>Concepto del producto</b>	<b>Atractivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Servicios turísticos</b>	<b>Infraestructura</b>
<b>Ruta Turística de Toacaso</b>				
La ruta Turística de Toacaso se enfoca principalmente en el ascenso hacia los Ilinizas durante el	Camino del Inca Los Ilinizas Bosque nativo Guagrahuasi	Fotografías Caminata Senderismo Ciclismo Cabalgata	Alojamiento alimentación Transporte Guianza	Terminal terrestre Miradores Señalización

recorrido se puede apreciar Camino del Inca los Ilinizas	Bosque nativo de Yugsiche Alto Paramo de Samana Santa Fe	Servicios Higiénicos Cascadas
Bosque nativo Guagrahuasi el lugar donde se puede conocer de la historia de Toacaso y degustar la variedad de platos tradicionales, disfrutando de actividades como la fotografía, realizar actividades como cabalgatas, llenas de aventura donde se utilizara la actividad física y la mentalidad física, una actividad donde la mayoría de personas que visitan este recorrido podrán disfrutar de una variedad de lugares del aprecio de cada uno de ellos senderos llenos de flora y fauna ,cascada miradores, pajonales haciendas y muchos mas	Sendero San Francisco Sendero San Ignacio Cerro del amor Guingo Pana Cabalgata hacia los Ilinizas Cascada Jatuncana Mirador Jugumasa Cascada el corazón Vivero Razayaku Chochera Juanito Cascada de San Sinchi Hacienda Cotopilalo Pajonales Laguna verde Rio blanco Cerro Tsijuchi Cabalgata en Guahuasia Ciclo Turismo	Lagos Montañas

Interpretación  
Ambiental



---

lugares llenos de historia y gastronomía, llena de gran diversión para todo el visitante un recorrido de una hora ,en la cual entran la interpretación y enseñanza adecuada de protección.

---

**Nota:** Adapta del Manual para la planificación de productos turísticos del Perú, Destinos del Perú 2014 dominio publico

Para el levantamiento de información acerca del producto turístico existente en la parroquia de Toacaso, se trabajó con la metodología de Promperú de tal manera que ayudo a identificar la ruta turística Toacaso que incluyen 24 atractivos turísticos Camino del Inca, Los Ilinizas, Bosque , Guagrahuasi, Bosque nativo de Yugsiche Alto la gastronomía de la parroquia y las artesanías En cada uno de los lugares turísticos que forman parte de la ruta se puede evidenciar especialmente en las iglesias que poseen historia, leyendas muy interesantes que son de gran interés para el turista, adicionalmente la gastronomía que se puede degustar en el parque central de la parroquia y la adquisición de conocimiento e la elaboración de las artesanías son experiencias muy interesantes y únicas que el turista puede adquirir, finalmente mencionar que las vías de acceso son: Por la Panamericana E35 en dirección al intercambiador Latacunga/Quito y por el barrio Lasso la proyección de la misma tiene como finalidad incluir actividades y atractivos turísticos naturales y culturales que formen parte de la parroquia, entre ellos según el analista de turismo. De la misma manera implementar guías nativos, donde se brinden cursos de capacitaciones sobre temas de turismo en general, para

que mejoren los conocimientos en las personas interesadas a un mejor cambio en las comunidades que se presentan los atractivos turísticos, a futuro lo que se lograra es mejorar la calidad de vida de los pobladores, reestructurar infraestructura en aquellos lugares que se encuentran en proceso de deterioro las costumbres de aquellas personas que se dedican a realizar artesanías en la parroquia de Toacaso Mirador Río Blanco.- Desde este sitio se puede observar un páramo de arenal, en el sitio se encuentra un hito del IGM. Desde donde se tiene una vista abierta que permite observar el paisaje montañoso de las cordilleras oriental y occidental. La flora que se encuentra en este ecosistema es de páramo de pajonal (*Stipa ichu*) y almohadilla (*Plantago rigida*); entre la fauna podemos encontrar: lobos (*Pseudolopex cupaeus*), conejos (*Silvilagus brasiliensis*), zorros. La cooperativa Cotopilaló, está desarrollando en el sector un proyecto de crianza de alpacas. La organización está conformada por 65 personas (hombres y mujeres en su mayoría de la tercera edad) Laguna Verde de Azufre.- La Laguna Verde tiene un diámetro aproximado de 100 m, su forma es irregular - ovalada, sus aguas presentan un color verdoso (por la existencia de minerales) y un sabor insípido, una temperatura estimada inferior a los 5 °C ya que se alimenta de los deshielos de Los Ilinizas. Está dentro de la Reserva Ecológica los Ilinizas. Esta laguna se encuentra en medio de los Ilinizas Norte y Sur; a 18 km del centro parroquial de Toacaso. Para acceder al recurso se debe caminar alrededor de cinco horas desde el mirador Río Blanco (Toacaso), donde se puede disfrutar de hermosos paisajes, coloridos atardeceres y un sin número de especies de flora y fauna Nevado Los Ilinizas. - Conjunto montañoso que se ubica en los límites de las provincias de Cotopaxi y Pichincha, compartiendo su territorio con Latacunga y Sigchos (en sus faldas occidentales), presenta dos elevaciones rocosas de gran tamaño. El Iliniza Sur tiene una altura de 5.263 m.s.n.m. es rocoso y sin nieve permanente, el ascenso a la montaña dura entre tres a cuatro horas desde el refugio Nuevos Horizontes llegar a la cumbre en una travesía llena de destreza, habilidad y resistencia ya que existen grietas y

pendientes y empinadas de hielo de hasta 70 grados. Esta dentro de la Reserva Ecológica los Ilinizas.

### 11.20. Resultados del Objetivo 3

Para proponer estrategias de promoción y difusión de los atractivos y productos turísticos que se han identificado en el objetivo 1 y en el objetivo 2

#### 11.20.1. *Análisis FODA*

Para alcanzar el objetivo 3 se utilizó la matriz FODA, la cual nos permitirá identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un negocio o de algún proyecto en específico por lo cual se debe analizar cada uno de estos factores para tener una mejor planificación se puede decir que la matriz foda es una herramienta simple pero a la vez potente que nos ayudara a identificar las oportunidades comparativas para una mejora de cualquier tipo de trabajo o negocio por tal motivo la matriz FODA es un elemento necesario para conocer la situación real en la cual se encuentra el trabajo que nos ayuda a buscar y analizar todas las formas antes de tomar una buena decisión.

#### 11.20.2. *MATRIZ FODA*

**Tabla 25** *Matriz FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
F1 Posee condiciones en buen estado para el surgimiento del turismo de aventura	O1 Impulso de Conservación de flora y fauna O1 Impulso de negocios locales por parte de la Comunidad
F2 variedad de biodiversidad en cada uno de los atractivos turísticos	O2 Apoyo por parte del Consejo Provincial de Cotopaxi
F3 Disponibilidad de medios de transporte en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso F4	O3 Aprovechamiento de atractivo turístico Iliniza para la captación de turistas hacia la parroquia

O4 apoyo al emprendimiento turístico comunitario F5 variedad de atractivos naturales y culturales F6 cercanía a la vía principal (Panamericana) F7 Disponibilidad de alojamiento tanto en Tanicuchí como en Toacaso F8 existen reservas naturales lo que representa un gran paisaje para el visitante F9 dispone de personal capacitado e infraestructura comunitaria	O5 realizar alianzas estratégicas con operadores y agencias de viajes locales y provinciales O6 Interés por parte de instituciones académicas para realizar vinculación con la comunidad O7 Posicionar un producto turístico alternativo para la visitantes nacionales y extranjeros O8 Existencia de programas de promoción de los destinos turísticos por el MINTUR O9 Promoción de los atractivos turísticos en medios de comunicación por parte del Gad provincial de Cotopaxi
---	--

---

**DEBILIDADES**


---

**AMENAZAS**

D1 Tanicuchí no cuenta con un Catastro de los atractivos turístico naturales alejados D2 Rutas a diferentes sitios turísticos son pocos accesibles D3 Falta de proyectos turísticos comunitarios D4 falta de promoción y difusión de cada uno de los atractivos D5 No todos los atractivos cuentan con vías para que puedan ingresar sus vehículos D6	No existe mucha información turística en la parroquia de Tanicuchí D7 servicios básicos insuficientes A1 información turística desactualizada A2 Inseguridad A3 crisis económica A4 fenómenos naturales A5 Asentamiento de viviendas en lugares turísticos A6tala indiscriminada de los bosques en las comunidades por parte de empresas madereras privadas
---	---

---

---

A7 los turistas optan por visitar otros sitios turísticos

A8Existe sitios con mayor demanda turística como los Ilinizas

D8 falta de compromiso y puntualidad en actividades por parte de la comunidad

A9 Aumento de la frontera agrícola

en Tanicuchí

D9 algunos sitios turísticos se encuentran en

lugares privados lo que dificulta la

accesibilidad hacia los diferentes sitios

turísticos para la inversión y

adecuación hacia estos

---

**Nota:** Elaborado por Angel Toalombo (2025)

La matriz FODA permite realizar principalmente un diagnóstico de la situación actual de la parroquia, dentro de esta se consideraron factores sociales, ambientales y turísticos. Estos se dividieron en factores internos (fortalezas, debilidades) en las que se evalúa las ventajas y desventajas que tiene la localidad directamente, teniendo mayores oportunidades de cambio y los factores externos (oportunidades, amenazas) en donde no se tiene la facultad de intervenir ni realizar ningún cambio, es decir que los factores externos son aquellas ventajas y desventajas que se encuentra en el entorno siendo algo que no se puede controlar. Durante el análisis se encontraron factores positivos como la identificación de varios productos y atractivos turísticos creando mayores oportunidades y fortalezas para el desarrollo turístico.

Con la presente elaboración de la matriz FODA se puede identificar que las parroquias poseen un gran potencial turística, que se encuentran localizados en estos lugares y que no cuentan con apoyo por parte de las autoridades parroquiales y las autoridades provinciales de Latacunga pero que estos lugares pueden ser impulsados y promocionados por parte de las localidades de cada uno de estos atractivos turísticos, el interés de los moradores por impulsar el turismo en las parroquias puede ayudar a llamar la atención de los turistas, por tanto con las salidas de campo se obtuvo información de las Fichas de inventario del Ministerio de Turismo 2018 y el Manual para la Planificación de Productos Turísticos de Promperú se ha podido realizar el FODA en el cual están plasmados los factores negativos y positivos del producto turístico y los atractivos turísticos.

### **11.20.3. MATRIZ de evolución de Factores Internos (MEFI)**

Al igual que la matriz MEFI, la matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) ayudará a determinar el tipo de estrategias en relación a las necesidades que tiene la parroquia actualmente, en este caso de acuerdo a los factores externos (oportunidades y las amenazas) asignando un valor a cada uno de ellos, según los siguientes componentes.

La matriz de Evaluación de Factores Internos permitirá determinar el tipo de estrategias acorde a las necesidades de la parroquia a través de la valoración que se dé a cada factor interno identificado dentro de las fortalezas y debilidades. La matriz de evolución de factores Internos (MEFI) es un instrumento el cual nos permite entender la situación real de la parroquia, mediante la valoración de cada uno de los factores internos de la matriz FODA (fortalezas y debilidades).

Por ello se debe tomar en cuenta los siguientes pasos:

**Peso:** este valor es designado entre 0,0 (sin importancia) a 1,0 (muy importante) la suma de (fortalezas y debilidades) debe dar un total de 1.

**Calificaciones:** se debe asignar una calificación de 1 a 4, donde 1 es (debilidad mayor) y 2 (debilidad menor), 3 (fortaleza menor), y 4 (fortaleza mayor)

**Ponderación:** realizar una suma total para verificar el resultado de la ponderación, el valor asignado que va desde 1 hasta 4, con un promedio de 2,5 si es menor a este representa la debilidad que tiene el sector internamente

**Tabla 26** *Matriz de Evaluación de factores Internos*

<b>MATRIZ MEFI</b>			
<b>Factores internos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Fortalezas</b>			
Posee condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo de aventura	0,09	4	0,36
variedad de biodiversidad en cada uno de los atractivos turísticos	0,08	4	0,32
Disponibilidad de medios de transporte en las parroquias de Tanicuchí y Toacaso	0,06	3	0,18
Conservación de flora y fauna	0,11	4	0,33
variedad de atractivos naturales y culturales	0,06	4	0,24
cercanía a la vía principal (Panamericana)	0,08	3	0,24
Disponibilidad de alojamiento tanto en Tanicuchi como en Toacaso	0,07	3	0,21
existen reservas naturales lo que representa un gran paisaje para el visitante	0,07	3	0,21

, dispone de personal capacitado e infraestructura comunitaria	0,08	3	0,24
<b>Subtotal</b>			<b>2,33</b>
<b>Debilidades</b>			
Tanicuchi no cuenta con un Catastro de los atractivos turístico naturales alejados	0,03	1	0,03
algunas rutas a diferentes sitios turísticos son pocos accesibles	0,06	2	0,12
Falta de proyectos turísticos comunitarios	0,02	1	0,02
falta de promoción y difusión de cada uno de los atractivos	0,05	1	0,05
No todos los atractivos cuentan con vías para que puedan ingresar sus vehículos	0,03	2	0,06
No existe mucha información turística en la parroquia de Tanicuchí	0,04	2	0,08
servicios básicos insuficientes	0,01	1	0,01
falta de compromiso y puntualidad en actividades por parte de la comunidad	0,01	2	0,02
algunos sitios turísticos se encuentran en lugares privados lo que dificulta la inversión y adecuación de servicios	0,05	1	0,05
<b>Subtotal</b>	<b>1</b>		<b>0,44</b>
<b>Total</b>			<b>2,77</b>

**Nota:** Se ha elaborada una tabla de factores a los que se les asigna peso, calificación y ponderación.

El valor obtenido fue de 2,77 de la suma de los valores ponderados de la tabla de evaluación interna. Lo que quiere decir que este valor obtenido de la evolución de las parroquias son internas positivas que pueden ser aprovechados para ser impulsados cada uno de los atractivos turísticos de la zona, ya que sobrepasa el promedio de aceptación que corresponde a 2,5.

Por tanto, se puede decir que las parroquias cuentan con atractivos naturales y culturales que buscan ser promocionados y difundidos cada uno de ellos, en fortalezas tenemos una ponderación de 0,36 en que cuenta con las condiciones adecuadas para la realización de turismo de aventura dentro de las parroquias durante su visita podrán realizar actividades de senderismo, cabalgata, ciclo turismo, montañismo entre otras actividades, también tenemos la variedad de biodiversidad en cada uno de los atractivos turísticos que nos dio una ponderación de 0,32 donde podemos encontrar una variedad de especies de plantas, animales hongos y microorganismos se encuentran en un espacio determinado de las parroquias que son apreciados por parte de los turistas que visitan estos lugares con un puntaje de 0,33 conservación de flora y fauna es uno de los atractivos turísticos que son visitados por parte de los turistas. Variedad de atractivos naturales y culturales con una calificación de 0,24 se puede apreciar que existe una gran cantidad de atractivos naturales y culturales los cuales son apreciados por toda la población y turistas que llegan a estos lugares se puede manifestar que estos atractivos cuentan con las condiciones adecuadas para que cada visitante pueda disfrutar y se sienta seguro además de ello es muy llamativo para su visita.

En las debilidades se puede evidenciar que existen atractivos turísticos con problemas de acceso con una calificación de 0,12 lo que ha generado el desinterés de las autoridades por tratar de promover o de buscar estrategias para poder promocionar estos lugares, No todos los atractivos cuentan con vías para que puedan ingresar sus vehículos con 0,06 atractivos turísticos con poca accesibilidad lo que genera molestia a sus visitantes ya que tiene que

movilizarse a lugares léganos mediante pie ha sea por el mal estado de la vías o porque esa tan en sitios privados. No existe mucha información turística en la parroquia de Tanicuchí con una puntuación de 0,08 esta parroquia cuenta con poca información turística de cada uno de los atractivos turísticos complicando la estancia y la visita hacia este lugar con la falta de interés de promoción y difusión hacia esta parroquia por parte de autoridades causas la pérdida económica en el ámbito turístico es necesario implementar más fortalezas para combatir estas debilidades para poder sacar adelante estas parroquias y no se encuentren en el olvido para ello se deben realizar estrategias tanto de promoción y difusión que atraigan la atención de los turistas pero siempre tomando en cuenta los principales servicios de alimentación ,alojamiento, trasporte , seguridad que cada uno de los turistas requieren durante sus estancia o visita a estos lugares se puede decir que con el apoyo de todas las autoridades y los pobladores se puede sacar en adelante estas parroquias para que estos recursos turísticos localizados puedan generar fuentes de empleo halos mismos pobladores de la zona.

#### **11.20.4. Matiz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)**

La matriz de Evaluación de Factores Externos ayuda a determinar el tipo de estrategias que se debe plantear en relación a las necesidades de la parroquia. Los valores para la calificación deben asignarse de la siguiente manera. Es una herramienta de diagnóstico que sirve para conocer y evaluar aspectos externos que pueden afectar al crecimiento en relación a las necesidades que tiene la parroquia de los factores externos (oportunidades y amanezcas)

Para ello se debe asignar los siguientes valores

**Peso:** un valor designado que va desde 0 hasta 1 lo que significa que 0 es de (menor importancia) y 1 es (muy importante)

**Calificación:** se asigna un puntaje del 1 al 4 y 1(respuesta mala) 2 (respuesta media) 3 (respuesta superior a la media) y 4 (respuesta superior)

**Ponderación:** el valor que este asignado va desde 4 hasta 1 donde 4 es (respuesta superior) 3 (respuesta superior a la medida) 2 (respuesta media) y 1 respuesta mala.

**Tabla 27** *Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE*

<b>MATRIZ MEFE</b>			
<b>Factores Externos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Oportunidades</b>			
Impulso de negocios locales por parte de la Comunidad	0,09	1	0,09
Apoyo por parte del Consejo Provincial de Cotopaxi	0,02	2	0,04
Aprovechamiento de atractivo turístico Iliniza para la captación de turistas hacia la parroquia	0,08	4	0,33
apoyo al emprendimiento turístico comunitario	0,01	3	0,11
realizar alianzas estratégicas con operadores y agencias de viajes locales y provinciales	0,03	2	0,02
Interés por parte de Instituciones académicas para realizar vinculación con la comunidad	0,06	2	0,05
Posicionar un producto turístico alternativo para visitantes nacionales y extranjeros	0,03	1	0,05
Existencia de programas de promoción de los destinos turísticos por el MINTUR	0,05	3	0,01
Promoción de los recursos turísticos en medios de comunicación por parte del Gad provincial de Cotopaxi	0,04	1	0,05
<b>Subtotal</b>			<b>0.75</b>
<b>AMENAZAS</b>			

información turística desactualizada	0,09	4	0,36
Inseguridad	0,09	4	0,36
crisis económica	0,03	3	0,08
fenómenos naturales	0,06	2	0,13
Asentamiento de viviendas en lugares turísticos	0,05	2	0,09
tala indiscriminada de los bosques en las comunidades por parte de empresas madereras privadas	0,05	3	0,16
los turistas optan por visitar otros sitios turísticos	0,09	3	0,27
Existe sitios con mayor demanda turística como los Ilinizas	0,08	2	0,16
Aumento de la frontera agrícola	0,09	4	0,36
<b>Subtotal</b>			<b>198</b>
<b>Total</b>	1		<b>2,73</b>

**Nota:** Se ha elaborada una tabla de factores a los que se les asigna peso, calificación y ponderación.

Con la elaboración de la matriz MEFÉ se pudo evidenciar que posee un ámbito favorable para alcanzar un mayor desarrollo turístico, en oportunidades se puede apreciar el impulso de negocios locales por parte de la comunidad y apoyo por parte del Consejo Provincial de Cotopaxi estos factores han obtenido una ponderación de 0,06 porque existe una gran cantidad de personas que han buscado métodos para llamar la atención de sus clientes o con actividades turísticas también tenemos el aprovechamiento de los Ilinizas con una ponderación de 0,33 lo que quiere decir que las parroquias han tratado de utilizar este atractivo para atraer la atención de turistas buscando nuevos mecanismo de atracción, también el apoyo de emprendimientos turísticos con una ponderación de 0,11 que cada uno de los pobladores de las comunidades están interesadas en elaborar actividades turísticas o

desean tener conocimiento sobre la actividad turística para poder generar fuentes de trabajo e ingresos económicos al pasar el tiempo ellos han tratado de adecuarse a la necesidades del turista y brindar un mejor servicio.

En Amenazas tenemos una ponderación de 0,36 lo que nos dice que algunos atractivos identificados cuenta con dificultad para su ingreso, además el mal estado de los atractivos puede causar problemas al momento de la visita, La inseguridad con 0,36 son las principales preocupaciones de sus habitantes a que los robos, asaltos, asesinatos y extorsiones hacen que las personas eviten salir de sus casas esto significa menos turistas que visitan los lugares turísticos de estas parroquias el miedo a salir por la inseguridad refleja bajas en las ventas del sector turístico ya que el turismo ha sido uno de los principales fuentes de ingreso del Ecuador pero sin embargo la violencia ha causado un impacto devastador en este sector. Fenómenos naturales con una calificación de 0,13, que puede paralizar financieramente al territorio en un corto plazo lo que puede afectar la imagen del destino el cambio climático pone en riesgo a zonas que por su belleza natural atraen a visitantes lo que en épocas de lluvia los deslizamientos, colapsos estructurales, socavamientos, aluviones, hundimientos, vendavales, granizadas y tormentas puedan causar algún tipo de daño leve o grave. Asentamiento de viviendas en lugares turísticos con 0,09 el crecimiento poblacional corresponde a un asentamiento de varias familias o individuos que se han asentado en un lugar de terminado donde han construido sus casas destruyendo recursos y atractivos turísticos localizados en estos lugares lo que genera la pérdida de estos sitios. Tala indiscriminada de los bosques en las comunidades por parte de empresas madereras privadas 0,16 es causa de múltiples problemas ambientales con la deforestación, erosión del suelo y la pérdida de biodiversidad. Los turistas optan por visitar otros sitios turísticos 0,27 la presencia de turistas es indispensable en la actualidad la falta de servicios turísticos de alimentación, alojamiento, transporte han causado que los turistas visiten otros lugares que les llamen más la atención lo

que ha generado pérdidas económicas a estas parroquias porque se puede evidenciar una mínima cantidad de turistas que llegan a estos sitios turísticos. Existe sitios con mayor demanda turística como los Ilinizas con una calificación de 0,16 un lugar ubicado en los límites de la provincia de Cotopaxi y Pichincha que son visitados por una cantidad extraordinaria de turistas, no toman atención por visitar estas parroquias ya sea por falta de información o servicios turísticos lo que genera el desestere de los pobladores en el ámbito turístico. Aumento de la frontera agrícola 0,36 es uno de los principales problemas para el turismo en las parroquias ya que en los últimos años los terrenos han sido sembrados por los pobladores para obtener ingresos económicos generando la pérdida del territorio y aumentando la frontera agrícola.

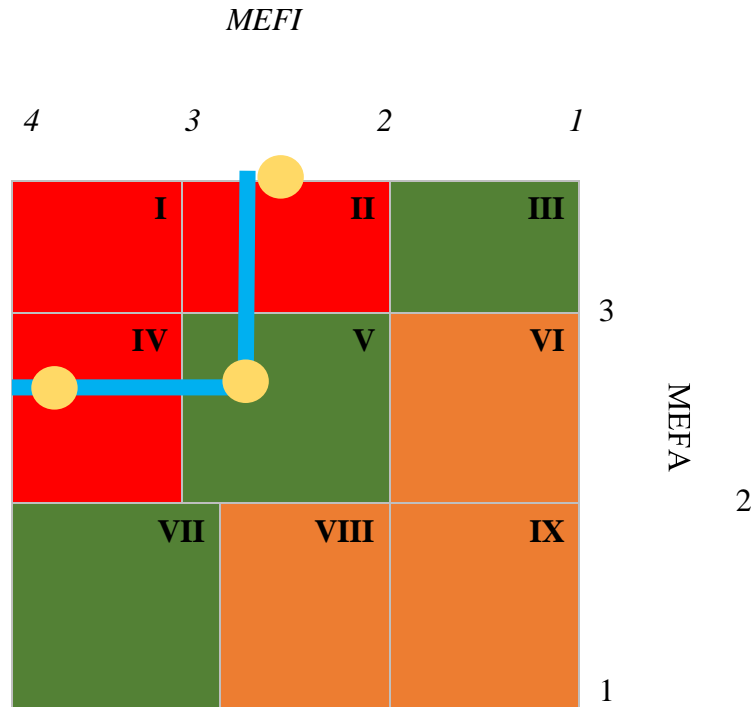
#### **11.20.5. MATRIZ Interna externa MIE**

Es una herramienta para la evaluación a una organización tomado en cuenta sus factores internos (fortaleza y debilidades) y sus factores externos (oportunidades y amenazas) por lo que quiere decir que aquí se debe reunir todos los valores obtenidos en la matriz de evaluación de factores internos (MEFI) y en la matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) y se debe ubicar en los siguientes cuadrantes para determinar qué tipo de estrategia son las más adecuadas para potenciar el desarrollo turístico de las parroquias.

Cuadrantes, I, II, IV crecer y construir

Cuadrantes III, V, VII retener y mantener

Cuadrantes VI,

**Figura 9***Matriz Interna Externa*

**Nota:** La ponderación realizada se ubica en el cuadro V, lo que nos indica que se debe implementar estrategias para retener el desarrollo turístico del sector

En la tabla se pudo observar que se encuentra en el cuadro V lo que nos indica que el tipo de estrategia son óptimas para alcanzar el desarrollo del turismo de la parroquia tomando en cuenta que se debe realizar estrategias de proteger y mantener por lo cual se puede decir que está en una situación media de desarrollo por lo cual se debe difundir actividades que puedan alcanzar el máximo potencial turístico, en otras palabras se puede decir que el potencial turístico de estas parroquias se encuentra en un promedio medio lo cual quiere decir que está en proceso de desarrollo de las actividades turísticas que con el pasar del tiempo estos lugares que se encuentran en estas parroquias han ido mejorando de a poco en sus servicios de alojamiento, alimentación y transporte por lo cual se debería mantener y proteger estos lugares ya que con nuevas actividades o proyectos turísticos estos lugares

turísticos serían de gran apoyo para futuros proyectos además de ello los pobladores están interesados en el tema del turismo y estarían dispuestos a apoyar cualquier proyecto que beneficie a su parroquia.

#### **11.20.6. Matriz FODA Cruzada**

Luego de haber evaluado los factores internos y externos de la matriz de evaluación de factores internos (MEFI) , matriz de evaluación de factores externos (MEFE) y haber determinado el tipo de estrategia que se debe aplicar mediante la matriz interna externa (MIE) analizando las fortalezas, debilidades, oportunidades, y amenazas para crear un FODA cruzada.

Con los datos obtenidos del FODA y las matrices de evaluación de factores internos y matriz de evolución de factores externos, se procede a elaborar el foda cruzada donde se combinarán los elementos de Fortaleza y oportunidades para crear fortalezas ofensivas y también Fortalezas y Amenazas para crear estrategias defensivas, Debilidades y Oportunidades para estrategias de reorientación y Debilidades y Amenazas para estrategias de supervivencia.

Para ello se ha elaborado una tabla donde se presenta las cuatro combinaciones posibles de estos factores FODA donde están descritas cada una de sus estrategias que pueden ser utilizadas para cada uno de ellos se puede decir que las estrategias ofensivas utilizan las fortalezas para aprovechar las oportunidades del mercado, en cambio las defensivas buscan utilizar las fortalezas para combinar las amenazas, las estrategias de reacción en cambio buscan aprovechar las oportunidades para superar las debilidades en cambio las estrategias de supervivencia buscan reducir las debilidades y evitar las amenazas.

**Tabla 28** *Foda Cruzada*

<b>OFENSIVAS</b>	<b>DEFENSIVAS</b>
<p>F1-O7 Promocionar productos llamativos aprovechando la riqueza natural y cultural para el desarrollo turístico de las parroquias</p>	<p>F1-A1 Crear una base de datos donde se pueda evidenciar los atractivos que cuenta cada parroquia.</p>
<p>F2-O3 Ofertar recorridos turísticos que incluyan a los Ilinizas y demás atractivos de las parroquias.</p>	<p>F2-A4 Garantizar el acceso y seguridad en los atractivos turísticos de las parroquias.</p>
<p>F4-O6 Solicitar a las instituciones académicas que desarrollen proyecto para la conservación de flora y fauna que vinculen a la comunidad y se difundan los resultados.</p>	<p>F3-A2 Implementar vallas publicitarias de los atractivos turísticos en la vía E35.</p>
<p>F5-O2 Organización de ferias y eventos turísticos en distintos atractivos de las parroquias con ayuda del Consejo Provincial de Cotopaxi</p>	<p>F6-A5 Gestionar proyectos con la comunidad para la creación de vías de acceso hacia los atractivos turísticos.</p>
<p>F7-O5 Realizar convenios con operadores y agencias de viajes de la provincia para promover y difundir los atractivos de las parroquias.</p>	<p>F4-A6 Instalar planes de acciones para el cuidado y protección de flora y fauna por falta de información acerca del turismo de la parroquia de Tanicuchí.</p>
<p>F8- O8 Plantear productos turísticos llamativos que incluya la Reserva Ecológica los Ilinizas para promocionar y difundir el turismo del sector. F9-O9 Fomentar la promoción de los atractivos turísticos mediante personal capacitado en cada</p>	<p>F8-A9- Promocionar y difundir mediante redes sociales de cada uno de los atractivos turísticos. F9-A7 Contratar personal que se encarga de la planta turística.</p>

<p>parroquia y alianzas con la Dir. De Turismo Latacunga.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>REORIENTACIÓN</b></p> <p>D1-O8 Implementar programas de promoción de los sitios turísticos con ayuda del MINTUR. D2-O3 Innovar los servicios turísticos aprovechando la captación de turistas que visitan los Ilinizas para las parroquias.</p> <p>D3-O2 Vincular a las personas de las comunidades en capacitaciones brindadas por el Consejo Provincial para el desarrollo turístico. D4-O9 Seleccionar los atractivos más representativos de las parroquias para promoción en medios de comunicación del GAD Provincial.</p> <p>D6-O6 Crear alianzas con el Gad Provincial de Cotopaxi para la creación de una base de datos con información de la parroquia Tanicuchi para difundir y promocionar sus atractivos turísticos.</p> <p>D8-O1 Realizar campañas publicitarias con las comunidades para impulsar los negocios locales.</p> <p>D9-O5 Crear estrategias con operadores turísticos y agencias de viajes para la promoción de atractivos con poca accesibilidad vehicular.</p>	<p style="text-align: center;"><b>SUPERVIVENCIA</b></p> <p>D1-A1 Realizar reuniones constantes con las autoridades del GAD cantonal de Cotopaxi para la elaboración de un catastro de los productos turísticos de las parroquias.</p> <p>D2-A2 Crear un plan de seguridad que beneficie la estadía del turista en los atractivos turísticos de las parroquias.</p> <p>D4-A3 Establecer planes de acciones ante una crisis económica para evitar la pérdida o destrucción de los atractivos turísticos. D5-A5 Incentivar a los moradores sobre los beneficios que traerá el turismo a las parroquias para evitar el asentamiento de viviendas en sitios turísticos.</p> <p>D6-A9 Capacitación a los pobladores de las parroquias sobre los beneficios y problemas que puede causar la frontera agrícola en el turismo.</p> <p>D7-A8 Gestionar un plan de acción con la ayuda del GAD parroquial para evitar desastres naturales y para la mejora de los servicios básicos de los atractivos turísticos.</p> <p>D9-A7-A8 Gestionar permisos en los atractivos que se encuentren en propiedad privada para diversificar la oferta turística de las parroquias.</p>

**Nota:** Elaborado por Angel Toalombo (2025) Se deben plantear estrategias orientadas en retener y mantener las actividades turísticas mediante estrategias de promoción y difusión las estrategias ofensivas nos permiten aprovechar las fortalezas y las oportunidades, donde se plantean 7 estrategias; F1-O7 Plantear productos llamativos aprovechando la riqueza natural y cultural para el desarrollo turístico de aventura. F2-O3 Ofertar recorridos turísticos que incluyan a los Ilinizas y demás atractivos de las parroquias. F4-O6 Solicitar a las instituciones académicas que desarrollen proyecto para la conservación de flora y fauna que vinculen a la comunidad. F5-O2 Organización de ferias y eventos turísticos en distintos atractivos de las parroquias con ayuda del Consejo Provincial de Cotopaxi, F7-O5 Realizar convenios con operadores y agencias de viajes de la provincia para promover y difundir los atractivos de las parroquias. F8- O8 Plantear productos turísticos llamativos sobre las reservas turísticas existentes para promocionar y difundir el turismo del sector. F9-O9 Fomentar la promoción de los atractivos turísticos mediante personal capacitado en cada parroquia y alianzas con la Dir. De Turismo Latacunga.

Las estrategias defensivas utilizan las fortalezas para evitar las amenazas donde se planteó 7 estrategias; F1-A1 Crear una base de datos donde se pueda evidenciar los atractivos que cuenta cada parroquia. F2-A4 Garantizar el acceso y seguridad en los atractivos turísticos de las parroquias. F3-A2 Implementar vallas publicitarias de los atractivos turísticos en la vía E35. F6-A5 Gestionar proyectos con la comunidad para la creación de vías de acceso hacia los atractivos turísticos. F4-A6 Instalar planes de acciones para el cuidado y protección de flora y fauna por falta de información acerca del turismo de la parroquia de Tanicuchí. F8-A9- Promocionar y difundir mediante redes sociales de cada uno de los atractivos turísticos. F9A7 Contratar personal que se encarga de la planta turística. La estrategia de reorientación busca aprovechar las oportunidades para minimizar las debilidades y la estrategia de supervivencia a que busca reducir las debilidades y evitar las amenazas.

### 11.20.7. *Análisis Estratégico*

Luego de analizar los factores del FODA Cruzado es importante destacar que cada uno de los factores son importantes para el desarrollo del turismo, el cual está centrado en la promoción y difusión de los atractivos turísticos que poseen las parroquias destacando que cada uno de ellos son de gran importancia para el desarrollo turístico.

**Tabla 29** *Análisis estratégico*

<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO</b>				
<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO</b>		<b>IMPACTO</b>		
<b>Fo</b>		<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
F1-O7	Plantear productos llamativos aprovechando la riqueza natural y cultural para el desarrollo turístico de aventura	X		
F2-O3	Ofertar recorridos turísticos que incluyan a los Ilinizas y demás atractivos de las parroquias.		X	
F4-O6	Solicitar a las instituciones académicas que desarrollen proyecto para la conservación de flora y fauna que vinculen a la comunidad y se difundan los resultados		X	
F5-O2	Organización de ferias y eventos turísticos en distintos atractivos de las parroquias con ayuda del Consejo Provincial de Cotopaxi		X	
F7-O5	Realizar convenios con operadores y agencias viajes de la provincia para promover y difundir los atractivos de las parroquias	X		

F8- O8

X

Plantear productos turísticos llamativos sobre las reservas turísticas existentes para promocionar y difundir el turismo del sector

F9-O9

Fomentar la promoción de los atractivos turísticos mediante personal capacitado en cada parroquia y alianzas con la Dir. De Turismo Latacunga

X

---

*FA*

F1-A1

Crear una base de datos donde se pueda evidenciar los atractivos naturales y culturales existentes de las parroquias Tanicuchí y Toacaso

X

F2-A4

Garantizar el acceso y seguridad en los atractivos turísticos de las parroquias

X

F3-A2

Implementar vallas publicitarias en los atractivos turísticos de la vía E35

X

F6-A5

Gestionar proyectos con la comunidad para la creación de vías de acceso hacia los atractivos turísticos

X

F4-A6

Instalar planes de acciones de cuidado y protección de recursos naturales de flora y fauna por falta de información acerca del turismo de la parroquia de Tanicuchí

X

F8-A9-	Promocionar y difundir mediante redes sociales de cada uno de los atractivos turísticos	X	
F9-A7	Contratar personal que se encarga de la planta turística	X	
<i>DO</i>			
			112
D1-O8			X
	Implementar programas de promoción de los sitios turísticos con ayuda del MINTUR		
D2-O3	Innovar los servicios turísticos aprovechando la captación de turistas que visitan los Ilinizas para las parroquias	X	
D3-O2	Vincular a las personas de las comunidades con el consejo para el desarrollo turístico		X
D4-O9	Seleccionar los atractivos más representativos de las parroquias para promoción en medios de comunicación del Gad Provincial	X	
D6-O6	Crear alianzas con el Gad Provincial de Cotopaxi generando una base de datos con información de la parroquia Tanicuchi para difundir y promocionar sus atractivos turísticos	X	

---

<i>D8-O1</i>	Realizar campañas con las comunidades para impulsar los negocios locales	X
--------------	--	---

---

<i>D9-O5</i>	Crear estrategias con operadores turísticos y agencias de viajes para la promoción de atractivos con poca accesibilidad vehicular	X
--------------	---	---

---

*DA*

---

<i>D1-A1</i>	Realizar reuniones constantes con las autoridades del Gad cantonal de Cotopaxi para la elaboración de un catastro de los productos turísticos de las parroquias	X
--------------	---	---

---

<i>D2-A2</i>	Crear un plan de seguridad que beneficie la estadía del turista en los atractivos turísticos de las parroquias	X
--------------	--	---

---

**Nota:** se identificaron 10 estrategias de impacto alto, 12 de impacto medio y 7 de impacto bajo

D4-A3		X
	Establecer planes de acciones ante una crisis económica para evitar la pérdida o destrucción de los atractivos turísticos	
D5-A5	Incentivar a los moradores sobre los beneficios que traerá el turismo a las parroquias evitando el asentamiento de viviendas en sitios turísticos	X
D6-A9	Capacitación a los pobladores de las parroquias sobre los beneficios y problemas que puede causar la frontera agrícola en el turismo	X
D7-A8	Gestionar un plan de acción con la ayuda del GAD parroquial para evitar desastres naturales y para la mejora de los servicios básicos de los atractivos turísticos	X
D9-A7-A8	Gestionar permisos en los atractivos que se encuentren en propiedad privada para vivificar la oferta turística de las parroquias	X

Mediante el análisis de estrategias se pudo determinar 10 estrategias imprescindibles para aplicarlas en la propuesta de un plan de acción, esto debido a que, como se mencionó anteriormente, se identificó que estas se encuentran ligadas y direccionadas de forma más específica hacia la promoción y difusión de los atractivos y productos turísticos con el fin de potencializar el turismo del sector, las estrategias que se calificaron con un nivel de impacto medio se les asignó este valor ya que a pesar de ser importantes no son imprescindibles en el momento para impulsar el turismo la parroquia, así como las estrategias que se ubicaron en el

cuadrante de impactos bajos, determinando que estas no traerían grandes cambios al momento de ser aplicadas.

### 11.20.8. *Resumen estratégico*

**Tabla 30** *Resumen estratégico*

<b><i>ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN</i></b>	
F5-O2	Organización de ferias y eventos turísticos en distintos atractivos de las parroquias con ayuda del Consejo Provincial de Cotopaxi
F2-O3	Ofertar recorridos turísticos que incluyan a los Ilinizas y demás atractivos de las parroquias
F4-O6	Solicitar a las instituciones académicas que desarrollen proyecto para la conservación de flora y fauna que vinculen a la comunidad y se difundan los resultados
F8-O8	Plantear productos turísticos llamativos sobre las reservas turísticas existentes para promocionar y difundir el turismo del sector
F3-A2	Implementar vallas publicitarias en los atractivos turísticos de la vía E35
D2-O3	Innovar los servicios turísticos aprovechando la captación de turistas que visitan los Ilinizas para las parroquias
D4-O9	Seleccionar los atractivos más representativos de las parroquias para promoción en medios de comunicación del Gad Provincial
D6-O6	Crear alianzas con el Gad Provincial de Cotopaxi para la creación de una base de datos con información de la parroquia Tanicuchi para difundir y promocionar sus atractivos turísticos
FO. O9	Promocionar y difundir mediante redes sociales de cada uno de los atractivos turísticos
D1-A1	Realizar reuniones constantes con las autoridades del Gad cantonal de Cotopaxi para la elaboración de un catastro de los productos turísticos de las parroquias

**Nota:** las 10 estrategias de promoción y difusión con impacto alto En la siguiente tabla elaborada se presenta las 10 estrategias que aportan al sector turístico las cuales son

consideradas las más importantes para el proyecto de investigación, para brindar un interés de la comunidad y para todos los interesados en esta investigación

### 11.20.9. *Propuesta de Plan de acción*

**Tabla 31** *Propuesta de plan de acción*

<b>PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN</b>				
Estrategia	Táctica	Responsable	tiempo	Presupuesto
Plantear productos llamativos aprovechando la riqueza natural y cultural para el desarrollo turístico de aventura	Seleccionar atractivos turísticos naturales y culturales para el aprovechamiento de la misma	Gad parroquia	6 meses	300
Aprovechamiento de la biodiversidad que tiene los Ililizas y cada uno de los atractivos turísticos	Contratar personas capacitadas en el ámbito de la diversidad para que sus conocimientos sean útiles para las parroquias	Gad Cantonal de Cotopaxi	2 meses	800
Aprovechamiento de flora y fauna de los atractivos turísticos	Diseñar estrategias de cuidado y	Comunidad de las parroquias	7 meses	1000

protección de reservas ecológicas				
Plantear productos turísticos llamativos sobre las reservas turísticas existentes para promocionar y difundir el turismo del sector	Crear atractivos llamativos para la promoción y difusión de la misma	Gad parroquial	6	800
En los atractivos turísticos locales se puede innovar los servicios turísticos aprovechando la captación de turistas que visitan los llinizas para las parroquias	Crear estrategias con los pobladores locales para el aprovechamiento de los atractivos	Comunidad parroquial y autoridades encargas del turismo	9 meses	700
Seleccionar los atractivos más representativos de las parroquias para promoción en medios de comunicación del Gad Provincial	Gestionar relaciones públicas para promocionar el recurso	Pobladores, y el Gad parroquia	11 meses	457
Promocionar y difundir mediante redes sociales de cada uno de los atractivos turísticos	Crear estrategias para promocionar cada destino turístico de las parroquias	Gad Parroquia	5 meses	900

---

Realizar reuniones	Proponer acciones	Gad	10 meses	400
constantes con las	con el Gad cantonal	parroquial		
autoridades del Gad para la				
cantonal de Cotopaxi para planificación y				
la elaboración de un	promoción del			
catastro de los productos	turismo			
turísticos de las parroquias				

---

**Nota:** Elaborado por Angel Toalombo (2025)

### 11.21. Impacto

La presente investigación permitió recopilar información de los productos y atractivos turísticos naturales y culturales de cada uno de las parroquias de investigación, a través del Manual de Atractivos Turísticos y el Manual para la Planificación de Productos turísticos, también se logró registrar los servicios de alojamiento, alimentación y transporte con los que cuenta cada uno de las parroquias y con ayuda de las matrices FODA,MEFI,MEFE,MIE,FODA cruzada y el Plan de acción fueron planteadas para el desarrollo turístico de las parroquias Toacaso y Tanicuchí.

### 11.22. Impacto social

Las parroquias de Tanicuchi y Toacaso pueden utilizar este trabajo de investigación como un punto de partida para futuras investigaciones vinculadas a la actividad turística, generando ingresos y empleo al promover cada uno de estos productos y atractivos turísticos a través de estrategias de promoción y difusión propuestas que permitirían que los turistas conozcan estas. La investigación aportará en la realización de futuros trabajos académicos sobre productos y atractivos turísticos de las parroquias de Tanicuchí y Toacaso.

## 12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 12.1. Conclusiones

Mediante la respectiva investigación se logró actualizar el inventario de atractivos turísticos de las parroquias Tanicuchí y Toacaso utilizando el Manual para el Levantamiento u Jerarquización de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR) por lo tanto se pudo determinar que la parroquia de Tanicuchi cuenta con 7 atractivos naturales y 11 atractivos culturales dando un total de 18 atractivos turísticos, 3 atractivos turísticos se encuentran en la jerarquía II y 6 de los atractivos turísticos se encuentran en la jerarquía III. De la parroquia Toacaso existen 15 atractivos naturales y 9 atractivos culturales de los cuales 17 atractivos turísticos están en la jerarquía II y 2 están en la jerarquía III.

En la parroquia de Toacaso se puede evidenciar que existe un producto turístico, una ruta que ofrece actividades de senderismo, cabalgata, ciclo turismo, interpretación ambiental, visita a sitios históricos y montañismo, mediante la salida de campo se puede evidenciar que no cuenta con todos los servicios necesarios para los visitantes tales como el de alojamiento y alimentación. La ruta tiene una temática de aventura y forman parte de ella 24 atractivos entre naturales y culturales, el tiempo de duración es de una hora y fue creada por el GAD parroquial de Toacaso.

Como resultado del último objetivo se plantearon estrategias de promoción y difusión para lo cual se eligieron 10 que tenían mayor enfoque, entre las estrategias se consideró aquellas en las que se tiene un vínculo con las entidades públicas, privadas y académicas para el trabajo en conjunto, otra de las estrategias tenían enfoque en el uso de redes sociales para poder compartir contenido sobre los atractivos de las parroquias, desarrollar acciones que permitan la captación de turistas a los distintos atractivos y poder diversificar la oferta en cada parroquia.

## 12.2. Recomendaciones

La parroquia de Tanicuchi debe proponer acciones para poder inventariar sus atractivos turísticos existentes para que sean subidos a una base de datos y puedan ser apreciados por cualquier persona que desee información acerca de esta parroquia.

Trabajar a través de convenios con operadores turísticos y agencias de viajes dentro y fuera de la provincia para la promoción de cada uno de estos atractivos turísticos y los servicios de alojamiento, alimentación y transporte que disponen en cada una de las parroquias.

Ejecutar las estrategias de promoción y difusión propuestas dentro del trabajo de investigación con ayuda de convenios con instituciones públicas y privadas como; Consejo Provincial, Gad Latacunga, Universidades y otras empresas turísticas para promover la actividad turística dentro de las parroquias y aprovechar sus recursos y atractivos.

## 13. Referencias

Aguilar, S. (2021). *Turismo y medio ambiente: Un enfoque integral*. Ediciones Académicas

Álvarez, R. (2020). *El impacto del turismo en el cambio climático*. Editorial Ecoturismo

Alarcón, P. y Gálvez, R. (2021). *La sostenibilidad en el turismo: Nuevas perspectivas para la gestión* *Revista Latinoamericana de Turismo*. 15(3) 112-130

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.

Recuperado de: <https://www.asambleanacional.gob.ec>.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). *Ley de Turismo*. Recuperado de:

<https://www.asambleanacional.gob.ec>.

- Baker, M. y Evans, W. (2019). *Turismo sostenible y desarrollo comunitario*. Springer
- Barton, P. y Hendricks, P. (2020) Strategic planning in the hospitality industry: The application of SWOT and FODA analysis *Journal of Tourism & Hospitality Research* 18(1) 42-56
- Borrero, E. y García, R. (2020). *La influencia del ecoturismo en las comunidades rurales de Ecuador* *Revista de Turismo y Cultura*. 9(1) 45-56
- Bramwell, B. y Lane, B. (2019). *Turismo y desarrollo sostenible: Nuevas perspectivas sobre los desafíos globales*. *Journal of Sustainable Tourism*. 27(3) 305-320
- Castro, V. y Medina, E. (2020). *Ecoturismo y preservación del patrimonio cultural*. Editorial Académica
- Cooper, C., Jackson, R. y Baggio, R. (2019). *Turismo: Principios y prácticas*. Pearson Education
- Cruz, A. y Herrera, L. (2020). *La sostenibilidad en el desarrollo del turismo rural*. Editorial Universitaria
- Chaves, E. y Bigné, E. (2020). *The role of social media in tourism marketing International*. *Journal of Tourism Research* 22(2) 235-248
- Delgado Vargas, J. D. (2011). *Elementos de turismo: Teoría, clasificación y actividad*. Obtenido de [epositorio.uned.ac.cr](http://epositorio.uned.ac.cr)
- Dimitrios, B. (2022). *Sustainable tourism: Challenges and opportunities*. *Journal of Sustainable Tourism* 30(2) 204-222
- Dube, L., Hanks, L. y Beaudry, C. (2021). *Tourism and sustainability: A global perspective*. Routledge
- Eduardo, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. *revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173).
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado de: <https://www.asambleanacional.gob.ec>.

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). *Ley de Turismo*. Recuperado de:  
<https://www.asambleanacional.gob.ec>.
- Barrota, M. R. (1 de 12 de 2024). MEF E y MEF I, herramientas para análisis estratégico.  
*Ruisbarroeta*.
- Delgado Vargas, J. D. (2011). Elementos de turismo: Teoría, clasificación y actividad.  
 Obtenido de epositorio.uned.ac.cr
- Destinos del Perú*. (Mayo de 2014). Obtenido de Conceptos básicos para la gestión de  
 destinos turísticos: Destinos del Perú, 2014)
- Eduardo, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas,  
 experimentales, participativas, y de investigación-acción. *revista científica mundo de  
 la investigacion y el conocimiento* ,  
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173).
- Figuerola, J. (2019). *Turismo sostenible en comunidades rurales: Una herramienta para el  
 desarrollo local*. Editorial Turística.
- GAD Cantonal de Latacunga. (2022). *Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Latacunga*.  
 GAD Latacunga.
- González-Mendoza, J. A. (2019). *ResearchGate*. Obtenido de Matriz de Evaluacion de  
 Factores Externos : [https://www.researchgate.net/figure/Figura-22-Matriz-Interna-Externa-IE\\_fig3\\_339146897](https://www.researchgate.net/figure/Figura-22-Matriz-Interna-Externa-IE_fig3_339146897)
- Hernandez, S. (2014). Metodología de la investigación. Mexico. D.F. [https://www.um.es/  
 documents/3239701/9597895/Turismo1c.pdf/372fcb34-cdd2-4132-b557-  
 4b663f8402a1](https://www.um.es/documents/3239701/9597895/Turismo1c.pdf/372fcb34-cdd2-4132-b557-4b663f8402a1)
- Uribe, M. (2019, 2020). Matriz EFE - MATRIZ EFE - EFI
- Hernández. (2016). *calidad y ADR*. Obtenido de Heramientas y analisis de contexto MEFI y  
 MEF E: [https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi  
 mefe/](https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/)
- Joaquín, S. C. (20 de Octubre de 2023). *Anaális FOFA*. Obtenido de  
[https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_FODA](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA)
- Ortega, C. (2021, agosto 3). Método analítico: Qué es, para qué sirve y cómo realizarlo.

QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-analitico/>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga. (2020). *Plan de turismo del cantón Latacunga*. [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed\\_1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed_1.pdf)
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación. [file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Metodologia_de_la_investigacion.pdf) (1a. Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. On line) (27/03/2000). Revisado el, 14. <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing Management (14th ed.)*. Prentice Hall. [http://www.amazon.com/Marketing-Management-MyMarketingLab-Pearson-Package/dp/0132606224/ref=sr\\_1\\_2?ie=UTF8&qid=1390253667&sr=8-2&keywords=marketing+management+kotler+14th+edition](http://www.amazon.com/Marketing-Management-MyMarketingLab-Pearson-Package/dp/0132606224/ref=sr_1_2?ie=UTF8&qid=1390253667&sr=8-2&keywords=marketing+management+kotler+14th+edition).
- leon. (2003). revisión de literatura. Obtenido de [https://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/garcia\\_c\\_me/capitulo2.pdf](https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_c_me/capitulo2.pdf)
- León. (2021). Obtenido de <https://www.cristoleon.com/project/matriz-de-analisis-fodacruzado/>
- Ley de Turismo. (2014). Ley de turismo. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/2Ley-de-turismo-2018.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Informe Anual sobre el Desarrollo Turístico en Ecuador*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). En S. D. DESARROLLO.
- Muñoz, D. (2022). *Matriz MEFÉ*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/435026075/MATRIZ-MEFE-docx>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2010). Turismo y producto turístico. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL

ECUADOR. 2017. 2da edición. [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)

Morillo, M. (Agosto de 2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Obtenido de Redalyc.Turismo:

Ministerio de Turismo. (2018). Manual de Atractivos Turísticos. Obtenido de Portal Servicios MINTUR:

Moreno, M., & Coromoto, M. (2010). Turismo y producto turístico. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Ortega, C. (5 de septiembre de 2024). *questuion pro* . Obtenido de Método analítico: Qué es, para qué sirve y cómo realizarlo:

<https://www.questionpro.com/blog/es/metodoanalitico/>

Ritchie, y Goeldner. (2006). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas para su medición. *pasos*.

Rodas & pacheco. (22 de 4 de 2020). Grupos Focales: Marco de Referencia para su Implementación. *Dianatel*, pág. 183.

Rodríguez, N. (20 de febrero de 2024). *Qué es un plan de acción, cómo se elabora y ejemplos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/plan-de-accion-empresa>

Salas, M., Castro, L., & Salas, J. (2018). Determinación de Estrategias de Desarrollo Económico Mediante el Análisis Estratégico. *Revista Científica Hallazgos21*, 213-227. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7148204&info=resumen&idioma=EN>

Sampieri. (2020). *Metodología de la investigación* . Obtenido de <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>

Sánchez, M. (2020). *Impacto del turismo en las comunidades rurales: Estudio de caso en Latacunga*. *Revista de Desarrollo Local*, 8(2), 34-46.

- Santos, D. (4 de Diciembre de 2024). *Hubspppt*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/matriz-efi>
- Siguinza, V., & Javier, A. (2015). propuesta de un manual de procedimientos de control interno mediante el método coso para el departamento administrativo y contable de la empresa “transportes sigüenza noritz”. Transportes Sigüenza Noritz:  
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5040/1/11479.pdf>.
- Suárez, E. (24 de 11 de 2024). *Experto Universitario*. Obtenido de Metodo deductivo inductivo : <https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Teoría del Turismo. (2019). *Conceptualización Básica concepto y definicion del Turismo*. milaagros:  
[https://sga.unemi.edu.ec/media/recursotema/Documento\\_201967101857.pdf](https://sga.unemi.edu.ec/media/recursotema/Documento_201967101857.pdf).
- Toselli, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Portal iberoamericano de Gestión cultural, 1, 12.
- Trenza, A. (2021, octubre 8). Plan De Acción En 5 Pasos—Ana Trenza.  
<https://anatreza.com/plan-de-accion/>
- Tribunal Constitucional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito-Ecuador: Registro Oficial, 449, 20-10.
- Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales.
- Tamayo, H.1 D. (2012). Plan de promoción y difusión turística para la parroquia San Juan de Pasto1calle, ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1570/1/T-UTC-1408.pdf>
- Toapanta, S. (12018). Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en Turismo y Hotelería. 184.
- UNEMI. (2019)1. Los servicios turísticos sostenibles—Los servicios en planta Turística.  
[https://sga.un1emi.edu.ec/media/recursotema/Documento\\_201912912351.pdf](https://sga.un1emi.edu.ec/media/recursotema/Documento_201912912351.pdf)
- Vega, F. d. (2024). 1Observación de conductas sociales. Escuela de Psicología Social del Su.

Renfijo, J., & S1ánchez, J. (s.f.). Conceptos básicos del turismo. Aproximación a la evolución reciente de las políticas turísticas en extremadura. Obtenido de [https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12426/1/978-84-09-25215-2\\_17.pdf](https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12426/1/978-84-09-25215-2_17.pdf)

Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. 17.

Vázquez, E. (2015). Estrategias de comercialización. Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos, 169-195