



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**“Propuesta de un Plan de Marketing para el
Turismo Comunitario del Cantón Saraguro,
Provincia de Loja”**

TESIS PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

Laura María Cobos Ramón

DIRECTORA:

Ing. Celia Isabel Jara Galdeman Mg. Sc.

**LOJA ECUADOR
2015**

CERTIFICACIÓN

ING. COMERCIAL CELIA ISABEL JARA GALDEMAN MGS. SC.
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD DE LOJA, DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA Y DIRECTORA DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la tesis titulada “PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA” de la autoría de la señorita estudiante de la carrera de Ingeniería en Administración Turística Laura María Cobos Ramón, ha sido dirigida orientada y aprobada en su integridad, por lo que autorizo su presentación y publicación.

Loja, Diciembre de 2015



Ing. Celia Isabel Jara Galdeman Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS.

AUTORIA:

Yo, LAURA MARÍA COBOS RAMÓN declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales sobre el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Laura María Cobos Ramón.

Firma: 

Cedula: 1105226219

Fecha: Loja Diciembre del 2015.


CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Cobos Ramón Laura María, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de: Ingeniería en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el DRI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tengan convenio la universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los dos días del mes de Noviembre del dos mil quince, firma la autora.

Firma: -----

Autora: Laura María Cobos Ramón.

Cedula: 1105226219

Dirección: España y Brasil, Loja.

Correo electrónico: negrita_091992@hotmail.com

Teléfono: 072587923 **Celular:** 0989038946

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Celia Isabel Jara Galdeman Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Ing. Rubén Darío Román Aguirre. Mg. Sc. **Presidente**

Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mg. Sc. **Vocal**

Ing. Manuel Antonio Abarca. Mg Sc. **Vocal**

DEDICATORIA

El esfuerzo del presente trabajo de tesis lo dedico a mis padres quienes me dieron la oportunidad de vivir y gracias a su apoyo, consejos, valores y enseñanzas inculcados en mi niñez hoy se refleja el resultado de aquella educación; razón más que suficiente para dedicarles todo mi esfuerzo hacia ustedes, para que se sientan orgullosos por el triunfo alcanzado.

A mis hermanos, principalmente Jenny y Silvana que me han enseñado a ser una persona de bien y hoy a pesar de la distancia a través de sus consejos he podido salir adelante. Gracias por preocuparse por mí y por estar en este momento tan importante de mi vida.

A todos mis sobrinos, que son mi inspiración, y con sus sonrisas iluminan mi mundo.

A ustedes mi familia que son lo más importante en mi vida les dedico el producto de mi esfuerzo.

Laura María Cobos Ramón.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por ser mi principal motivo de inspiración y motivación y por regalarme la salud y la sabiduría para terminar este trabajo investigativo.

A la Universidad Nacional de Loja, por permitirme realizar mis estudios y a todos mis maestros durante mi formación profesional.

A mi familia por su amor y ayuda incondicional en todo sentido.

De manera especial quiero agradecer a mi directora de tesis, Ing. Celia Jara Galdeman, por su ayuda y por haber sabido guiar y orientar acertadamente mi trabajo investigativo.

La autora

1. TITULO

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL TURISMO
COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”**

2. RESUMEN

El Ecuador por su ubicación geográfica, posee una gran diversidad de paisajes, etnias, tradiciones y costumbres. Es por ello que la actividad turística se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo socioeconómico, debido a que origina divisas importantes para el país mejorando la calidad de vida de los ecuatorianos. Nuestro país posee 24 provincias cada una con características únicas, dentro de ella se encuentra la Provincia de Loja conformada por sus 16 cantones que atraen la atención de turistas por la variedad de atractivos tanto culturales, como naturales.

El Cantón Saraguro se encuentra ubicado a 64 km de Loja; posee una diversidad de atractivos únicos; actualmente la práctica del turismo Comunitario se ha convertido una actividad donde los miembros de las comunidades se organizan para prestar servicios, ofreciendo sus viviendas, costumbres, conocimientos y forma de vida a quienes lleguen a vivir esta experiencia, sin embargo no ha podido ser difundido, por ello surgió la necesidad de plantear una “propuesta de Plan de marketing para el turismo Comunitario del Cantón Saraguro, provincia de Loja”, el mismo que se realizó mediante la firma de un convenio entre la Universidad Nacional de Loja y el departamento de Interculturalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro, empleando la metodología canvas y ventures se inició con un diagnóstico turístico del sector, desarrollando objetivos estratégicos elementales para la propuesta de plan de marketing para dar a conocer a turistas nacionales y extranjeros la práctica del mismo, para posicionar al Cantón Saraguro como un destino turístico.

Para el cumplimiento del trabajo se desarrolló objetivos específicos; la realización del diagnóstico de la situación actual del turismo, la propuesta de un plan de marketing turístico y socializar el plan de marketing a las autoridades correspondientes; para la ejecución de estos objetivos se utilizaron métodos deductivo, inductivo, descriptivo e histórico, y técnicas como la observación directa, entrevista, y encuesta.

El diagnóstico de la situación actual del turismo comunitario en el cantón Saraguro, se realizó mediante un estudio del macro y micro entorno; el macro entorno se enfocó en el análisis de cinco factores: demográfico, económico, político, sociocultural y tecnológico del país y del Cantón Saraguro, encuestas aplicadas a la población utilizando preguntas de opción múltiple. Para el estudio del micro entorno se realizaron entrevistas al encargado de la jefatura de Turismo del GAD Saraguro; y al Sr. Luis Lozano representante del Turismo Comunitario del Cantón, quienes

brindaron información acerca de las ventajas y limitaciones que posee el sector en el ámbito turístico; además se realizó el levantamiento de información mediante la aplicación de fichas de atractivos turísticos del Ministerio de turismo en donde constan los datos generales, aspectos geográficos, actividades turísticas y recomendaciones que los turistas deben conocer acerca de cada uno de los atractivos naturales y culturales del cantón.

Uno de los aspectos claves dentro del desarrollo del proyecto de plan marketing fue la elaboración de la matriz FODA, inició con la identificación de factores externos e internos, de los externos se estableció las oportunidades y amenazas, y de los internos las debilidades y fortalezas, construyendo una matriz FODA cruzado, obteniendo así dos objetivos estratégicos: el diseño de un plan de promoción y publicidad valorado en \$ 5800,00 y un plan de capacitación turística dirigida a las familias de los Centros de Turismo Comunitario para que mejoren sus servicios, valorado en \$797.50, de esta manera se incrementará fuentes de trabajo y por ende se fortalecerá el desarrollo turístico.

Como último objetivo específico la socialización del presente trabajo a las autoridades correspondientes del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro, y a los representantes del Turismo Comunitario se desarrolló en las instalaciones del Municipio de Saraguro, estableciendo aportes importantes y fundamentales para elaboración de las conclusiones y recomendaciones del presente Trabajo de Grado.

En cuanto a las conclusiones es importante recalcar que la realización de este tipo de trabajos investigativos a más de beneficiar a los estudiantes debido a que es un requisito para aprobar el ciclo de titulación beneficia directamente al desarrollo Turístico del Cantón.

ABSTRACT

The Ecuador by its geographic location has a great diversity of landscapes, ethnicities, traditions and customs. That is why tourism has become a major pillar for economic development because it creates major currencies for the country to improve the quality of life of Ecuadorians. Our country has 24 provinces, each with unique characteristics within it the Province of Loja comprised of its 16 cantons that attract the attention of tourists for the variety of both cultural attractions, as is natural.

Canton Saraguro is located 64 km from Loja; It has a variety of unique attractions; currently the practice of Community Tourism has become an activity where community members are organized to provide services, offering their homes, customs, knowledge and way of life to those who come to live this experience, however, has not been released, therefore it became necessary to raise a "marketing plan proposed for Community tourism Canton Saraguro, Loja Province," the same as was done by signing an agreement between the National University of Loja and the Department of Intercultural Decentralized Autonomous Government of the Canton Saraguro, using the methodology and canvas ventures began with a diagnosis of tourism sector, developing basic strategic objectives for the proposed marketing plan to raise awareness of domestic and foreign tourists to practice it, to position Saraguro canton as a tourist destination.

To fulfill the specific objectives developed work; making the diagnosis of the current situation of tourism, the proposal of a tourism marketing plan and socialize marketing plan to the relevant authorities; to implement these objectives deductive, inductive, descriptive and historical methods and techniques such as direct observation, interview and survey were used.

The diagnosis of the current situation of community tourism in the Canton Saraguro, a study was performed by the macro and micro environment, the macro environment focused on the analysis of five factors: demographic, economic, political, cultural and technological development of the country and Canton Saraguro, surveys of the population using multiple choice questions. To study the micro environment manager interviews the head of Tourism Saraguro GAD were performed; and Mr. Luis Lozano representative of the Community Tourism Canton, who provided information about the benefits and limitations it has the sector in tourism; plus the collection of information was done by applying sheets attractions of the Ministry of Tourism which includes general information, geographic, tourist activities and recommendations that tourists should

learn about each of the natural and cultural attractions of the canton .

One of the key aspects in the development of the proposed marketing plan was the development of the SWOT matrix, began with the identification of external and internal factors, external opportunities and threats was set, and the internal strengths and weaknesses, I build a cross SWOT matrix, thus obtaining two strategic objectives: to design a promotion and publicity plan valued at \$ 5,800.00 and tourism training plan aimed at families of community tourism centers to improve their services, valued at \$ 797.50, so sources of employment will increase and thus strengthen tourism development.

As a last specific objective socialization of this work to the relevant authorities of the Decentralized Autonomous Government of the Canton Saraguro, and representatives of the Community Tourism it was held in the premises of the Municipality of Saraguro, establishing important and fundamental contributions to the development of conclusions and recommendations Grade this job.

As for the conclusions it is important to emphasize that realization of this type of research work to benefit more students because it is a requirement to pass the qualification cycle directly benefit the tourism development of the Canton.

3. INTRODUCCIÓN

En la actualidad nos encontramos en un ámbito altamente competitivo en cuanto al entorno económico que obliga a las empresas a innovar y mejorar sus productos y servicios. Ecuador no es la excepción pues la actividad turística ha tenido un desarrollo importante lo que representan la tercera fuente de ingreso de divisas, superando incluso a las exportaciones de petróleo, productos alimentarios y automóviles (Rifai, 2014),

El año 2015 fue catalogado por el Gobierno Nacional como el año de la calidad turística, gracias al objetivo propuesto como política de Estado de impactar a nivel mundial con una campaña promocional que privilegia Ecuador como destino turístico, dicha campaña “All You Need Is Ecuador”, supero las expectativas, ya que 450 millones de personas recibieron el mensaje (Naranjo, 2015).

El turismo comunitario es una de las nuevas formas de turismo alternativo, tiene por finalidad: “respetar y conservar la naturaleza, y mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales” (Orgaz, 2013, pág. 2), mediante el contacto entre la comunidad y el *turista* “para promover nuevas oportunidades en todo el mundo, así como la participación comunitaria en el desarrollo del turismo” (Rifai, 2014).

En nuestro país “inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas que empieza a consolidarse como actividad económica y socio cultural de importancia” (Ballesteros & Carrión, 2007, pág. 29).

La Provincia de Loja, ha tenido un desarrollo importante en este ámbito pues goza de una gran diversidad de paisajes y espacios, así mismo la provincia cuenta 16 cantones que poseen una gran capacidad de infraestructura turística instalada, lo que complementa la diversidad natural y cultural. Uno de los cantones es Saraguro ubicado a 64 Km de la capital provincial, conformado por 11 parroquias, cuenta con diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales, y con una accesibilidad de

primer orden lo que favorece a la actividad turística, principalmente al desarrollo del turismo comunitario; mismo que se practica en la parroquia urbana Saraguro, únicamente en las comunidades: Gera, Ilincho, Las Lagunas, Ñamarin Oñakapak.

Mostrando claras deficiencias en lo concerniente a relaciones públicas y todas sus herramientas como; publicidad, y capacitación, debido a la falta de apoyo por parte de las autoridades hacia las comunidades; debido a que no posee un presupuesto, ni talento humano necesario para la elaboración y ejecución de un buen Plan de Marketing,

El presente trabajo de grado tiene como finalidad aportar significativamente al desarrollo turístico de las comunidades que trabajan con turismo comunitario en el cantón Saraguro, permitiéndoles un buen manejo y uso de los recursos naturales y culturales, y a su vez posesionar al turismo comunitario como un producto turístico apetecible a nivel regional y mundial.

Es por ello que para hacer uso de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria se ejecutó el presente trabajo investigativo, en el Cantón Saraguro, Provincia de Loja, pretendiendo brindar un aporte significativo al desarrollo turístico local, implicando directamente al Gobierno Autónomo Descentralizado de Cantón Saraguro y a las comunidades que ofrecen Turismo comunitario.

Es así que se ha determinado como objetivo general del proyecto elaborar un plan de marketing para el turismo comunitario del cantón Saraguro, provincia de Loja, y en cuanto a los objetivos específicos: realizar un diagnóstico de la situación actual del turismo en el Cantón, propuesta de un plan de marketing mismo que consta de: un plan de publicidad y promoción para difundir el turismo comunitario que permita posesionarlo como destino turístico; y plan de capacitación, y de esta manera posesionar al turismo comunitario en la mentes de los turistas.

Con el desarrollo satisfactorio de los objetivos planteados se pudo determinar datos importantes acerca del área en estudio, igual manera se diseñó alternativas de solución a la problemática que presenta el sector, en cuanto al aspecto turístico.

La elaboración de este proyecto, permitió fortalecer el desarrollo de turismo comunitario y posicionarlo en el mercado y por ende en la mente de los visitantes o turistas que llegan al Cantón.

Los resultados de este proyecto permitirán la venta de sus productos turísticos, y queda en manos de las autoridades correspondientes trabajarlo de manera más urgente y priorizar el turismo como una nueva alternativa económica y de concientización en los habitantes.

Cabe recalcar que no existieron limitaciones en el desarrollo del presente proyecto, sino todo lo contrario ya que existió colaboración y apoyo significativo por parte de Municipio y de los representantes del Turismo Comunitario, en cuanto a proporcionar información que sirvió para la realización del proyecto de tesis.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Marco Conceptual.

4.1.1. Turismo

Según la OMT, el turismo se define como: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos” (Ruibal, 2009).

4.1.1.1 Tipos de Turismo

Se denomina tipos de turismo a la clasificación que se realiza a partir de las motivaciones que las personas tienen para realizar sus viajes.

Entre los tipos de turismo están:

Turismo cultural: se llama turismo cultural a los viajes que se realizan con el fin de disfrutar y conocer aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos (Castro, 2010, pág. 101).

Turismo deportivo: este tipo de turismo se “realiza por tres circunstancias principales:

- Participar como espectadores de eventos deportivos.
- Disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva.
- Participar en competiciones deportivas” (Rodríguez, 2011, pág. 2).

Turismo de salud: este tipo de turismo lo practican las personas que viajan a un destino caracterizado por sus especiales condiciones y ventajas para el descanso y la recuperación o recibir un tratamiento. (Castro, 2010, pág. 104)

Turismo naturalista: este tipo de turismo “es realizado por las personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino” (Ibídem, 106)

Turismo sostenible: el turismo sostenible es “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad

receptora abarca de manera principal, el turismo de naturales (suave y fuerte), el ecoturismo, el agroturismo y el turismo rural” (Avila, 2002).

Otros tipos de turismo:

- **Turismo de aventura:** “las actividades turísticas de alto riesgo conforman esta actividad.
- **Turismo alternativo:** el concepto de turismo alternativo se emplea para designar las actividades turísticas que son distintas a las correspondientes al turismo convencional” (Castro, 2010, pág. 108.).

4.1.2 Turismo Comunitario

La FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario en el Ecuador) comprende como turismo comunitario a toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados.”

El Turismo Comunitario en el Ecuador tuvo desarrollo en los años 50 pero despertó para la década de los 90, debido a la inequidad y la falta de beneficios directos entre las comunidades receptoras del turismo, no solo a nivel Ecuador, sino a nivel mundial. El turismo representa para Ecuador la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y del banano (Ballesteros & Carrión, 2007)

4.1.3 Marketing

Marketing es el proceso por el que las empresas crean valor para los clientes y construyen fuertes relaciones con ellos con el propósito de obtener, a cambio, valor precedente de dichos clientes. Hoy en día no se debe comprender el marketing en el viejo sentido de lograr una venta (“comunicar y vender”), sino bajo el razonamiento de satisfacer las necesidades del cliente. (Kotler & Armstrong, 2008)

4.1.4 Marketing Turístico

El sector turístico ha experimentado (aunque de una manera más tardía) una evolución marcada de la orientación de su marketing, ya que durante décadas su único objetivo era producir y vender. La elaboración de paquetes turísticos estandarizados de idéntica composición y venta masiva, permitía a las empresas turísticas centrarse exclusivamente en la producción, olvidándose por completo de cubrir las expectativas de la muy diversa tipología de clientes. (Arjona, 2009)

4.1.5 Marketing Mix

El marketing mix es el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. Por lo tanto el éxito de una empresa cendra dado por el perfecto conocimiento y análisis de los diferentes elementos del marketing que inciden en su actividad, y que a través de la puesta en marcha del plan de marketing alcanzara los objetivos marcados. (Universidad Nacional de Loja, 2008)

4.1.6 Elementos del marketing Mix

4.1.6.1 Producto

Es todo elemento tangible o intangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios y que se comercializa en un mercado. El producto debe cumplir con dos objetivos básicos:

- Ser capaz de satisfacer eficazmente necesidades o deseos específicos de los consumidores o usuarios.
- Ser capaz de generar preferencia por parte de los consumidores o usuarios, es decir: que estos lo prefieran respecto a los productos competidores. (Soriano, 1990)

Ciclo de vida del producto:

El ciclo de vida de un producto es un concepto aceptado hoy en día por casi todos, pero no siempre se utiliza y menos aun adecuadamente. Pensemos que, como toda teoría de base experimental puede tener

excepciones, o mejor, no adaptarse muy bien a ciertos productos. Los productos nacen, crecen y mueren, por lo tanto se debe conocer en qué fase de vida se hallan, ya que están condicionada a una política de renovación de gama (Universidad Nacional de Loja, 2008).

Fase de introducción:

Es la etapa donde queda fijada la concepción y periodo experimental del producto. Esta fase se caracteriza por una rentabilidad negativa debido a los grandes esfuerzos que son precisos para fabricar, lanzar y perfeccionar el producto, en comparación al volumen de ventas que se consigue (ibídem, pág. 77).

Fase de crecimiento:

Esta fase se caracteriza por una rentabilidad positiva que debe reinvertirse, en su totalidad, para financiar el crecimiento y los esfuerzos técnicos, comerciales y de comunicación propios de la misma (ibídem, pág. 79).

Fase de madurez:

La rentabilidad no están elevada como en la fase anterior, pero se producen excedentes de tesorería (ya que no hay necesidad de grandes inversiones), lo que permite el reparto de buenos dividendos, o invertir en otros productos que se hallen en las primeras fases de vida (ibídem, pág. 80).

Fase de declive: Cuando un producto llega a esta fase, ha de permanecer en ella el mínimo tiempo posible y siempre de forma transitoria pues las ventas entran en declive, los beneficios disminuyen más por la escasa demanda que por los costes y la imagen de marca empieza a deteriorarse (ibídem, pág. 81).

4.1.6.2 Precio

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por lo tanto, el

precio es la estimación cuantitativa que se efectuar sobre un producto y que, traducido a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo la capacidad para satisfacer necesidades. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Objetivos de la empresa.
- Costes
- Elasticidad de la demanda.
- Valor del producto ante los clientes.
- La competencia. (Peñaloza, 2011).

4.1.6.3 Plaza o Distribución

Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- Merchandising. Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta. (Ídem)

4.1.6.4 Promoción

La promoción constituye por su parte un método de comunicación que controla totalmente el mensaje y lo hace llegar, de forma impersonal y

simultanea mediante medios masivos de comunicación remunerados, a un amplio conjunto de clientes potenciales. Los medios a disposición son:

- La prensa, La radio
- La televisión
- El cine
- La publicidad en el punto de venta
- Otros medios (Pelaez & Ruiz Vega, 2011)

4.1.7 Plan de Marketing

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Éste no se puede considerar de forma aislada, sino totalmente coordinada y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados. En marketing, como en cualquier otra actividad gerencial, toda acción que se ejecuta sin la debida planificación supone al menos un alto riesgo de fracaso o amplio desperdicio de recursos y esfuerzos. Si una acción no planificada tiene éxito, nos deberíamos preguntar qué hubiésemos conseguido de más al operar bajo un plan. Intentar que un proyecto triunfe sin servirse de un plan de marketing es como tratar de navegar en un mar tempestuoso sin cartas marítimas ni destino claro. (Gonzalez, 2010)

4.1.7.1 Etapas del plan de marketing

Debido al carácter interdisciplinario del marketing, así como al diferente tamaño y actividad de las empresas, no se puede facilitar un programa estándar para la realización del plan de marketing; ya que las condiciones de elaboración que le dan validez son variadas y responden, por lo

general, a diferentes necesidades y culturas de la empresa. El plan de marketing requiere, por otra parte, un trabajo metódico y organizado para ir avanzando poco a poco en su redacción. Es conveniente que sea ampliamente discutido con todos los departamentos implicados durante la fase de su elaboración con el fin de que nadie, dentro de la empresa, se sienta excluido del proyecto empresarial. De esta forma, todo el equipo humano se sentirá vinculado a los objetivos fijados por el plan dando como resultado una mayor eficacia a la hora de su puesta en marcha. (Ídem).

4.1.7.2 Distintas etapas para la elaboración de un plan de marketing

Análisis de la situación: El área de marketing de una compañía no es un departamento aislado y que opera al margen del resto de la empresa. Por encima de cualquier objetivo de mercado estará la misión de la empresa, su definición vendrá dada por la alta dirección, que deberá indicar cuáles son los objetivos corporativos, esto es, en qué negocio estamos y a qué mercados debemos dirigirnos. Este será el marco general en el que debemos trabajar para la elaboración del plan de marketing. Una vez establecido este marco general, deberemos recopilar, analizar y evaluar los datos básicos para la correcta elaboración del plan tanto a nivel interno como externo de la compañía, lo que nos llevará a descubrir en el informe la situación del pasado y del presente. Dentro del plan de marketing, al desarrollar la situación de una empresa dentro del mercado, hay que considerar que, junto a la realización de los análisis hasta aquí expuestos, hay que considerar otros factores externos e internos que afectan directamente a los resultados, por ello conviene incluirlos dentro de esta etapa y que serán decisivos en las siguientes. (Gonzalez, 2010).

Características de los objetivos: Con el establecimiento de objetivos lo que más se persigue es la fijación del volumen de ventas o la participación del mercado con el menor riesgo posible, para ello los objetivos deben ser:

- Viables. Es decir, que se puedan alcanzar y que estén formulados desde una óptica práctica y realista.
- Concretos y precisos. Totalmente coherentes con las directrices de la compañía.
- En el tiempo. Ajustados a un plan de trabajo.
- Consensuados. Englobados a la política general de la empresa, han de ser aceptados y compartidos por el resto de los departamentos.
- Flexibles. Totalmente adaptados a la necesidad del momento. (ídem)

Elaboración y selección de estrategias

Las estrategias son los caminos de acción de que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos; cuando se elabora un plan de marketing estas deberán quedar bien definidas de cara a posicionarse ventajosamente en el mercado y frente a la competencia, para alcanzar la mayor rentabilidad a los recursos comerciales asignados por la compañía.

Asimismo, se debe ser consciente de que toda estrategia debe ser formulada sobre la base del inventario que se realice de los puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas que existan en el mercado, así como de los factores internos y externos que intervienen y siempre de acuerdo con las directrices corporativas de la empresa.

El proceso a seguir para elegir las estrategias se basa en:

La definición del público objetivo (*target*) al que se desee llegar.

El planteamiento general y objetivos específicos de las diferentes variables del marketing (producto, comunicación, fuerza de ventas, distribución...). (Vicuña, 2012)

Establecimiento de presupuesto

Una vez que se sabe qué es lo que hay que hacer, solo faltan los medios necesarios para llevar a cabo las acciones definidas previamente. Esto se materializa en un presupuesto, cuya secuencia de gasto se hace según

los programas de trabajo y tiempo aplicados. Para que la dirección general apruebe el plan de marketing, deseará saber la cuantificación del esfuerzo expresado en términos monetarios, por ser el dinero un denominador común de diversos recursos, así como lo que lleva a producir en términos de beneficios, ya que a la vista de la cuenta de explotación provisional podrá emitir un juicio sobre la viabilidad del plan o demostrar interés de llevarlo adelante. Después de su aprobación, un presupuesto es una autorización para utilizar los recursos económicos (Gonzalez, 2010).

Análisis y Diagnóstico de la situación

Análisis Externo

La situación del análisis de la situación externa es conocer la evolución histórica y esperada del entorno en el que actué la empresa, del mercado al que atiende y de su situación ante clientes y proveedores, para identificar las fortalezas y debilidades propias frente a las de sus competidores, así como las oportunidades y amenazas a las que nos podemos enfrentar. En consecuencia el análisis de la situación externa debe permitir a la empresa la definición de los factores claves de éxito en el mercado en el que está inmersa. (Vicuña, 2012)

Análisis Interno

Mientras que el análisis de la situación externa trata de descubrir las oportunidades y amenazas que nos presenta el entorno en el que nos desenvolvemos, el análisis nos ayuda a detectar las debilidades y potencialidades de nuestra empresa. Así se trata de realizar una evaluación de nuestra empresa, con el fin de estudiar si hemos tomado las decisiones estratégicas más adecuadas (es decir, si estamos haciendo lo que debemos hacer), y si somos eficientes en la puesta en marcha de nuestras decisiones (es decir si estamos haciendo correctamente lo que debemos hacer) (Vicuña, 2012).

Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc. El primer paso que debemos dar es describir la situación actual de la empresa o del departamento en cuestión, identificar las estrategias, los cambios que se producen en el mercado y nuestras capacidades y limitaciones. Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro. Luego de haber realizado el primer análisis FODA, se aconseja realizar sucesivos análisis de forma periódica teniendo como referencia el primero, con el propósito de conocer si estamos cumpliendo con los objetivos planteados en nuestra formulación estratégica (Vesga, 2012)

4.2 Marco Referencial

4.2.1 Datos generales de la Provincia de Loja

Figura N° 1: Mapa provincia de Loja



Fuente: <http://interloja.blogspot.com/2013/01/los-cantones-de-loja.html>

Elaboración: Proyecto de tesis

La Provincia de Loja, ubicada al sur del Ecuador, tiene una superficie aproximada de 10.790 km² equivalente al 4% de la superficie del país. El 45% del territorio lojano, es de topografía accidentada conformada por rocas, peñones y terrenos muchas veces de difícil acceso. A pesar de presentarse alturas de hasta 4.107 m, no existen nevados. (Plan integral de Desarrollo de Recursos Hídricos de la Provincia de Loja, 2001). Los límites son: al norte: Azuay y el Oro; al Sur: Límite internacional con Perú, al Este: Zamora Chinchipe, y al Oeste: Límite Internacional con el Perú

Posee un clima predominante, que varía entre tropical, húmedo y semihúmedo; Al sur de la provincia se encuentra sectores secos en las proximidades con Perú. La temperatura promedio es de 16° grados centígrados. Se conforma por 16 cantones: Calvas, Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Espíndola, Gonzanamá, Loja, Macará, Paltas, Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga y Zapotillo (Sanmartín, 2013).

4.2.2 Datos generales del Cantón Saraguro

Figura N° 2: Mapa Cantón Saraguro en Ecuador y Provincia de Loja



Fuente: Plan de Desarrollo Territorial Saraguro

Elaboración: Proyecto de tesis

Según los datos del INEC 2010, Saraguro es uno de los 16 cantones de la provincia de Loja, donde un 30% de su población es indígena que corresponde a la etnia Saraguro y el 70 % restante de la población es mestiza.

Es uno de los cantones más antiguos de la provincia de Loja, el nombre Saraguro proviene de Sara = maíz, Guro = Olla se lo conoce como el lugar del maíz o la tierra del maíz” que es una gramínea que se cultiva en gran escala sin técnica, sin tractores, solo con la ayuda de bueyes y un arado rudimentario (Saraguro tierra de ensueños, 2010).

Se ubica a 64km de Loja, a 2500 metros msnm. Limita al **Norte:** Provincia del Azuay; **Sur:** Loja; **Este:** Provincia de Zamora Chinchipe; **Oeste:** Provincia del Oro. Se divide en 11 parroquias: una urbana Saraguro y 10 parroquias rurales: El Paraíso de Celen, El Tablón, Lluzhapa. Manú, San Antonio de Cumbe, San Pablo de Tenta, San Sebastián de Yuluc, Selva Alegre, Urdaneta (Paquishapa), Sumaypamba. La vestimenta de color negro y las vistosas artesanías que usan, es una tradición que conservan sus habitantes. La economía de este sector se basa en la ganadería y la

agricultura pero en los últimos años el turismo ha desempeñado un papel muy importante.

En la actualidad dentro de la Parroquia Saraguro se desarrolla una actividad turística que llena de expectativas a los habitantes, se trata del Turismo Comunitario, que pretende crear puestos de trabajo, nuevas fuentes de ingreso, recuperar y vivir la cultura propia de los Saraguros. Es muy importante recalcar la oferta de empleo a mujeres de este sector, pues por su situación no han tenido acceso cercano a labores remuneradas, y hoy por hoy constituyen un importante número de todos quienes laboran en el turismo en su comunidad.

4.2.3 Turismo Comunitario en Saraguro

Figura N° 3: Mapa de comunidades



Fuente: Investigación
Elaboración: Laura Cobos Ramón

La práctica del turismo comunitario en Saraguro brinda la esperanza de una mejor calidad de vida a nivel familiar y comunitario, permitiendo que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena de Saraguro; que conozca y que comparta las actividades y costumbres de culturas centenarias. Cuenta con la participación activa de las organizaciones comunitarias, tanto indígenas y campesinas han

organizado para la oferta de la Convivencia Comunitaria, se acondicionó 12 alojamientos turísticos en las familias indígenas (Oñakapak, Ñamarin, Las Lagunas, Ilincho y Gera). Hoy en día estas comunidades buscan ser cada vez más conocidas a través de la promoción y comercialización mediante la Operadora de turismo Saraurku Cia. Ltda. (Red de Turismo Comunitario "Saraguro Rikuy", 2008).

Se trata de un concepto totalmente diferente y novedoso de hacer turismo desde un punto de vista intercultural. Familias indígenas comparten sus viviendas con los turistas o visitantes y permiten conocer a fondo sus costumbres, su forma de vida, sus conocimientos etc.

Son los propios pobladores los que se convierten en guías y las ganancias del turismo se establecen según las necesidades y prioridades de las comunidades resueltas en asambleas comunitarias, como por ejemplo para proyectos sociales, de salud, educación y cultura.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Materiales

Los materiales que se utilizaron en la presente investigación, fueron los siguientes:

- Materiales de oficina
- Equipos de cómputo
- Cámara fotográfica
- Grabadora
- Vehículo para movilización
- Scanner.
- Impresora.

5.2 Métodos:

Para el presente proyecto de tesis se aplicó los siguientes métodos que facilitaron en el desarrollo del mismo:

Método deductivo: El cual nos permitió realizar el diagnóstico para conocer la realidad del turismo en el cantón Saraguro

Método inductivo: El **método inductivo** nos ayudó a diseñar la propuesta de plan de marketing mediante promoción y publicidad del turismo comunitario que se desarrolla en este sector.

Método descriptivo: mediante este método se pudo conocer las situaciones, costumbres, formas de vida, etc. Predominantes en el sector a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas

Método histórico: este método se aplicó en el primer objetivo para la obtención de información de la realidad del turismo en el Cantón Saraguro; principalmente en las comunidades donde se realiza turismo comunitario para entender el modo de ser y comportamiento de las cosas presentes.

Técnicas: Las técnicas e instrumentos que permitieron llegar a obtener información necesaria y concreta para el desarrollo de la presente investigación fueron las siguientes:

Encuesta: esta técnica se aplicó a la población de Saraguro para poder obtener información que sirvió de mucha ayuda para el desarrollo del presente proyecto; además se empleó la siguiente fórmula tomando en cuenta que la población del cantón Saraguro es de 30.183 habitantes según el censo del 2010 proporcionado por el INEC; y la proyección para el 2015 es de 32.658 habitantes:

Fórmula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (z^2 * p * q)}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96) 2

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.005)2 =0.0025

N= Universo proyectado.

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 32.658}{32.658 * (0.005)^2 + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 8164,5}{81.645 + 0.9604}$$

$$n = \frac{31364.743}{82.6054}$$

n = 379.69 = **380 ENCUESTAS**

Mediante la realización de esta fórmula tenemos como resultado para el presente trabajo investigativo se aplicó 380 encuestas a los habitantes del cantón Saraguro.

Entrevista: esta técnica permitió intercambiar información a través del dialogo entre el representante de las comunidades en donde se realiza turismo comunitario y a su vez a las autoridades del GAD.

Observación directa: Esta técnica permitio, observar minuciosamente el entorno, para posteriormente registrar la información obtenida, y de esta manera se podra analizar las características de cada uno de las comunidades que ofrecen turismo comunitario.

5.3 Metodología por objetivos

Para el cumplimiento del primer objetivo: **“Realizar un Diagnóstico de la situación actual del turismo en el cantón Saraguro.”** .Se utilizó el método deductivo, histórico y descriptivo para la obtención de información de la realidad del turismo en las comunidades del Cantón Saraguro y se aplicó las encuestas y entrevistas, para posteriormente registrar la información obtenida, y de esta manera analizar a traves del FODA las características de cada una de las comunidades que ofrecen turismo comunitario.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **“Proponer un Plan de marketing para el turismo comunitario en el Cantón Saraguro que contribuya al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.”** .Se utilizó el método **inductivo** y la tecnica de observacion directa, en donde se registro la información obtenida, y de esta manera se diseñó la propuesta de plan de marketing del turismo comunitario; que consistió en la realización de un plan de publicidad y promocion; y un plan de capacitación.

Y finalmente para el cumplimiento del tercer objetivo: **“Socializar el plan de marketing a las autoridades correspondientes de Saraguro”** .Se desarrolló en tres etapas:

Primera: inicial (previa) se hizo las convocatorias, el orden del día y las presentaciones

Segunda (ejecución) desarrollo, presentación de la temática con el apoyo de material audiovisual.

Tercera: (resultados) conclusiones y sugerencias que la comunidad socializa al tesista

6. RESULTADOS

6.1 Desarrollo del diagnóstico de la situación actual del turismo en el Cantón Saraguro.

6.1.1 Análisis externo

6.1.1.1 Factor Demográfico:

Población del Ecuador 2010

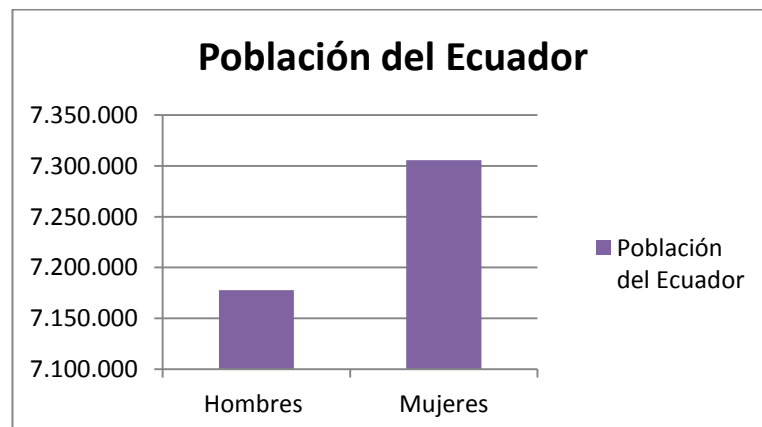
Según datos estadísticos del censo de población y vivienda 2010 del INEC; la población del Ecuador representa un total de 14.483.499 habitantes distribuidos de la siguiente manera: hombres un total de 7.177.683 habitantes y mujeres: 7.305.816 habitantes.

Cuadro N°3: Población del Ecuador

Población	2010
Hombres	7.177.683
Mujeres	7.305.816
Total	14.483.499

FUENTE: INEC; Censo de población y vivienda 2010
ELABORACION: INEC

Grafico N° 1



FUENTE: INEC; Censo de población y vivienda 2010
ELABORACION: Laura Cobos

Población del Ecuador; proyección 2015

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos en base al Censo de Población y Vivienda 2010, la proyección de la población ecuatoriana para el año 2011 es de 15.266.431; en el año 2012 la población ascendió a

15.520.973; en el año 2013 un total de 15.774.749; en el año 2014 la población aumento a 16.027.466; y en la actualidad la población ascendió a 16.278.844 habitantes; siendo evidente que la mayoría de la población pertenece al género femenino.

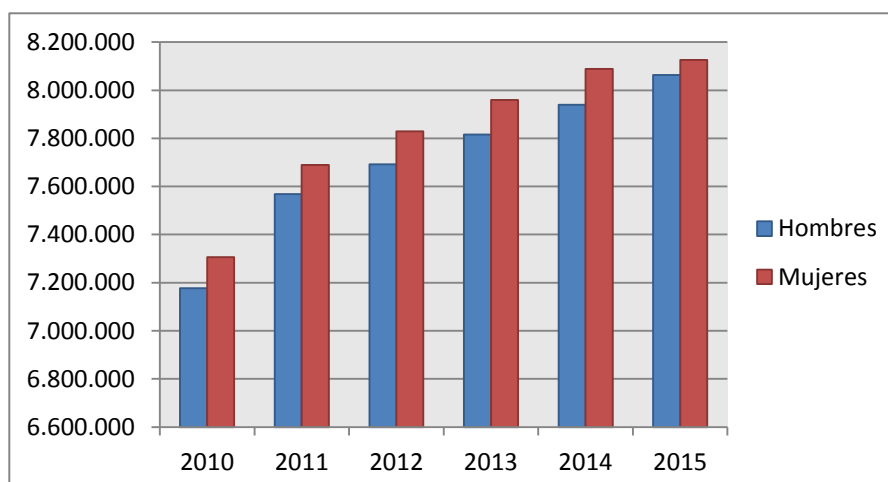
Cuadro N°4: Población del Ecuador; proyección 2015

Años Población	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hombres	7.177.683	7.567.676	7.691.912	7.815.935	7.939.552	8.062.610
Mujeres	7.305.816	7.698.755	7.829.061	7.958.814	8.087.914	8.216.234
Total	14.483.499	15.266.431	15.520.973	15.774.749	16.027.466	16.278.844

FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: INEC

Grafico N° 2



FUENTE: INEC; Censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: Laura Cobos

Población de la Provincia de Loja 2010

De acuerdo a los datos estadísticos del INEC; en el año 2010 la población de la provincia de Loja fue de 448.966 habitantes; predominando más el género femenino con 228.172 habitantes, y el género masculino un total de 220.749 habitantes.

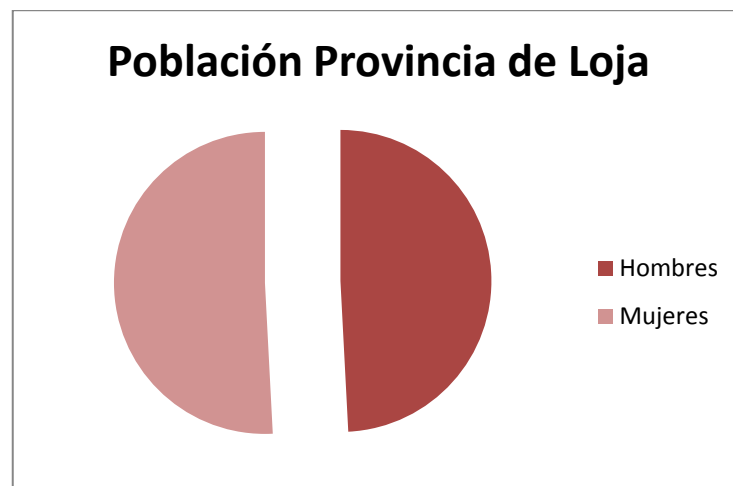
Cuadro N°5: Población de la Provincia de Loja 2010

Población	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
2010	220.749	228.172	448.966

FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: INEC

Grafico N° 3



FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010
ELABORACION: Laura Cobos

Población de la Provincia de Loja; Proyección 2015

De acuerdo al censo de Población y Vivienda del año 2010 del INEC la población de la provincia de Loja fue de 448.966 habitantes; proyectado al año 2011 la población total es de 473.331; para el año 2012 la población asciende a 478.964; para el año 2013 la población equivales a 484.529; en el año 2014 la provincia conto con 490.039 y en el año 2015 la población asciende a 495.464 habitantes.

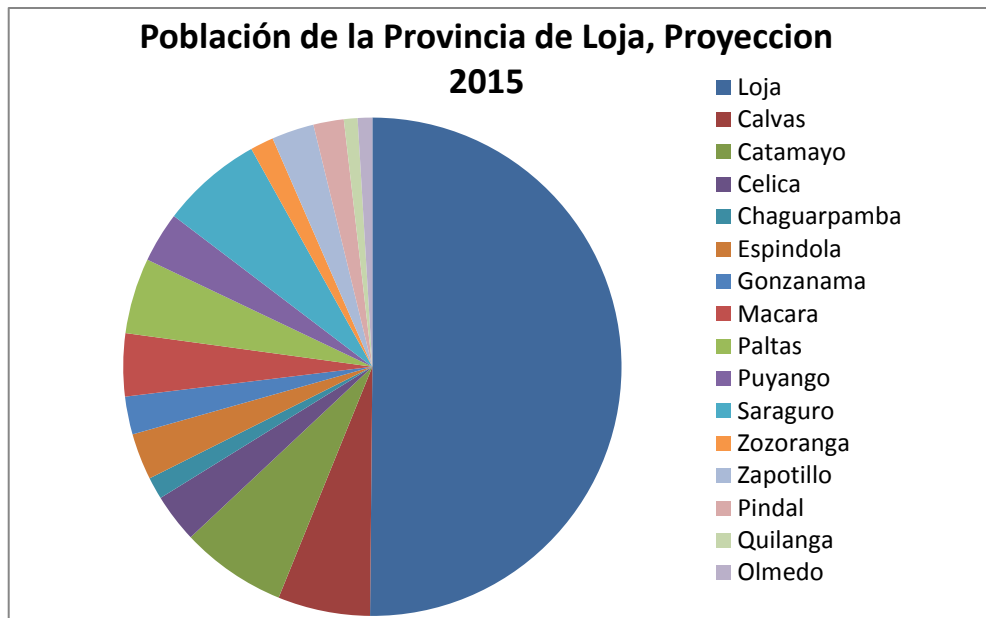
Cuadro N°6: Población de la Provincia de Loja; Proyección 2015

CANTONES	AÑOS CALENDARIOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
LOJA	222.830	227.913	233.039	238.171	243.321	248.473
CALVAS	29.479	29.543	29.595	29.636	29.665	29.682
CATAMAYO	31.890	32.335	32.775	33.207	33.632	34.046
CELICA	15.091	15.223	15.351	15.473	15.590	15.701
CHAGUARPAMBA	7.531	7.448	7.363	7.277	7.189	7.099
ESPINDOLA	15.537	15.428	15.313	15.194	15.069	14.939
GONZANAMA	13.413	13.169	12.923	12.678	12.433	12.187
MACARA	19.877	19.953	20.022	20.083	20.136	20.181
PALTAS	24.960	24.853	24.737	24.613	24.479	24.335
PUYANGO	16.240	16.239	16.231	16.217	16.196	16.169
SARAGURO	31.492	31.747	31.992	32.226	32.448	32.658
SOZORANGA	7.840	7.779	7.716	7.650	7.583	7.512
ZAPOTILLO	12.820	12.987	13.152	13.313	13.471	13.624
PINDAL	8.983	9.145	9.307	9.466	9.626	9.783
QUILANGA	4.552	4.524	4.494	4.462	4.429	4.394
OLMEDO	5.136	5.045	4.954	4.863	4.772	4.681
TOTAL	467.671	473.331	478.964	484.529	490.039	495.464

FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: INEC

Grafico N° 3



FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: Laura Cobos

Población del Cantón Saraguro 2010

Según datos estadísticos del censo de población y vivienda 2010 del INEC; la población del Cantón Saraguro representa un total de 30.183 habitantes; distribuidos de la siguiente manera: en el sector urbano un total de 4.031 que pertenecen a la cabecera cantonal, y es evidente que predomina la población en el sector rural con un total de 26.152 habitantes distribuidos en las parroquias.

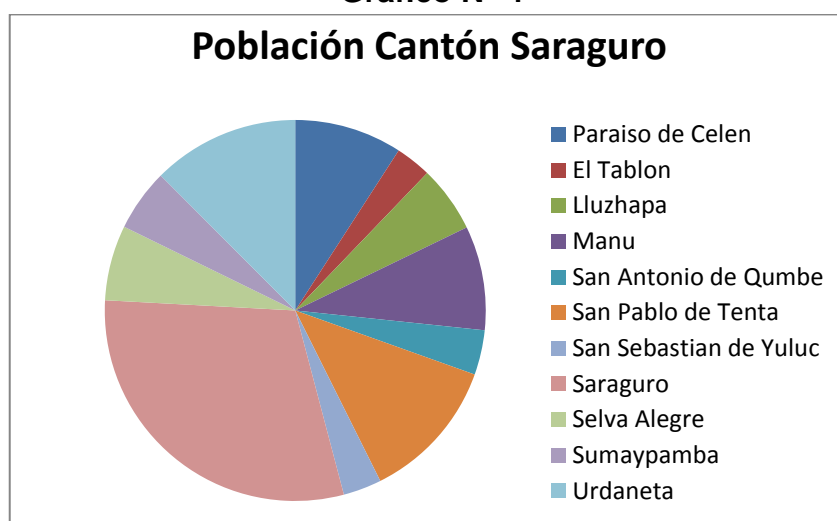
Cuadro N°7: Población del Cantón Saraguro 2010

PARROQUIAS	URBANO	RURAL	Total
El Paraíso De Celen	-	2.757	2.757
El Tablon	-	917	917
Lluzhapa	-	1.705	1.705
Manu	-	2.668	2.668
San Antonio De Qumbe	-	1.146	1.146
San Pablo De Tenta	-	3.676	3.676
San Sebastián De Yuluc	-	982	982
Saraguro	4.031	5.014	9.045
Selva Alegre	-	1.927	1.927
Sumaypamba	-	1.594	1.594
Urdaneta (Paquishapa)	-	3.766	3.766
Total	4.031	26.152	30.183

FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: INEC

Grafico N° 4



FUENTE: INEC; censo de población y vivienda 2010

ELABORACION: Laura Cobos

6.1.1.2 FACTOR ECONÓMICO:

EI PIB

En el año 2014, la balanza comercial tuvo un saldo positivo de 357 millones de dólares. Las exportaciones ecuatorianas crecieron en 9.9% y las importaciones decrecieron en 1.9%, esto al comparar con los valores registrados entre marzo de 2014 y marzo de 2013 y finalmente para este año 2015 se estima colocarse en USD. 88.728.30 millones esperando un crecimiento real promedio del PIB para este período del 4,07% anual.

El turismo en el nuestro país se desarrolla por los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas, en que se convierte en una actividad económica y social-cultural de relevancia, se convierte en la tercera actividad en importancia luego del petróleo y del banano, implica un promedio de 700.000 visitantes extranjeros por año y alrededor de 800 millones de dólares que ingresan por este concepto. Significa un 4.4% del PIB, lo que le coloca como una de las actividades productivas del país; por otra parte, en una economía como la ecuatoriana, altamente dependiente de los ingresos del petróleo, es considerado como una actividad generadora de empleo y de redistribución de riqueza integradora y complementaria por cada empleo directo se genera entre 9 y 10 puestos de empleo indirecto (Naranjo, 2015).

Tasa de inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Banco Central del Ecuador).

La tasa de inflación correspondientes al año 2013 fue de 3.01%, la división de educación fue la que más aportó a la variación del Índice de Precios al Consumidor con el 39,4%, seguida de recreación con el 25,2%

Ciudades como Guayaquil y Machala registraron mayor inflación con el 0,80% y el 0,55%, correspondientemente.

Para el año 2014 la inflación mensual y acumulada fue de 0,72%; y la anual 2,92%. Las divisiones de Transporte; y, la de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas, fueron las que más contribuyeron a la variación del mes de enero del IPC.

En enero de 2015, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,59% la inflación mensual y acumulada; y 3,53 % la anual; Además, la variación mensual de estas divisiones fueron fue de 1,55% y de 0,44%, en su orden. El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 653,21 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 660,80 dólares, esto implica una cobertura del 101,16 % del costo total de dicha canasta. (INEC, 2015)

Según estos datos de los tres últimos años, se puede evidenciar que la situación económica del país ha sido favorable ya que existe estabilidad tanto de precios, lo que permite que el país presenta una inflación controlada; esto hará que la visita de turistas tanto locales y extranjeros vaya en aumento.

CRECIMIENTO TURISTICO

Durante el primer trimestre del 2015, se ha observado un crecimiento turístico muy importante debido a los ingresos que genera para el país, cerca de 418 millones de dólares de acuerdo a las cifras del Banco Central del Ecuador. Esto implica un crecimiento del 14% respecto al primer trimestre del 2014, gracias al resultado del trabajo conjunto que ha realizado el Ministerio de turismo en coordinación con el sector público y empresas privadas.

El Turismo en la Provincia de Loja en las últimas décadas ha tenido un notable crecimiento permitido que nuestra provincia sea conocida a nivel nacional e internacional. Esto se debe principalmente a que la

Coordinación de Turismo de la Prefectura tiene como objetivo gestionar e implementar políticas públicas encaminadas al desarrollo turístico de la provincia y fortalecer a los proveedores de servicios para generar una actividad productiva sostenible. Además las metas hasta el 2019 para la provincia de Loja son incrementar el número de los visitantes, identificar la ruta turística del café, rutas ecoturísticas y turismo activo que promete ingresos económicos a la provincia de Loja. La Prefectura de Loja respalda el turismo a través de procesos de fortalecimiento involucrados en esta área, se ha contratado la aplicación de una guía turística virtual para celulares que optimizará la ubicación del turista en los 16 cantones, donde a más de encontrar sitios turísticos, también se tendrá acceso a la localización de espacios comerciales, servicios básicos, iglesias, Unidades de Policía Comunitaria, farmacias y todo lo necesario que un turista requiera conocer de esta provincia, (Rojas, 2015).

Uno de los cantones de la provincia de Loja que ha tenido un crecimiento turístico importante actualmente es el Cantón Saraguro debido al valor que se le ha dado al mismo mediante participaciones en ferias que organiza, el Municipio de este cantón y el Ministerio de Turismo a nivel local y nacional en donde se difunde la riqueza cultural que ofrece este destino turístico del sur del país.

Estas actividades permiten impulsar los emprendimientos y el crecimiento de las microempresas vinculadas al turismo comunitario, también favorecen el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos, lo cual representa una prioridad y eje de acción central para el Ministerio de Turismo en este 2015. En este contexto, por un lado se sigue desarrollando paulatinamente el turismo tradicional, compuesto por los servicios de alojamiento, transporte, alimentación, infraestructura; mientras que, por otro lado las comunidades indígenas y rurales han implementado una nueva modalidad a lo largo de estas tres últimas décadas acuñando su propia identidad en la modalidad de turismo comunitario llegan a ser un sector creciente e importante para las

comunidades indígenas y campesinas (Red de Turismo Comunitario "Saraguro Rikuy", 2008).

PEA

La PEA es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad. La PEA está constituida por los productores, es decir, por quienes desempeñan alguna función en la actividad productiva de la sociedad o están en posibilidad de hacerlo por sus condiciones de edad y aptitud, aunque transitoriamente carezcan de empleo. (INEC;, 2015)

En la provincia de Loja la PEA según el Instituto de Estadísticas y Censos, El 44% de la PEA se encuentra concentrada en zonas rurales, especialmente en la actividad agropecuaria, un 20% de la PEA está localizada en la industria de servicios personales y sociales, 12% en el comercio, hoteles y restaurantes, 7% en la construcción, 5% en manufactura, 4% en transporte, almacenamiento y comunicaciones, 2% servicios financieros y el 6% en otras actividades.

PEA del Cantón Saraguro

El mayor porcentaje de la PEA del cantón Saraguro representa el 75.51% que se dedica a las actividades de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, seguido por el 4.23% dedicada a la construcción, el 4.07 % de la PEA dedicada a la enseñanza; el 2.71% al comercio; y el 2,32% se dedica a las industrias manufactureras. Las demás actividades como: administración pública, servicio doméstico, hoteles y restaurantes, entre otras, se desarrollan en menor porcentaje. (Saraguro, 2006).

6.1.1.3 FACTOR POLITICO:

El gobierno ecuatoriano conjuntamente con las entidades correspondientes trabaja en políticas que beneficien al desarrollo turístico de nuestro país, pues el presupuesto para el Ministerio de Turismo En los últimos cuatro años se incrementó en un 40,3%. Siendo un total de \$110.713.538 para el 2015 (Diario El Comercio, 2014); generando USD 4 millones diarios y USD 900 millones al año en turismo interno, además, es un excelente generador de empleo pues se basa en cinco pilares fundamentales: Seguridad, Calidad, Destinos y Productos, Conectividad y Promoción. Nuestro país se encuentra entre uno de los principales países recomendados para ser visitados gracias a campañas como “All you Need is Ecuador”: Valorada en US\$3,8 millones y supero las expectativas en este 215, “Ecuador potencia turística” busca inculcar valores como respeto, honestidad, empatía, orgullo nacional basado en: Agente Turístico, Playas Limpias y Baños Limpios; y “Viaja Primero Ecuador”, promociona paquetes de viaje de tour operadores locales hacia destinos nacionales para los afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (less) solicitando un préstamo de hasta 80 salarios mínimos, al 9,75% de interés. El dinero de los préstamos para viajes dentro del Ecuador se depositará directamente en las cuentas de las **Empresas Turísticas** autorizadas a participar en conjunto con el BIESS y el MINTUR en esta iniciativa. (Ministerio de Turismo , 2015).

Por ello dentro del Plan Nacional del buen Vivir 2013-2017; existen objetivos planteados uno de ellos es el objetivo 5 denominado: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Dentro de este objetivo se encuentran estrategias para cumplirlo; es por ello que el compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las

memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.

Políticas y lineamientos estratégicos:

Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva.

Incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo: Este objetivo se relaciona con el tema de tesis debido a que mediante este se pretende difundir el patrimonio que tiene el cantón Saraguro dándole importancia al turismo para que pueda atraer la atención de propios y extraños.

Promover la interculturalidad en el fortalecimiento del sistema económico.

Esta estrategia tiene relación debido a que el Plan del buen vivir pretende fomentar el intercambio y desarrollo de diversas culturas para el crecimiento económico del país, y en el caso del Cantón Saraguro una de los motivos por los cuales ha recibido un alto porcentaje de turistas es por la cultura que la mayoría de la población posee, donde demuestran sus creencias, sus costumbres, la vestimenta, el idioma etc.

6.1.1.4 FACTOR SOCIOCULTURAL:

SOCIAL:

Actualmente la incidencia de varios factores como el turismo, economía, etc. Han permitido que la población del cantón Saraguro pueda acceder a un mayor rango de trabajo, de salud entre otros aspectos, pero esto ha acarreado algunos problemas sociales como:

Pérdida de identidad cultural principalmente en los jóvenes; este es el mayor problema social que existe en el Cantón debido a la influencia por parte de extranjeros que llegan al sector, lo que hace que la población ya no quiera conservar sus costumbres como la vestimenta o el idioma y quieran verse igual a los turistas o sientan el deseo de conocer otras culturas; otra causa de este problema es el uso de la tecnología como teléfono celular, internet, tv, etc. Lo que influye de manera indirecta en la población.

Otro problema social muy evidente es el alcoholismo debido a que en las programaciones culturales se difunde en gran número las bebidas alcohólicas lo que hace que la población ya sea jóvenes o adultos consuman este tipo de bebidas. Además otra causa es porque actualmente se evidencian tiendas que venden licores en las comunidades.

La migración es un problema muy evidente; dentro de las causas principales de este problema están: falta fuentes de trabajo o remuneración muy baja dentro de los mismos, además el deseo de conseguir una mejor vida por lo que las personas han viajado a distintos lugares dentro del país, incluso a otros país de América o Europa; las consecuencias de este problema son muy alarmantes: la desintegración familiar que ha repercutido directamente en los niños y adolescentes de las comunidades indígenas.

El alcoholismo, drogadicción, y delincuencia son otras consecuencias de este problema debido a que la falta de comunicación intrafamiliar ya que los niños que se quedan al cuidado de personas amigas, no pueden recibir el afecto que las proporcionarían sus padres.

Otra consecuencia de este problema es la pérdida de la identidad cultural, el idioma kichua, vestimenta y las costumbres de los indígenas; la ropa autóctona de los indígenas Saraguros ha sido reemplazado por la ropa que utilizan los mestizos.

Además el dinero que envían los padres desde el exterior, satisface en parte las necesidades de las familias quienes se encuentran al cuidado de los niños y adolescentes indígenas; sin embargo, en algunos de los casos no alcanza para cubrir las deudas, quienes aducen que no tienen trabajo y otros se dedican a consumir el alcohol, debido a ésta irresponsabilidad de sus progenitores, han perdido hasta sus propiedades.


Otro problema social es la disminución en la producción agrícola y ganadera del cantón Saraguro debido a la migración de los padres de familia, lo que ha provocado el abandono de la tierra en las comunidades indígenas.

Además existe un problema muy evidente que es el desconocimiento del turismo comunitario por parte de visitantes que llegan a Saraguro debido a que no existe un plan de marketing para la difusión del mismo; lo que genera inconvenientes en desarrollo que la actividad turística y por ende el desarrollo socioeconómico del sector.

CULTURAL:

En cuanto a factor cultural, a continuación se mencionan los principales atractivos turísticos del Cantón Saraguro a través de una ficha en donde se encuentra la información, categoría del atractivo, datos importantes y las actividades que los turistas pueden realizar.

Cuadro N° 8: Fichas de Resumen

FICHA N. 1	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Matriz de Saraguro		
Categoría: manifestación Cultural	Tipo: Histórico	Subtipo: Arquitectura religiosa	Jerarquía: II
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Centro de Saraguro	
<p>Ubicación: la iglesia Matriz se encuentra en el centro urbano de la cabecera cantonal</p>			
		<p>Foto N°1: iglesia matriz Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción: El templo fue construido en el periodo comprendido entre 1943-1963 y restaurado durante los años 1983-1991. Se encuentra administrada por la comunidad de los Hermanos Calasanz Frente a la Iglesia se encuentra el balaustre del mirador y el parque central.</p> <p>Estilo: arquitectura ecléctica, la fachada tiene una mezcla de gótico y románico. Gótico por la presencia de arcos ojivales y el rosetón. Románico por la presencia de pilastras con capiteles. La casa parroquial posee una arquitectura tradicional de tipo popular y rural con presencia de portales y cubiertas inclinadas de teja.</p> <p>Distribución espacial: tres naves, altar mayor, atrio exterior y un campanario en la parte superior del cuerpo central de la fachada. Materiales: piedra, muros d tapia arena, cal y ladrillo; columnas de cal y ladrillo, pisos de baldosa y de granillo y cemento colorado; tumbado de romerillo y cedro.</p> <p>Muestras relevantes: el altar mayor con su retablo pulpitos tallados en mármol; pileta de mármol; imagen de Cristo. Custodia: imágenes de la virgen, Santa Rosa, San Antonio y Jesucristo.</p>			
<p>Recomendaciones: Para visitar la iglesia se recomienda utilizar ropa cómoda, se lo puede realizar todos los días.</p>			
<p>Actividades turísticas: Toma de fotografías, Caminatas</p>			

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N° 9: Ficha de Resumen

FICHA N. 2	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Ingapirca de Saraguro		
Categoría: manifestación Cultural	Tipo: Histórico	Subtipo: sitios arqueológicos	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Provincia: Loja	
<p>Ubicación: Las Ruinas de Ingapirca se encuentran a 7 km al Sur de Saraguro</p>			
		<p>Foto N°2: Ingapirca de Saraguro Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>La mayor parte de las ruinas se encuentran escondidas debajo de un remanente boscoso (árboles, musgos) de cobertura densa que impide su valoración y descripción real. Las ruinas están integradas por los siguientes elementos: dos estructuras cuadradas con paredes exteriores de 12 x 12 metros, construidas con bloques de piedra tallada y que encajan perfectamente entre sí.</p> <p>Por el modelo de construcción Ingapirca tiene la forma de un Pucará (fuerte militar); cerca a estas ruinas se encuentran las ciudadelas y las terrazas de Pichig en San Lucas, estas ruinas parecen formar una triangulación alrededor del cerro Acacana, situado a 5 km de la torre.</p> <p>El acceso a este sitio turístico se lo hace en gran parte en vehículo que tenga tracción delantera ya que el camino es un poco dificultoso, en especial en invierno.</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Utilizar ropa y zapatos cómodos, debido a que se camina por alrededor de 25 minutos.</p>			
<p>Actividades turísticas: Toma de fotografías, Caminatas, Observación de paisaje.</p>			

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Laura María Cobos


Cuadro N° 10: Ficha de Resumen

FICHA N. 3	NOMBRE DEL ATRACTIVO: León Dormido		
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Montaña	Subtipo: Cerro	Jerarquía: II
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Urdaneta	
<p>Ubicación: se encuentra en la parroquia Urdaneta a 10 km. De la cabecera cantonal</p>		 <p>Foto N°3: León Dormido Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>El León Dormido es una formación geológica conocida también como "La Leona". Se debe observar cuidadosamente el cerro para encontrar la forma de cara y manos de león. El uso actual del suelo está dado en su mayoría por pastizales y pequeñas plantaciones de pino. En su conjunto se asemejan a terrazas. Esto debido a que en el león dormido existió un pueblo de los Preincaicos durante el periodo Saraguro Temprano (500 DC1200).</p> <p>La gente hacía terrazas para vivir y practicar la agricultura. Aquí se evidencia un sendero, probablemente incaico, que conduce a la cima de la colina que se convierte en mirador desde donde se aprecia Saraguro y parte de Urdaneta. El camino que dirige a la cima se aprecia algunas piedras en cuyas superficies existen huellas que probablemente fueron hechas por el hombre. En la cúspide de la montaña existe una construcción con la forma de una Cruz y una cabaña. Desde la cúspide del León Dormido se puede apreciar parte de las ciudades de Saraguro y Parroquia de Urdaneta.</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Utilizar ropa y zapatos cómodos, llevar gafas y gorra para el sol.</p>			
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Toma de fotografías, Caminatas Observación de paisaje.</p>			

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Laura María Cobos


Cuadro N° 11: Ficha de Resumen

FICHA N. 4	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Paredones de los Incas		
Categoría: manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Sitios arqueológicos	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Urdaneta	
<p>Ubicación: se encuentra en la parroquia Urdaneta a 10 km. De la cabecera cantonal</p>			
<p>Foto N°4: Paredones de los Incas Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>			
<p>Descripción:</p> <p>Los paredones de los Incas se sitúan a una altura de 2697 m s.n.m. En la localidad de los Paredones existen muros de 60 centímetros de alto por 10 metros de largo, con piedras de 1 metro de largo por 50 centímetros de alto. Son muy pesadas y se encuentran unidas encajando perfectamente. En su conjunto y por la forma se asemejan a los cimientos de habitaciones.</p> <p>En otro sector se aprecian ruinas en forma de terrazas y a su alrededor tienen canales de riego. Se dice que alrededor de este sector existió un pueblo de los Preincaicos durante el periodo Saraguro temprano (500 DC-1200). La gente hacía terrazas para vivir y practicar la agricultura.</p> <p>Por su cercanía al baño del Inca, este sector en la antigüedad pudo representar el lugar de descanso de los Incas que atravesaban por estos caminos.</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Utilizar ropa y zapatos cómodos, llevar gafas y gorra para el sol.</p>			
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Toma de fotografías, Caminatas Observación de paisaje.</p>			

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Laura María Cobos


Cuadro N° 12: Ficha de Resumen

FICHA N. 5	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque de las Culturas		
Categoría: manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: parques	Jerarquía: II
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Centro de Saraguro	
<p>Ubicación: A 200 metros del parque central de Saraguro</p>			
		<p>Foto N°5: Parque de las Culturas Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>Cada cara del monumento central de este parque representa una época de nuestra historia con figuras de personajes tales como: Rumiñahui: primer defensor de la cultura e identidad y heredad territorial; Bolívar: Libertador de la Patria y propulsor de la unidad de América Latina.</p> <p>Eloy Alfaro: gestor de las más grandes revoluciones, que se ha realizado en el Ecuador, la que ha llevado al país a la modernidad; y Atahualpa: símbolo histórico de la construcción de la nacionalidad ecuatoriana.</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Utilizar ropa y zapatos cómodos, llevar gafas y gorra para el sol.</p>			
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Toma de fotografías, Observación de paisaje.</p>			

Fuente: Observación Directa


Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N° 13: Ficha de Resumen

FICHA N. 6		NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Salado	
Categoría: sitio Natural	Tipo: Agua Subterránea	Subtipo: Aguas minerales	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: barrio Turucachi, Urdaneta	
<p>Ubicación: Se encuentra a 1.7km del centro de Urdaneta, en el barrio Turucachi</p>		 <p>Foto N°6: el Salado Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción: Es un lugar turístico en el cual está formado por rocas, con un suelo de características especiales, porque de aquellas formaciones rocosas emite agua subterránea con sal, de minerales; es una formación natural, con color, olor y sabor de agua de mar, contiene minerales agregados, disueltos, curativos, utilizados en algunos casos para baños terapéuticos, se encuentra ubicado a 300m desde el centro del barrio Turucachi. Conocido como un pedazo de mar en tierra dulce donde la gente acude para conocer este lugar que posee gran potencial mineral. Constituye un ojo de agua debido a que en la parte superior del conjunto de rocas se puede observar pequeños charcos de agua de cuyo interior emergen burbujas de agua El tiempo de recorrido en vehículo es desde Urdaneta a Turucachi 10 minutos y del centro de Turucachi al Salado de 5 minutos.</p>			
<p>Recomendaciones: Utilizar ropa y zapatos cómodos, se puede llegar al lugar todos los días</p>			
<p>Actividades turísticas: Toma de fotografías, Caminatas de esparcimiento Observación de paisaje.</p>			


Fuente: Observación Directa
Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N° 14: Ficha de Resumen

FICHA N. 7	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque de la Madre		
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Parque	Jerarquía: II
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: centro de Saraguro	
<p>Ubicación: Se encuentra a la entrada de Saraguro</p>			
<p>Foto N°7: Parque de la madre Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>			
<p>Descripción:</p> <p>A la entrada de Saraguro y dando la bienvenida a quienes llegan y despedida a quienes salen de la ciudad se ubica el Parque La Madre, un parque totalmente regenerado por el Municipio de Saraguro.</p> <p>Comprende el cambio del piso, luminarias, banquetas y jardineras bien cuidadas. En la parte central del parque se levanta un hermoso monumento que lo conforman una mujer y dos niños</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Se puede llegar al lugar todos los días Utilizar ropa cómoda</p>			
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Toma de fotografías, Caminatas de esparcimiento</p>			

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N° 15: Ficha de Resumen

FICHA N. 8		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro de Arcos	
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Montaña	Subtipo: Cerro	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Manú	
<p>Ubicación: se encuentra en el Barrio Bellavista de la parroquia Manú, a 70 Km. de la cabecera cantonal de Saraguro por la parte oeste.</p>		 <p>Foto N°8: Cerro de Arcos Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>Consiste en una formación geológica natural, su principal atractivo es el conjunto de rocas que han tomado la forma de caras de personas así como la planicie del lugar. Sus formaciones naturales de piedra o ruinas en formas de arcos es lo que le dan nombre a este hermoso lugar.</p> <p>El lugar se encuentra dominado por pajonales, además de plantaciones de pino poco desarrolladas. Se puede encontrar especies típicas de los páramos del sur.</p> <p>Este lugar se caracteriza porque posee unas pirámides naturales de piedra, las mismas que tiene la forma de arcos y animales, es una planicie que tiene muchas particularidades.</p> <p>Se puede realizar observaciones de flora y fauna nativa, camping, escalar rocas, ecoturismo, entorno paisajístico y fotografía del entorno.</p>			
<p>Recomendaciones: Utilizar zapatos y ropa cómoda.</p>			
<p>Actividades turísticas: Toma de fotografías, Caminatas</p>			

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N° 16: Ficha de Resumen

FICHA N. 9		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque protector de Washapamba	
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Sistema Nacional de Áreas protegidas	Subtipo: Bosque protector	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Manú	
<p>Ubicación: se encuentra a pocos kilómetros de la cabecera cantonal; detrás del cerro Puglla</p>		 <p>Foto N°9: Bosque protector Washapamba Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>Ubicado en la parte Occidental del cantón Saraguro, atravesado por la vía Panamericana que conduce a la ciudad de Loja. El nombre Huashapamba proviene de dos palabras quichuas "Huasha" = detrás, y "pamba" = planicie.</p> <p>Posee una extensión de 217,42 hectáreas. Se encuentra dentro de la zona de vida bosque húmedo - Montano. El Bosque nativo posee una variedad de especies de árboles de los que sobresalen: mullón, romerillo, cedrillo. Además, numerosas orquídeas, bromelias y musgos. Dentro de la fauna del lugar podemos nombrar mamíferos como el tapir, osos de anteojos.</p> <p>Aves como el mirlo, trogón enmascarado, pava de monte, loro, urraca, cacique y tucán andino. Además del bosque nativo se puede apreciar una plantación de pino (<i>Pinus patula</i>) de aproximadamente 2 ha.</p> <p>Se considera un espacio de protección de la naturaleza para las comunidades Illincho, Gunudel y Las Lagunas.</p>			
<p>Recomendaciones: Utilizar zapatos y ropa cómoda para realizar el recorrido.</p>			
<p>Actividades turísticas: Caminatas, distracción, investigación</p>			

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N° 17: Ficha de Resumen

FICHA N. 10	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerámicas de Gunudel		
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: etnografías	Subtipo: Artesanías: alfarería	Jerarquía: II
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Gunudel	
<p>Ubicación: el taller de cerámica se encuentra en la comunidad de gunudel a 2km desde el centro de Saraguro</p>		 <p>Foto N°10: Cerámicas de Gunudel Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>Las cerámicas de Gunudel se fabrican en el taller del Sr. Miguel Lozano. Se elaboran diferentes piezas de cerámica como: teteras, azucareras, ollas, platos, floreros y otros adornos. El precio de las piezas varía de 1.50 a 10 dólares.</p> <p>El proceso de elaboración de las piezas de cerámica es el siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se prepara una masa compacta de arcilla con agua. 2. Se deja en reposo por un tiempo de 8 días, luego se procede a moldearla y dar forma a diferentes piezas. 3. Se procede a dar el contorno a las piezas mediante golpes suaves con la ayuda de morteros. 4. Las piezas son llevadas al horno hasta que la pieza llegue a cristalizarse. Cada pieza es pintada de diversos colores y figuras propias de la identidad Saraguro. <p>Piezas de cerámica como ollas, adornos son utilizados por la mayoría de la gente en sus hogares. En algunas casos está cerámica es exportada a otros países como EEUU, España, Francia etc.</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Utilizar vestimenta propia para el ambiente del clima de Saraguro (ropa abrigada, guantes y bufanda), protector solar, gorra, binoculares y agua.</p>			
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Observación del proceso de elaboración de artesanías. Compra de artesanías. Fotografía</p>			

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Laura María Cobos

6.1.1.5 Factor tecnológico

Son los cambios en la tecnología que afectan al sector tanto en su parte industrial, como en su parte comercial y administrativa. Facilitar el acceso a las nuevas tecnologías y dotar de conectividad es una prioridad para los países en desarrollo ya que recientes estudios señalan que esto mejora el entorno socioeconómico y las posibilidades de desarrollo

Según el Instituto de Estadísticas y Censos: los habitantes del Cantón Saraguro utilizan el teléfono celular en un promedio de 75,0%; la computadora un total de aproximadamente 26,4%; el internet en un 9.6%. El número de líneas telefónicas es de 630 a nivel cantonal específicamente en el área urbana que la rural.

Además la empresa Claro atiende parte de la población del Cantón Saraguro con el servicio de telefonía móvil (celular). El servicio de telefonía representa el 5.9 % en la ciudad de Saraguro, existiendo un gran déficit en el restos de parroquias, comunidades y barrios del Cantón.

Con estos datos es evidente que la mayoría de población no tiene acceso a la tecnología únicamente lo hacen quienes se encuentran en el casco urbano del Cantón.

En cuanto a la tecnología que utilizan los turistas, ésta es mucho más avanzada debido a que llegan de otras ciudades incluso de otros países donde tienen mayor acceso al internet, telefonía móvil etc. lo que llama la atención a la población del Cantón.

Si bien es cierto este aspecto favorece a la población debido a que mediante el uso de tecnología se permite difundir la cultura existen; pero hay un factor negativo debido a que esto es una de las causas para que existan problemas sociales como la delincuencia, desintegración familiar, pérdida de la cultura incluso en algunos casos la existencia de secuestros.

6.1.1.6 Encuestas dirigidas a la Población del cantón Saraguro

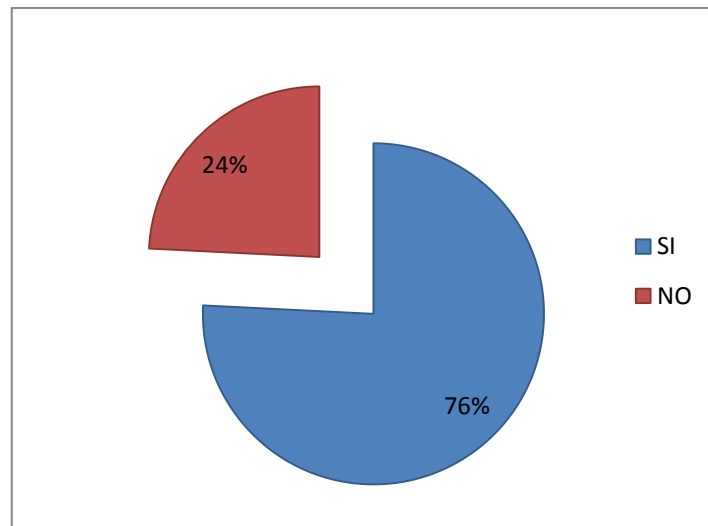
1 ¿Conoce usted el turismo comunitario que se ofrece en Saraguro?

Cuadro N° 18

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	288	75,79%
NO	92	24,21%
TOTAL	380	100

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 5:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

El Cantón Saraguro cuenta con una población de 30.183 habitantes de los cuales un total del 75.79% conocen el Turismo Comunitario en el Cantón Saraguro; mientras que el 24.21% de los encuestados manifiestan que no conocen este tipo de turismo que se desarrolla en este Cantón.

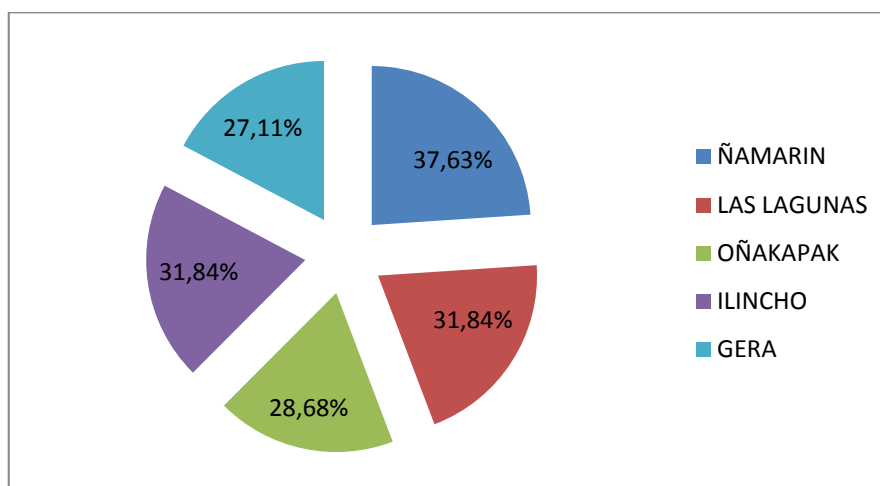
2. Señale las comunidades que ha visitado Ud.

Cuadro N° 19

VARIABLE	FRECUENCIA	%
ÑAMARIN	143	37,63%
LAS LAGUNAS	121	31,84%
OÑAKAPAK	109	28,68%
ILINCHO	121	31,84%
GERA	103	27,11%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 6:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

De las 12 comunidades existentes en Saraguro, solamente en 5 se desarrolla el Turismo comunitario, siendo la más visitada la comunidad Ñamarin con un total de 37.63%; seguida de Las Lagunas con un porcentaje de 31,84%; luego continua la comunidad de con un total de 31.84%; la comunidad de Oñakapak corresponde a un 28.68%: un total de 27.11% han visitado la comunidad de Gera.

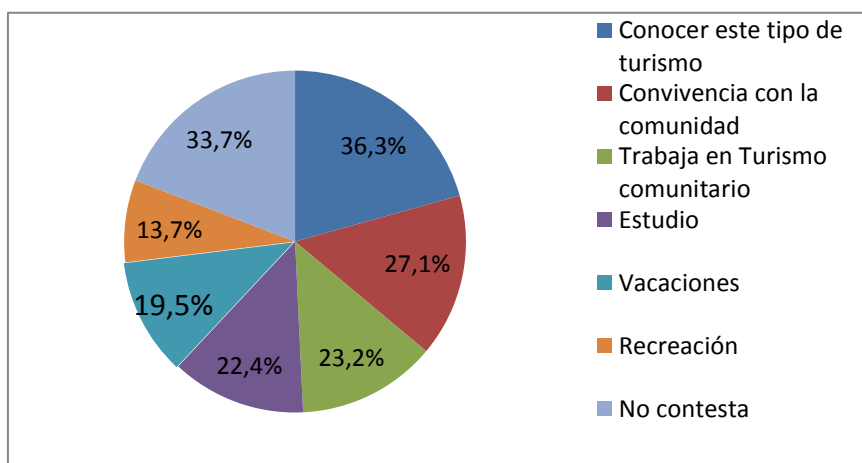
3. Indique las razones por las que ha realizado Turismo Comunitario

Cuadro N° 20

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Conocer este tipo de turismo	138	36,3%
Convivencia con la comunidad	103	27,1%
Trabaja en Turismo comunitario	88	23,2%
Estudio	85	22,4%
Vacaciones	74	19,5%
Recreación	52	13,7%
No contesta	128	33,7%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 7:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

Observamos en la gráfica que en el 36.3% de las personas encuestadas la causa principal para realizar Turismo Comunitario fue por conocer este tipo de turismo; el 23.2% han trabajado en turismo comunitario; el 22.4% señala que ha practicado este tipo de turismo por estudios; el 19.5% por vacaciones; mientras que un porcentaje mínimo de 13.7% han realizado turismo comunitario por recreación. También hubieron personas que no contestaron la pregunta equivalente a un 33.7%.

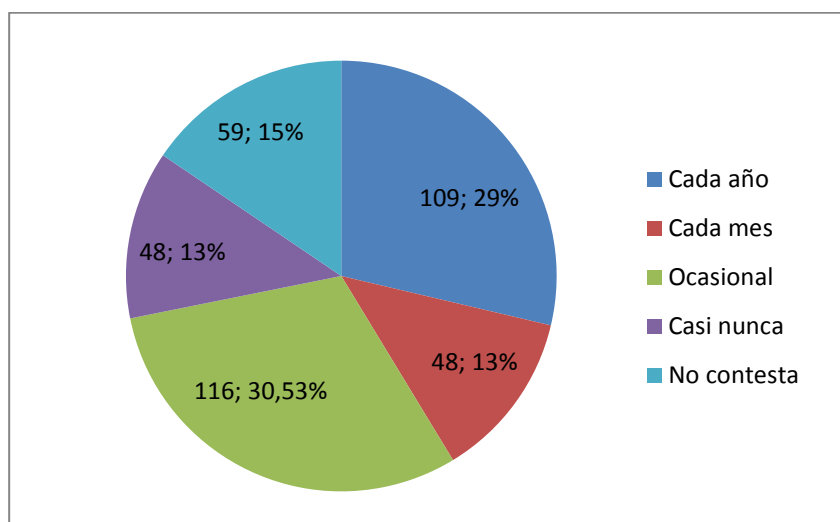
4. ¿Con que frecuencia realiza este tipo de turismo?

Cuadro N° 21

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cada año	109	28,68%
Cada mes	48	12,63%
Ocasional	116	30,53%
Casi nunca	48	12,63%
No contesta	59	15,53%
TOTAL	380	100

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 8:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

Según la información obtenida mediante las encuestas, un total de 30.53% mencionan que han realizado ocasionalmente este tipo de turismo; el 28.68% ha visitado las comunidades cada año; el 12.63% cada mes; y al igual que un 12.63% casi nunca realizan esta actividad. También un 15.53% de encuestados no contestaron la pregunta.

5 ¿Cuándo visito las comunidades en compañía de quien lo hizo?

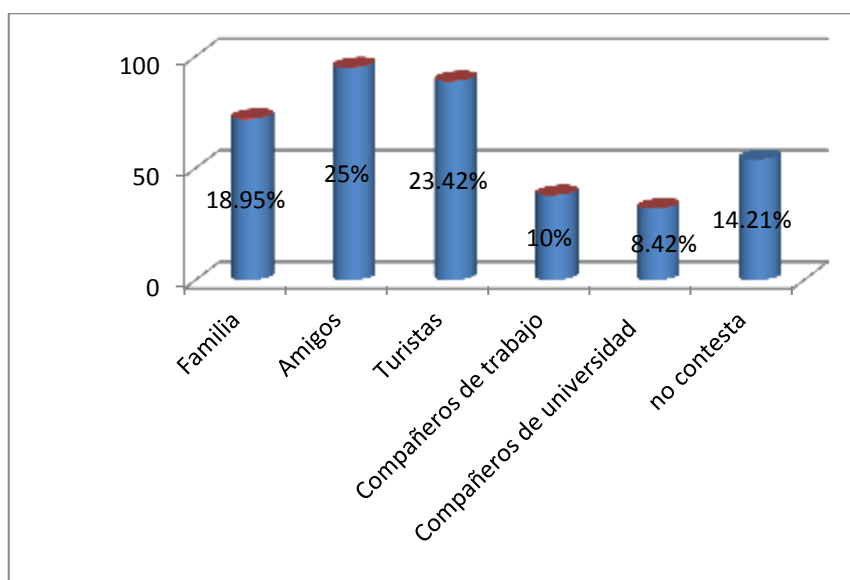
Cuadro N° 22

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Familia	72	18,95%
Amigos	95	25,00%
Turistas	89	23,42%
Compañeros de trabajo	38	10,00%
Compañeros de universidad	32	8,42%
No contesta	54	14,21%
TOTAL	380	

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 9:



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

Según los datos de las encuestas, el 25.00% han visitado estas comunidades en compañía de amigos; un 23.42% con turistas; el 18.95% con familia; un 8.24% han visitado las comunidades en compañía de compañeros de la universidad; y un 14.21% no contesta la interrogante.

6 Mencione las actividades que realiza cuando visita las comunidades

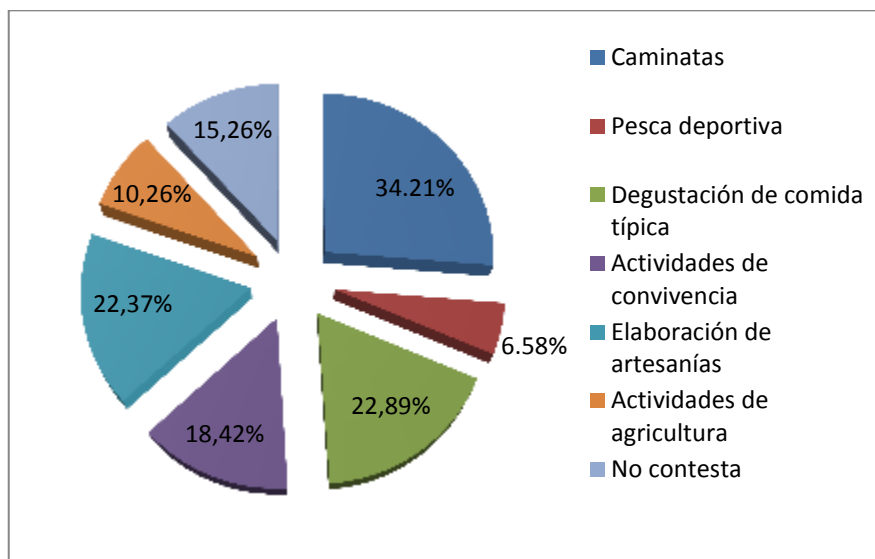
Cuadro N° 23

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Caminatas	130	34,21%
Pesca deportiva	25	6,58%
Degustación de comida típica	87	22,89%
Actividades de convivencia	70	18,42%
Elaboración de artesanías	85	22,37%
Actividades de agricultura	39	10,26%
No contesta	58	15,26%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 10:



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

Las actividades que mayormente se practican son dentro de las comunidades son: caminatas con un 34.21%, seguida de degustación de comida típica con 22.89%: elaboración de artesanías con un 22.37%; un porcentaje del 10.26% realiza actividades de agricultura mientras visita las comunidades y un 15.26% no contesta la pregunta.

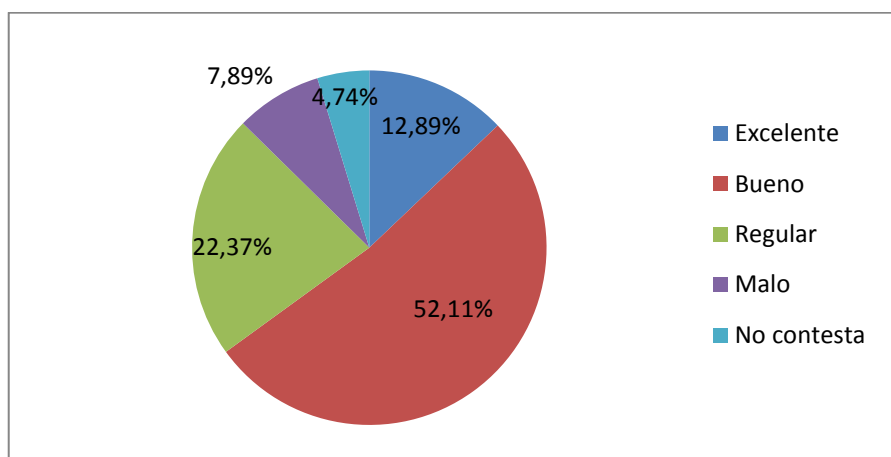
7. ¿Cómo considera el estado de conservación en que se encuentran las instalaciones de las comunidades donde se ofrece Turismo Comunitario?

Cuadro N° 24

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Excelente	49	12,89%
Bueno	198	52,11%
Regular	85	22,37%
Malo	30	7,89%
No contesta	18	4,74%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 11:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

De acuerdo al estado de conservación de las instalaciones en comunidades un total de 52.11% mencionan que se encuentran en buen estado; el 22,37% manifiesta que las instalaciones se hallan en un estado regular; para el 12.89% las instalaciones se encuentran en excelentes condiciones pero el 7.89% piensa que están en malas condiciones. El 4.74% no contestan esta pregunta.

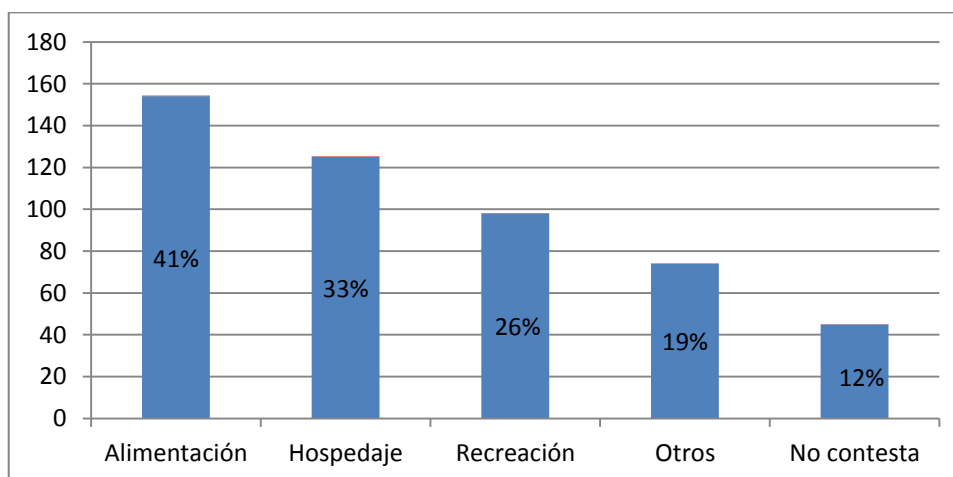
8 ¿Qué tipo de servicios se ofrecen en las comunidades?

Cuadro N° 25

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Alimentación	154	41%
Hospedaje	125	33%
Recreación	98	26%
Otros	74	19%
No contesta	45	12%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 12:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobo

Análisis e interpretación:

El principal servicio que ofrecen las comunidades es de alimentación con el 41%; seguido de hospedaje con un 33%; el 26% manifiestan que una de las actividades que se realiza dentro de las comunidades es actividades de recreación; y el 12% no contestan la pregunta antes mencionada.

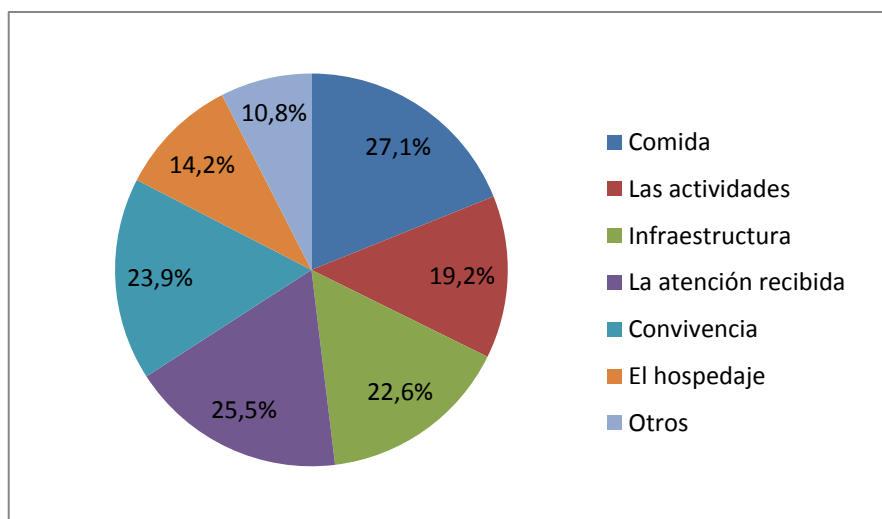
9 ¿Qué es lo que más le gusto al momento de visitar las comunidades?

Cuadro N° 26

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Comida	103	27,1%
Las actividades	73	19,2%
Infraestructura	86	22,6%
La atención recibida	97	25,5%
Convivencia	91	23,9%
El hospedaje	54	14,2%
No contesta	41	10,8%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Gráfico N° 13:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la tabulación de la pregunta podemos observar que el 27,1 % les gusto la comida que les ofrecieron las familias de los CTC; al 25,5% les gusto la atención recibida al momento de visitar las comunidades; el 23,9% se sintieron satisfechos con convivencia obtenida con las familias; el 22,6% expresa que la infraestructura de las viviendas les llamo más la atención; mientras que un 10,8% no contesta la pregunta.

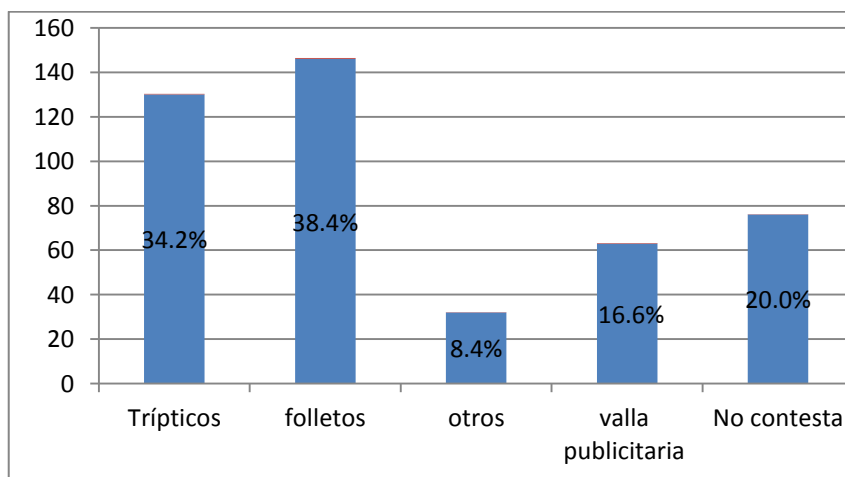
10 ¿Por qué medios le gustaría que se difunda el Turismo Comunitario en el cantón?

Cuadro N° 27

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Trípticos	130	34.2%
Folletos	146	38.4%
Otros	32	8.4%
Valla publicitaria	63	16.6%
No contesta	76	20.0%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
 Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 14:



Fuente: Encuestas Aplicadas
 Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

Como se puede observar en el grafico la opinión de los encuestados para difundir el turismo comunitario un 38.4% les gustaría mediante folletos turísticos; el 34.2% menciona que una opción para informarse es a través de trípticos; seguido de; el 16,6% menciona que se debe realizar mediante la instalación de una valla publicitaria y un 20.0% no contesta la pregunta.

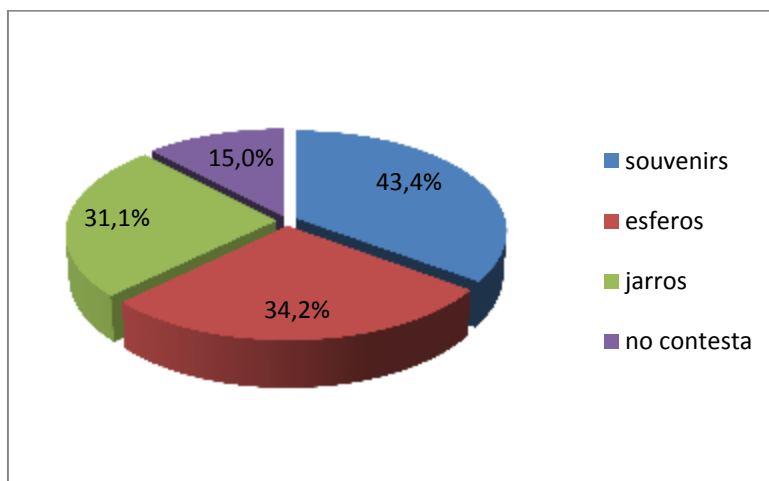
11 ¿Cómo le gustaría que se promoció el Turismo Comunitario del Cantón?

Cuadro N° 28

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Souvenirs	165	43,4%
Manillas	130	34,2%
Jarros	118	31,1%
No contesta	57	15,0%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 15:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

En cuanto a los medios para promocionar el turismo comunitario los encuestados manifiestan que se lo debe realizar mediante souvenirs con un 43,4%; el 34,2% expresa que debería ser a través de manillas, mientras que el 15,0% no contestan la interrogante.

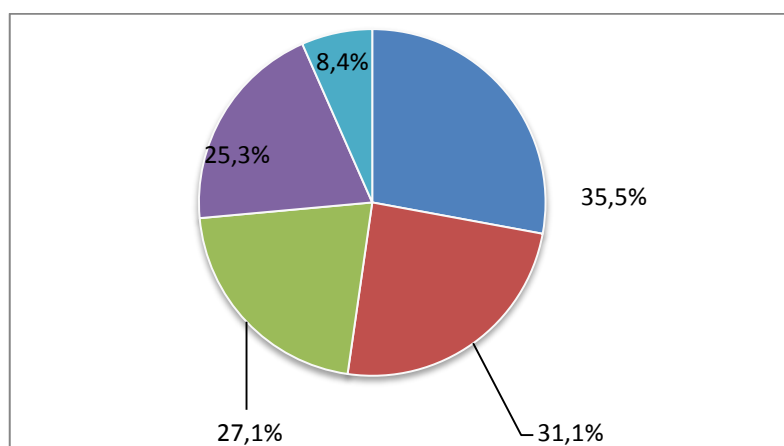
12. Señale las sugerencias para las comunidades que ofrecen Turismo Comunitario

Cuadro N° 29

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Capacitación al personal	135	35,5%
Aumentar actividades a los turistas	118	31,1%
Conexión de internet	103	27,1%
Demostración de actividades culturales	96	25,3%
No contesta	32	8,4%
TOTAL		

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 16:



Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Laura María Cobos

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la tabulación el 35.5% de las personas encuestadas sugieren que se debe realizar una capacitación a las familias de las comunidades para que puedan mejorar sus servicios; mientras que un 31.1% piensan que se debería incrementar las actividades a los turistas; el 27.1% consideran que debe existir conexión a internet para una mejor comunicación de los visitantes; al 25.3% le gustaría que fuesen más seguidas las actividades de demostración cultural; y un 8.4% no contesta.

6.1.2 Análisis interno

6.1.2.1 Entrevista:

Entrevista al jefe de la unidad de turismo al Gad Saraguro

- **Datos generales:**

Nombre: Luis Guillermo Muñoz Silva

Edad: 35 años

Funciones: Jefatura de Turismo Gad Saraguro

Profesión: Ingeniero Comercial

Tiempo de labor: 10 años

PREGUNTAS:

1 ¿Cómo califica el nivel turístico en el Cantón Saraguro? Califíquelo de 1-10;

Lo califico con cinco

2 Como contribuye el turismo al Cantón

El turismo contribuye en la mejora de la economía

3 ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando y se relacione con la actividad turística del sector?

Existe un proyecto de Promoción Turística y Capacitación

4 Existe algún centro de información turística

Si existe pero actualmente no está habilitado

5 ¿Existe alguna organización que desarrolle la actividad turística en la zona?

La Red de Turismo comunitario "Saraguro Rikuy"

6 Existe algún convenio firmado para potencializar el turismo en el Cantón

Si, actualmente existe un convenio con la Universidad Nacional de Loja

7 ¿Cuál es la época más alta del año en el que la parroquia reciba una mayor demanda de visitantes?

La época más alta es en diciembre

8 Mencione si las comunidades están preparadas para la afluencia de turistas

Si, las comunidades que tienen alojamientos comunitarios están preparadas para recibir a turistas

9 Cuenta con un presupuesto designado para el desarrollo turístico y en qué proyecto está enfocado

Si contamos con presupuesto para adecuación y preparación de productos turísticos, capacitación, eventos de promoción

10 Que actividades turísticas se pueden desarrollar para fortalecer la economía del sector

Primero involucrar a los emprendedores, a los sectores privados, instituciones que fortalecen el turismo, con la finalidad de realizar alianzas estratégicas

11 Cuáles son las principales actividades económicas de la parroquia

Las principales actividades económicas son: Ganadería, agricultura, transporte, y actualmente el turismo.

12 ¿Cree que es importante la propuesta de un plan de Marketing para fomentar el turismo en el sector?

Si porque permitirá que el turismo se poseione de mejor manera en el Cantón y por ende aportara a la economía.

13 Se han realizado actividades de promoción para difundir el Turismo Comunitario

Se han realizado ferias dentro del Cantón y en otros

Análisis de la entrevista:

De acuerdo a la entrevista realizada al encargado de la Unidad de Turismo del Cantón Saraguro podemos observar que la actividad turística es muy importante debido a que contribuye a la economía del sector, y actualmente esta entidad brinda apoyo al Turismo Comunitario mediante convenios, ferias de promoción, etc. además cuenta con un presupuesto destinado para el desarrollo del mismo lo cual es un aspecto significativo para la ejecución del proyecto de tesis pero la otra parte, es decir representantes del turismo comunitario manifiestan que en un principio si existió apoyo a través de capacitaciones pero en la actualidad no.

Entrevista al presidente de la Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”

Datos Generales:

Nombre: Luis Antonio Lozano Zhingre

Edad: 49 años

Profesión: Docente en la Unidad Educativa ABC

Funciones: presidente de la Red de Turismo Comunitario del Cantón Saraguro

Tiempo de labor: 6 meses

PREGUNTAS:

1 ¿Cuáles son las comunidades que ofrecen Turismo Comunitario en el Cantón?

Son siete comunidades: Ilincho, Las Lagunas, Ñamarin, Oñakapak, y Gera que se encuentran en la parroquia Saraguro y dos comunidades inactivas actualmente: Chamental y Sabadell

2 ¿Cuáles son las razones por las que se encuentran inactivas esas comunidades?

Estas comunidades están inactivas por la situación geográfica: es decir son muy lejanas y las personas no pueden asistir a las reuniones; y por motivos culturales, es decir no son indígenas.

3 ¿Qué servicios las comunidades ofrecen a los turistas?

Los servicios que ofrecemos son: Gastronomía, hospedaje, ritualidad, elaboración de artesanías, música, danza.

4 ¿Cuál es la época más alta del año donde reciben la mayor demanda de turistas?

La época más alta empieza en mayo, luego Junio, agosto, septiembre, Noviembre por fiestas de Cuenca y diciembre.

5 ¿Cuántos turistas reciben aproximadamente?

En la comunidad Ilincho aproximadamente llegan 10 pax al mes siendo un aproximado de 120 turistas al año.

En la comunidad de Gera reciben aproximadamente 5 pax al mes, siendo un aproximado de 70 turistas al año.

En el resto de comunidades reciben un aproximado de entre 5 a 10 pax por mes.

6 ¿Se han realizado talleres de capacitación a las familias de las comunidades donde ofrecen turismo Comunitario?

Si, la fundación Kawsay ha hecho capacitaciones al inicio en el año 2005;

luego el Municipio de Saraguro en atención al cliente, cursos de cocina, de fortalecimiento del idioma, pero actualmente no ha realizado capacitación alguna.

7 ¿Cuándo fue creada la red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy?

La red de Turismo fue creada en el año 2004; el objetivo principal de mejorar las condiciones económicas de las comunidades, trabajar coordinadamente entre las comunidades: primeramente con la Red Pakariñan en Cuenca que está a cargo de algunas provincias: Morona Santiago, Azuay, Cañar y Loja; y a su vez con la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario en el Ecuador) y además promover y fortalecer la actividad turística en el Cantón.

8 ¿Qué normas o requisitos son necesarios para escoger a las familias de las comunidades para pertenecer a esta red?

Para formar parte de la red deben ofrecer algún servicio o producto, una vez que tengan eso la Asamblea de la comunidad debe estar de acuerdo para que esta familia se involucre en el turismo comunitario.

9 ¿Existe un número máximo de familias dentro de las comunidades?

No está limitado; dentro de las comunidades existen de 4 a 10 familias

10 ¿Cuál es la concepción de Turismo Comunitario?

La concepción es: como comunidad se mejore el aspecto físico mediante: mingas para los caminos de acceso a las comunidades, para el agua que se encuentre en buenas condiciones, etc. y para mejorar la identidad cultural a través de música, danza, entre otros. Además la misma comunidad abastece de productos alimenticios a las familias para ofrecer a los turistas; eso hace que se tome el carácter comunitario ya que mucha gente participa de una u otra manera.

11 Mediante que vías el turista llega a las comunidades

Los turistas llegan mediante dos vías:

La primera se hace contacto con la operadora Saraurku: y la segunda manera es que otras personas que llegan directamente a la comunidad en busca de servicios ya sea por hospedaje o alimentación

12 ¿A qué se destinan los ingresos obtenidos?

Los ingresos se distribuyen en porcentajes: un porcentaje es para la operadora, otro porcentaje es para la comunidad se entrega cada fin de año los ingresos que se obtuvieron en todo el año, y otro porcentaje para la familia. Por eso se llama turismo comunitario porque compartimos los ingresos.

13 ¿cuáles son las debilidades que existe dentro de las comunidades?

Dentro de las debilidades se encuentra la situación administrativa, la contabilidad por que la llevamos nosotros mismos pero sería necesario que nos capaciten en ese sentido o contratar personal capacitado en contabilidad y administración de la comunidad específicamente en atención al cliente. Otra de las debilidades es que en las comunidades no se ha desarrollado la señalización correspondiente; también la pérdida de identidad cultural: sería necesario fortalecer la identidad haciendo conciencia principalmente a los jóvenes porque utilizan otra ropa, y no quieren saber nada del idioma

14 ¿Cómo le gustaría que se promocioe el turismo comunitario?

Mediante redes sociales; una página de internet, la operadora posee una pero las comunidades en si no tienen una página que ayude a promocionar; también vía trípticos, otra cosa que sería importante es trabajar en los catálogos principalmente cuando llegan los extranjeros preguntan la elaboración, materiales o costo de algún producto que se

realice dentro de la comunidad para que los turistas obtengan información.

Análisis de la entrevista:

Una vez realizada la entrevista podemos observar que el turismo comunitario es muy importante para la economía del sector debido a que son muchos los aspectos como la alimentación, hospedaje, actividades de convivencia etc. que llaman la atención del turista; además es muy significativo el aporte de los miembros de cada comunidad porque permite trabajar equitativamente, aportando con productos alimenticios, ritualidad, en mingas para mejorar el aspecto físico de la comunidad etc. Y de esta manera ofrecer un mejor servicio a los turistas; pero eso no es suficiente porque son muy pocos los turistas que llegan a hacer uso de esta actividad, siendo un número máximo de 10 personas al mes, lo cual mejoraría a través de la ejecución del plan de marketing. Además existen inconvenientes en la situación administrativa porque son los miembros de las comunidades que se encargan pero necesitan que sean capacitados, y también el aspecto de señalización que las comunidades no poseen.

6.1.2.2 RESEÑA HISTORICA DEL SECTOR

Figura N° 4: Mapa de comunidades



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura Cobos Ramón

El turismo comunitario en el Cantón Saraguro nació de la necesidad de brindar la esperanza de una mejor calidad de vida a nivel familiar y comunitario, conservando los recursos naturales y revalorizando la cultura de las comunidades.

Es por ello que mediante una organización: la Red de Turismo Comunitario « Saraguro Rikuy », con la participación activa de las organizaciones comunitarias tanto indígenas y campesinas han organizado para la oferta de la Convivencia Comunitaria, se acondicionó 12 alojamientos turísticos en las familias indígenas (Oñakapak, Namarin, Las Lagunas, Ilincho y Gera) 3 establecimientos de alimentos y bebidas (La Papaya, Chamical y Sabadell). Hoy en día la RED conformado por 8 organizaciones comunitarias busca ser cada vez más conocidas a través de la promoción y comercialización a través de nuestra Operadora de turismo “Saraurku Cia. Ltda.”

Una vez que fundación Kawsay inició el proyecto en el año 2001, aún no había instancias para el desarrollo de esta actividad en la zona de Saraguro, si bien hubieron algunas intensiones de algunas entidades locales, éstos no tuvieron importancia por cuanto nunca desarrollaron

sostenidamente, quizás de forma muy esporádica hicieron algunas acciones en este campo.

Para dar inicio a este proyecto se buscaron los mecanismos que permitiera el desarrollo pleno de esta actividad. En un principio se hicieron estudios sobre la capacidad de instalación, sobre los productos más atractivos (nuestra cultura, nuestra música, nuestras artesanías, nuestras vivencias) y al mismo tiempo se ubicaron a las potenciales comunidades que tienen estos recursos naturales y culturales, en un principio solo fueron cinco comunidades, sin embargo al finalizar el proyecto se sumaron otros más. Dentro de esta propuesta de trabajo constaban además adecuaciones y construcciones de infraestructuras, que luego se hicieron efectivas tales como: Alojamiento s adecuados en viviendas de las familias, se trabajó además en la elaboración de material promocional y señalización. Pero lo más importante dentro de todo este proyecto fue la capacitación a las familias que se integraban a esta actividad en temas como: atención al cliente, guianza, preparación de alimentos, manejo de desechos, microempresas familiares, etc.

Como parte fundamental de este proceso, durante el desarrollo de las actividades se buscó consolidar una estructura organizativa social y comunitaria como es ahora la red de turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”, instancia que permitiera el desarrollo de la actividad turística con responsabilidad y de manera organizada en el futuro, es mas de forma autónoma y al mismo tiempo integre a mas iniciativas a nivel local y regional. Esta red está conformado por los Centros de Turismo Comunitario CTC's, instancias que se crearon al interior de cada comunidad integrados por los prestadores de servicios (guías, dueños de alojamientos, artesanos, músicos, etc.)

De la misma manera, no podía faltar la conformación de una instancia para entrar en los negocios de esta actividad y para ello se logra constituir una Operadora de Turismo con miembros de esta iniciativa,

misma que a futuro se encarga de vender los servicios que se ha logrado consolidar con las comunidades.


El aporte de instituciones locales y regionales (estatales) han sido casi nulos en los primeros años de implementación del proyecto, sin embargo en la actualidad están más decididos en aportar y de hecho se ha logrado un involucramiento dentro de este proceso, como se puede apreciar, el tema del TURISMO COMUNITARIO, incluso está dentro de los Planes de acción Ministerio de Turismo, de los gobiernos locales e incluso de otras entidades no estatales. Pero el aporte de las entidades de cooperación internacional ha sido decisivos para la implementación y puesta en marcha de esta iniciativa en Saraguro, entre ellas: Solidaridad Internacional, AECID, Ayuntamiento de Alcobendas, Paradores Turísticos, todas ellas de origen española. Aunque en estos últimos tiempos ya existen aportes significativos de los entidades estatales. Al momento la Red "Saraguro Rikuy", presta ayuda pero siempre con el apoyo técnico de la fundación Kawsay, el Ministerio de Turismo, el gobierno Provincial y local y algunas otras entidades no gubernamentales que prestan su apoyo. Se ha logrado un reconocimiento como miembros de la FEPTCE (Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador) y a través de ella a nivel nacional.

Esta forma de turismo permite que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena de Saraguro; que conozca y que comparta las actividades y costumbres de culturas centenarias desde adentro, por supuesto, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, el patrimonio y los derechos naturales y territoriales de las nacionalidades y los pueblos.

Son los propios pobladores los que se convierten en guías y las ganancias del turismo se establecen según las necesidades y prioridades de las comunidades resueltas en asambleas comunitarias, como por ejemplo para proyectos sociales, de salud, educación y cultura.

6.1.2.3 FICHAS DE ATRACTIVOS DE COMUNIDADES


Cuadro N°30: Fichas de Comunidades

FICHA N. 1	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Baño del Inca		
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascadas	Jerarquía: II
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Comunidad Ñamarin	
<p>Ubicación: se encuentra 3km desde el centro de la ciudad de Saraguro</p>		 <p>Foto N°1: Baño del Inca Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>El baño del Inca es un lugar natural, oculto en la elevación Ñamarin. Está conformado por una cascada de 60 metros de alto, dos pozas una natural y otra artificial. El agua de las pozas es turbia. A 50 metros de la cascada se encuentra las cuevas del Inca, de 4 metros de alto y profundidad, estas cuevas se las conoce como Sininpac.</p> <p>El paisaje natural de este atractivo es muy particular por las formaciones geológicas, la cascada y los matorrales constituidos por especies secundarias pumamaquis, shinin, chilca. En cuanto a fauna se puede observar aves como águilas, colibrís, y mirlos. Entre sus principales atractivos están: la cascada que recorre la montaña y cae perpendicularmente formando dos lagunas, rituales anuales del Inti Raymi y kapak Raymi, cuevas enormes que según la historia servían como trincheras en épocas de guerra. Se acostumbra hacer celebraciones por el Inti Raymi, los asistentes son la comunidad, el presidente de la fiesta y sus reinas.</p>			
<p>Recomendaciones: Utilizar vestimenta propia para caminar.</p>			
<p>Actividades turísticas: Caminatas de esparcimiento Observación de paisaje</p>			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°31: Fichas de Comunidades

FICHA N. 2		NOMBRE DEL ATRACTIVO: artesanía: orfebrería	
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Etnográficas	Subtipo: artesanía: orfebrería	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Comunidad Ñamarin	
<p>Ubicación: se encuentra 3km desde el centro de la ciudad de Saraguro</p>		 <p>Foto N°2: Artesanías: orfebrería Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>La Orfebrería comprende toda clase de joyas como: tupos, aretes de variado tamaño, calidad y precio. El Sr. Nicolás Tene lleva en el oficio de la Orfebrería alrededor de 14 años. La confección de una pieza demora alrededor de un día (depende de la joya que se fabrica). El proceso de elaboración de joyas es la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se funde la materia prima (piezas de plata, oro, níquel), se ocupa un molde que tiene la forma de un tupo. 2. Se forma una barra metálica pequeña cuando no se emplea el molde. 3. Se lleva a la máquina prensil eléctrica pasando varias veces la barra hasta que quede de un espesor aceptable y maleable, con el fin de formar cadenas o aretes. 4. Se incrustan las piedras preciosas. <p>El costo de las joyas varía de 5 – 150 dólares dependiendo del tamaño de la pieza y la calidad del material.</p> <p>La orfebrería relacionada a actividades de fundir metales la realizan hombres, tradición que aún la mantiene. Representa una forma de obtener ingresos económicos. Forma parte de su modo de vida, las joyas complementan la indumentaria de los Saraguros</p>			
<p>Recomendaciones:</p> <p>Al momento de ingresar al taller, manipular los objetos con cuidado.</p>			
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Toma de fotografías</p>			


Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°32: Fichas de Comunidades

FICHA N. 3	NOMBRE DEL ATRACTIVO: Telares de la Comunidad las Lagunas		
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Etnográficas	Subtipo: artesanía: Tejidos	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Comunidad Las Lagunas	
<p>Ubicación: se encuentra 3km desde el centro de la ciudad de Saraguro</p>		 <p>Foto N°3: Telares, comunidad Las lagunas Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción:</p> <p>Los telares son herramientas de trabajo para los Saraguros. En la comunidad las Lagunas el Sr. Encarnación Quizhpe se dedica a la elaboración de prendas de vestir, manteles, individuales, chalinas, cobijas, ponchos usando los telares. En su taller existen 12 telares, de los cuales 8 se encuentran funcionando.</p> <p>Los telares son de madera y algunas partes de metal, está compuesto por pedales, tambor, peines tejedores de metal, varilla entrecruzada, ovillos, marco para lisos, batidora y una silla. Las dimensiones de los telares que existen en la comunidad son de 2 metros de alto por 2 metros de ancho, aunque también los hay de otras dimensiones dependiendo del tipo de prenda a confeccionar.</p> <p>La materia prima básica para la elaboración de las prendas de vestir es la lana de borrego, aunque por razones económicas se trabaja más con algodón.</p> <p>Las prendas varían de 15 a 500 dólares dependiendo del tipo de indumentaria y material utilizado para su confección. El telar constituye un sustento de vida y una fortaleza cultural para los Saraguros Las prendas de vestir son vendidas a turistas extranjeros.</p>			
<p>Recomendaciones: Al momento de ingresar al taller, manipular los objetos con cuidado.</p>			
<p>Actividades turísticas: Toma de fotografías Compra de prendas de vestir</p>			

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos


Cuadro N°33: Fichas de Comunidades

FICHA N4		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada Virgen de Agua Santa	
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascadas	Jerarquía: I
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: comunidad de Oñakapak	
<p>Ubicación: A 9 km de la cabecera Saraguro en la comunidad de Oñakapak</p>		 <p>Foto N°4: Cascada Virgen de agua Santa Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>	
<p>Descripción: Cascada de unos 30 metros de alto, con formaciones rocosas, formando una poza profunda en su caída y el origen de una quebrada. Justo en la caída de la cascada se puede contemplar la imagen de la Virgen en la roca, aparentemente de perfil, aunque esta no es visible a primera vista. La cascada forma en su interior una gran laguna con una profundidad de no más de 2,5 m. Esta cascada se encuentra escondida entre la montaña, sin embargo desde la comuna de Oñakapak existe una carretera que conduce hasta la cascada.</p> <p>Frente a la cascada existe un altar arreglado con flores y candelabros. En la actualidad se considera al sector como Santuario Turístico por los milagros realizados por la virgen y por el paisaje natural. A esto se suma la construcción de senderos, cabañas y canchas deportivas para uso de los visitantes en épocas de la fiesta a la virgen.</p>			
<p>Recomendaciones: Para la visita al lugar se recomienda utilizar, zapatos cómodos, gorro. Se lo puede realizar durante todos los días. En especial en las festividades en el Mes de Septiembre desde el 13 al 15.</p>			
<p>Actividades turísticas: Toma de fotografías, Caminatas</p>			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°34: Fichas de Comunidades

FICHA N. 5	Nombre del atractivo: Cerro Pucara	Jerarquía: I
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Montaña	Subtipo: Cerro
Provincia: Loja	Cantón: Saraguro	Localidad: Gera
<p>Ubicación: Se encuentra ubicado a 3 km desde el centro de la comunidad, cuenta con una extensión de 200 metros cuadrados</p>		
		<p>Foto N°5: Cerro Pucara Fuente: Observación Directa Elaboración: Laura María Cobos</p>
<p>Características: La palabra “Pucara” significa fortificación, este cerro era utilizado antiguamente como límite de defensa entre dos pueblos en conflicto, este cerro es un mirador natural desde donde se pueden observar la comunidad de gera y disfrutar de un maravilloso paisaje.</p> <p>Se pueden encontrar flora y fauna característica de la zona como la pichana (<i>Psila spartioides</i>), higuera (Ricinus Communis), chilca, (<i>Baccharissalicifolia</i>) entre otras especies.</p> <p>FAUNA: El lugar es utilizado por su propietario para la alimentación de vacas (<i>Bos primigenius taurus</i>), caballos (<i>Equus ferus caballus</i>) y borregos (<i>ovis orientalis aries</i>).</p>		
<p>Recomendaciones: Llevar ropa deportiva, bebida hidratante, gafas de sol, cámara fotográfica.</p>		
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Turismo de aventura Camping Caminatas Fogatas</p>		

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

6.1.2.4 Planta Turística del sector

Alojamiento

Dentro de la planta turística Saraguro se encuentran los alojamientos; el lugar de investigación posee tres hostales, y 3 pensiones donde se hospedan los turistas que deseen visitar el Cantón Saraguro, lo que se convierte en una competencia indirecta debido a que a diferencia del turismo comunitario los visitantes se hospedan en las comunidades.

Cuadro N°35: Hostales:

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORIA	Nº HABITACIONES	Nº PLAZAS
Samana Wasi	10 de Marzo y Avda. Panamericana.	Segunda	12	20
Achik Wasi	Intiñac Sector La Luz	Segunda	13	34
Nukanchi Sara Alpa	Antonio Castro y Loja	Tercera	12	28

Fuente: Gobierno Local Municipal de Saraguro. Catastro de la Provincia de Loja.

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°36: Pensiones:

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORIA	Nº HABITACIONES	Nº PLAZAS
San Pedro de Saraguro	Avda. Loja y Reino de Quito	Tercera	11	18
Saraguro	Avda. Fernando Bravo	Tercera	9	20
Runa Wasi	Km 5 vía Loja (puglla)	Tercera	4	8

Fuente: Gobierno Local Municipal de Saraguro. Catastro de la Provincia de Loja.

Elaboración: Laura María Cobos

Establecimientos de alimentos y bebidas

Dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas se encuentran nueve restaurantes a más de la comida tradicional ofrecen comida típica; estos establecimientos abastecen a la población de Saraguro y a los turistas que llegan al mismo.

Cuadro N°37: Restaurantes

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORIA	Nº HABITACIONES	Nº PLAZAS
Cristal	Avda. Azuay y el Oro.	3	8	32
Reina del Cisne	EL Oro y José María Vivar.	3	8	32
Mama Cuchara	Avda. Loja y El Oro.	3	8	32
Cheers	Sucre y José María Vivar.	4	7	28
ALELIS	El Oro y José María Vivar	4	5	20
Inka Pirka	José María Vivar	3	8	32
La guarida del sabor	Diez de Marzo y Azuay	3	7	28
Pollos a la brasa Danielita	Av. Loja y diez de Marzo	4	5	20
Inti Samana	El Oro y Loja	3	6	24

Fuente: Gobierno Local Municipal de Saraguro. Catastro de la Provincia de Loja.

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°38: Agencia de viajes

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORIA
Saururku	10 de marzo y José María vivar	Operadora

Fuente: Gobierno Local Municipal de Saraguro. Catastro de la Provincia de Loja.

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°39: Recreación, diversión y esparcimiento

NOMBRE	PLAZA	UBICACIÓN
Carrosa	50	Fray Cristobal Sambrano
Son de Cuba	50	Vía al Cementerio
La Luna	40	Guayaquil

Fuente: Gobierno Local Municipal de Saraguro. Catastro de la Provincia de Loja.

Elaboración: Laura María Cobos

6.1.2.5 ANÁLISIS FODA

FODA es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

Dentro del análisis FODA se encuentran los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas del Turismo comunitario del Cantón Saraguro.

Cuadro N°40: análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Variedad de atractivos naturales y culturales -Presencia de la Red de Turismo Comunitario -Instalaciones en buen estado -Guías Turísticos nativos -Turistas satisfechos con Atención que brindan las familias de comunidades. -Exquisita alimentación -Participación de toda la comunidad en actividades programadas. -Equitativa distribución de los ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> -Escasa difusión del Turismo Comunitario -Carencia de capacitación al personal -Falta de profesionales para el área administrativa y contable en comunidades -Falta de personal especializado en turismo Comunitario. -Difícil acceso a la tecnología -Dos comunidades inactivas -No cuenta con una marca turística q los identifique
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento turístico. -Planta Turística -Incremento de PEA -Reconocimientos internacionales -Existencia de una agencia de viajes -Participación en ferias a nivel nacional 	<ul style="list-style-type: none"> -Actividad Turística limitada -Deterioro de atractivos -Incremento de inflación -Vías de acceso a comunidades. -Problemas sociales -Pérdida de identidad cultural

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Evaluación de factores externos

Una vez elaborada la matriz FODA en donde obtuvimos los factores internos y externos, evaluaremos la situación externa del Turismo Comunitario mediante la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)

Proceso para ponderar.

-Asignar una ponderación entre 0,01 (no importante) hasta 0,9 (muy importante), la ponderación otorgada a cada factor, expresa la importancia relativa de la misma, y la sumatoria de la ponderación de todos los factores en su conjunto debe dar como resultado 1,00.

-Asignar una calificación entre 4 y 3 para las oportunidades en donde 4 indica que es una oportunidad mayor y 3 es igual a una fortaleza menor, en lo referente a la calificación de las amenazas, esta debe ser entre 1 y 2, en donde 1 indica que amenaza es mayor y 2 que la amenaza es menor.

-Efectuar la multiplicación de la ponderación de cada factor por la calificación correspondiente, para poder conocer el resultado de cada factor ya sea fortaleza o debilidad.

-Sumar los resultados de cada uno de los factores para determinar el resultado total de la organización en su conjunto.

Cuando se obtiene un resultado:

Mayor a 2,5: significa que las oportunidades están sobre las amenazas

Menor a 2,5: significa que las amenazas se encuentran sobre las oportunidades.

Igual a 2,5 Significa que existen equilibrio entre oportunidades y amenazas.

- Finalmente luego de este proceso se analiza y menciona el resultado obtenido. (David, 2013)

Cuadro N°41: Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

Factores externos	Ponderación	Calificación	Resultados
OPORTUNIDADES			
Crecimiento turístico.	0,10	4	0,40
Planta Turística	0,10	4	0,40
Incremento de PEA	0,10	4	0,40
Reconocimientos internacionales	0,10	3	0,30
Existencia de una agencia de viajes	0,10	4	0,40
Participación en ferias a nivel nacional	0,10	4	0,40
AMENAZAS			
Actividad Turística limitada	0,07	1	0,07
deterioro de atractivos	0,07	1	0,07
Incremento de inflación	0,07	2	0,13
Vías de acceso a comunidades.	0,07	2	0,13
Problemas sociales	0,07	1	0,07
Pérdida de identidad cultural	0,07	1	0,07
TOTAL	1		2,83

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Análisis: una vez analizada y evaluada la matriz de factores externos se obtuvo como resultado 2.83 lo que significa que las oportunidades son levemente superiores a las amenazas, por lo tanto se debe proponer estrategias para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas

Evaluación de Factores Internos

Una vez elaborada la matriz FODA en donde obtuvimos los factores internos y externos, evaluaremos la situación interna del Turismo Comunitario mediante la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Proceso para ponderar.

-Asignar una ponderación entre 0,01 (no importante) hasta 0,9 (muy importante), la ponderación otorgada a cada factor, expresa la importancia relativa de la misma, y la sumatoria de la ponderación de todos los factores en su conjunto debe dar como resultado 1,00.

-Asignar una calificación entre 4 y 3 para las fortalezas en donde 4 indica que es una fortaleza mayor y 3 es igual a una fortaleza menor, en lo referente a la calificación de las debilidades esta debe ser entre 1 y 2, en donde 1 indica que la debilidad es mayor y 2 que la debilidad es menor.

-Efectuar la multiplicación de la ponderación de cada factor por la calificación correspondiente, para poder conocer el resultado de cada factor ya sea fortaleza o debilidad.

-Sumar los resultados de cada uno de los factores para determinar el resultado total de la organización en su conjunto.

Cuando se obtiene un resultado:

Mayor a 2,5: significa que las fortalezas están sobre las debilidades.

Menor a 2,5: significa que las debilidades se encuentran sobre las fortalezas.

Igual a 2,5 Significa que existen equilibrio entre fortalezas y debilidades.

- Finalmente luego de este proceso se analiza y menciona el resultado obtenido. (David, 2013)

Cuadro N°42: Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

FACTORES INTERNOS	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADOS
FORTALEZAS			
Variedad de atractivos	0,08	3	0,2
Presencia de la Red de Turismo Comunitario	0,08	4	0,3
Instalaciones en buen estado	0,08	4	0,3
Guías Turísticos nativos	0,08	4	0,3
Atención que brindan las familias	0,08	4	0,3
Exquisita alimentación	0,08	3	0,2
Participación de toda la comunidad en actividades	0,08	3	0,2
Equitativa distribución de los ingresos	0,08	4	0,3
DEBILIDADES			
Escasa difusión del Turismo Comunitario	0,06	1	0,06
Carencia de capacitación al personal	0,06	1	0,06
Falta de profesional para el área administrativa y contable en comunidades	0,06	2	0,11
Falta de personal especializado en turismo	0,06	1	0,06
No cuenta con maca turística q los identifique	0,06	2	0,11
Difícil acceso a la tecnología	0,06	1	0,06
Dos comunidades inactivas	0,06	2	0,11
TOTAL	1,00		2,75

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Análisis: una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 2.78 lo que significa que las fortalezas son levemente superiores a las debilidades, por lo tanto se debe proponer estrategias para aprovechar las fortalezas y evitar las debilidades.

c) Matriz de Estrategias Foda

- **Estrategia FO:** esta estrategia se basa en el uso de las fortalezas internas con objeto de aprovechar las oportunidades externas. Sería ideal para una empresa poder usar sus fortalezas y así mismo explotar sus oportunidades externas.
- **Estrategia FA:** se basan en la utilización de las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Este objetivo consiste en aprovechar las fortalezas de la empresa reduciendo a un mínimo las amenazas.
- **Estrategia DA:** tienen como objetivo denotar las debilidades internas y eludir las amenazas ambientales. Se intenta minimizar debilidades y amenazas, mediante estrategias de carácter defensivo, pues un gran número de amenazas externas y debilidades internas pueden llevar a la empresa a una posición muy inestable.
- **Estrategia DO:** tienen como objetivo la mejora de las debilidades internas valiéndose de las oportunidades externas. A veces una empresa disfruta de oportunidades externas decisivas, pero presenta debilidades internas que le impiden explotar dichas oportunidades (Pareja, 2012).

En la siguiente tabla se ha elaborado la matriz foda, de alto impacto, donde se ha interrelacionado el medio interno y externo, tomando en cuenta la relación e impacto que podría generar cada una de ellas para el Turismo Comunitario de esta manera se formula los objetivos y posteriormente las estrategias del plan de marketing.

Cuadro N°43: Matriz de Estrategias FODA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZA	DEBILIDADES
	Variedad de atractivos	escasa difusión del Turismo Comunitario
	Presencia de la Red de Turismo Comunitario	carencia de capacitación al personal
	Instalaciones en buen estado	Falta de profesional para el área administrativa y contable en comunidades
	Guías Turísticos nativos	Falta de personal especializado en turismo
	Atención que brindan las familias	No cuenta con maca turística q los identifique
	Exquisita alimentación	Difícil acceso a la tecnología
	Participación de toda la comunidad en actividades	Dos comunidades inactivas
	equitativa distribución de los ingresos	
	FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
Crecimiento turístico.	Aprovechar y potencializar el Turismo Comunitario a través de la publicidad y promoción	Implementar un plan de promoción y publicidad del Turismo Comunitario en el cantón Saraguro que permita posesionarlo al cantón como destino turístico
Planta Turística		
Incremento de PEA		
reconocimientos internacionales		
Agencia de viajes		
Participación en ferias a nivel nacional		
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
Actividad Turística limitada	Elaboración de un plan de capacitación a las familias que ofrecen Turismo Comunitario que permita a las mismas mejorar la manera en que ofrecen sus servicios	Formar alianza estratégicas con prestadores de servicios turísticos para mejorar el posicionamiento del Turismo Comunitario en el mercado
deterioro de atractivos		
incremento de inflación		
Vías de acceso a comunidades.		
problemas sociales		
pérdida de identidad cultural		

Fuente: Trabajo de campo

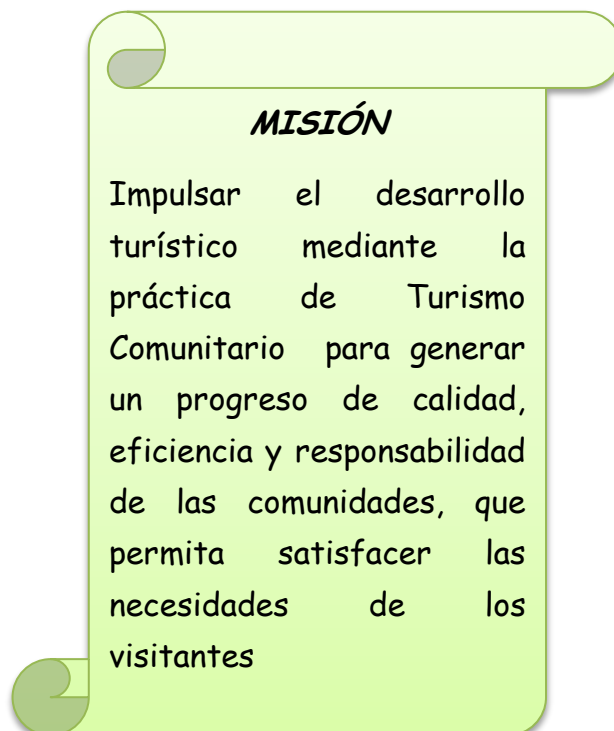
Elaboración: Laura María Cobos

6.2. OBJETIVO 2: Desarrollo de la Propuesta de un Plan de Marketing para el Turismo Comunitario en el cantón Saraguro, que contribuya al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.

La siguiente propuesta de un plan de marketing servirá como herramienta que permita promocionar el Turismo Comunitario a los visitantes o turistas; con el fin de que este tipo de turismo se posicione en la mente de quienes visiten el Cantón Saraguro y por ende se mejore la economía del mismo.

Además los objetivos estratégicos propuestos se han planteado de acuerdo a las principales necesidades, requerimientos del Cantón Saraguro; en los cuales se determina cada uno de los pasos necesarios que se deben seguir para su posterior ejecución.

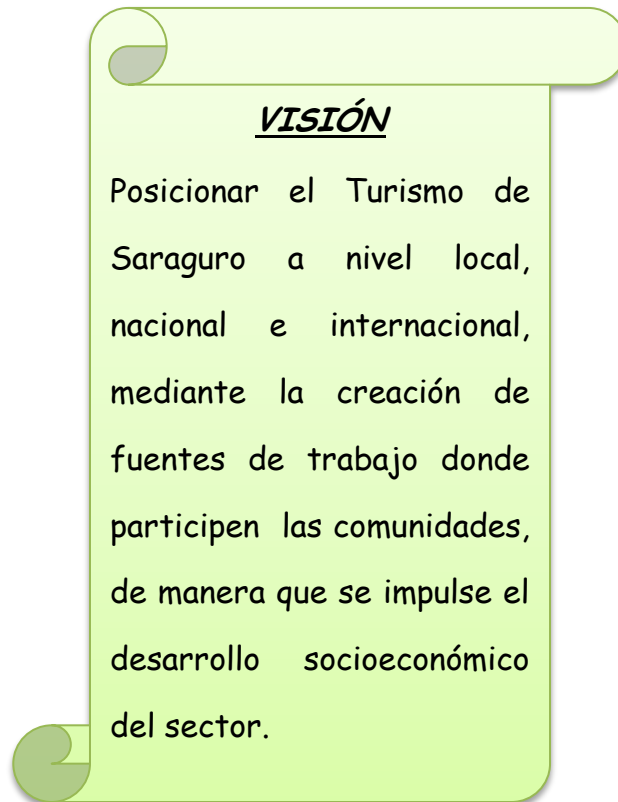
6.2.1 Misión:



MISIÓN

Impulsar el desarrollo turístico mediante la práctica de Turismo Comunitario para generar un progreso de calidad, eficiencia y responsabilidad de las comunidades, que permita satisfacer las necesidades de los visitantes

6.2.2 Visión:



6.2.3 Valores:

RESPONSABILIDAD

Trabajar responsablemente con los turistas, es uno de los valores que permiten mantener en orden la vida de las comunidades; así mismo los visitantes podrán disfrutar de las actividades con calidad y excelencia.

RESPECTO

Constituye la base fundamental para una buena relación armónica y cordial entre turistas y los miembros de las comunidades.

AMABILIDAD

Es una de los valores más importantes ya que permite garantizar el conocimiento del turismo comunitario de boca a boca, es decir pregonar el

trato, imagen y presencia de quien los recibió, manifestando la amabilidad desde que llega el turista hasta que se retire.

SERVICIO

La práctica del servicio dentro de la actividad turística permite demostrar la espontaneidad mediante de colaboración y atención hacia los turistas en resolver cualquier percance que se llegará a ocasionar.

HONESTIDAD

Permite transmitir una información verdadera, verás y autentica que genere un ambiente cálido entre visitantes y las comunidades.

6.2.4 Propuesta de Objetivos estratégicos

Objetivos Estratégicos

- ✚ Plan de publicidad y promoción para el Turismo Comunitario del Cantón Saraguro que permita posesionarlo como destino turístico.
- ✚ Plan de capacitación dirigido a las familias que ofrecen Turismo Comunitario que permita mejorar la calidad de los servicios

6.2.4.1 Objetivo Estratégico # 1

PLAN DE PUBLICIDAD Y PROMOCION PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO QUE PERMITA POSESIONARLO COMO DESTINO TURÍSTICO

1. Meta

Incrementar la llegada de turistas a las Comunidades y fomentar el Turismo Comunitario a través de la elaboración de un plan de promoción y publicidad.

2. Estrategia

- Diseñar herramientas de comunicación que permitan promover la imagen del Turismo Comunitario del Cantón Saraguro
- Buscar medios de comunicación para invertir en publicidad.
- Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad.
- Promociones llamativas, que permitan estimular a los turistas a visitar las Comunidades que ofrecen Turismo Comunitario

3. Políticas

- El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro realizará su campaña publicitaria cada trimestre o cuando las condiciones del mercado así lo determinen.
- La información que se presente deberá ser clara, concisa y fácil de entender.
- Realizar promociones de acuerdo a las temporadas más llamativas del año

4. Tácticas

- Entregar trípticos a los personas para que se informen de los servicios que brindan las comunidades donde se realiza Turismo Comunitario.
- Elaborar folletos publicitarios que serán distribuidos a distintos lugares de la ciudad.

- Publicar en un medio de prensa escrita, de manera que la ciudadanía lojana se entere a cerca del Turismo Comunitario en Saraguro.
- Las promociones estarán dirigidas exclusivamente para los turistas a quienes se les hará la entrega de esferos, Souvenirs, bolsas multiusos.

5. Responsables

- GAD Saraguro
- Laura María Cobos Ramón

6. Tiempo.

- Dada la necesidad e importancia que amerita la realización de publicidad su planificación es para un tiempo de duración de un año.
- Aplicando la publicidad a través de trípticos y folletos informativos circularan durante seis meses.
- La aplicación de la valla publicitaria se la realizara a la entrada al Cantón Saraguro ya que es un punto estratégico donde transitan ininterrumpidamente vehículos para dirigirse a diversas partes del país.
- La realización de las promociones podrá ser considerada su aplicación de 6 a 8 semanas.

7. Recursos.

- **Recursos Humanos**

Jefe de unidad de Turismo del GAD Saraguro

- **Recursos Materiales**

Trípticos.

Folletos

Valla publicitaria

Souvenirs

Manillas

- **Recursos Económicos**

Costo de Publicidad = 5800.00

8. Resultados esperados

- Motivar a turistas a la realización de Turismo Comunitario.
- Difundir los servicios que ofrecen las comunidades.

9. Indicadores

- $\frac{\text{Total de trípticos}}{\text{Trípticos entregados.}}$
- $\frac{\text{Número de visitantes}}{\text{Número visitantes esperados}}$
- $\frac{\text{Número de souvenirs}}{\text{Total de souvenirs entregados}}$

10 presupuestos.

Cuadro N°80: Presupuesto de publicidad:

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO(USD)	TOTAL
1	Diseño de logotipo	\$ 50.00	\$ 50.00
1000	Trípticos full color.	\$ 0.25	\$ 250.00
1000	Folletos	\$ 0.40	\$ 400.00
1	Impresión de valla publicitaria	\$2800.00	\$2800.00
TOTAL de publicidad			3500.00

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°81: Presupuesto Promoción:

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO (dólares)	TOTAL
200	Manillas	2.00	400.00
200	Souvenirs	7.00	1400.00
200	Bolsas multiusos	2.50	500.00
TOTAL			2300.00

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Diseño de marca turística

Diseño logotipo:

Cuadro N°82: logotipo:



Fuente: Investigación
Elaboración: Laura María Cobos

Para escoger la marca turística se diseñó un logotipo llamativo para el turista con colores apropiados de manera que se pueda promocionar y posesionar en el mercado.

La cromática que se maneja en el Logotipo va acorde a la ciudad de Saraguro ya que el color verde, que es el primario, representa a la naturaleza por excelencia y los colores secundarios, como el amarillo, naranja y púrpura evocan la luz del sol, la energía y la sabiduría de nuestros indígenas. Además consta de dos iconos representativos como son el tupu en un sentido minimalista y el sombrero de los Saraguros, los mismos que al mezclarse con la cromática y tipografía logran crear un ambiente sobrio para el Logotipo.

Slogan: “Vive una experiencia diferente”

El slogan debe ser un elemento persuasivo que busca generar alta recordación en la persona que lo lee o escucha es por ello que el slogan se lo escogió porque es corto, fácil de que sea grabado en la mente de los turistas y sobre todo es un texto impactante con un mensaje que no indiferente.

Grafico N° 18: tríptico (Parte externa)

Gera:



Se encuentra ubicada a 15 km al norte de Saraguro. La principal actividad económica es la agricultura, complementando con el turismo. La comunidad dispone de alojamiento turístico completamente equipado: agua caliente, y baño privado, con capacidad para 7 personas. La actividades turísticas que ofrece están: caminatas, comida típica, practicas, agrícolas, elaboración y degustación del guajango (bebida típica)




Ubicación de los alojamientos








Por: María Cobos



Fuente: Investigación
Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobo

Grafico N° 19: tríptico (Parte interna)

El Turismo Comunitario en el cantón, es una actividad que permite la relación e intercambio de cultura entre los visitantes y las comunidades; donde los miembros de las mismas se organizan para prestar servicios turísticos, ofreciendo sus viviendas, costumbres, conocimientos y forma de vida a quienes viven esta experiencia.

Oñakapak:



Comunidad localizada a 25 minutos del centro de Saraguro, dispone de un alojamiento turístico con capacidad para 4 personas: una habitación matrimonial y otra para 2 personas, totalmente equipados con agua caliente y baño privado. Entre las principales actividades turísticas ofrece: caminatas a terrazas agrícolas, visitas a talleres artesanales, pesca deportiva, elaboración de artesanías, prácticas agrícolas, comida típica y danza.

Ñamarin:



Se ubica a 3 km al este de Saraguro. La comunidad cuenta con el alojamiento turístico "El Bosque" que dispone de una habitación con baño privado, con capacidad para hospedar a 4 persona. Los turistas pueden realizar caminatas, elaboración de artesanías, etc. la comunidad cuenta con un restaurante "Baños del Inca" donde todos los productos ofrecidos son orgánicos y proviene de la huerta de la comunidad.

Las lagunas:



Ilincho:



Ubicada a 2km de Saraguro, está conformada por 160 familias. La comunidad dispone de 3 alojamientos turísticos: el primero es una casa que disponen de una habitación para 2 personas. El segundo dispone de una habitación para 2 personas, y el último es el alojamiento: Inka Wasi que disponen de una habitación con cama matrimonial

Ubicada al Suroeste y con una distancia de 3 km desde Saraguro. Esta comunidad ofrece diversos servicios turísticos como: caminata (desde donde se aprecian unas impresionantes vistas), elaboración de artesanías, comida típica, música y danza. La comunidad ofrece servicio de alojamiento en el centro de Turismo Comunitario Inti Wasi donde además de poseer habitaciones cuenta con la posibilidad de tomar baños de cajón y de un sauna con hierbas medicinales que limpian y purifican la sangre. Además música en vivo y noches culturales con agrupaciones de música

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 20: valla publicitaria:

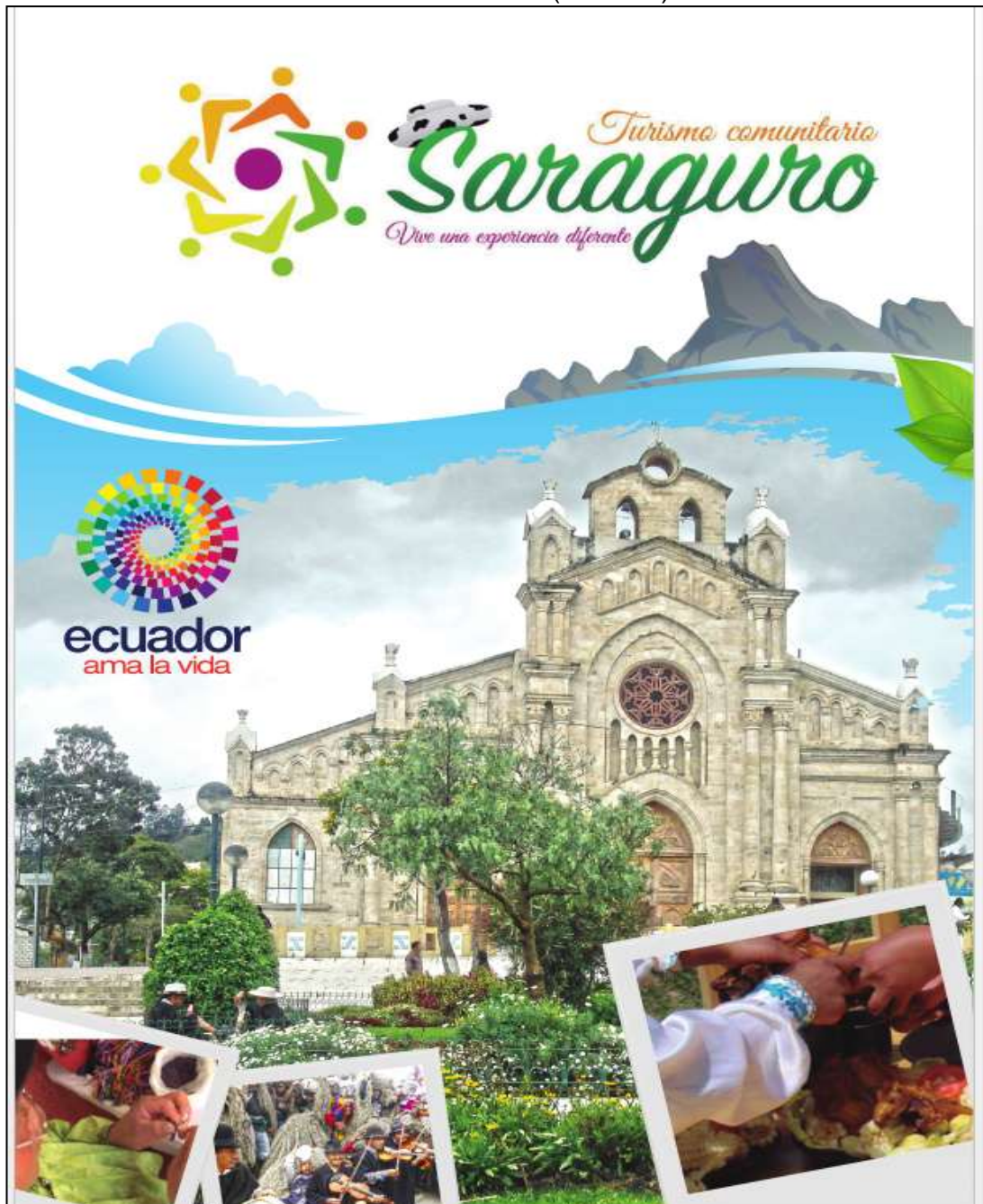


Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Folleto: Se elaborarán alrededor de 1000 folletos que serán distribuidos a distintos lugares de la ciudad; donde constara información y fotografías de las comunidades que ofrecen turismo comunitario y de las actividades que se desarrollan dentro de las mismas, además dicha información se encuentra en dos idiomas: español e inglés.

Grafico N° 21: folleto (Portada):



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 22: folleto (página 1):



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 23: folleto (página 2):



A 64 km de Loja se encuentra el Cantón Saraguro, uno de los pueblos más importantes de América que se encuentra culturalmente muy bien definido conservando las costumbres de sus antepasados, sus ritos y sus fiestas, las mismas que las celebran de una forma realmente novedosa cautivando el interés de todos quienes tienen la suerte de observarlas.

64 km from Loja is located Saraguro, one of the most important towns of America that is culturally well defined, keeping up the ancestors customs, their rites and their parties, which are celebrated in a really original way captivating the interest of all who have the luck to see them.

Actualmente la práctica del Turismo Comunitario en el cantón, es una actividad que permite la relación e intercambio de cultura entre los visitantes y las comunidades; donde los miembros de las mismas se organizan para prestar servicios turísticos, ofreciendo sus viviendas, costumbres, conocimientos y forma de vida a quienes viven esta experiencia.

Actually, the practice of Communitarian Tourism in the town, is the activity that let the relation and culture interchange between the visitors and communities, where their own members are organized to provide touristic services, offering their houses, costumes, knowledge and lifestyle

Comunidades. Communities

Oñakapak:



Comunidad localizada a 25 minutos del centro de Saraguro, dispone de un alojamiento turístico con capacidad para 4 personas: una habitación matrimonial y otra para 2 personas, totalmente equipados con agua caliente y baño privado. Entre las principales actividades turísticas ofrece: caminatas a terrazas agrícolas, visitas a talleres artesanales, pesca deportiva, elaboración de artesanías, prácticas agrícolas, comida típica y danza. Esta comunidad posee sitios turísticos como: cascada de la Virgen y terrazas incaicas,

Community located 25 minutes from the center of Saraguro. It has a touristic lodging

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 24: folleto (página 3):



*with capacity for four people: one double room and other for two people. Totally equipped with warm water and private bathroom.
Between the principal touristic activities it offers: hikes to agriculture terraces, visits to the handcraft workshops, fishing, the elaboration of crafts, agricultural practices, traditional food and dance.*

This community has touristic sites such as: the Waterfall of the Virgin and the Inca's terraces.

Ñamarin:

Comunidad que forma parte del gran camino del Inca, conformada por 105 familias indígenas, se ubica a 3 km al este de Saraguro. La economía del lugar se basa en: la agricultura, ganadería, artesanías y actualmente el turismo comunitario.

Community that forms a big part of the Inca's way, formed of 105 native families, located 3 km east of Saraguro. The place's economy is based in: agriculture, cattle raising, handcrafts and actually to communitarian tourism.



La comunidad cuenta con el alojamiento turístico "El Bosque" que dispone de una habitación con baño privado, con capacidad para hospedar a 4 persona.

The community has a touristic lodging called "El Bosque" that is available of one room with private bathroom, with capacity to host four people.

Entre las actividades que los turistas pueden realizar están: caminatas a terrazas agrícolas, visitas a talleres artesanales, elaboración de artesanías, etc.

Between the activities that the tourists can do are: hikes to agriculture terraces, visits to workshops, the elaboration of crafts, etc.

Además, la comunidad cuenta con un restaurante "Baños del Inca" donde se brinda comida típica (Pinshi Mikuna) y todos los productos ofrecidos son orgánicos y proviene de la huerta de la comunidad.

Additionally, the community has a restaurant called "Baños del Inca" where is provided traditional food (Pinshi Mikuna) and all the offered products are organic and comes from the community vegetable garden.

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 25: folleto (página 4):



Los almuerzos y cenas pueden ser acompañados con un grupo de música y grupo de danzas típicas.

Lunches and dinners can be accompanied with a music and traditional dance groups.

Las lagunas:

Comunidad indígena ubicada a 2km de Saraguro, está conformada por 160 familias, que viven de la agricultura, ganadería, artesanías, sector de servicios y del turismo comunitario.

Native community located 2 km from Saraguro, is formed of 160 families that live of the agriculture, cattle raising, handicrafts, service sector and communitarian tourism.



La comunidad dispone de 3 alojamientos turísticos: el primero es una casa que disponen de una habitación para 2 personas. El segundo dispone de una habitación para 2 personas, y el último es el alojamiento: Inka Wasi que disponen de una habitación con cama matrimonial

The community has three touristic lodgings: the first is a house with one room for two people. The second also has a room for two people, and the last is the lodging: Inka Wasi that has one room with a double bed.

Entre las actividades turísticas la comunidad ofrece: caminatas a terrazas agrícolas donde se realizan rituales indígenas, degustación de comida típica, elaboración de artesanías, prácticas agrícolas, etc.

Between the touristic activities the community offers: hikes to agriculture terraces where native rituals are made, traditional food tasting, the elaboration of crafts, agricultural crafts, etc.

Además, la comunidad cuenta con un taller de orfebrería donde se elaboran las joyas típicas de la vestimenta de los hombres y las mujeres Saraguros en base a la plata; también el taller de tejidos donde se elaboran: ponchos, manteles, hamacas, y se explica la diversidad de materiales que se necesita para realizar este laborioso trabajo y obtener el producto final.

In addition, the community has a silversmithing shop where the typical jewelries of men and women outfit are elaborated; also, the weaving shop where ponchos, tablecloths and hammocks are elaborated, people explain the diversity of materials needed to make this laborious work and obtain the final product.

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 26: folleto (página 5):



Ilincho:

Es una Comunidad indígena, ubicada al Suroeste y con una distancia de 3 km desde Saraguro. Sus actividades principales son la agricultura orgánica, ganadería, artesanías, sectores de servicios y turismo comunitario.

Is a Native Community, located 3 km southwest from Saraguro. Its principal activities are: the organic agriculture, the cattle raising, handcrafts, service sectors and communitarian tourism.

Esta comunidad ofrece diversos servicios turísticos como: caminata (desde donde se aprecian unas impresionantes vistas), elaboración de artesanías, comida típica, música y danza.

The community offers diverse touristic services such us: hikes (where you can have amazing views), the elaboration of crafts, traditional food, music and dance.

La comunidad ofrece servicio de alojamiento en el centro de Turismo Comunitario Inti Wasi donde además de poseer habitaciones cuenta con la posibilidad de tomar baños de cajón y de un sauna con hierbas medicinales que limpian y purifican la sangre. Además música en vivo y noches culturales con agrupaciones de música y danza de la localidad.

The community offers lodging service in the center of Comunitarian Tourism Inti Wasi; where, additionally of rooms, have the possibility to take drawer's showers and a sauna with medicinal herbs that clean and purify the blood. Also, live music and cultural nights with music and dance groups of the place.

Gera:

Se encuentra ubicada a 15 km al norte de Saraguro. La principal actividad económica es la agricultura, complementando con el turismo.

Located 15 km north of Saraguro. The principal economic activity is the agriculture, complementing it with the tourism

La comunidad dispone de alojamiento turístico completamente equipado: agua caliente, y baño privado, con capacidad para 7 personas. La actividades turísticas que ofrece están: caminatas, comida típica, prácticas agrícolas, elaboración y degustación del guajango (bebida típica)

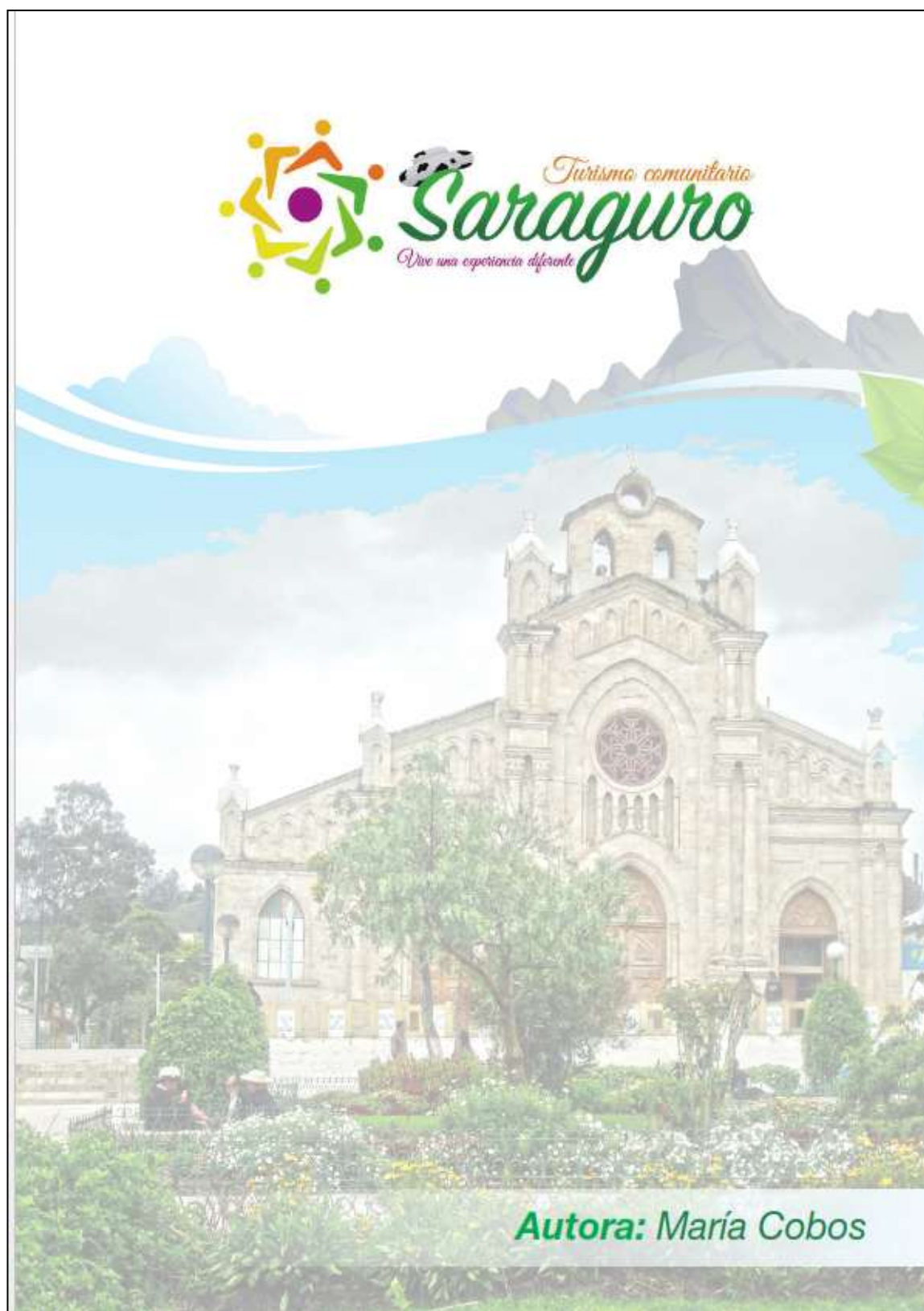
The community has touristic lodging completely equipped: warm water and private bathroom with capacity for seven people. The touristic activities that offers are: hikes, traditional food, agriculture practices, and the elaboration and tasting of guajango (typical drink).



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Grafico N° 27: folleto (contraportada):



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; diseñador Jhonny Cobos

Souvenirs: Se diseñaran 100 souvenirs para los turistas que realizan turismo Comunitario, dichos souvenirs serán en forma de sombrero que utilizan los saraguros y en el centro del mismo se ubicara el logotipo

Grafico N° 28: Souvenirs



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; cerámicas "Lozano" Saraguro

Manillas: Las manillas serán elaboradas en mullos, por las artesanas del Cantón Saraguro y se realizarán 100 unidades que serán entregados a los turistas.

Grafico N° 29: Manillas



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos; Delicia Sarango "artesana Saraguro"

Paquete turístico

Se realizarán un paquete turístico a la ciudad de Saraguro ubicado a 64km de Loja; se presenta un itinerario de dos días una noche con las respectivas actividades y precios. En éste itinerario se incluyeron atractivos turísticos importantes de Saraguro como son: Taller de cerámicas, la iglesia matriz, Parque de las Culturas, Baño del Inca y a las comunidades donde ofrecen Turismo Comunitario: Ñamarin (3 km del centro de Saraguro) Oñakapak (8km del centro de Saraguro) y Las Lagunas (2km del centro de Saraguro).

Dentro de las comunidades los turistas podrán disfrutar de actividades de convivencia con las familias como elaboración de artesanías, actividades de agricultura, caminatas, entre otras; además consta el ingreso a baños de cajón en el hostel inti Wasi de la comunidad Ilincho, y la degustación del Pinzhi Mikuna comida típica que consta de papas, trigo, zanahoria o cebada, acompañado del cuy, mote, queso, tortillas de maíz y chicha o “wajango, y en la comunidad Oñakapak se realizará actividad de pesca deportiva.

El guía que acompañara a los turistas durante todo el recorrido estará capacitado; para de esta manera los consumidores reciban la información adecuada y específica de todos los lugares que se visitara. El alojamiento en las comunidades se encuentra en buenas condiciones físicas de manera que los turistas puedan descansar cómodamente. A continuación se detalla el itinerario del paquete turístico.

ITINERARIO

Día 1

07h00 Salida desde Loja – Saraguro

08h30 Desayuno en Restaurante Reina del Cisne

09h30 Visita al taller de “Cerámicas Lozano” de Gunudel

11h00 Visita a la Iglesia Matriz de Saraguro

11h30 Visita al Parque de las Culturas

12h00 almuerzo en el restaurant “Mama Cuchara”

13h00 Recorrido por el baño del Inca (lugar natural, conformado por una cascada de 60 metros de alto y cuevas del Inca, de 4 metros de alto y profundidad, aquí se realiza celebraciones del Inti Raymi y rituales de limpieza)

14h30 traslado a las comunidades Ñamarin (4 pax), Oñakapak (3pax), Las Lagunas (3 pax) para hospedaje de turistas.

15h00 Actividades de convivencia en las comunidades (elaboración de artesanías, actividades de agricultura, degustación de wajango)

19h00 Cena en comunidades

Día 2

07h30 Desayuno

09h00 Traslado a la comunidad Ilincho

09h40 Turistas podrán realizar un baño de cajón para limpiar y purificar la sangre.

12h00 Disfrute de Pinzhi Mikuna (Comida típica compuesto por papas, trigo, zanahoria o cebada, acompañado del cuy, mote, queso, tortillas de maíz y chicha o “wajango) Acompañado de un grupo de danza típico del sector.

14h00 Traslado a la comunidad Oñakapak para la realización de pesca deportiva

17h30 Regreso a la Ciudad de Loja

Incluye:

- Transporte
- Alimentación completa
- Guía nativo
- Entradas a lugares establecidos
- Transporte durante todo el recorrido

No incluye:

- Comidas adicionales
- Bebidas adicionales
- Llamadas telefónicas
- Otros servicios no especificados en el itinerario

Recomendaciones:

- Llevar Gorra o sombrero,
- Gafas
- Bloqueador solar,
- Cámara de fotos,
- Ropa abrigada
- Zapatos cómodos

Cuadro N°82: Paquete Turístico

PAQUETE: Loja – Saraguro - Loja	
Nombre del tour	cultura y tradición
Duración	2 días 1 noche
Número de personas	10 pax
Día 1	
Desayuno	25.00
Visita al taller de cerámica	20.00
Almuerzo	27.00
Hospedaje en comunidades	130.00
Baño del Inca	10.00
Cena	250.00
Total	217.00
Día 2	
Baño de cajón	60.00

Pinzhi Mikuna	50.00
Pesca deportiva	20.00
Total	130.00
Costo del tour	
Día 1 y 2	347.00
Transporte buseta pequeña	300.00
Guía nativo	12.00
Grupo de danza	36.00
Total del tour	695.00
Servicio 10 %	69.50
Total del paquete	746.50
Total por persona	74.65

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

Guión turístico

Saraguro, ubicado al sur de la cordillera andina, es un lugar privilegiado por su paisaje está formado que se encuentra formado por diferentes ecosistemas como páramo andino, bosque nublado, bosque seco interandino, bosque subtropical desértico y bosque tropical amazónico. Saraguro provenir de los vocablos kichwa: sara-maíz y kuri-oro, que significa “maíz de oro”.

Dentro del paquete se va a realizar algunas actividades entre las que están al momento de llegada realizaremos el desayuno en el reina del cisne; luego visita a los principales atractivos como: visita al taller de cerámica en gunudel, la iglesia matriz y parque de las culturas; posteriormente degustaremos el almuerzo en el restaurante mama cuchara. En la tarde se visitara el baño del inca, un atractivo que guarda mucha riqueza cultural y al finalizar el día los turistas serán trasladados a las comunidades.

La práctica del turismo comunitario en el cantón Saraguro se ha convertido un icono representativo debido a que nació de la necesidad de brinda la esperanza de una mejor calidad de vida a nivel familiar y comunitario, conservando los recursos naturales y revalorizando la cultura de las comunidades.

Existen 5 comunidades especializadas para recibir a turistas, entre las cuales están: Oñakapak, Ñamarin: Las Lagunas: Ilincho y Gera: dentro del recorrido que tenemos constan la visita a estas comunidades; cada una posee características únicas.

Comunidad Oñakapak: localizada a 25 minutos del centro de Saraguro, dispone de un alojamiento turístico con capacidad para 4 personas: una habitación matrimonial y otra para 2 personas, totalmente equipados con agua caliente y baño privado, entre las principales actividades que se realizarán están: caminatas a terrazas agrícolas, visitas a talleres artesanales, pesca deportiva, elaboración de artesanías, prácticas agrícolas, comida típica y danza. Además podrán disfrutar de atractivos como: la cascada de la virgen y terrazas incaicas,

Comunidad Ñamarin: forma parte del gran camino del inca, conformada por 105 familias indígenas, se ubica a 3 km al este de Saraguro. La economía del lugar se basa en: la agricultura, ganadería, artesanías y actualmente el turismo comunitario. la comunidad cuenta con el alojamiento turístico "el bosque" que dispone de una habitación con baño privado, con capacidad para hospedar a 4 persona, entre las actividades que los turistas pueden realizar están: caminatas a terrazas agrícolas, visitas a talleres artesanales, elaboración de artesanías, etc.

Comunidad las lagunas: se ubicada a 2km de Saraguro, está conformada por 160 familias, que viven de la agricultura, ganadería, artesanías, sector de servicios y del turismo comunitario. la comunidad dispone de 3 alojamientos turísticos: el primero es una casa que disponen de una habitación para 2 personas, el segundo dispone de una habitación para 2 personas, y el último es el alojamiento: **inka wasi** que disponen de una habitación con cama matrimonial. Entre las actividades turísticas la comunidad ofrece: caminatas a terrazas agrícolas donde se realizan rituales indígenas, degustación de comida típica, elaboración de artesanías, prácticas agrícolas, etc.

Comunidad Ilincho: ubicada a una distancia de 3 km desde Saraguro, sus actividades principales son la agricultura orgánica, ganadería, artesanías, sectores de servicios y turismo comunitario. Esta comunidad ofrece

diversos servicios turísticos como: caminata (desde donde se aprecian unas impresionantes vistas), elaboración de artesanías, comida típica, música y danza. La comunidad ofrece servicio de alojamiento en el centro de turismo comunitario inti Wasi donde además de poseer habitaciones cuenta con la posibilidad de tomar baños de cajón y de un sauna con hierbas medicinales que limpian y purifican la sangre. Además música en vivo y noches culturales con agrupaciones de música y danza de la localidad

Comunidad Gera: se encuentra ubicada a 15 km al norte de Saraguro, la principal actividad económica es la agricultura, complementando con el turismo. Dispone de alojamiento turístico completamente equipado: agua caliente, y baño privado, con capacidad para 7 personas. la actividades turísticas que ofrece están: caminatas, comida típica, practicas, agrícolas, elaboración y degustación del guajango (bebida típica)

Al siguiente día se realizara el desayuno en las comunidades para luego trasladarse a la comunidad llincho donde los turistas podrán realizar un baño de cajón para limpiar y purificar la sangre.

En el almuerzo los turistas podrán disfrutar de Pinzhi Mikuna (Comida típica compuesto por papas, trigo, zanahoria o cebada, acompañado del cuy, mote, queso, tortillas de maíz y chicha o "wajango) Acompañado de un grupo de danza típico del sector.

Luego se realizara el traslado a la comunidad Oñakapak para la realización de pesca deportiva y finalmente se realizara el retorno a la Ciudad de Loja en donde concluirá el paquete turístico.

Cuadro N°83: objetivo estratégico N°1

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1				
PLAN DE PUBLICIDAD Y PROMOCION PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO QUE PERMITA POSESIONARLO COMO DESTINO TURÍSTICO				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
Incrementar la llegada de turistas a las comunidades y fomentar la realización de Turismo Comunitario a través de la elaboración de un plan de promoción y publicidad	<p>Diseñar herramientas de comunicación que permitan promover la imagen del Turismo Comunitario del Cantón Saraguro</p> <p>Buscar medios de comunicación para invertir en publicidad.</p> <p>Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad.</p> <p>Promociones llamativas, que permitan estimular a los turistas a visitar las Comunidades que ofrecen Turismo Comunitario</p>	<p>El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro realizará su campaña publicitaria cada trimestre o cuando las condiciones del mercado así lo determinen.</p> <p>La información que se presente deberá ser clara, concisa y fácil de entender.</p> <p>Realizar promociones de acuerdo a las temporadas más llamativas del año.</p>	<p>Entregar trípticos a los personas para que se informen de los servicios que brindan las comunidades donde se realiza Turismo Comunitario.</p> <p>Elaborar folletos publicitarios que serán distribuidos a distintos lugares de la ciudad.</p> <p>Las promociones estarán dirigidas exclusivamente para los turistas a quienes se les hará la entrega de esferos, llaveros, bolsas multiusos</p>	<p>GAD Saraguro</p> <p>Laura María Cobos Ramón</p>
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
<p>Dada la necesidad e importancia que amerita la realización de publicidad su planificación es para un tiempo de duración de un año.</p> <p>Aplicando la publicidad a través de trípticos y folletos informativos circularan durante seis meses.</p> <p>La realización de las promociones podrá ser considerada su aplicación de 6 a 8 semanas.</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Jefe de unidad de Turismo del GAD Saraguro</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Trípticos.</p> <p>Folletos</p> <p>Manillas</p> <p>souvenirs</p> <p>Recursos Económicos</p> <p>Costo de Publicidad = 5800.00</p>	<p>Motivar a turistas a la realización de turismo Comunitario.</p> <p>Difundir los servicios que ofrecen las comunidades.</p>	<p>Total de trípticos</p> <hr/> <p>Trípticos entregados.</p> <p>Número de visitantes</p> <hr/> <p>Número visitantes esperados</p> <p>Número de Souvenirs</p> <hr/> <p>Souvenirs entregados</p>	

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

6.2.4.2 Objetivo estratégico # 2

PLAN DE CAPACITACIÓN DIRIGIDO A LAS FAMILIAS QUE OFRECEN TURISMO COMUNITARIO QUE PERMITA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

1. Meta

Mejorar la capacidad individual y colectiva de las familias de comunidades donde se ofrece Turismo Comunitario, mediante un plan de capacitación que permita fomentar el desarrollo turístico del Cantón Saraguro.

2 estrategia

- Realizar una conferencia en temáticas de servicio al cliente y recursos humanos.
- Capacitación en seguridad alimentaria
- Capacitación a las familias en primeros auxilios.

3. Políticas

- La capacitación se realizará durante el periodo de un año y estará dirigida a las familias de las comunidades donde se oferta Turismo Comunitario en Saraguro.
- Los días a realizarse serán los viernes.
- Son cuatro temáticas de capacitación; entre las cuales se desarrollaran ocho días de cada una con un total de 32 horas, 4 horas por cada día.
- El total de la programación es de 128 horas
- Existirá un periodo de descanso de 3 viernes entre cada temática.
- Se evaluarán resultados al finalizar la capacitación.

Asistencia puntual de los talleres.

4. Tácticas

- La capacitación se desarrollara en un salón del antiguo Municipio de Saraguro.

- La capacitación será dictada para un número máximo de 20 personas.
- Seleccionar el personal más idóneo para las capacitaciones.

5. Responsables

- GAD Saraguro
- Laura María Cobos Ramón

6. Tiempo.

- Dada la importancia de las capacitaciones, el tiempo de las mismas será de un año, todos los días viernes, con un descanso de 3 semanas por temática.
- Se desarrollaran 4 temáticas importantes distribuidas en 32 horas cada una
- El Ministerio de turismo y el GAD de Saraguro brindarán la capacitación otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma.

7. Recursos.

- **Recursos Humanos**

Miembros del GAD de Saraguro.

Familias de los Centros de Turismo Comunitario.

Personal del Ministerio de Turismo

- **Recursos Materiales**

Equipo de computación.

Espacio a dictarse la capacitación. (Salón del antiguo Municipio de Saraguro.)

Equipos de Audio.

Materiales de oficina. (Carpetas, hojas, esferográficos)

Muebles de oficina. (Sillas, mesas)

8. Resultados esperados

- Lograr que las familias de los CTC obtengan mayores conocimientos acerca de servicio al cliente, Recursos Humanos, idioma inglés y primeros auxilios.
- Garantizar la calidad de los servicios turísticos que se oferten en las comunidades.
- Generar oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de las familias de los CTC en Saraguro.

9. Indicadores

- Cursos Programados
- Cursos Realizados

- Horas de Capacitación Programadas
- Horas de Capacitación Impartidas.

10. Presupuesto

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO(USD)	TOTAL
20	Refrigerios por día	\$ 1.00	\$ 20.00
-	Refrigerio para 32 días de capacitación	\$ 20.00	\$ 640.00
25	Materiales (esferos, carpetas, etc.)	\$ 1.50	\$ 37.50
-	Imprevistos		\$ 100.00
TOTAL capacitación			797.50

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

PLAN DE CAPACITACIÓN

Cuadro N°84: Plan de capacitación

TEMÁTICA	DURACIÓN	INICIO	FIN	HORARIO	MODALIDAD	RESPONSABLE
Servicio al cliente	32 horas	15/01/2016	04/03/2016	08:00-10:00 Refrigerio 10:30-12:00	Viernes	MITUR
Descanso de capacitación		11/03/2016	25/03/2016			
Recursos humanos	32 horas	01/04/2016	20/05/2016	08:00-10:00 Refrigerio 10:30-12:00	Viernes	MITUR
Descanso de capacitación		27/05/2016	17/06/2016			
Primeros auxilios	32 horas	27/06/2016	12/08/2016	08:00-10:00 Refrigerio 10:30-12:00	Viernes	MITUR
Descanso de capacitación		19/08/2016	09/09/2016			
Seguridad Alimentaria	32 horas	16/09/2016	04/11/2016	08:00-10:00 Refrigerio 10:30-12:00	Viernes	MITUR
Clausura del taller de capacitación			18 noviembre de 2016			
TOTAL	128 horas					

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

Propuesta de la temática servicio al cliente

Esta temática es muy importante debido a que las familias podrán comprender que el cliente es su prioridad y que el conocimiento y aplicación de estrategias de servicio son piezas claves en esta gestión. Además, este taller permitirá captar que un servicio de excelencia se viabiliza cuando podemos ubicarnos en el lugar del cliente. El taller constara de cuatro capítulos cada uno con diversos temas de relevancia que se detallan a continuación:

- **Capítulo 1: Calidad de los Servicios**

Diferencia entre Servicio al Cliente y Atención al Cliente.

“Los 5 factores” con los que los clientes evalúan los servicios que reciben.

La importancia de estos factores en la evaluación de los clientes.

Los 3 pilares del servicio de calidad:

Técnicas para prevenir 2 de cada 3 problemas de servicio con los clientes.

¿Cómo evitar un mal servicio, por culpa del mismo cliente?

- **Capítulo 2: ¿Por dónde comenzar la mejora del servicio?**

Métodos para aumentar el cumplimiento de promesas, de qué manera implementarlos y qué tipo de información requieren para ello.

La importancia de hacer promesas que se puedan cumplir.

- **Capítulo 3: La importancia de la actitud de servicio para el cliente.**

Empatía: consecuencias de problemas con el servicio (costos del mal servicio)

Técnicas de solución de problemas de servicio (recuperación de clientes.)

Problemas comunes al intentar solucionar problemas de servicio.

El impacto sorpresivo de la comunicación proactiva con los clientes.

- **Capítulo 4: Estrategias de atención al cliente**

Cómo atender a clientes difíciles, molestos y decepcionados.

Consejos prácticos para atender adecuadamente a los clientes personal o telefónicamente.

Frases que no se pueden decir a los clientes molestos

Creación y utilización de estándares de servicio interno

Propuesta de la temática: recursos humanos

La temática de recursos humanos es muy importante debido podrán conocer los principios y procedimientos para la mejor selección, educación, y armonización de los todos los servidores dentro de los Centros de Turismo Comunitario para lograr su satisfacción en el trabajo y el mejor rendimiento a su favor. El taller constara de seis capítulos cada uno con diversos temas de relevancia que se detallan a continuación:

- **Capítulo 1 Relaciones Humanas**

¿Qué es Relación Humana?

Relación Instintiva, Relación Mecánica, Social, Intelectual

- **Capítulo 2 Inteligencia Emocional**

¿Qué es la inteligencia emocional?

¿Qué son las emociones?

¿Manejo de emociones?

Conductas de vida v/s conductas de supervivencia

- **Capítulo 3 Autoestima**

El darse cuenta: Yo Me Doy Cuenta

¿Qué es Autoestima?

Autoestima = autoconocimiento

La línea de vida

- **Capítulo 4 Comunicación**

¿Qué es la Comunicación?

No existe la no comunicación

Ejercitando la comunicación sana

Principios básicos de la comunicación efectiva

- **Capítulo 5 Habilidades sociales**

La importancia y la práctica de la iniciativa

La palabra hablada y la palabra callada

La habilidad de la negociación

- **Capítulo 6 Liderazgo**

La importancia del Grupo y la Organización

El consenso y la Tolerancia los tipos de Liderazgo y Organización

Propuesta de la temática: primeros auxilios

La temática de primeros auxilios es importante debido son una herramienta esencial para salvaguardar la vida de los turistas y adquirir los conocimientos necesarios para ayudarlos en caso de urgencia. El taller constara de seis capítulos cada uno con diversos temas de relevancia que se detallan a continuación:

- **Capítulo 1: Fundamentos de los Primeros Auxilios**

Definición de Primeros Auxilios

Principios fundamentales para el aprendizaje de los PP.AA

- **Capítulo 2: Aspectos legales de los Primeros Auxilios**

Omisión del deber de socorro

Denegación de Auxilio

Qué hacer en caso de emergencias

- **Capítulo 3: Los Signos Vitales**

Definición de Pulso, Respiración y Temperatura

Formas y Lugares de medición de signos vitales

Registro e interpretación de los signos vitales.

- **Capítulo 4: ABC de la Emergencia**

Normas Básicas de Actuación ante una Emergencia

- **Capítulo 5: Accidentes Comunes**

Atragantamiento

Picaduras y Mordeduras

Reconocimiento de fatigas, extenuaciones e insolación.

Reconocimiento de lesiones por frío: Hipotermia y congelamiento.

Histeria

Epilepsia

- **Capítulo 6: Botiquines**

Tipos de Botiquines Caseros, y elementos que deben contener

Propuesta de la temática seguridad alimentaria

Esta temática es importante porque permitirá el buen uso y manipulación de los alimentos que preparen para los turistas, priorizando la buena calidad de los mismos.

El taller constara de tres capítulos cada uno con diversos temas de relevancia que se detallan a continuación:

○ **Conocimientos:**

Buenas prácticas ambientales de higiene y manipulación de alimentos;

Etapas del proceso de producción en un establecimiento de alimentos y bebidas considerando las exigencias en cuanto a la seguridad alimentaria

Conocimiento operacional y flujo de las etapas del proceso de producción; que son compra, recibimiento de insumos y materias primas, almacenamiento y selección de existencias.

Formas de monitoreo de puntos de control

○ **Habilidades**

Facilidad en la relación interpersonal

Capacidad de tomar individualmente involucrando a otras personas

Inspeccionar visualmente la calidad de los alimentos

Sensibilidad táctil para identificar texturas y asperezas.

○ **Actitudes:**

Detallista: metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio

Confiable: establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y que decir, hace que otros se sientan cómodos

Equilibrado emocionalmente: no transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales

Grafico N° 30: Certificado a expositores



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

Grafico N° 31: Certificado a participantes



Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

Cuadro N°85: objetivo estratégico N 2:

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2				
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN A LAS FAMILIAS QUE OFRECEN TURISMO COMUNITARIO QUE PERMITA A LAS MISMAS MEJORAR LA MANERA EN QUE OFRECEN SUS SERVICIOS.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
<p>Mejorar la capacidad individual y colectiva de las familias de comunidades donde se ofrece Turismo Comunitario, mediante un plan de capacitación que permita fomentar el desarrollo turístico del Cantón Saraguro</p>	<p>Realizar una conferencia en temáticas de servicio al cliente y recursos humanos.</p> <p>Capacitación en introducción al idioma inglés.</p> <p>Capacitación en primeros auxilios.</p>	<p>La capacitación se realizará durante el periodo de un año y estará dirigida a las familias de las comunidades donde se oferta Turismo Comunitario en Saraguro.</p> <p>Los días a realizarse serán los viernes.</p> <p>Son cuatro temáticas de capacitación; entre las cuales se desarrollaran ocho días de cada una con un total de 32 horas, 4 horas por cada día.</p> <p>El total de la programación es de 128 horas</p> <p>Existirá un periodo de descanso de 3 viernes entre cada temática.</p> <p>Se evaluarán resultados al finalizar la capacitación.</p>	<p>La capacitación se desarrollara en un salón del antiguo Municipio de Saraguro.</p> <p>La capacitación será dictada para un número máximo de 25 personas.</p> <p>Seleccionar el personal más idóneo para las capacitaciones.</p>	<p>GAD Saraguro</p> <p>Laura María Cobos Ramón</p>
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
<p>Dada la importancia de las capacitaciones, el tiempo de las mismas será de un año, todos los días viernes, con un descanso de 3 semanas por temática. Se desarrollaran 4 temáticas importantes distribuidas en 32 horas cada una El Ministerio de turismo y el GAD de Saraguro brindarán la capacitación otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma</p>	<p>Recursos Humanos</p> <p>Miembros del GAD de Saraguro.</p> <p>Familias de los Centros de Turismo Comunitario.</p> <p>Personal del Ministerio de Turismo</p> <p>Recursos Materiales</p> <p>Equipo de computación.</p> <p>Espacio a dictarse la capacitación. (Salón del antiguo Municipio de Saraguro.)</p> <p>Equipos de Audio.</p> <p>Materiales de oficina. (carpetas, hojas, esferográficos)</p> <p>Muebles de oficina. (sillas, mesas</p>	<p>Lograr que las familias de los CTC obtengan mayores conocimientos acerca de servicio al cliente, Recursos Humanos, idioma ingles y primeros auxilios.</p> <p>Garantizar la calidad de los servicios turísticos que se oferten en las comunidades.</p> <p>Generar oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de las familias de los CTC en Saraguro.</p>	<p><u>Cursos Realizados</u> _____</p> <p>Cursos Programados</p> <p><u>Horas de Capacitación Impartidas</u> _____</p> <p>Horas de Capacitación Programadas.</p>	

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

Presupuesto total plan de marketing

Cuadro N°86: Presupuesto Plan de Marketing

OBJETIVOS	TOTAL
Objetivo N°1: Plan de publicidad y promoción para el Turismo Comunitario del Cantón Saraguro que permita posesionarlo como destino turístico.	5800.00
Objetivo N°2: Plan de capacitación a las familias que ofrecen turismo Comunitario que permita a las mismas mejorar la manera en que ofrecen sus servicios.	797.50
Total Plan de Marketing	6597.50

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

6.3 Objetivo 3: Desarrollo de socialización del plan de marketing a las autoridades correspondientes del Cantón Saraguro.

Con la socialización del presente proyecto investigativo denominado “propuesta de un Plan de marketing para el turismo Comunitario del Cantón Saraguro, Provincia de Loja” se dio cumplimiento al tercer objetivo específico.

En la socialización se dio a conocer todo lo que se realizó durante el desarrollo de la investigación: como va estar constituido el plan de marketing, cuáles serán sus beneficios, los objetivos estratégicos que se plantean. etc.

Para dar inicio al cumplimiento del tercer objetivo, se entregó el oficio respectivo el día miércoles 15 de julio del presente a las autoridades correspondientes del GAD Saraguro para la autorización, la fecha y el local (Ver anexo 8); lo mismo que se acordó para el día viernes 17 de julio a partir de las 14h00. Además se realizó la invitación al representante de Turismo Comunitario para que puedan observar el trabajo realizado en el sector y a su vez aporten con sus recomendaciones. (Ver anexo 9, 10)

La socialización inicio a partir de las 15h00 en las instalaciones del antiguo edificio del Municipio del Cantón Saraguro y continuación se detalla la agenda programada:

Cuadro N°87: agenda para socialización

AGENDA DE SOCIALIZACIÓN		
Lugar: instalaciones del antiguo Municipio de Saraguro		
Fecha: Jueves 17 de Julio del 2015		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
14h30	Registro de Participantes	María Cobos
14H45	Bienvenida a cargo del jefe de turismo del Gad de Saraguro	Ing. Luis Muñoz
15H05	Socialización de La Investigación	María Cobos
15H35	Discusión de Resultados Conclusiones y Recomendaciones	María Cobos
15H50	Agradecimiento y Cierre	María Cobos
16H00	Coffe Break	María Cobos

Fuente: Investigación

Elaboración: Laura María Cobos

Desarrollo de la socialización

Se inició con registrar la asistencia de los participantes que llegaron para la socialización (ver anexo 11) y luego un saludo a los mismos, la exposición se desarrolló con la normalidad del caso existiendo un apropiado número de participantes donde pudieron evidenciar el trabajo que proponen los estudiantes de la carrera de turismo y por ende como se puede engrandecer el sector debido a que estos proyectos generan ganancias económicas.

Para la presentación se utilizó herramientas informáticas; en donde se expuso como primer punto el tema del proyecto de tesis, luego la problemática, la justificación, el diagnóstico turístico del Cantón y finalmente la propuesta realizada.

Dentro de la disertación de la propuesta los participantes pudieron conocer en que consiste un plan de marketing, los factores que conlleva, su duración etc. y la elaboración de los diversos objetivos estratégicos propuestos como son el material publicitario y de promoción y además el plan de capacitación que en este caso fue dirigido a las familias de los Centros de Turismo Comunitario para que puedan mejorar los servicios que ofrecen.

Finalizada la exposición se procedió a realizar las interrogantes por parte de los asistentes y de acuerdo a las preguntas planteadas se dio una respuesta acertada.

Entre el comentario por parte de los asistentes se pudo destacar que sugieren que los proyectos que se realizan en el sector también debería ir en varios idiomas, no solo el español ni el inglés sino también el idioma nativo es decir el quichua. Por otra parte se encontraron muy satisfechos por que entendieron claramente todo el proyecto de tesis.

Los resultados fueron positivos debido a que tanto los asistentes como el representante por parte del Municipio, expresaron su agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por vincularse con la comunidad a través del desarrollo de este tipo de proyectos.

Al finalizar la exposición se brindó un coffee break a todos los presentes y de esta manera se concluyó con el cumplimiento del tercer objetivo.

8. DISCUSIÓN

Para elaborar la propuesta de plan de marketing para el turismo Comunitario del Cantón Saraguro, Provincia de Loja; primeramente se analizó la importancia del sector en estudio y su entorno para poder realizar un buen trabajo y para difundir adecuadamente a los turistas de manera que se beneficie a la población contribuyendo al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.

Luego de identificar el sector se procedió primeramente a realizar un análisis de la situación actual del turismo en el Cantón Saraguro, luego se hizo el análisis de las fichas de inventario de los atractivos turísticos,

Además se realizó la encuesta, y la entrevista a las autoridades que se encuentran enfocadas en el ámbito turístico y así obtener información de la realidad actual del Turismo en el Cantón.

Luego de obtener la información necesaria se procedió a realizar la propuesta de plan de marketing que servirá para promocionar el Turismo Comunitario a las personas que visiten Saraguro.

Dicha propuesta consta de dos objetivos estratégicos que fueron planteados en función a las principales necesidades, requerimientos y falencias que posee el cantón en la actualidad; en los cuales se determina cada uno de los pasos necesarios que se deben seguir para su posterior ejecución como son el Plan de publicidad y promoción y el Plan de Capacitación.

Una vez desarrollado el plan de marketing se realizó la socialización a las autoridades correspondientes del GAD Saraguro y representantes del Turismo Comunitario para dar a conocer el trabajo realizado;

Dentro de esta socialización se obtuvo comentarios, interrogantes y sugerencias por parte de los asistentes en donde se destacó la importancia de la realización de los proyectos que se ejecutan en el sector

Concluido el presente trabajo investigativo se evidencia como resultado la importancia de implementación de un plan de marketing, debido a que tanto los asistentes como el representante por parte del Municipio, expresaron su agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por vincularse con la comunidad a través del desarrollo de este tipo de proyectos.

9. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio para la elaboración de una “Propuesta de Plan de Marketing para el Turismo Comunitario, cantón Saraguro, provincia de Loja”, se concluye que:

- Para elaborar un Plan de Marketing se debe realizar un análisis externo e interno en donde se debe tomar en cuenta los aspectos importantes del sector, pues es el factor clave para el desarrollo del mismo.
- De acuerdo al análisis foda que se realizó, se obtienen las estrategias que posteriormente permiten desarrollar la propuesta de plan de marketing.
- Para desarrollar los objetivos estratégicos de publicidad y promocionar; se utilizó medios publicitarios apropiados para que puedan ser recordados con facilidad en la mente de los turistas.
- En el desarrollo del Plan de marketing no existió ningún inconveniente debido a la colaboración por parte de las autoridades y miembros de las comunidades para la recopilación de información, movilidad y predisposición en todo momento.
- La elaboración del presente trabajo de Grado me permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los años de estudio en la carrera de turismo, y me servirá en mi vida profesional

10. RECOMENDACIONES

- Con la culminación de la presente investigación es necesario recomendar a los alumnos que sean responsables, principalmente en la elaboración de este tipo de trabajos para cumplir a cabalidad los objetivos planteados.
- Se recomienda a los estudiantes desarrollar minuciosamente los pasos a seguir para un plan de marketing principalmente el análisis FODA pues es el elemento principal para los siguientes pasos de investigación.
- Es importante que los estudiantes de la carrera de turismo interesados en ejecutar un plan de marketing como trabajo de grado, desarrollen los objetivos estratégicos de acuerdo a las necesidades del sector.
- Es recomendable que los docentes y estudiantes trabajen conjuntamente en la elaboración de proyectos de esta índole pues la realización de los mismos nos permiten involucrarnos en el ámbito profesional.
- Se recomienda los docentes responsables que gestionen convenios con diversas entidades, de manera que estas faciliten con información y apoyo a los estudiantes al momento de ejecutar proyectos turísticos.

11. BIBLIOGRAFIA

1. Avila, R. (2002). Turismo Sostenible. Madrid: IEPALA EDITORIAL.
2. Arjona, C. L. (2009). Marketing y Gestion de la Calidad Turistica. Madrid: Liber Factory.
3. Ballesteros, E. R., & Carrión, D. S. (2007). Turismo comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social (Primera ed.). Quito: Ediciones ABYA-YALA.
4. Ballesteros, E. R., & Carrión, D. S. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador; Desarrollo y sostenibilidad social. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
5. Castro, R. Q. (2010). Elementos de Turismo: TEORIA, CLASIFICACION Y ACTIVIDAD (Segunda ed.). San José, Costa Rica: Universidad Estatal a distancia.
6. David, F. R. (2013). Administracion Estrategica (Decimo cuarta ed.). Mexico: Pearson.
7. Diario El Comercio. (30 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/presupuesto-2015-distribucion-ministerios-ecuador.html>
8. Gonzalez, R. M. (2010). Marketing en el siglo XXI (Quinta Edición ed.). Madrid, España .
9. INEC. (2015). INFLACION MENSUAL. QUITO.
10. INEC;. (marzo de 2015). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado el 27 de junio de 2013, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
11. LA NACION . (26 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://lanacion.com.ec/?p=22846>

12. Ministerio de Turismo . (7 de Mayo de 2015). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/arranca-en-el-pais-la-campana-nacional-ecuador-potencia-turistica/>
13. Jumbo, Y. V. (Diciembre de 2009). Lojanos.com. Obtenido de lojanos.com/joomlasaraguro/
14. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Principios de Marketing. Madrid, España: Pearson.
15. Lojanos. com, Comunidad virtual de Loja. (s.f.). Obtenido de http://www.lojanos.com/joomlaligadeloja/index.php?option=com_content&view=article&id=235&Itemid=83
16. Naranjo, S. (26 de Marzo de 2015). La Nación . Obtenido de <http://lanacion.com.ec/?p=22846>
17. Orgaz, F. (2013). El Turismo Comunitario como herramienta para el Desarrollo Sostenible de destinos subdesarrollados. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 1.
18. Plan integral de Desarrollo de Recursos Hídricos de la Provincia de Loja. (2001). Obtenido de:

<http://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea02s/begin.htm#Contents>
19. Pareja, F. R. (2012). Tool Box; Guia Practica de planificacion y Herramientas de Gestion (Primera ed.). SOIPA Ltda.
20. Pelaez, L. V., & Ruiz Vega, A. (2011). Turismo y Promoción de destinos turisticos. Gijon, España: Universidad de Oviedo, servicio de publicaciones .
21. Publicomunicación. (Marzo de 2012). Obtenido de <http://www.publicomunicacion.com/blog/por-que-realizar-un-plan-de-marketing>
22. Red de Turismo Comunitario "Saraguro Rikuy". (2008). Recuperado el 3 de Mayo de 2015, de <http://www.turismosaraguro.com/>

23. Rifai, T. (Junio de 2014). Organización Mundial del Turismo OMT. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release?page=13>
24. Rodriguez, E. A. (10 de Agosto de 2011). Revista Vinculados. Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html
25. Rojas, F. (6 de Mayo de 2015). Prefectura de Loja: Camino al progreso. Obtenido de <http://www.prefectura Loja.gob.ec/?p=3830>
26. Ruibal, A. R. (2009). Periodismo Turístico: Análisis del Turismo a través de las portadas (Primera ed.). Barcelona, España: UOC.
27. Sanmartín, L. (2013). SRRADIO !Desde Loja para el mundo! Obtenido de <http://www.srradio.com.ec/provincia-de-loja/>
28. Saraguro, G. L. (2006). Plan de desarrollo Territorial del canton Saraguro. Saraguro - Loja.
29. Saraguro tierra de ensueños. (Noviembre de 2010). Obtenido de <http://aventurahelen.blogspot.com/2010/07/datos-generales-de-saraguro.html>
30. Soriano, C. S. (1990). EL MARKETING MIX: Conceptos, Estrategias y aplicaciones. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S. A.
31. Universidad Nacional de Loja. (2008). El comercio y la Mercadotecnia. Loja, Ecuador.
32. Vesga, A. (Marzo de 2012). Emprendedores. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-un-dafo>
33. Vicuña, J. M. (2012). El plan estrategico en la práctica (Tercera ed.). Madrid: Esic Editorial.

11. ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta aplicada



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Estimado señor(a)

La presente encuesta tiene como fin contribuir a la elaboración del proyecto de tesis denominado "Propuesta de Plan de Marketing para el Turismo Comunitario del Cantón Saraguro, Provincia de Loja"

1 ¿Conoce usted el turismo comunitario que se ofrece en Saraguro?

SI () NO ()

2 Señale las comunidades que ha visitado Ud.

Ñamarin () Gera ()
Las Lagunas () Gunudel ()
Oñakapak () Chanical ()
Ilincho ()

3 Indique las razones por las que ha realizado Turismo Comunitario

Conocer este tipo de turismo () Estudio ()
Convivencia con la comunidad () Vacaciones ()
Trabajo en Turismo comunitario () Recreación ()

4 ¿Con que frecuencia realiza este tipo de turismo?

Cada año () Ocasional ()
Cada mes () Casi nunca ()

5 ¿Cuándo visito las comunidades en compañía de quien lo hizo?

Familia()
Amigos ()
Turistas ()
Compañeros de trabajo ()
Compañeros de universidad ()

6 Mencione las actividades que realiza cuando visita las comunidades

Caminatas () Pesca deportiva ()

Degustación de comida típica () Actividades de agricultura ()

Actividades de convivencia () Elaboración de manillas ()

7 ¿Cómo considera el estado de conservación en que se encuentran las instalaciones de las comunidades donde se ofrece Turismo Comunitario?

Excelente () Bueno () Regular () Malo ()

8 ¿Qué tipo de servicios se ofrecen en las comunidades?

Alimentación () Recreación ()

Hospedaje () Otros ()

9 ¿Qué es lo que más le gusta al momento de visitar las comunidades?

Comida () La atención recibida ()

Las actividades () Convivencia ()

Infraestructura () El hospedaje ()

10 ¿Por qué medios le gustaría que se difunda el Turismo Comunitario en el cantón?

Trípticos

()

Redes Sociales ()

Folletos ()

Otros ()

11 ¿Cómo le gustaría que se promocióne el Turismo Comunitario del Cantón?

Souvenirs ()

Jarros ()

Manillas ()

Otros ()

12 Señale las sugerencias para las comunidades que ofrecen Turismo Comunitario

Capacitación al personal ()

Aumentar actividades a los turistas ()

Conexión de internet ()

Demostración de actividades culturales ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2: Modelo de entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA: ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como finalidad conocer la factibilidad para la **“PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTON SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”**, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración Turística.

DATOS GENERALES:

Nombre:

Edad:

Profesión:

Funciones:

Tiempo de labor:

PREGUNTAS:

¿Cuáles son las comunidades que ofrecen Turismo Comunitario en el Cantón?

¿Cuáles son las razones por las que se encuentran inactivas esas comunidades?

¿Qué servicios las comunidades ofrecen a los turistas?

¿Cuál es la época más alta del año donde reciben la mayor demanda de turistas?

¿Cuántos turistas reciben aproximadamente?

¿Se han realizado talleres de capacitación a las familias de las comunidades donde ofrecen turismo Comunitario?

¿Cuándo fue creada la red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy?

¿Qué normas o requisitos son necesarios para escoger a las familias de las comunidades para pertenecer a esta red?

¿Existe un número máximo de familias dentro de las comunidades?

¿Cuál es la concepción de Turismo Comunitario?

Mediante que vías el turista llega a las comunidades

¿A qué se destinan los ingresos obtenidos?

¿Cuáles son las debilidades que existen dentro de las comunidades?

¿Cómo le gustaría que se promueva el turismo comunitario?

ANEXO 3: fichas de inventario

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Laura María Cobos Ramón
SUPERVISOR EVALUADOR:
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Baño del Inca
PROPIETARIO: Comunidad Namarin
CATEGORIA: Sitio Natural

FICHA N°: 001
FECHA: mayo 2015

TIPO: Ríos

SUBTIPO: Cascada

2. UBICACIÓN

3° 37' 59.83" S

LATITUD

79° 13' 39.49" Oeste

LONGITUD

PROVINCIA: Loja

CANTÓN: Saraguro

LOCALIDAD: Namarin

CALLE: Vía Panamericana

NÚMERO:

TRANSVERSAL: vía a Namarin

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Loja
NOMBRE DEL POBLADO: Saraguro

DISTANCIA: 66km
DISTANCIA: 2km.

CALIDAD
VALOR EXTRINSECO

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 2566

TEMPERATURA: 12.9

PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (mm): 758 - 1250

El baño del Inca es un lugar natural, oculto en la elevación Namarin. Está conformado por una cascada de 60 metros de alto, dos pozas una natural y otra artificial. El agua de las pozas es turbia. A 50 metros de la cascada se encuentra las cuevas del Inca, de 4 metros de alto y profundidad. Estas cuevas se las conoce como Sininpac. El paisaje natural de este atractivo es muy particular por las formaciones geológicas, la cascada y los matorrales constituidos por especies secundarias pumamaquis, shinin, chilca. En cuanto a fauna se puede observar aves como águilas, colibrís, y mirlos. Entre sus principales atractivos están: la cascada que recorre la montaña y cae perpendicularmente formando dos lagunas, rituales anuales del Inti Raymi y kapak Raymi, cuevas enormes que según la historia servían como trincheras en épocas de guerra.

VALOR EXTRINSECO

5. USOS (SIMBOLISMO).

Lugar Sagrado para el Pueblo Indígena donde se practican ritos, ceremonias y más acontecimientos propios de su gente. Se acostumbra hacer celebraciones por el Inti Raymi, los asistentes son la comunidad, el presidente de la fiesta y sus reinas. El ritual consiste en: limpieza de perfume, a la media noche se realizan los baños y luego retornan a sus comunidades con danzas. Debajo de la roca se pueden realizar

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

Inti Raymi, en Junio.
Purificaciones, Shamanismo, limpieas

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO: NO ALTERADO:
CONSERVADO: DETERIORADO:
EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

Caminatas masivas.
Depósitos de basura en lugares no permitidos.

6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE: _____
FECHA DE DECLARACION: _____

CATEGORÍA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD.
PATRIMONIO DEL ECUADOR

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO: NO ALTERADO:
CONSERVADO: CONSERVADO:
EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:
Expansión de la frontera agrícola.
Pérdida de rituales de limpieas por la falta de creencia de las personas nativas

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DR	SM	MN	EV		
TERRESTRE	Asfaltado	X			Bus	X				DÍAS AL AÑO 365	
	Lastrado				Automóvil	X					
	Empedrado				4 x 4						
	Sendero		X		Tren						
ACUÁTICO	Marítimo				Barco					DÍAS AL MES Culturales: Naturales:	
					Bote						
	Fluvial				Canoa						
					Otros						
AEREO					Avión					HORAS AL DÍA Culturales: Naturales:	
					Avioneta						
					Helicóptero						
OBSERVACIONES:											
El Baño del Inca, está ubicado en la comunidad de Namarin, a cinco minutos en carro desde el centro de Saraguro y luego se debe realizar el recorrido a pie alrededor de unos 20 minutos. La comunidad Namarin forma parte de la Red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy por lo que es necesario conversar con las principales autoridades para su ingreso, o comunicarse con operadoras turísticas del cantón.											
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:											
NOMBRE DE LA RUTA <u>Loja - Saraguro - Cuenca -Riobamba - Quito</u>											
DESDE: <u>Loja</u> HASTA: <u>Saraguro</u> FRECUENCIA: <u>Diaria</u> DISTANCIA: <u>64 km</u>											
FACILIDADES TURISTICAS											
CATEGORIAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		Agencia de viajes X Alma. artesanías: X Teléfonos, Fax: X Correos: X Otros: internet, celular
SERVICIOS	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	37	4	82	0	0	
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	108	4	108	2	76	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
9. INFRAESTRUCTURA BASICA											
AGUA:											
POTABLE:	TRATADA:	ENTUBADA:	X	DE POZO:	NO EXISTE:	OTROS:				
ENERGIA ELECTRICA:											
SISTEMA INTERCONECTADO:	GENERADOR:	NO EXISTE:	X	OTROS:						
ALCANTARILLADO:											
RED PÚBLICA:	POZO CIEGO:	POZO SEPTICO:	NO EXISTE:	X	OTROS:					
PRECIO											
SI:	X	NO:	ENTRADA LIBRE:	OTROS:						
OBSERVACIONES:											
El costo es de \$ 1,00 para nacionales y \$2,00 para extranjeros.											
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS											
NOMBRE					DISTANCIA (KM)						
León Dormido					11						
Bosque Protector de Washapamba					10						
11. DIFUSION DEL ATRACTIVO					Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos						
LOCAL:	X	NACIONAL:									
PROVINCIAL:	X	INTERNACIONAL:									
OTROS:											
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR											

Baño del Inca

Fotografía N°1



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°2



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°3



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°4



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°5



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

1. DATOS GENERALES													
ENCUESTADOR: Laura María Cobos Ramón	FICHA N°: 002												
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA: mayo /2015												
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Telares de la comunidad Lagunas													
PROPIETARIO: Encarnación Quizhpe													
CATEGORIA: Manifestación Cultural	TIPO: Etnografía												
	SUBTIPO: Tejidos												
2. UBICACION													
LATITUD	LONGITUD												
PROVINCIA: Loja	CANTON: Saraguro												
CALLE: Vía Panamericana	NUMERO:												
	LOCALIDAD: Comunidad Las Lagunas												
	TRANSVERSAL: Comunidad Las Lagunas												
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO													
NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA(km): 62												
NOMBRE DEL POBLADO: Saraguro	DISTANCIA(Km): 2												
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO													
VALOR INTRINSECO	<p>ALTURA (m.s.n.m.): 2520 TEMPERATURA (°C): 13 PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (cm³): 7</p> <p>Los telares son herramientas de trabajo para los Saraguros en la Comunidad Las lagunas, el Sr. Encarnación Quizhpe se dedica a la elaboración de prendas de vestir, manteles, individuales, chalinas, cobijas, ponchos, usando los telares. En su taller existen 12 telares, de los cuales 10 se encuentran funcionando.</p> <p>Los telares son de madera y algunas partes de metal, está compuesto por pedales, tambor, peines tejedores de metal, varilla entre cruzada, ovillos marco para lisos, batidora y una silla.</p> <p>Las dimensiones de los telares son de dos metros de alto por dos metros de ancho, aunque también los hay de otras dimensiones dependiendo del tipo de prenda a confeccionar.</p> <p>La materia prima básica para la elaboración de las prendas de vestir es de lana de borrego, aunque por razones económicas se trabaja mayoritariamente con algodón. El precio de las prendas varía de 15 a 500 dólares dependiendo del tipo de indumentaria y material utilizado para su confección.</p>												
VALOR EXTRINSECO	<p align="center">5. USOS (SIMBOLISMO)</p> <p>El uso principal de los telares es la elaboración de la vestimenta de los Saraguros. El telar constituye un sustento de vida y una fortaleza cultural para los Saraguros.</p> <p>Las prendas de vestir son vendidas a turistas extranjeros.</p> <p>Entre las prendas de vestir que se confeccionan están: bolsos, alforjas, ponchos, bayetas, anacos, fajas, chalinas, manteles.</p> <p align="center">ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p> <p>Exhibición de prendas en ferias locales, nacionales e internacionales.</p> <p>Exhibición de prendas en un local en Saraguro</p>												
	<p align="center">6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <table style="width:100%; border:none;"> <tr> <td style="width:33%;">ALTERADO</td> <td style="width:33%;">NO ALTERADO</td> <td style="width:33%;">EN PROCESO DE DETERIORO</td> </tr> <tr> <td>DETERIORADO</td> <td>CONSERVADO</td> <td style="text-align:center">X</td> </tr> </table> <p>CAUSAS: Desinterés de la juventud en continuar con la tradición de <u>confección de ropa usando los telares por ser un trabajo cansado</u></p> <p align="center">6.1.PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de Declaración: _____</p> <p>Categoría: Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p> <p>7. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <table style="width:100%; border:none;"> <tr> <td style="width:33%;">ALTERADO</td> <td style="width:33%;">X NO ALTERADO</td> <td style="width:33%;">EN PROCESO DE DETERIORO</td> </tr> <tr> <td>DETERIORADO</td> <td>CONSERVADO</td> <td></td> </tr> </table> <p>CAUSAS <u>Migración de trabajadores a otros países</u></p> <p>_____</p> <p>_____</p>	ALTERADO	NO ALTERADO	EN PROCESO DE DETERIORO	DETERIORADO	CONSERVADO	X	ALTERADO	X NO ALTERADO	EN PROCESO DE DETERIORO	DETERIORADO	CONSERVADO	
ALTERADO	NO ALTERADO	EN PROCESO DE DETERIORO											
DETERIORADO	CONSERVADO	X											
ALTERADO	X NO ALTERADO	EN PROCESO DE DETERIORO											
DETERIORADO	CONSERVADO												

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				365 días	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES	
	SENDERO			X	TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:	
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones: La comunidad Las Lagunas forma parte de la red de turismo Comunitario Saraguro- Rikuy por lo que se puede conocer este atractivo con cualquier operadora turística del Cantón.

Existe un local ubicado en Saraguro, en donde se exhiben las diferentes prendas confeccionadas en los telares. El horario de atención es de lunes a domingo de 8:00 a 17:00.

9. INFRAESTRUCTURA BASICA										
A P O Y O	AGUA									
	POTABLE	ENTUBADA	X	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS			
	ENERGIA ELÉCTRICA									
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS					
	ALCANTARILLADO									
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO	POZO SEPTICO	NO EXISTE	OTROS				
PRECIO										
SI	NO	X	ENTRADA LIBRE	OTROS						
Observaciones: Para conocer los telares se puede contactar con el Sr. Encarnación Quizhpe o Angelina Guamán										
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS										
NOMBRES						DISTANCIA				
Sombreros de lana Artesanías: Orfebrería						7 200 metros				
11. DIFUSION DEL ATRACTIVO										
LOCAL	X	NACIONAL	X							
PROVINCIAL	X	INTERNACIONAL								
Otros:										
Certifico que los datos constantes en estas hojas son										
FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR										

Telares Comunidad Las Lagunas

Fotografía N°6



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°7



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°8



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°9



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°10



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

ANEXO 5: fichas de inventario

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR Laura María Cobos Ramón SUPERVISOR EVALUADOR: NOMBRE DEL ATRACTIVO: Artesanías: Orfebrería PROPIETARIO: Sr. Nicolás Tene CATEGORÍA: Manifestación Cultural	FICHA N°: 003 FECHA: mayo 2015 TIPO: Etnografía SUBTIPO: Artesanías: Orfebrería
2. UBICACIÓN	
LATITUD 3° 38' 1.66" Sur	LONGITUD 79° 14' 12.51" Oeste
PROVINCIA: Loja CALLE: Vía Panamericana	CANTON: Saraguro NUMERO: LOCALIDAD: Las Lagunas TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Saraguro NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 2km DISTANCIA: 66km.
CALIDAD	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	ALTURA: 2520 TEMPERATURA: 13 PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm): 758 - 1250
VALOR EXTRINSECO	Las a Orfebrería comprende toda clase de joyas como: tupos, aretes de variado tamaño, calidad y precio. El Sr. Nicolás Tene lleva en el oficio de la Orfebrería alrededor de 14 años. La confección de una pieza demora alrededor de un día (depende de la joya que se fabrica). El proceso de elaboración de joyas es la siguiente: 1. Se funde la materia prima (piezas de plata, oro, níquel), se ocupa un molde que tiene la forma de un tupo. 2. Se forma una barra metálica pequeña cuando no se emplea el molde. 3. Se lleva a la máquina prensil eléctrica pasando varias veces la barra hasta que quede de un espesor aceptable y maleable, con el fin de formar cadenas o aretes 4. Se incrustan las piedras preciosas. El costo de las joyas ya sean aretes, tupos, etc. varía de 5 - 150 dólares dependiendo del tamaño de la pieza y la calidad del material.
	5. USOS (SIMBOLISMO). La orfebrería relacionada a actividades de fundir metales la realizan hombres, es una tradición que aún se mantiene. Esta actividad representa una forma de obtener ingresos económicos. Forma parte de su modo de vida, las joyas como aretes, tupos, etc. complementan la indumentaria de los Saraguros ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Ferias locales (10 de marzo), provinciales y nacionales.
VALOR EXTRINSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: _____ NO ALTERADO: _____ CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: _____ EN PROCESO DE DETERIORO: _____ CAUSAS: _____ _____ _____

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		DR	SM	MN	EV	
TERRESTRE	Asfaltado				Bus	X				DÍAS AL AÑO 365
	Lastrado		X		Automóvil	X				
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
ACUÁTICO	Marítimo				Barco					DÍAS AL MES Culturales: 7 Naturales:
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
AEREO					Otros					HORAS AL DÍA Culturales: 5 Naturales:
					Avión					
					Avioneta					
					Helicóptero					

APOYO

OBSERVACIONES:

La comunidad Lagunas forma parte de la Red de Turismo Comunitario Saraguro-Rikuy por lo que para conocer los atractivos turísticos de esta comuna es necesario contactarse con el Sr. Nicolás Tene o acudir a una operadora turística del Cantón

9. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA Loja - Saraguro - Cuenca - Riobamba - Ambato - Quito
 DESDE: Loja HASTA: Saraguro FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 64 km

FACILIDADES TURISTICAS

CATEGORIAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		Agencia de viajes X Alma. artesanías: X Teléfonos, Fax: X Correos: X Otros: internet, celular
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	37	4	82	0	0	
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	108	4	108	2	76	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

INFRAESTRUCTURA BASICA

AGUA:
 POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: X DE POZO: NO EXISTE: OTROS:

ENERGIA ELECTRICA:
 SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:

ALCANTARILLADO:
 RED PUBLICA: POZO CIEGO: POZO SEPTICO: X NO EXISTE: OTROS:

PRECIO
 SI: X NO: ENTRADA LIBRE: OTROS:

OBSERVACIONES:
 El precio para ingresar al atractivo es de \$ 5,00 para quienes deseen solo para observar; y si los turistas desean comprar algo no se cobra el ingreso

10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA (KM)
Telares de la comunidad Las Lagunas Sombreros de lana	200 m 7m

11. DIFUSION DEL ATRACTIVO

LOCAL: X NACIONAL:
 PROVINCIAL: X INTERNACIONAL
 OTROS:

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

.....
 Firma: SUPERVISOR EVALUADOR

Artesanías: orfebrería

Fotografía N°11



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°12



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°13



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°14



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°15



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

ANEXO 6: fichas de inventario

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS	
MINISTERIO DE TURISMO	
DATOS GENERALES	
<p>ENCUESTADOR: Laura María Cobos Ramón FICHA N°: 003 SUPERVISOR EVALUADOR: FECHA: mayo 2015 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Virgen agua santa PROPIETARIO: Comunidad Oñakapak CATEGORIA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: manifestación religiosa</p>	
<p>2. UBICACIÓN LATITUD LONGITUD 3° 38' 45.99" Sur 79° 12' 17.40" Oeste</p> <p>PROVINCIA: Loja CANTÓN: Saraguro LOCALIDAD: Oñakapak CALLE: Vía antigua a Loja NÚMERO: TRANSVERSAL: : Vía a Tuncarta - Tambopamba - Oñakapak</p>	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<p>NOMBRE DEL POBLADO: Loja DISTANCIA: 73km NOMBRE DEL POBLADO: Saraguro DISTANCIA: 9km.</p>	
CALIDAD VALOR EXTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	<p>ALTURA: 2430 TEMPERATURA: 8 - 18 PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (mm): 758 - 1250</p> <p>Las A 9 km de la cabecera cantonal, en la comunidad de Oñakapak se encuentra una cascada de unos 30 metros de alto, con formaciones rocosas, formando una poza profunda en su caída y el origen de una quebrada. Justo en la caída de la cascada se puede contemplar la imagen de la Virgen en la roca, aparentemente de perfil, aunque esta no es visible a primera vista. Los habitantes de Saraguro y Cuenca son devotos de esta Virgen. Los cuencanos le hacen fiesta el 16 de octubre. La cascada forma en su interior una gran laguna con una profundidad de no más de 2,5 m. Esta cascada se encuentra escondida entre la montaña, sin embargo desde la comuna de Oñakapak existe una carretera que conduce hasta la cascada. Frente a la cascada existe un altar arreglado con flores y candelabros, aquí se depositan ofrendas a la Virgen por los milagros realizados. En la actualidad se considera al sector como Santuario Turístico por los milagros realizados por la virgen y por el paisaje natural. A esto se suma la construcción de senderos, cabañas y canchas deportivas para uso de los visitantes en épocas de la fiesta a la virgen.</p>
VALOR EXTRINSECO	<p>5. USOS (SIMBOLISMO).</p> <p>La Los pobladores comentan que en el año de 1710 DC al síndico llevando a la virgen a Gunudel se le cayó la virgen al río Guaylashi y al querer sacarla no se pudo porque la virgen camino hasta el fondo de la cascada y se quedó impregnada sobre una roca. Desde aquellos tiempos los pobladores tienen fe y devoción a la virgen de Agua Santa.</p> <hr/> <p style="text-align: center;">ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p> <p>Ferias en honor a la Virgen del Kaka, cada 16 de octubre. La organizan los devotos cuencanos</p>
	<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p>CAUSAS:</p> <hr/> <hr/> <p>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</p> <p>NOMBRE: _____ FECHA DE DECLARACIÓN: _____</p> <p>CATEGORÍA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD. PATRIMONIO DEL ECUADOR</p>
	<p>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p>CAUSAS:</p> <hr/> <hr/>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MESES	EVENTUAL		
TERRESTRE	Asfaltado				Bus					DÍAS AL AÑO 365	
	Lastrado		X		Automóvil	X					
	Empedrado				4 x 4						
	Sendero				Tren						
ACUÁTICO	Marítimo				Barco					DÍAS AL MES Culturales: Naturales:	
					Bote						
	Fluvial				Canoa						
AEREO					Otros					HORAS AL DÍA Culturales: Naturales:	
					Avión						
					Avioneta						
OBSERVACIONES:											
La comunidad de Oñakapak forma parte de la Red de Turismo Comunitario Saraguro-Rikuy; por lo que para su ingreso es necesario conversar con las autoridades de la comuna o comunicarse con operadoras turísticas del Cantón. Además si se considera necesario se debe contratar guías turísticos locales; o si se moviliza en automóvil se puede llegar con facilidad hasta el santuario de la virgen y observar la cascada.											
9. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:											
NOMBRE DE LA RUTA <u>Loja - Saraguro - Cuenca - Riobamba - Quito</u>											
DESDE: <u>Loja</u> HASTA: <u>Saraguro</u> FRECUENCIA: <u>Diaria</u> DISTANCIA: <u>64 km</u>											
2. FACILIDADES TURÍSTICAS											
CATEGORIAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		Agencia de viajes Alma. artesanías: Teléfonos, Fax: Correos: Otros: internet, celular
SERVICIOS	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	
ALIMENTACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3. INFRAESTRUCTURA BASICA											
AGUA: POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: X DE POZO: NO EXISTE: OTROS:											
ENERGIA ELECTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:											
ALCANTARILLADO: RED PUBLICA: POZO CIEGO: POZO SEPTICO: X NO EXISTE: OTROS:											
PRECIO SI: NO: X ENTRADA LIBRE: OTROS:											
OBSERVACIONES: Como parte de la Red de Turismo Comunitario en la comunidad de Oñakapak existen 2 establecimientos de alojamientos con capacidad para 5 PAX											
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS											
NOMBRE						DISTANCIA (KM)					
San Antonio de Cumbe						12					
11. DIFUSION DEL ATRACTIVO											
LOCAL: X NACIONAL: X PROVINCIAL: X INTERNACIONAL OTROS:											
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR											

Cascada Virgen de Agua Santa

Fotografía N°16



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°17



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°18



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°19



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°20



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

ANEXO 7: Fotografías

Fotografía N°21 aplicación de encuestas a la población



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°22 aplicación de encuestas a la población




Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°23: entrevista al presidente de Red Turismo Comunitario



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

ANEXO 8: oficio para socialización de propuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JUDIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ASMINISTRACION TURISTICA

Loja, 15 de Julio del 2015

Señor
Luis Muñoz Silva
JEFE DE TURISMO DEL GAD SARAGURO
Ciudad.-

De mis Consideraciones:

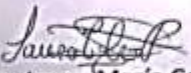
Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos de su función al frente de tan prestigioso Cantón.

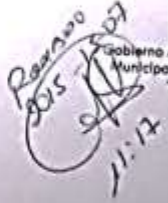

Yo, Laura María Cobos Ramón, con CI # 1105226219, alumna de Decimo Año de Ciclo de Evaluación de Proyectos de Investigación, comunico a su Autoridad, que una vez realizado la investigación y propuesta del PLAN DE MARKETING PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA.- cúpleme en comunicar y a la vez en invitar a su Persona como al personal, a la socialización de la investigación para así cumplir con los objetivos propuestos de la misma.

Con estos antecedentes me permito en solicitar muy comedidamente se autorice a quien correspondan se me den las facilidades del caso para cumplir con la socialización de los resultados obtenidos y así efectivizar los productos de la investigación a favor del Cantón.

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis debidos agradecimientos.

Atentamente,

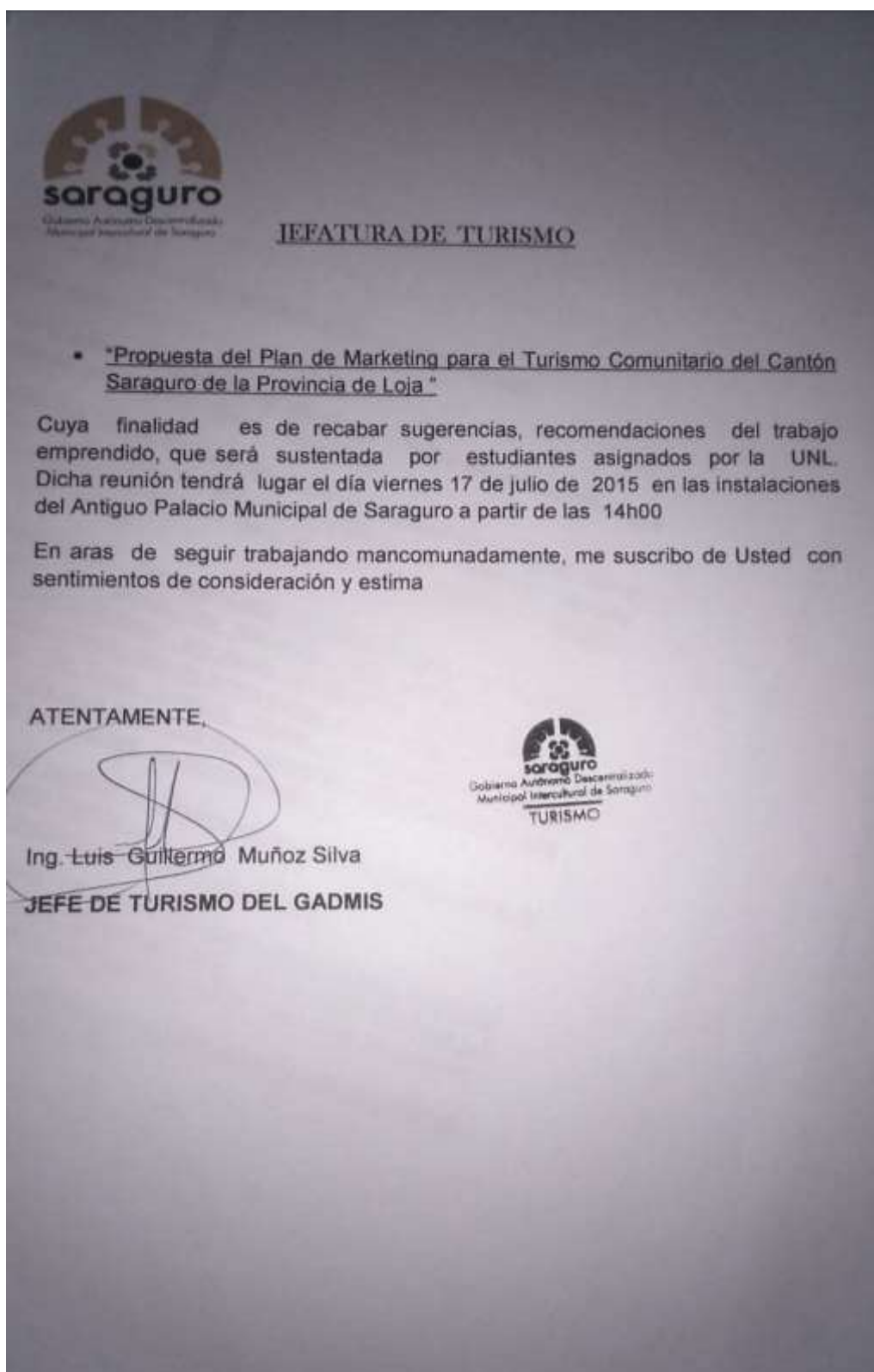

Srta. Laura María Cobos Ramón
ESTUDIANTE DE LA UNL
CI # 1105226219



TURISMO

ANEXO 9: invitación a socialización (parte 1)



ANEXO 10: invitación a socialización (parte 2)



ANEXO 11: registro de asistentes



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

HOJA DE REGISTRO

Nombre	Cedula	Cargo	Firma
Santos Zoltan, Silvia	1103383426	Seraviku cea Ltda	<i>[Handwritten Signature]</i>
Asuncion Japoni	1102744694	Camara Artesanal de Loja	<i>[Handwritten Signature]</i>
Miguel Poma	1102004957	Edilberto Pizacapa	<i>[Handwritten Signature]</i>
Pablo Manuel Jimenez	1102960172	Secretaria de Comercio	<i>[Handwritten Signature]</i>
Rosa Gualan	1103264827	Asociacion de Artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Delicia Zapata	1711980223	Asociacion de Artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Ivira Sarango	1102479249	I-TUR - SARTIS	<i>[Handwritten Signature]</i>
Angel Congo	1103523401	Presidente	<i>[Handwritten Signature]</i>
Baudilio Quizepo	1102456140		<i>[Handwritten Signature]</i>

ANEXO 12: registro de asistentes



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

HOJA DE REGISTRO

Nombre	Cedula	Cargo	Firma
José Francisco Sarango	1102072913	Presidente Asociación Artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Manila Colla Muelo	7407394482	Artesano	<i>[Handwritten Signature]</i>
Franco Cholañi Ch	1102861463	Promotor Cultural	<i>[Handwritten Signature]</i>
Rafael Cano	110446850-3	Promotor Cultural	<i>[Handwritten Signature]</i>
José Moya	1103940035	Jefe de Turismo del GADMS	<i>[Handwritten Signature]</i>
José Labanda	1103796593	Promotor Cultural	<i>[Handwritten Signature]</i>

ANEXO 13: Fotografías

Fotografía N°24: Socialización del proyecto



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N° 25: Socialización del proyecto



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N°26: Socialización del proyecto



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos

Fotografía N° 27: Socialización del proyecto



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Laura María Cobos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**“Propuesta de un Plan de Marketing para el
Turismo Comunitario del Cantón Saraguro,
Provincia de Loja”**

POR YECTO DE TESIS PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ASPIRANTE:

Laura María Cobos Ramón

DIRECTORA:

Ing. Celia Isabel Jara Galdeman Mg. Sc

1859

LOJA ECUADOR

2015

1. Tema:

“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”

2. Problemática

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, convirtiéndose en un motor clave del progreso socioeconómico. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles.

Ecuador es un país con diversidad de riqueza natural y cultural; es por ello que el año 2015 fue catalogado por el Gobierno Nacional como el año de la calidad turística debido a que el sector turístico se ubicó como la tercera fuente de ingreso no petroleros en el país, detrás de productos de exportación como el banano y camarón. Esto se ha logrado gracias al objetivo propuesto como política de Estado de impactar a nivel mundial con una campaña promocional que privilegia Ecuador como destino turístico, dicha campaña “All You Need Is Ecuador”, supero las expectativas, ya que 450 millones de personas recibieron el mensaje, marcando un hito histórico en la cifra de visitantes a Ecuador; gracias a ello se ha obtenido diversos reconocimientos a distintas ciudades de nuestro país.

Ecuador posee 24 provincias que cuentan con todo lo necesario para recibir a turistas de todo el mundo, siendo la Zona 7 conformada por El Oro, Loja y Zamora Chinchipe una de las más importantes regiones. La Provincia de Loja se ha caracterizado por la gran variedad de atractivos turísticos, ubicados en cada uno de los 16 cantones que la conforman,

El Cantón Saraguro ubicado a 64 km de Loja tiene una extensión de 1075.3 Km²; cuenta con 11 parroquias; una Parroquia urbana: Saraguro y diez Parroquias rurales: San Pablo de Tenta, Celen, Selva Alegre, Lluzhapa, Manu, San Sebastián de Yulug, Urdaneta, San Antonio de Cumbe, Tablón y Sumaypamba, que poseen un sin número de atractivos que gustan a propios y extraños tanto a nivel local, nacional e internacional.

Actualmente uno de los principales atractivos que llaman la atención de los turistas es la práctica del Turismo Comunitario, una actividad que permite la relación e intercambio de cultura entre una comunidad y visitantes que llegan a la misma.

Dentro del Cantón Saraguro existen comunidades que se dedican a esta actividad, donde los miembros de las mismas se organizan para prestar servicios turísticos, ofreciendo sus viviendas, costumbres, conocimientos y forma de vida a quienes lleguen a vivir esta experiencia.

Con lo antes mencionado, aunque en este sector se desarrolle esta actividad; se evidencia la falta de apoyo por parte de las autoridades hacia las comunidades; debido a que no posee un presupuesto necesarios, ni el talento humano, es por ello que una vez analizada la situación se ha delimitado el problema: **“LA FALTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING EL TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”** limita el desarrollo turístico y socioeconómico del sector.

3. Justificación

La justificación académica del presente proyecto de tesis permitirá cumplir con los requisitos otorgados por la Carrera de Administración Turística, del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, para la aprobación de decimo ciclo de titulación como requisito a la graduación en Administración Turística.

En cuanto al aspecto económico debido a la importancia que tiene actualmente el turismo comunitario; la difusión del mismo permitirá un incremento de ingresos económicos a los pobladores del sector; ya que esto generara fuentes de trabajo y a su vez incrementara el número de turistas.

En el ámbito político, la realización de la tesis ayudará a impulsar el desarrollo político del sector debido a que mediante la visita de turistas al cantón para la realización del turismo comunitario, no solo se beneficiará el desarrollo turístico sino también existirá un conocimiento del cantón a nivel nacional e internacional por la difusión que se le va a dar al mismo.

Con respecto a lo social, debido al concepto diferente desde el punto de vista intercultural, este proyecto mejorará la calidad de vida de sus habitantes, mediante el intercambio de actividades, costumbres, formas de vida etc. entre los miembros de las comunidades y los turistas que las visiten.

El presente proyecto de tesis es un aporte al desarrollo turístico por que pretende fortalecer a las comunidades de Saraguro; mediante un plan de marketing, como un destino turístico capaz de atraer a personas de diversas partes de nuestro país y del mundo entero.

4. OBJETIVOS:

Objetivo general:

Elaborar un plan de marketing para el Turismo Comunitario del Cantón Saraguro, Provincia de Loja, que permita posicionarlo como un destino turístico en el país.

Objetivos específicos:

- **Realizar un Diagnóstico de la situación actual del turismo en el Cantón Saraguro.**

- **Proponer un Plan de marketing para el turismo comunitario en el Cantón Saraguro, que contribuya al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.**

- **Socializar el plan de marketing a las autoridades correspondientes del Cantón Saraguro.**

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Marco Conceptual.

Turismo

Tipos de Turismo

Turismo comunitario

Reseña histórica del turismo comunitario en Ecuador

Turismo comunitario y lucha contra la pobreza

Marketing

Marketing Turístico

Instrumentos del Marketing Turístico

Marketing Mix

Elementos del marketing Mix

Producto

Precio

Plaza o Distribución

Promoción

Plan de Marketing

Elementos del Plan de Marketing

Finalidades del Plan de Marketing

Propósito de un Plan de Marketing

Fases del Plan de Marketing

Análisis y Diagnóstico de la situación

Análisis Interno

Análisis Externo

Análisis FODA

Segmentación y Público Objetivo

Fijación de Objetivos y Cuota de Venta

Planes de acción: Estrategias y Tácticas

Presentación y Promoción del Plan de Marketing

5.2 Marco Referencial

Datos generales del Cantón Saraguro

Historia de Saraguro

Vestimenta

Actividades diarias

Festividades

Comida típica

Estrategias de sobrevivencia

Atractivos turísticos

Turismo Comunitario

6. METODOLOGÍA

Métodos:

Para el presente proyecto de tesis será necesaria la aplicación de los siguientes métodos que facilitaran en el desarrollo del mismo; entre los métodos esta:

Método deductivo: El cual permitirá realizar un diagnóstico que permita conocer la realidad del turismo en el cantón Saraguro

Método inductivo: El **método inductivo** nos ayudara a diseñar la propuesta de plan de marketing mediante promoción y publicidad del turismo comunitario que se desarrolla en este sector.

Método descriptivo: mediante este método se podrá conocer las situaciones, costumbres, formas de vida, etc. que son predominantes en el sector a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas

Método histórico: este método será aplicado en el primer objetivo para la obtención de información de la realidad del turismo en el Cantón Saraguro; principalmente en las comunidades donde se realiza turismo comunitario para entender el modo de ser y comportamiento de las cosas presentes.

6.2 Técnicas:

Encuesta: esta técnica será aplicada a la población de Saraguro para poder obtener información que nos servirá de mucha ayuda para el desarrollo del presente proyecto; para conocer el número de encuestas que se van a aplicar se utilizará la siguiente formula tomando en cuenta que la población del cantón Saraguro es de 30.183 habitantes según el censo del 2010 proporcionado por el INEC; y la proyección para el 2015 es de 32.658 habitantes:

Proyección 2015

Proyección	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Población	31.492	31.747	31.992	32.226	32.448	32.658

FUENTE: INEC, Censo de población y vivienda 2010: proyección de la población ecuatoriana 2010-2020

Formula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (z^2 * p * q)}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96) 2

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.005)2 =0.0025

N= Universo proyectado.

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 32.658}{32.658 * (0.005)^2 + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 8164,5}{81.645 + 0.9604}$$

$$n = \frac{31364.743}{82.6054}$$

n = 379.69 = **380 ENCUESTAS**

Mediante la realización de esta fórmula tenemos como resultado para el presente trabajo investigativo aplicar 380 encuestas a los habitantes del cantón Saraguro que estarán divididas de la siguiente manera:

CANTONES	POBLACIÓN CENSO (2010)	%	ENCUESTAS APLICAR
El Paraíso de Celen	2.757	9,13%	35
El Tablón	917	3,04%	12
Lluzhapa	1.705	5,65%	21
Manu	2.668	8,84%	34
San Antonio de Cumbe	1.146	3,80%	14
San Pablo de Tenta	3.676	12,18%	46
San Sebastián de Yuluc	982	3,25%	12
Saraguro	9.045	29,97%	114
Selva Alegre	1.927	6,38%	24
Sumaypamba	1.594	5,28%	20
Urdaneta (Paquishapa)	3.766	12,48%	47
TOTAL	30.183	100,00%	380

Entrevista: esta técnica que consiste en intercambiar información a través del dialogo entre dos personas; y será dirigida al representante de las comunidades en donde se realiza turismo comunitario y a su vez a las autoridades del GAD; para ver en qué situación se encuentran y como se podría realizar la difusión del mismo.

Observación directa: Esta técnica permitirá, observar minuciosamente el entorno, para posteriormente registrar la información obtenida, y de esta manera se podrá analizar las características de cada uno de las comunidades que ofrecen turismo comunitario.

6.3 METODOLOGÍA POR OBJETIVOS

Para el cumplimiento del primer objetivo: **“Realizar un Diagnóstico de la situación actual del turismo en el cantón Saraguro.”** .Se utilizará el método deductivo, histórico y descriptivo para la obtención de información de la realidad del turismo en las comunidades del Cantón Saraguro y aplicar las encuestas y entrevista, para posteriormente registrar la información obtenida, y de esta manera se podrá analizar las características de cada uno de las comunidades que ofrecen turismo comunitario.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **“Proponer un Plan de marketing para la el turismo comunitario en el Cantón Saraguro que contribuya al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.”** .Se utilizará el método **inductivo que** nos ayudara a diseñar la propuesta de plan de marketing del turismo comunitario que se desarrolla en este sector; además la tecnica de observacion directa, para posteriormente registrar la información obtenida, y de esta manera se podrá analizar las características de cada uno de las comunidades que ofrecen turismo comunitario.

Y finalmente para el cumplimiento del tercer objetivo: **“Socializar el plan de marketing a las autoridades correspondientes de Saraguro”** .Se realizara en tres etapas:

Primera: inicial (previa) convocatorias, orden del día, presentaciones

Segunda (ejecución) desarrollo, presentación de la temática con el apoyo de material audiovisual.

Tercera: (resultados) conclusiones y sugerencias: la comunidad a la que se socializa esté interesada por comunicar al tesista.

7. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES

TIEMPO ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Proyecto De Tesis			X	X	X	x																						
2. Revisión de literatura							X	X	X	X																		
3. Realizar un Diagnóstico De La Situación Actual											X	X	X	X														
4. Propuesta Del Plan De Marketing Turístico															X	X	X	X										
5. socializar el plan de marketing																			X									
6. Impresión Del Documento																				X								
7. Preparación Para La Audiencia Reservada																			X	X	X	X						
8. Sustentación De La Audiencia Reservada																									X			
9. Impresión – Tesis																											X	
10. Empastado – Tesis																											X	
11. Sustentación Pública																												X

8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará los siguientes recursos:

RECURSOS HUMANOS

La investigación estará a cargo del aspirante a la Ingeniería en Administración turística: Srta. Laura María Cobos Ramón y Director de tesis

RECURSOS MATERIALES

Material de escritorio

Textos

Cámara fotográfica

Computadora,

Infocus

Imprevistos

RECURSOS INSTITUCIONALES: El Municipio del Cantón Saraguro aportara con información necesaria para la realización del proyecto de tesis.

EGRESOS Gastos de movilización

TOTAL FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTO	
Materiales/ insumos	TOTAL
Materiales de escritorio	70,00
Impresiones	52,00
Internet	40,00
Alquiler Infocus	30,00
Empastados	28,00
Cámara fotográfica	180,00
LOGÍSTICA	
Transporte	70,00
Alimentación	40,00
Alojamiento	50,00
Subtotal	560,00
Imprevistos 15%	84,00
TOTAL	644,00

9. BIBLIOGRAFÍA

- HERNÁNDEZ, E A, “Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación”, Editorial Trillas, S.A.
- IGLESIAS, J. R. (2000). “Comercialización de productos y servicios turísticos”: El plan de marketing como instrumento de gestión (págs. 241-251)
- KLOTTER, P. (2008) “Fundamentos de marketing” 8° edición
- KOONTZ, H. (1998) Descripción de FODA. En *Administración: Una perspectiva global*. Mc Graw-Hill
- Universidad Nacional De Loja (2008-2009).”módulo de comercio y mercadotecnia”: marketing mix (pág. 74-108)
- <http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=795>
- <http://www.turismosaraguro.com/contenido.aspx?sid=123>

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	II
AUTORIA:.....	III
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
1. TITULO	1
2. RESUMEN.....	2
3. INTRODUCCIÓN	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA	9
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	23
6. RESULTADOS	27
7. DISCUSIÓN	129
8 CONCLUSIONES	131
9 RECOMENDACIONES.....	132
10 BIBLIOGRAFIA	133
11ANEXOS	136