



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

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTON SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA”**

*TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA.*

**AUTORA:**

Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**DIRECTORA:**

Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mg. Sc.

**1859**

**LOJA – ECUADOR**  
**2016**

## CERTIFICACION

**ING. MARÍA CRISTINA MOREIRA SARMIENTO MGS.SC**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA Y DIRECTOR DE TESIS**

### **CERTIFICA:**

Que la tesis titulada '**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA**', de la autoría de la Srta. Baneza Abigail Quizhpe Pineda; ha sido realizada, orientada, dirigida y revisada prolijamente tanto en su forma como en su contenido bajo la correspondiente dirección de conformidad con los requerimientos institucionales; por cuanto autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja. 06 de Julio de 2016.



**Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.**

**DIRECTORA DE TESIS**

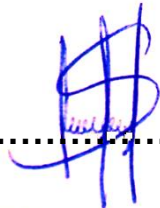
## AUTORÍA

Yo, Baneza Abigail Quizhpe Pineda; declaro ser la 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 por 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

**Autora:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Firma:** .....



**Cedula:** 1104967508

**Fecha:** Loja, Julio de 2016

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA  
PARA LA CONSULTA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL,  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Baneza Abigail Quizhpe Pineda, declaro ser la autora de la tesis titulada:”**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTON SARAGURO DE LA 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 RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o por la copia de la tesis que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 06 días del mes julio del dos mil dieciséis, firma la autora.

**Firma:** .....



**Autora:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Cédula:** 1104967508

**Dirección:** Clodoveo, Arizmendi y Cúcuta

**Correo electrónico:** ba.quizhpe@gmail.com

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora de Tesis:** Ing. María Cristina Moreira S.Mg.Sc

**Miembros del Tribunal.**

**Presidente:** Lic. Yury E. Fernández Álvarez Mg. Sc.

**Vocal:** Dra. Olga Cueva Paredes Mg.Sc.

**Vocal:** Ing. Katherine Astudillo Balandin Mg. Sc

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios quien ha sido mi inspiración y guía, a mi madre, ser quien me dio la vida, y que día a día ha luchado incansablemente para que logre superarme, a mi padre eje fundamental para llegar a lograr mis metas, a todos mis hermanos en especial a David y Gimena, quienes han sido mi ejemplo a seguir, a mis amigos quienes me han brindado su apoyo.

**Baneza Abigail Quizhpe Pineda**

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mis más sinceros agradecimientos a todos los que han hecho posible principalmente a Dios por ser la fortaleza constancia y dedicación en mi vida, a mí pequeño angelito que está en camino por la constancia y esfuerzo, a mi padres, hermanos y amigos que siempre me apoyaron cuando más lo necesité;

A la prestigiosa Universidad Nacional de Loja que me abrió sus puertas y formó en mí una luchadora y más dispuesta a servir a la sociedad, a la Carrera de Ingeniería en Administración Turística que me acogió en sus aulas donde finalicé mi formación académica adquiriendo conocimientos de cada uno de los docentes que han formado parte de ella

A mi Directora de Tesis la Ing. María Cristina Moreira Sarmiento S.Mg.Sc. que con su experiencia profesional que la caracteriza contribuyó ampliar mis expectativas por superarme; al Jefe del Departamento de Turismo GADMIS de Saraguro que respaldó el presente proyecto y así contribuir al progreso de la parroquia.

**Baneza Abigail Quizhpe Pineda**

## **1. TITULO**

**“ PROPUESTAS DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTON SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA”**

## 2. RESUMEN

Ecuador un paraíso escondido, ubicado estratégicamente en la mitad del mundo, posee una diversidad de climas, paisajes, costumbres, tradiciones, folclor, etnias y una excelencia en gastronomía. Este pedacito de edén es propicio para el desarrollo turístico, pues gracias a sus encantadores y únicos contrastes está dotado de una variedad de zonas de gran atractivo turístico que generan divisas, reactivan la economía, ayudan a la inversión y mejoran la calidad de vida de sus poblados incrementado más fuentes de trabajo. Todas estas oportunidades hacen de este país y efectivamente de la provincia de Loja una opción más por conocer y disfrutar.

Saraguro es uno de los dieciséis cantones de la provincia de Loja situado estratégicamente con su clima agradable, posee una gran belleza natural y cultural, actualmente todos sus recursos no han sido explotados debidamente y esencialmente, señalando sus festividades que se viven en todo el cantón desde lo rural hacia lo urbano, festejando y celebrando cada mes algo distinto todos los años, surgió la necesidad de plantear un “Plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de La parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja”.

Por ello, se planteó el objetivo general; Elaborar una Propuesta de un plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, con el fin de promover y dar a conocer todas sus festividades, por ende, se pretende posicionar a las festividades de Saraguro como atractivos turísticos de la parte sur del país.

Una vez determinado el objetivo general se definió tres objetivos estratégicos: realizar un diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja; proponer un plan de Marketing para las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, y Socializar la propuesta del plan de marketing con las autoridades del cantón y entidades implicadas en el ámbito turístico.



Para la realización del diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja, se utilizó el método inductivo, descriptivo- histórico por la cual, se elaboró un análisis externo e interno; sin embargo, dentro del análisis externo se tomó en cuenta como: el factor demográfico, económico, político, sociocultural y tecnológico, además, se aplicó 380 en cuestras a los turistas y visitantes del cantón. Posteriormente , se realizó el análisis interno, el cual ya se enfoca al producto de la presente investigación en este caso las festividades , por tal motivo , se efectuó tres entrevistas la primera dirigida al Ing. Luis Muñoz Jefe del Departamento de Turismo y las dos restantes se las aplico a los priostes quienes brindaron información sobre las festividades, así mismo , sus fortalezas, oportunidades, debilidades , amenazas de igual manera, se realizó el levantamiento de fichas técnicas acerca de cada una de las festividades , también se hizo de resumen , seguidamente ,se investigó la planta turística del cantón y parroquia Saraguro y , para finalizar este objetivo se desarrolló la matriz FODA, en esta estrategia se pudo evidenciar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con ello , se determinó las falencias y necesidades que existen en Saraguro.

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico, que consiste en proponer una propuesta de un plan de marketing turístico para las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, que permitirá posicionarlas como atractivo turístico en la región sur, se empleó el método deductivo y descriptivo. Sin embargo, para la elaboración de este objetivo específico se empleó tres objetivos estratégicos: Usar marca turística para difundir las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro , cantoon Saraguro de la provincia de Loja, Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar el número de visitas de turistas a cada una de las fiestas religiosas que se realizan en el cantón, las cuales se posesionen como parte de los atractivos turísticos, Crear un plan de capacitación para guías nativos y así contribuir al desarrollo turístico. Sin embargo, estas propuestas se las proyectó con el fin de eliminar las debilidades y evitar las amenazas.

Para el desarrollo del tercer objetivo se utilizó el método socializado, por lo cual, se dio a conocer la propuesta a las autoridades, al párroco central y habitantes de Saraguro y habitantes inmersos en la actividad turística, para ello se utilizó un hoja de control de asistencia para que se registren los espectadores, además, se empleó fotografías y diapositivas para su mejor entendimiento y presentación.

Por ende, los resultados buscan dar solución a los objetivos proyectados, dando una solución a la problemática, con ello se pretende: Usar marca turística para difundir las fiestas religiosas de la parroquia saraguro , canton saraguro de la provincia de Loja, con cuya marca se de a conocer la variedad de festividades con que cuenta la parroquia, incrementar la visita de turistas mediante la elaboración de un plan de publicidad y promoción; mejorar y optimizar la capacidad individual y social para contribuir al desarrollo turístico de la población Saragureña , mediante un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico y de alguna manera poder facilitar a información turística a los turistas para que conozcan los atractivos , festividades y como acceder a ellos.

A continuación, con la elaboración del presente trabajo se ha concluido que Saraguro vive una variedad de festividades, las cuales son recursos turísticos que permiten la confraternidad, generan divisas, por tal motivo, es menester que estas fiestas estén dentro de los proyectos a planificar en el futuro; por ello, se recomienda a las autoridades pertinentes que en las fiestas se integren todas las partes involucradas, con la finalidad de que exista hermandad entre la población Saragureña.

## **ABSTRACT**

Ecuador a hidden paradise, strategically located in the middle of the world, has a variety of climates, landscapes, customs, traditions, folklore, ethnic and excellence in gastronomy. This little piece of paradise is conducive to tourism development, because thanks to its charming and unique contrasts is equipped with a variety of areas of great tourist attraction that generate foreign exchange, reactivating the economy, help investment and improve the quality of life of its villages increased more jobs. All these opportunities make this country and indeed in the province of Loja an option to know and enjoy. Saraguro is one of sixteen districts of the province of Loja strategically located with its pleasant climate, has great natural and cultural beauty, today all its resources have not been properly exploited and essentially pointing their festivities live around the corner from rural to the urban, feasting and celebrating it every month something different every year, the need arose to propose a "Tourism Marketing Plan of the Religious Celebrations of the Saraguro parish Saraguro canton of Loja province." Therefore, the overall objective was raised; You develop a proposal for a plan of Tourism Marketing religious festivals of the parish Saraguro, Canton Saraguro in the province of Loja, in order to promote and publicize all their festivities, therefore, is intended to position festivities Saraguro as tourist attractions in the southern part of the country. Once it determined the overall objective defined three strategic objectives: a diagnosis of the current situation of the religious festivals of the parish Saraguro Saraguro canton in the province of Loja; Marketing propose a plan for the religious festivals of the parish Saraguro Saraguro canton in the province of Loja, and Socialize the proposed marketing plan with the cantonal authorities and entities involved in tourism. the inductive method, historical descriptive-why, an external and internal analysis was developed was used to make the diagnosis of the current situation of the religious festivals of the parish Saraguro Saraguro canton, in the province of Loja; however, within the external analysis took into account as demographic, economic, political, cultural and technological factor also applied on slopes 380 tourists and visitors to the county. Subsequently, the

internal analysis, which is already the product of this research focuses on this case festivities for that reason was conducted three interviews the first addressed to Ing was made. Luis Muñoz Head of the Department of Tourism and the remaining two is the I apply to priostes who provided information about the festivities, likewise, their strengths, weaknesses, opportunities, threats Similarly, the lifting of technical specifications about each of the festivities took place, also made short, then the tourist facilities in the canton and parish Saraguro investigated and, to complete this objective SWOT matrix was developed in this strategy was evident strengths, weaknesses, opportunities and threats, thus the gaps and needs that exist determined in Saraguro. To fulfill the second objective, which is to propose a proposal for a plan of tourism marketing for the religious festivals of the parish Saraguro, Canton Saraguro in the province of Loja, which will position them as a tourist attraction in the southern region, it was used inferential and descriptive method. However, for the development of this specific target three strategic objectives was used: Use tourism brand to spread religious festivals of the Saraguro parish, cantoon Saraguro in the province of Loja, Make a plan advertising and promotion to increase the number of visits of tourists to each of the religious festivals that take place in the canton, which take possession as part of the tourist attractions, Create a training plan for native guides and contribute to tourism development. However, these proposals the projected order to eliminate weaknesses and avoid threats. For the development of the third objective socialized method was used, therefore, it unveiled the proposal to the authorities, the central pastor and people of Saraguro and immersed inhabitants in tourism, for it a control sheet was used assistance for viewers register also photographs and slides for better understanding and presentation was used. Therefore, the results seek to solve the projected targets, giving a solution to the problem, thus it aims to: Use tourism brand to spread religious festivals of the saraguro parish, saraguro canton of the province of Loja, whose brand awareness of the variety of festivities available to the parish, increase tourist visits by developing a plan advertising and promotion; improve and optimize individual and social capacity to contribute to tourism development in the Saragurenses population through a training program for people interested in

tourism and somehow able to provide tourist information to tourists to know the attractions, festivals and how to access them. Then with the preparation of this work has concluded that Saraguro lives a variety of festivities, which are tourist resources that allow the fellowship, generate foreign exchange, for this reason, it is necessary that these parties are within the project plan in the future; therefore, it is recommended that the relevant authorities at parties all parties involved are integrated, in order that there Saragurese brotherhood among the population.

### 3. INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país mega diverso, pluricultural e ideal para el desarrollo de la actividad turística constituye un pilar muy importante para el disfrute de propios y extraños. Dotado de riqueza natural y cultural en sus cuatro regiones: la costa, sierra, oriente y la región insular. En este país el turismo se ha convertido en un eje dinamizador de recursos y divisas. Sin embargo, la promoción y publicidad de sus atractivos turísticos tiene un auge impresionante que genera oportunidades económicas para el país. No obstante, este edén escondido posee una indiscutible peculiaridad en atractivos naturales y culturales definidos por la variedad de zonas climáticas, encantos, culturas, tradiciones, costumbres, historia y su gastronomía indiscutible.

En la región Sur de país, se encuentra la Provincia de Loja predominada por sus innumerables espectáculos, la misma, está conformada por dieciséis cantones, dotados de hermosos paisajes y a sus vez con una gran variedad de atractivos naturales, manifestaciones culturales, gente culta, y sobre todo rescatando su hospitalidad .

Uno de los cantones de la provincia de Loja es Saraguro en el cual se encuentra la parroquia Saraguro, un paraíso dotado de un gran valor autóctono y ancestral, rico en belleza natural y cultural, posee un clima acogedor acompañado de su belleza paisajística.

Saraguro a pesar de ostentar una multiplicidad de atractivos naturales y culturales, en la actualidad vive una variedad de festividades religiosas las cuales son manifestaciones culturales de gran preminencia para esta localidad.

Por tal motivo, esta parroquia del cantón Saraguro enfrenta una grave problemática, ya que todas sus festividades no cuentan con la difusión adecuada y por lo tanto, en las festividades de la parroquia la comunidad no es tomada en cuenta. Por ende, el presente proyecto constituye un amplio estudio, el cual, está absolutamente justificado ya que es un requerimiento necesario para la titulación de ingeniería en administración turística y de esta

manera se ayuda al intercambio cultural, proporcionando nuevas oportunidades para la sociedad saragureña con el fin de que no se pierdan sus tradiciones y costumbres que viven en sus festividades

Una vez examinados los antecedentes, problemática y justificación se propone desarrollar un **PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS, DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTON SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA**, el mismo que servirá como pauta inicial para el desarrollo económico y turístico de la parroquia.

Para la realización de este proyecto de investigación, se estableció un objetivo general: que es elaborar un PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTON SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA contribuyendo así al desarrollo turístico y socioeconómico , de la parroquia Saraguro. Sin embargo para cumplir con este objetivo se estableció tres objetivos específicos los cuales se los menciona a continuación: Realizar un Diagnóstico de la Situación Actual de las fiestas religiosas de la Parroquia Saraguro, Cantón Saraguro de la provincia de Loja. Proponer un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja. Socializar la propuesta de un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja. Con las autoridades de la parroquia y comunidad en General.

No obstante , dentro del primer objetivo específico se empleó los siguientes métodos: inductivo descriptivo e histórico, los cuales ayudaron a contrastar los datos más relevantes y así se puede determinar las vivencias que se realizan en las diferentes festividades , además , se utilizó técnicas como: encuesta , entrevista , observación directa y el muestreo con la intención de obtener información veraz durante el trabajo investigativo y de esta forma determinar las falencias y necesidades con las que cuenta la parroquia.

Una vez cumplido el primer objetivo, se continuó con el diseño de la propuesta del plan de marketing, por lo tanto, se usó los siguientes métodos deductivo y descriptivo, los cuales permitieron deducir y describir estrategias de marketing

para el desarrollo de esta investigación. Por lo mismo, para el cumplimiento de este objetivo, se planteó tres objetivos estratégicos: el primero, usar marca turística para difundir las fiestas religiosas de la parroquia saraguro , Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar el número de visitas de turistas a cada una de las fiestas religiosas que se realizan en el cantón, las cuales se posesionen como parte de los atractivos turísticos, Crear un plan de capacitación para guías nativos y así contribuir al desarrollo turístico. Sin embargo, estas propuestas se las proyectó con el fin de eliminar las debilidades y evitar las amenazas. Dentro del primer objetivo estratégico se elaboró una marca festiva, lo cual tiene como finalidad dar a conocer sus festividades , seguido del segundo objetivo estratégico se elaboró una cuña radial ,un afiche, dos vallas publicitarias , un calendario festivo, manillas típica del lugar y artesanías típicas, además, se realizó un programa de capacitación para guías nativos con directrices, indicadores, fechas, horas y un modelo de certificado avalado por el Ministerio de Turismo y marca de las fiestas religiosas; finalmente, el tercer objetivo estratégico se lo elaboró con el fin de que haya más acceso a información ya que Saraguro es una parroquia que está en constante crecimiento por esta razón se propuso esta alternativa que tiene el fin de dar información a los turistas y como acceder a los atractivos naturales y culturales entre ellas sus festividades.

Los alcances que se aspiran con el presente proyecto es que sirva como base para el desarrollo de futuros proyectos encaminados al progreso de la sociedad Saragurenses. Al mismo tiempo, es necesario resaltar que el GAD Municipal de Saraguro facilitó información para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Además, una limitación es que existe escaso presupuesto para la realización de algunas festividades, por lo que, los priostes y devotos son los que se encargan de velar por la realización de las festividades religiosas.



## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Turismo**

El término turismo tiene varias definiciones. Según British Tourist Authority: Estancia de una o más noches fuera del domicilio propio por vacaciones, visitas a amigos o familiares, congresos o cualquier otro motivo, excepto por razones como la educación y formación, o el desempeño de un empleo semipermanente. (Kot)

El turismo comprende 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 negocios y otros (OMT, 1994) .

Según la OMT el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, 1994).

#### **a. Turismo Cultural**

Según la UNESCO la primera definición de Turismo Cultural en 1976.El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección.

Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada. (Oliver, 2013 pág. 20)

## **b. Turismo Comunitario**

El turismo comunitario es un modelo de turismo que se caracteriza porque las comunidades rurales (indígenas o mestizas) se encargan de al menos una parte de su control y reciben también una parte de sus beneficios económicos (Ruiz, 2008). En este contexto, esta actividad ha sido propuesta como una alternativa económica que podría frenar la deforestación y otras formas de sobre-explotación de recursos en las comunidades, contribuyendo además al rescate de las culturas locales, al ser éstas uno de los atractivos de este tipo de programas. (Rolando, 2005)

## **c. Turismo Cultural**

Es la actividad que se basa en la utilización de los recursos culturales de un territorio en el área rural- recursos artísticos, históricos, costumbres, etc., orientándose hacia la prevención y fomento de los mismos.

Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada (Oliver, 2013 pág. 20).

### **4.1.2. Diagnóstico Turístico**

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. (1997,388). Desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

Específicamente en el proceso de planificación turística propuesto por la OMT que sirve de base para el presente manual el diagnóstico corresponde a las etapas 3 y 4: ESTUDIOS Y EVALUACIONES + ANÁLISIS Y SÍNTESIS. Como se mencionó anteriormente, al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (2009.págs.11,12).

#### ➤ **Fase de Diseño del Diagnóstico**

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

- La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos.
- Delimitación del área de estudio
- La revisión de la literatura
- Planificación del trabajo de campo

#### **Definición del Tipo de Planificación**

La primera actividad consiste en definir si estamos haciendo planificación en espacios naturales, costeros, rurales o urbanos. Luego, de acuerdo a las potencialidades identificadas, intereses de la demanda o del organismo planificador, definir si la planificación tendrá un enfoque económico, comunitario, sostenible u otro.

Tener claro el tipo de espacio y el enfoque nos permite ajustar el proceso de diagnóstico a la realidad local e incluso, adaptar los instrumentos de recolección de información a los objetivos planteados.

## **Delimitación del Área de Estudio**

Esta actividad implica la delimitación del sistema turístico que se va a evaluar.

En efecto, si estamos haciendo el diagnóstico turístico de una localidad (comunidad, comuna, ciudad, cantón u otro), puede suceder que los límites territoriales sean más amplios que lo que se pretende (o se debería) planificar turísticamente.

En todo caso, es importante la identificación de los límites político-territoriales de la localidad con el fin de determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ser ubicado en mapas o coordenadas.

## **Revisión de Documentos**

La revisión de documentos consiste en buscar información del lugar de estudio que haya sido levantada previamente. Este paso previo a la recolección de información de campo, se hace con el propósito de ahorrar tiempo, recursos humanos y económicos, así como contextualizar la información que se recogerá posteriormente. (,2009,pág.20).

La información documental incluye libros, videos, archivos, periódicos, elementos multimedia e Internet. El tipo de información que vamos a buscar depende del tipo de planificación que se está haciendo.

## **Planificación del Trabajo de Campo**

Una vez revisados los documentos y la información existente acerca del destino turístico, se tiene una idea clara de los estudios que hacen falta. Este paso consiste en definir:

- **Metodología** Si las fichas se van a aplicar a través de observación, encuestas, entrevistas, talleres participativos.
- **Recursos Humanos** Cuántas personas va a recoger la información en el destino.

- **Tiempo** Cuánto tiempo se va asignar para la recolección de información. Si se tiene que elaborar el diagnóstico turístico de varias comunidades es importante elaborar un cronograma detallado.
- **Recursos Económicos** En términos de viáticos, traslados, peajes, entradas.
- **Materiales** Dependiendo del método de recolección de información pueden ser fotocopias, computadora, grabadora, cámara fotográfica, GPS, proyector.

#### ➤ **Fase de Recolección de la Información de Campo**

Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información de campo, a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno.

Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- Aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades.
- Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda.
- Aplicación de la ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos.

#### **Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades**

Esta ficha nos servirá para obtener información técnica acerca del potencial sitio turístico y consta de cinco partes, una para datos generales y las otras para recoger información referente a cuatro de los elementos del sistema turístico: planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.

Se aplica una ficha para caracterizar a la comunidad. Para este fin, es preciso que por lo menos un facilitador permanezca en la comunidad por el tiempo necesario, que puede ser variable dependiendo del nivel de profundidad, la metodología seleccionada y las necesidades de información del estudio. (2009,págs.21,22).

## **Ficha de Caracterización de la Demanda**

La caracterización de la demanda en un destino idealmente debería ser un proceso estadístico que se aplique con una metodología y frecuencia definidas. Sin embargo, en nuestro país son pocos los municipios y localidades que pueden asumir los costos de una medición periódica. Para hacer el diagnóstico turístico, se aplica una sola ficha de en la comunidad, de forma simultánea a la ficha de diagnóstico de comunidades. El motivo por el cual se recoge esta información por separado es que si el destino hace estadística turística, ya no sería necesario aplicarla.

La ficha de caracterización de la demanda recoge información mayormente cualitativa por medio de observación directa o preguntas a varios informantes clave. No está diseñada específicamente para hacer estadística turística, sin embargo, podría ampliarse y adaptarse con la finalidad de recoger información cuantitativa. Los datos que se recogen son los siguientes:

- **Periodicidad Y Frecuencia De La Visita Turística**

Es decir, cuándo (todos los días o fines de semana) y cada cuánto tiempo vienen los visitantes (feriados, temporadas o estaciones, visitas permanentes o esporádicas).

- **Forma De Viaje**

Si la demanda viaja de manera independiente o hace uso de agentes u operadores de viaje.

- **Origen De La Demanda**

Se refiere al lugar habitual de residencia caracterizado en internacional, nacional y regional.

- **Motivos De Visita Y Tiempo De Estadía**

Con la finalidad de identificar intereses así como diferenciar turistas de excursionistas.

- **Gasto Promedio**

Promedio de gasto diario por el uso de servicios turísticos.

### **Ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos**

Según el MINTUR, el inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. De manera específica, los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (2009,págs.23,24).

#### **➤ Fase de Análisis y Sistematización de Resultados**

En general se puede llamar análisis al tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de información. La fase de análisis abarca primero la sistematización de los resultados obtenidos y luego consiste en convertir esos resultados en una base efectiva para la toma de decisiones, a través de diferentes herramientas.

En efecto, según la OMT, se analiza de forma integrada e interrelacionada todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema. Para conseguir estos objetivos una de las herramientas más comunes es el análisis FODA.

Sin embargo, para que el FODA se convierta en una herramienta efectiva, se propone analizar los 6 elementos internos del sistema turístico e identificar en cada uno de ellos las fortalezas y debilidades, a partir de la información técnica recogida en las tres fichas.

Por ejemplo, la habilidad de los habitantes para hacer artesanías es una fortaleza de la COMUNIDAD RECEPTORA, mientras que la falta de agua potable es una debilidad de la INFRAESTRUCTURA. (2009,pág.26).

#### **4.1.3. Atractivos Turístico**

Un atractivo turístico es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión. La actividad es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (rutas, aeropuertos, señalización, etc.). (3004,pag.2)

#### **4.1.4. Producto Turístico**

El "producto turístico", tiene su origen en Europa Occidental a principio de la década de los 50. Aunque debe mencionarse que sus antecedentes remotos datan del año 1850, cuando Tomas Bennett, un agente de viajes inglés, crea el denominado *Individual Inclusive Tour*, conocido por la sigla IIT. Producto turístico", no obstante es válido destacar por su rigor técnico la brindada por Cárdenas (1991:15): el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia. (Cardenas, 1991).

#### **4.1.5. Marketing**

La American Marketing Association definió en 1985 el término Marketing, con la siguiente frase Marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. En líneas generales podemos decir que el marketing estudia las relaciones entre la oferta y la demanda que se producen en un mercado concreto. Este propicia una actividad comercial activa que viene



generada por un cambio en el concepto de venta: el cliente no se acerca a comprar por sí solo, hay que animarlo y motivarlo para que lo haga. El marketing se basa en la lógica, el método y el esfuerzo, a través del marketing se intenta proporcionar herramientas que gestionen y controlen el entorno comercial y las incertidumbres que este genera, para adoptar a la empresa de un carácter más competitivo. Estas herramientas tendrán en cuenta las variables que se dan en toda economía de mercado. (Hotelería, 2010).

#### **4.1.6. Marketing Turístico**

El marketing de turismo tiene que ver específicamente con cómo la industria del turismo y la hospitalidad promociona los productos y servicios que ofrece a turistas y viajeros. Si bien los conceptos del marketing en general se aplican al marketing de turismo, también existen algunas modificaciones específicas que la industria del turismo realiza para focalizar sus esfuerzos. Estos ajustes atienden las necesidades de la industria y de los turistas a los cuales la industria promociona sus servicios. (2011).

##### **a. Instrumentos de Marketing Turístico**

Entre los instrumentos del marketing se presenta dos dimensiones la estrategia y el operativo:

- **El Marketing Estratégico:** Se refiere a la orientación de la empresa a mantener o aumentar sus ventajas competitivas: esto se lo hará mediante objetivos y estrategias orientadas al mercado , tales como investigación de mercados , segmentación de mercados , análisis de la competencia, etc.
- **El Marketing Operativo:** También denominado marketing mix, está orientado al diseño y ejecución de todas aquellas acciones concretas que la empresa debe llevar a cabo para la consecución de las estrategias previamente planteadas. (Ojeda Garcia y Marmol Sinclair, 2012).

#### **4.1.7. Marketing mix**

La mezcla de mercadotecnia (Marketing mix) es la adecuación de los diversos aspectos que intervienen en la comercialización, con el fin de satisfacer las

necesidades del cliente de una manera coherente y ordenada. La base de una marketing mix idóneo está conformada por la búsqueda de una relación coherente y armónica entre todos los elementos que lo conforman. Así no solo deben existir contradicciones entre sus diversos componentes, sino que más aún, cada uno de ellos debe apoyar el mejor funcionamiento de los otros y del conjunto, lográndose de esta manera, un efecto sinérgico. (Rolando, 2005).

#### **4.1.8. Elementos de Marketing Mix**

La mezcla de marketing se utiliza para posicionar los productos o servicios en el mercado objetivo. La mezcla de marketing se define como las 4 P11: producto y servicio, precio, promoción y plaza. (Villaran, 2009)

- **Producto:** Bien, servicio, idea, combinación de ellas en un conjunto de atributos susceptibles de intercambio o uso. Sus características son muy difíciles de definir a corto plazo.
- **Precio:** Indica las tarifas necesarias para adquirir el producto. Es la variable que más fácil resulta de cambiar, por ejemplo rebajándola temporalmente (promociones) para estimular la demanda. Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.
- **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.

- **Promoción:** Es el elemento de marketing que se encarga de dar a conocer el producto adecuado para cada mercado objetivo. (Stanton, 2004).

#### **4.1.9. Plan de Marketing:**

El plan de marketing es una herramienta muy valiosa en toda empresa, ya que permite la comercialización eficaz de cualquier tipo de producto o servicio. Orienta a todas las personas que están vinculadas con las actividades de marketing de la empresa u organización porque describe aspectos tan importantes como los objetivos de marketing que se pretenden lograr: como, con qué recursos, cronograma de las actividades a implementar, métodos de control, ajustes necesarios

El plan de marketing se refleja en un documento escrito en el que, de forma detallada, orientada y fácilmente comprensible y previa realización de los correspondientes análisis y posterior diagnóstico, se definen los objetivos a conseguir en un periodo de tiempo determinado, se seleccionan las líneas estratégicas de actuación y se diseña el conjunto de acciones de marketing que pretenden llevar a cabo para alcanzar dichos objetivos. (Ojeda, 2012; Ojeda, 2012)

#### **4.1.10. Elementos del Plan de Marketing**

El plan de marketing debe exponer de forma específica los elementos, entre ellos están:

- **Objetivos Comerciales:** Se definen después de realizar los estudios e investigaciones pertinentes (análisis de la situación interno y externo).
- **Las Políticas Comerciales:** Deben estar en consonancia con la política general de la empresa, que según los objetivos previamente fijados definen la actividad y ejecución empresarial.

- **Las Acciones a Ejecutar por la Empresa:** Estarán programadas según el tiempo establecido para el plan de marketing y evaluada desde el punto de vista financiero.
- **Los Mecanismos de Control:** Se deben establecer según las decisiones comerciales aprobadas y las posibles desviaciones de los objetivos. (Ojeda Garcia & Marmol Sinclair, 2012).

#### **4.1.11. Finalidades del plan de Marketing**

Es una guía escrita que señala las estrategias y tácticas de marketing que deben implementarse para alcanzar objetivos concretos en periodos de tiempo definido. Determina quién es el responsable, de qué actividades, cuándo hay que realizarlas y cuánto tiempo y dinero se les puede dedicar.2

Sirve como mecanismo de control, es decir, establece control de estándares con los cuales se puede evaluar el progreso (Ojeda Garcia & Marmol Sinclair, 2012) .

#### **4.1.12. Fases del Plan de Marketing**

Es el proceso de planificación de marketing que se realiza a través de una serie de fases que son secuenciales, de forma que cada una depende de las anteriores. Tienen un orden que conviene respetar para evitar errores. (Ojeda Garcia & Marmol Sinclair, 2012).

#### **4.1.13. Análisis Diagnóstico de la Situación**

El análisis y diagnóstico de la situación tiene como finalidad la obtención y estudio de datos para un profundo conocimiento de la situación actual y posterior toma de decisiones. (Ojeda Garcia & Marmol Sinclair, 2012) .

#### **4.1.14. Análisis Interno:**

Al estudiar el ambiente “*externo*” las empresas identifican lo que “*podrían*” hacer basándose en el análisis de oportunidades y amenazas. (Villaran, 2009)

#### **4.1.16. Análisis Externo**

Al estudiar el ambiente *“interno”* las empresas identifican lo que *“pueden”* hacer, sobre la base del análisis de las fortalezas y debilidades internas de la empresa (Villaran, 2009).

#### **4.1.17. Análisis FODA**

Es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, entre otros, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. (Matriz FODA, 2011). Es un análisis basado en las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas presentes en la organización, de ahí las siglas de su nombre FODA. El análisis FODA se realiza observando y describiendo las características del negocio de la organización y del mercado en el cual opera, el análisis FODA nos permite detectar las Fortalezas de nuestra organización, las Oportunidades del mercado, las Debilidades de nuestra empresa y las Amenazas en el entorno (Villaran, 2009)

#### **4.1.18. Segmentación y Público Objetivo**

El análisis de los segmentos de mercado y la selección de público objetivo apropiados constituyen el soporte de cualquier plan de marketing ya que no todos los segmentos del mercado son adecuados para una empresa turística. Los segmentos elegidos por la empresa serán el centro de sus acciones por lo que deben existir un profundo conocimiento de estos.

La empresa puede conducir sus esfuerzos a distintos públicos y de ellos debe escoger los que se adoptan más a la oferta de la misma y determinar si encajan con las capacidades, recursos y objetivos de la empresa para obtenerlos y asegurarlos. En el sector turístico es habitual seleccionar segmentos pocos apropiados con el único propósito de mantener el nivel de ocupación. Por otro lado, existen empresas con clientes de bajo poder adquisitivo que pretenden atraer a los de alto poder adquisitivo sin cambiar el producto a servicio.

Puesto que la selección del público objetivo es una parte muy importante del plan de marketing, si no se eligen los mercados apropiados, se desperdiciarán recursos de marketing. Los públicos objetivos se seleccionan de un grupo de segmentos disponibles que incluye segmentos que la empresa ya conoce así como mercados potenciales. Los expertos de marketing deben estar actualizados con respecto a las preferencias del público objetivo. (Ojeda Garcia & Marmol Sinclair, 2012).

#### **4.1.19. Fijación de Objetivos y Cuota de Venta**

Los objetivos serán los indicadores con los que se controlara la ejecución de las estrategias de marketing. Los objetivos pueden ser muy diversos, y serán diferentes según se trate del plan de marketing de una empresa de una organización o de un destino turístico. Con la fijación de objetivos, la empresa podrá someter todas las actividades un control que permita corregir los errores y rectificar los factores que los han provocado. (Ojeda García & Mármol Sinclair, Marketing Turístico, 2012).

##### **a. Atractivo Turístico**

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (2004 pág. 2)

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

##### **b. Atractivo Cultural**

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados. (2004 pág. 4)

#### 4.1.20. Fiesta

Las fiestas son, pues, integradoras de la sociedad, borran temporalmente las diferencias sociales, reproduciéndose en ellas los vínculos sustentatorios de la identidad grupal. Actos rituales, música, danza, comida, territorialidad: la fiesta es la máxima expresión conjunta de diversas expresiones del patrimonio cultural inmaterial.

En la fiesta, aún en las formas más variadas, el origen de la comunidad se reafirma, las identidades encuentran nueva savia para reforzarse y las relaciones sociales, sobre todo las que tienen que ver con la autoridad y el poder, son confirmadas, reestructuradas o recompuestas.

De allí que la realización de cada fiesta implica la elaboración de estrategias: organizativas, con sus figuras preestablecidas; de imagen, mostrarse para ver y ser vistos; de consumo, sobre todo alimenticio, para favorecer la redistribución de los recursos vitales, etc. Según Casanova, podemos entender una fiesta como un estado mental compartido pues ella permite compartir sentimientos y creencias de un grupo identificado territorialmente. Las fiestas estructuran el calendario y el espacio de las sociedades y, según afirmó Marcel Mauss, “La fiesta es un hecho social total, de expresión ritual y simbólica, sagrada y profana”. Vivimos esperando y organizando fiestas de toda índole, sagradas o profanas. El ciclo festivo tiene mucho que ver con los ciclos productivos. Las fiestas rompen la cotidianidad de nuestras vidas, son como ha sido resaltado por diversos investigadores – una transgresión. Como escribió Marcel Bataille en su artículo sobre la transgresión:

La sociedad humana no es solamente el mundo del trabajo. Esa sociedad la componen simultáneamente - o sucesivamente - el mundo profano y el mundo sagrado, que son sus dos formas complementarias. El mundo profano es el de las prohibiciones. El mundo sagrado se abre a unas transgresiones limitadas. Es el mundo de la fiesta, de los recuerdos y de los dioses. ( (2009 págs. 37,38)).

### **a. Fiesta Cívica**

Las fiestas cívicas resumen referentes de memoria colectiva de un determinado país, región o localidad, reafirmando el sentimiento de pertenencia a una determinada sociedad. Símbolos, discursos, rituales conforman estas celebraciones, vinculadas a una versión compartida de la historia.

Las fiestas llamadas cívicas, son producto muchas veces del surgimiento de estados nacionales. El Día de la Independencia, los hechos de alguna guerra, son conmemorados festivamente en cualquier país pues en el discurso de identidad nacional resultan ser un basamento central de su memoria. Estas representaciones de identidad se repiten a nivel regional y local, a través de celebraciones que reafirman pertenencias colectivas a determinados territorios y tradiciones históricas compartidas. (2009 pág. 40)..

### **b. Fiesta Cultural**

Es una manifestación de la cultura tradicional que resulta básica para el estudio integral de un núcleo social, toda vez que muestra las principales costumbres, hábitos y comportamientos. Donde se realizan actividades de distintas tradiciones, creencias y ritos religiosos, la música, las danzas, los juegos o competencias, las comidas y bebidas relacionadas con ellas, la ornamentación, vestuario, medios de transporte y otros aspectos de la cultura espiritual y material del pueblo. (1997,388 págs. 96-130)

### **c. Fiesta Religiosa**

En las fiestas religiosas los dioses y santos son invocados para que haya buenas cosechas, o para que no ocurran terremotos y la naturaleza arroje frutos de bonanza, o simplemente para pedir milagros de toda índole. Remarquemos sin embargo que muchas fiestas sacras son resultado de una simbiosis con el mundo profano y que por lo tanto no sólo expresan un sentir de fe sino que, por supuesto, son momento de algarabías diversas, en el tránsito entre lo sagrado y lo profano. (2009 pág. 40).



Por otro lado, sobre todo en las fiestas religiosas, la celebración es ocasión de contacto con los mundos sobrenaturales de cada comunidad, de allí que en cada sitio las fiestas asuman características propias, adaptaciones y transformaciones según la cultura local y las creencias particulares de los grupos sociales. (2009 pág. 50)

#### **4.1.21. Socialización**

La socialización es un proceso del individuo y un proceso de la sociedad. Por tanto son dos procesos complementarios en su meta final, pero distintos en su origen, intereses, y mecanismos de actuación. Uno es el interés de la sociedad y otro el del individuo.

Otra de las definiciones más citada por la literatura Hace referencia a la socialización como: "El proceso por cuyo medio la persona humana aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir" (1990, 2010)

## **4.2. MARCO REFERENCIAL**

### **4.2.1. Reseña Histórica de la Parroquia Saraguro**

Saraguro, se encuentra ubicado al sur del Ecuador, al noreste de la provincia de Loja y 140 km. al sur de Cuenca. Sus habitantes aún conservan sus costumbres arcaicas entre las que se destacan su vestimenta, su idioma, elaboración de artesanías, la arquitectura tradicional, ritual en los solsticios, uso de las plantas medicinales, comidas y bebidas típicas, su música, danza andina, mitos y leyendas, son los elementos que identifican a este histórico pueblo heredadas de los incas.

**Hablar de Saraguro** : Es adentrarse a las vivencias de una cultura autóctona muy rica y sabia en conocimientos, esta es una ciudad que encierra muchos enigmas que enriquecen el espíritu, aquí se conserva auténtica toda la riqueza incásica, al conocer a su gente se siente un aire de misterio y de respeto por la vida únicos.

Indígenas Saraguros visten de negro tanto hombres como mujeres, algunos dicen que el color negro es por que conserva mejor la energía solar y ayuda a mantener el calor corporal puesto que la región es bastante fría; para otras personas vestir ropa negra se debe al luto que aún guardan por la muerte de sus antepasados, como el valiente guerrero Atahualpa, cuando los conquistadores mancillaron sus tierras, sus costumbres y su honra, dejándolos huérfanos de sus más fieles representantes.

Los indígenas son gente culta con un amor y respeto por la vida nunca antes visto, su mirada un tanto triste evoca el sufrimiento de su etnia por conseguir un trato justo, enmarcado en la solidaridad, la igualdad y el derecho a la identidad propia de la que todo ser viviente debe gozar.

Estos hombres y mujeres se caracterizan por la dedicación al trabajo y a la superación, sus organizaciones son dignas de imitar donde se destaca la convivencia armónica, la igualdad, el ánimo de sobresalir con visión de grupo, donde todos se beneficien con los logros obtenidos. (2012)

#### 4.2.2. Mapa del Cantón Saraguro

Gráfico N° 1 Mapa Geográfico del Cantón Saraguro

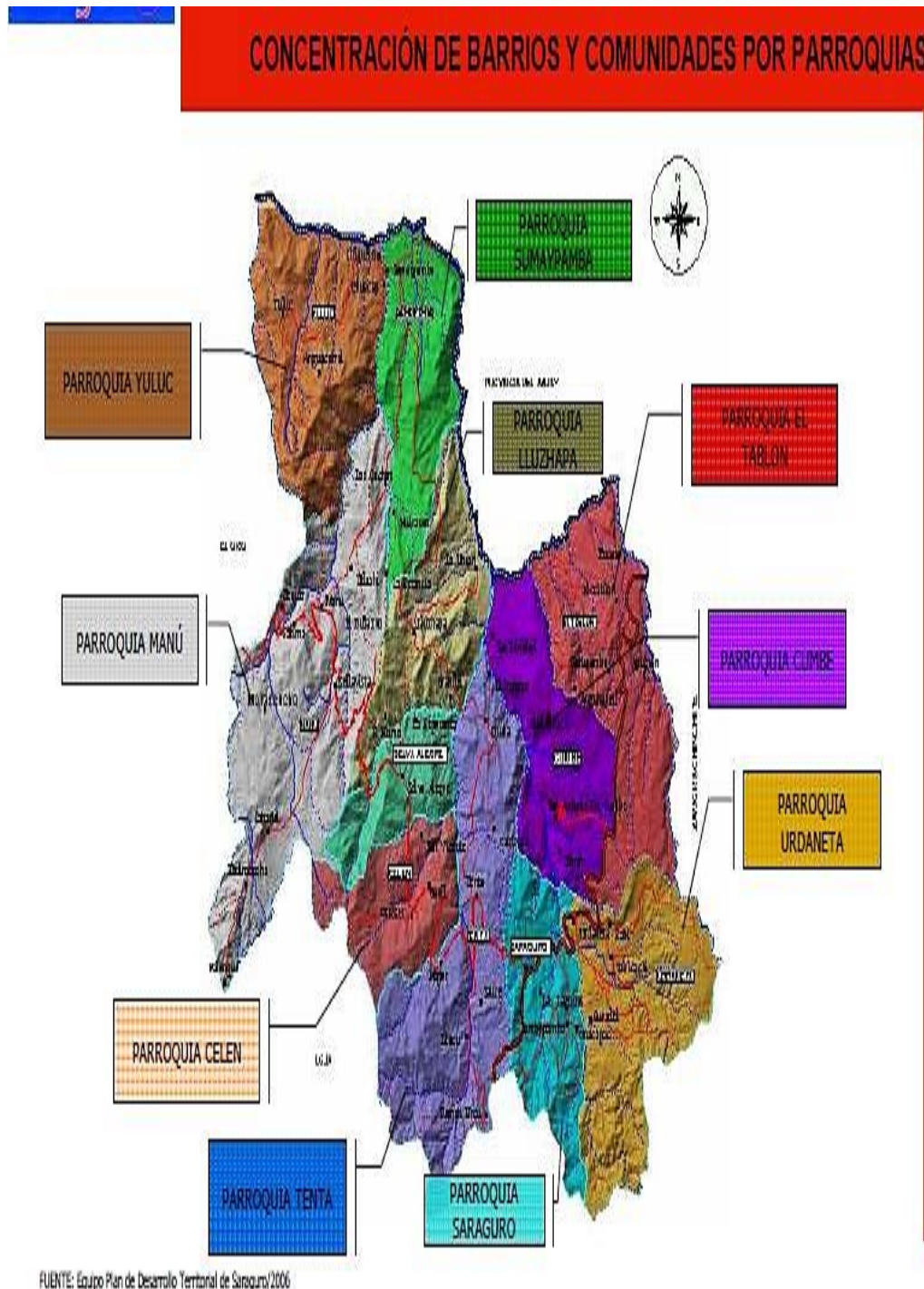


Fuente: Plan de desarrollo Territorial Saraguro

Elaboración: Plan de Turismo Saraguro

### 4.2.3. Mapa de los Barrios y Comunidades por Parroquias del Cantón Saraguro

Gráfico N° 2 Mapa de los barrios y comunidades por parroquias del cantón Saraguro



Fuente: Plan de desarrollo Territorial Saraguro

Elaboración: Plan de Turismo Saraguro

#### 4.2.4. Datos generales de Saraguro:

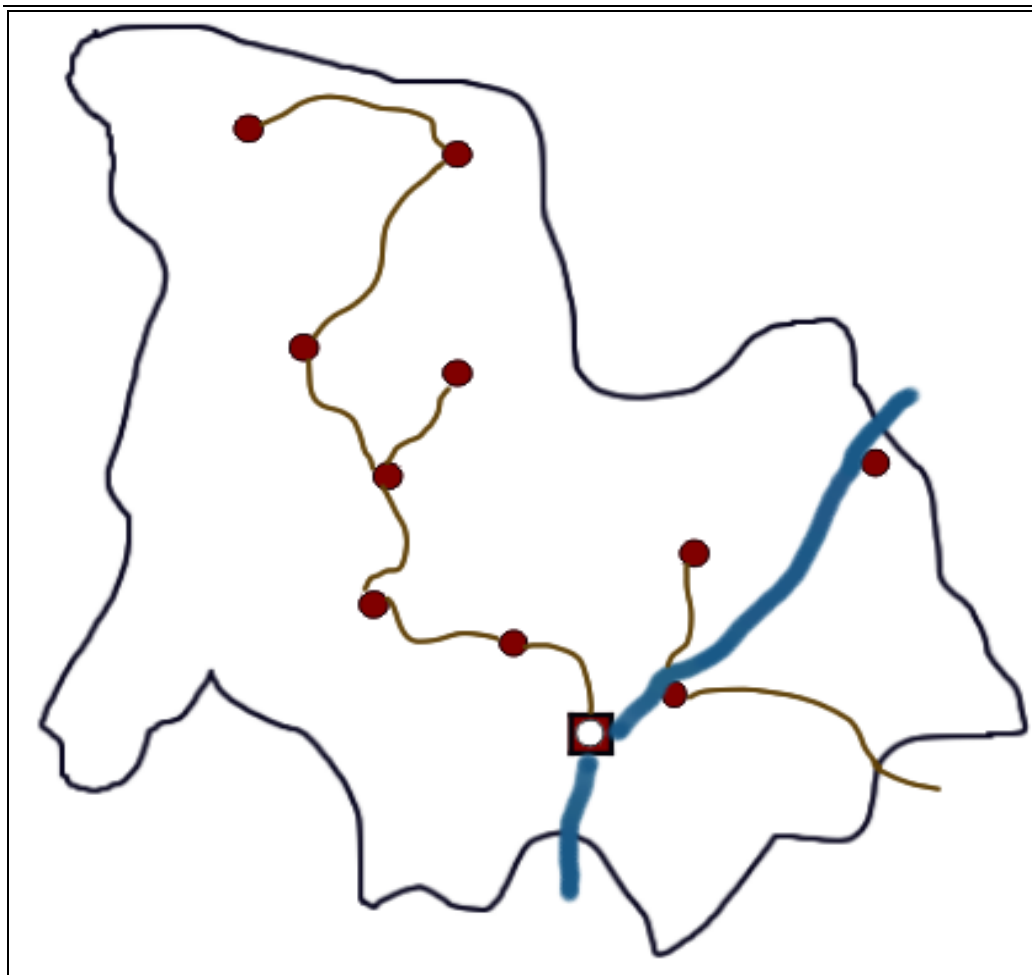
**Nombre de la parroquia:** Saraguro

**Cabecera cantonal:** Saraguro

#### **Limites**

- **Norte:** Provincia del Azuay
- **Sur:** Loja
- **Este:** Provincia de Zamora Chinchipe
- **Oeste:** Provincia del Oro.

**Gráfico N° 3 Mapa límites del cantón Saraguro**



**Fuente:** Plan de desarrollo Territorial Saraguro

**Elaboración:** Plan de Turismo Saraguro

#### **4.2.5. Cabecera Cantonal:**

Saraguro.

#### **4.2.6. Distancia a Loja: 64 km**

#### **4.2.7. Fecha de Creación:**

Su independencia se logra el 10 de marzo de 1822

#### **4.2.8. Fecha de Cantonización:**

10 de junio de 1878 en la convención de Ambato.

#### **4.2.9. División Política**

Se encuentra constituida por una parroquia urbana: Saraguro, y diez parroquias rurales: Tenta, Celén, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, Yúluc, Urdaneta, Cumbe, Tablón y Sumaypamba.

La cabecera cantonal (Saraguro) se levanta entre varias comunidades indígenas: Lagunas, Ilincho, Yucucapac, Kiskinchir, Tucalata, Gera, Puente Chico, Matara, Gunudel-Gulacpamba, Ñamarín, Tuncarta, Tambopamba, Oñacpac; y, cada parroquia está dividida en el centro urbano y sus comunidades indígenas y/o comunidades campesinas. (Silva, 2014-2019)

#### **4.2.10. Población Total:**

La población total es 30.183 habitantes

#### **4.2.11. Orografía**

Según el informe del Plan de Desarrollo Territorial de la zona, el flamante cantón Saraguro ostenta su gran nudo llamado GUAGRAHUMA, toponímico que en quichua significa semejanza a la testera de un toro (guagra= toro y huma= cabeza), el cual está entre los límites de los cantones Saraguro y Loja, que cierra la hoya de Loja y del río Zamora; comprende los páramos del sudeste de Saraguro y los cerros de Acacana, Imbana, el Ramos Urcu y el cerro del Puglla.

Así también, cabe mencionar que como muchos pueblos de la región el cantón Saraguro cuenta con su cerro característico llamado El Puglla con una elevación de 3381 m.s.n.m que se levanta al sur de la cabecera cantonal; y además posee su colina de Zhindar de forma redondeada, al oeste del cantón (2014-2019).

#### **4.2.12. Hidrografía.**

Saraguro pertenece a la cuenca hidrográfica del río Jubones que se encuentra al norte de Loja, formando parte de las provincias: Azuay, El Oro y Loja. (2014-2019)

#### **4.2.13. Clima**

El cantón Saraguro cuenta con un clima similar a muchos de los lugares andinos, siendo su temperatura promedio 13 grados centígrados, su precipitación anual oscila entre 758 y 1.250 mm y una humedad relativa de 84%, que determina las condiciones necesarias para que se desarrolle una flora y fauna muy variada. La época de lluvia se presenta entre los meses de febrero a mayo. (2014-2019)

Los vientos fuertes se hacen presente entre los meses de junio a septiembre y heladas en los meses de noviembre a enero, la humedad relativa oscila del 80% al 88%, la temperatura fluctúa entre los 8 y 27 grados centígrados.

#### **4.2.14. Actividades Económicas**

- **Agricultura:** Se cultiva principalmente el maíz, frejol, habas, papas, hortalizas.
- **Ganadería:** ovino, bovino, porcino, aves, etc.
- **Artesanía:** artesanías en mullos característica principal de la población Saraguro realizada por hombres y mujeres desde temprana edad, cerámica, textiles en lana de oveja.
- **Turismo:** Actualmente las comunidades indígenas han optado por participar en el Turismo Comunitario, una alternativa de desarrollo desde las comunidades y para las comunidades como los primeros actores.

Generalmente las grandes multinacionales se llevan las grandes masas turísticas lo cual no da muchos beneficios a todos. Los turistas pueden participar en diferentes actividades sociales, culturales y todas las actividades diarias que se desarrollan. (2012)

#### **4.2.15. Manifestaciones Culturales**

**Creencias:** La gran mayoría de los Saraguros creen y practican mitos y ritos de la cosmovisión andina, la misma que se manifiesta la relación entre el hombre y la naturaleza y en la vida de comunidad. En los distintos casos los elementos de la cosmovisión andina están combinados con las expresiones religiosas del catolicismo. Algunos Saraguros practican la religión Evangélica sin olvidar los elementos de la cosmovisión andina. Por lo tanto, las celebraciones tanto religiosas como rituales de la cosmovisión andina se practican con más fuerza en cada uno de los momentos que vive este pueblo; estos son: Semana Santa, Corpus Cristi, Pawkar Raymi, Inti Raymi, Kulla Raymi y el Kapak Raymi.

**Valores:** El principal valor del pueblo Saraguro se centra en la reciprocidad y solidaridad comunitaria. Otros valores son la búsqueda incansable de su propia identidad y el desarrollo socio-productivo y cultural de todas y cada una de las comunidades, así como su nivel de apertura hacia otros pueblos. Desde todos los ámbitos se trabaja por recuperar y poner en práctica el “AMA KILLA, AMA LULLA, AMA SHWA” (no seas haragán, no mientas, no robes” que formaron el código ético de los Incas. La base de la organización es la comunidad. Estas están integradas en dos organizaciones (FIIS y KORPUKIS), las que han planteado trabajar con todos los pueblos indígenas y no indígenas que sufren los mismos problemas sociales de pobreza y marginalidad.

**Música y danzas:** Al hablar del folklor musical, danzas y canciones indígenas, es necesario manifestar que su música y su danza, como el misterio de su permanente luto, permanecen todavía inexplorados. Existen grupos folklóricos conformados por auténticos indígenas, que están haciendo posible



la trama maravillosa del artista indio, que reproduce en cada una de sus interpretaciones los espejismos de una gran civilización prehistórica.

Merece especial mención el Grupo Folklórico “Saraguro” que ha visitado varios países haciendo conocer sus danzas como: “El Sarawi”, “El velorio del guagua”, “La Danza de las Ofrendas”, “El matrimonio”, “Los Danzantes” “Las Mojigangas”, “La Minga”, etc. En cuanto a la música existen canciones tradicionales y sobre todo compositores indígenas como Manuel de Jesús Cartuche que es autor de más de cincuenta canciones típicas, casi todas ellas llenas, de notas de tristeza angelusiana, surgidas del dolor de una raza que simula la constante agonía del sol en los atardeceres andinos. Sus instrumentos típicos son la flauta de carrizo, el pingullo, el rondador, la quipa y el bombo. (Silva, 2014-2019)

#### **4.2.16. Festividades**

- **Fiestas culturales:** Es la demostración de lo autóctono de su pueblo como sus tradiciones y costumbres (2010)
- **Fiestas religiosas:** Personas que tengan el mismo tipo de identificación religiosa, en las que, dependiendo de cada orientación religiosa, se presentan distintas instancias y acontecimientos a recordar o festejar. Algunas son de carácter general y colectivo, como la Navidad, La Semana Santa, los días de algunos Santos. (2012)
- **Fiestas tradicionales:** Fiestas tradicionales son celebraciones relacionadas con acontecimientos y festividades religiosas, que reflejan las costumbres tradiciones y pensamientos etc. (2012)

#### **4.1.17. Gobernanza**

El local ejerce su autoridad en el cantón a través del alcalde y en las parroquias mediante los GAD parroquiales, el gobierno municipal se ejercita por medio de la cámara edilicia, consejo o cabildo, el mismo que es <autónomo, dirigido por su Alcalde, elegido por votación popular.

- Miembros del GADMIS del cantón Saraguro
- Alcalde. Lcdo. Segundo Abel Sarango Quizhpe
- Concejal: Lcdo. Antonio Miguel Japón
- Concejal: Sr Manuel Enrique Armijos González
- Concejal: Ing. Ángel Pineda Maldonado
- Concejal: Lcdo. Rober Patricio Ramón Labanda
- Concejal: Sr Jobernan Kiko Tituana Armijos (2015)

## 5. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5.1. Materiales

Para el desarrollo de los objetivos propuestos en el presente estudio se emplearon los siguientes materiales:

**Materiales de oficina:** hojas de papel, lápiz, esferográficos, carpetas, perfiles, entre otros.

**Materiales Bibliográficos:** libros impresos, libros electrónicos, revistas, mapas de la zona de estudio, trípticos, Plan de Desarrollo Territorial Saraguro, información de la Web, monografías, entre otros.

**Materiales Tecnológicos:** laptop, impresora, pen drive, cámara digital.

**Materiales Informáticos:** Programas informáticos de edición de fotos como: Adobe Photoshop, programas informáticos de diseño como: Adobe Ilustrador.

### 5.2. Métodos

Para el desarrollo del siguiente proyecto se utilizaron varios métodos que permitieron la ejecución de los objetivos específicos:

- **Método Deductivo**

Este método se lo utilizó para almacenar y deducir los datos generales con el fin llegar a conclusiones de carácter particular, para ello, se coleccionó toda la información y se estableció los datos o escritos más sobresalientes. Sin embargo, el mismo se lo efectuó en el planteamiento de la propuesta para el impulso, fortalecimiento y desarrollo de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, el cual está encaminado al desarrollo turístico de la parroquia Saraguro.

- **Método Inductivo:**

Se lo aplicó este método para establecer conclusiones y recomendaciones de lo particular a lo general. Por ende, se lo utilizó en la realización del

diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.

- **Método Histórico**

Se utilizó este método para recopilar datos históricos, antecedentes, referencias, historiales, reseñas y relatos fidedignos de Saraguro hablando en el ámbito festivo y, con ello permitió entrevistar a las autoridades turistas y visitantes del cantón, sin embargo, también ayudó a la elaboración de las fichas de resumen.

- **Método Descriptivo:**

Este método sirvió para recopilación y presentación sistemática para tener de una idea clara de una determinada situación. Para investigar lo más importante y significativo del problema en asunto, tales como: hechos y casos vigentes que se efectuaron en el desarrollo del diagnóstico, investigación de campo, encuestas, entrevistas; por lo tanto, este método ayudó a la interpretación racional de los conceptos que ayudaron a la ejecución del presente proyecto.

### **5.3. Técnicas**

- **Observación Directa**

Se empleó esta técnica para obtener una observación real del tema a investigarse, a la vez se pudo conocer sus festividades consideradas como atractivos turísticos, además, sus vías de acceso, infraestructura y servicios con los que cuenta el cantón. Por ende, se pudo determinar las falencias con la finalidad de dar soluciones para mejorar y potencializar la imagen cultural y turísticas que tiene el entorno de Saraguro.

**Técnica de la entrevista.-** Mediante esta técnica se pudo constatar la situación actual de la parroquia. La entrevista se la realizó al Jefe del Departamento de Turismo, GADMIS del cantón ING. Luis Muñoz, y a los sacerdotes Sr. Eduardo Parra Jaramillo, Sr. Salvador Medina

**Técnica de la Encuesta.-** Sirvió de instrumento para la recolección de información de manera escrita, a través de preguntas, las mismas que fueron fundamentales para dar solución al problema de investigación,

### **Desarrollo de la técnica de Muestra de la Población**

Los datos de la población Saragureense provienen del INEC 2010 con una tasa de crecimiento de 1.41%, posteriormente, se procedió aplicar las 381 encuestas resultado de la Muestra, a la comunidad del cantón partiendo de lo rural a lo urbano. Sin embargo, esta técnica sirvió para conseguir información factible acerca de las diferentes fiestas religiosas existentes

Para la aplicación de la muestra se tomó en cuenta la siguiente fórmula que permite medir universos finitos:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

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. (31,621 hab.)

Reemplazando los valores

$$n = \frac{(1.96)^2 * 31621 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (31621-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 7905,25}{79,0500 + 0,9604}$$

$$n = \frac{30368,8084}{80,0104}$$

**n = 380 Encuestas**

Con este resultado obtenido se procederá aplicar 380 encuestas, a los habitantes de la parroquia Saraguro las mismas, que servirán para obtener información precisa de las diferentes fiestas religiosas y del sector.

**5.4. Metodología por Objetivos**

Para llevar a cabo el presente trabajo investigativo se utilizará una metodología técnica, con el propósito de generar resultados factibles, los mismos que nos servirán para obtener información e identificación de las fiestas religiosas, de la parroquia Saraguro y de esa manera tener al turismo como una fuente de ingresos.

Finalmente para cumplir con el trabajo de investigación y sus objetivos se aplicará la siguiente metodología:

Para dar cumplimiento al primer objetivo. "REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA", para ello se utilizó el método Descriptivo - Histórico y las técnica de observación directa, las mismo que nos permitirán recopilar datos históricos así como también de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro. Además se realizará un FODA del sector

Para la ejecución del segundo objetivo, "PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA". Se utilizó el método deductivo que permitió deducir estrategias de

mercado para que las festividades sean consideradas dentro del mercado turístico; de igual manera se empleó el método descriptivo que ayudo a identificar las necesidades de Saraguro que se consiguió como resultado de la investigación del primer objetivo.

Por, lo tanto, en el segundo objetivo para eliminar las debilidades y evitar las amenazas se procedió a desarrollar el plan de marketing tomando en consideración todos los pormenores para una adecuada promoción y publicidad de las festividades que se efectúan en Saraguro.

Consecutivamente, se realizó salidas de campo, observaciones directas de las festividades con el fin de esclarecer los datos recopilados, modificados y adecuados dentro del margen investigativo.

Finalmente para el desarrollo del tercer objetivo. **“SOCIALIZAR LA PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”**. Se utilizó la técnica de MARPP para difundir las fiestas religiosas, a los turistas que visiten la parroquia Saraguro. Además esta socialización se la aplicará al jefe del departamento de Turismo Ing. .Luis Muñoz y a la población en general y se la realizará en tres etapas: Primera: inicial (previa) convocatorias, orden del día, presentaciones. Segunda (ejecución) desarrollo, presentación de la temática.

## 6. RESULTADOS

6.1. Diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.

### 6.1.1. Análisis externo

#### a. Factor Demográfico

Es necesario aplicar un diagnóstico externo sobre el sector a investigar para conocer de manera detallada cuáles son sus oportunidades y amenazas. Para ello se tiene en cuenta factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos y socioculturales

Según datos del INEC en Ecuador en el año 2010 tiene una población de 14, 483,499, con una tasa de crecimiento de 1,95%, las mujeres ocupan el (50,44%), los hombres ocupan (46,56%). La edad media que tiene el Ecuador es de 28,4 años. La población se auto identifica como: mestizos 90,2%, Blanco -3,5%, indígena -2,6%, Afroecuatorianos -2,5, montubio -1,1, otros -0,1

**Cuadro N° 1.Crecimiento Poblacional**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>IP</b>	<b>Población Proyectada</b>
2010	14 483 499	1,95%	14 484 087
2011	14 484 087	1,95%	14 484 674
2012	14 484 674	1,95%	14 485 262
2013	14 485 262	1,95%	14 485 850
2014	14 485 850	1,95%	14 486 437
2015	14 486 437	1,95%	14 487 025

Fuente: INEC

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda



Según datos del INEC, la población de Ecuador se puede evidenciar que en un 50,44% las mujeres, los hombres ocupan el 46,56%.

- **Población cantonal de Saraguro**

La población del cantón Saraguro según el censo del 2010, es de 14.123 varones que representa el 46.79 % hombres y 16.060 damas es decir el 53.21 % mujeres. (El cantón se distingue porque en su jurisdicción cuenta con un etnia indígena autóctona de los Saraguros, quienes hasta la actualidad conservan costumbres ancestrales de sus antepasados.) (Silva, 2014-2019)

**Cuadro N° 2. Población por Sexo de la parroquia Saraguro**

Hombres	%	Mujeres	%
14.123	46,79%	16,060	53,21%

Fuente: INEC

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Cuadro N°3. Proyección De La Población Cantonal de Saraguro**

Parroquia	Por Sexo		Total Población	%
	Hombre	Mujeres		
Saraguro	3.402	3.972	7.374	26.2
Tenta	1.664	1.838	3.502	12.4
Celen	1.051	1.264	2.315	8.2
Selva Alegre	966	1.072	2.068	7.3
Lluzhapa	827	931	1.758	6.2
Manú	2.263	2.477	4.740	17.0
Urdaneta	1.381	1.761	3.142	11.2
Yulug	509	537	1.046	3.8
Cumbe	543	689	1.232	4.3
Tablón	406	476	880	3.1
<b>TOTALES</b>	<b>13.012</b>	<b>15.017</b>	<b>28.029</b>	<b>99.7</b>

Fuente: SIN – SENPLADES – INEC CENSO 2010

Elaboración: INEC 2001

**Cuadro N° 4 Parroquias con Porcentaje Habitacional**

<b>Parroquias</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total de la población</b>	<b>%</b>
Saraguro	4.228	4.817	9.045	30
Tenta	1,747	1,929	3,676	12,18
Celén	1,256	1,501	2,757	9,13
Selva Alegre	903	1,024	1,927	6,38
Lluzhapa	834	871	1,705	5,65
Manu	1,255	1,413	2,668	8,84
Urdaneta	1,685	2,081	3,766	12,48
Sumaypamba	769	825	1,594	5,28
Yúluc	479	503	982	3,25
Cumbe	530	616	1,146	3,8
Tablón	437	480	917	3,04
<b>Total</b>	<b>14.123</b>	<b>16.060</b>	<b>30.183</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. VII Censo de Población y VI de Vivienda, 2010.

**Elaboración:** INEC 2001

• **Población urbana y rural del cantón Saraguro**

La población del cantón asciende a la cifra de 30.183 habitantes distribuida de la siguiente manera: Área Urbana 9.045 hab. Área Rural 21.138 hab.

**Cuadro N° 5. Población Urbana y Rural del Cantón Saraguro**

<b>Parroquias</b>	<b>Año 2014</b>
<b>Urbano</b>	<b>9.045</b>
<b>Rural</b>	<b>21.138</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30,183</b>

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. VII Censo de Población y VI de Vivienda, 2010.

**Elaboración:** INEC 2001

## **b. Factor Económico**

Los factores económicos inciden en las actividades mercadológicas de las organizaciones, por lo tanto, implican un crecimiento notable de ingresos, es así que dentro de este factor se analizará: el Producto Interno Bruto, la Tasa de Inflación Turística, el Crecimiento Turístico y la Población Económicamente Activa de la parroquia Saraguro.

- **PIB (producto interno bruto) Turístico**

Para determinar la contribución a la economía nacional se toma en cuenta el ingreso por concepto de viajes y transporte en la Balanza de Pagos, y se evidencia que en Ecuador, el turismo aún no tiene relevancia, pues desde 2008 mantiene una participación de 2% en el PIB.

Pero, es importante destacar que el ingreso de divisas por turismo ha tenido un crecimiento positivo, entre 2008 y 2012 el crecimiento promedio fue de 7% anual, y se observa una caída de -8% en 2009 debido a los efectos de la crisis que redujo las llegadas de turistas desde los principales mercados emisores como EEUU y Europa.

En el 2012, Según el estudio de World Travel & Tourism Council (WTTC), la contribución directa del turismo en el PIB alcanzó los U\$\$ 1.439 millones (2% del PIB). Esto refleja principalmente la actividad económica generada por las industrias, como hoteles, agencias de viajes, líneas aéreas y otros servicios de transporte de pasajeros, restaurantes y actividades de ocio. Además tomando en cuenta la contribución total del turismo en el PIB (incluyendo efecto indirectos e inducidos), en el 2012 fue de U\$\$ 3.930 millones, es decir alrededor del 5.3% del PIB .El promedio mundial es del 14% y el de la región 9%, ubicando al Ecuador junto con Colombia al final del ranking, pues los demás países tienen una contribución entre el 8% y 13%.

En 2012 la economía ecuatoriana se enfrentó a una desaceleración ya que tuvo una tasa de crecimiento de 4.82% menor que la del 2011 debido a que se redujeron las exportaciones por la crisis Europea. El PIB total de este año fue 73.232 millones de dólares, para el año 2013 la economía ecuatoriana

creció a una tasa de 3.98% con un valor de 78.216 millones de dólares, según el boletín Económico de la Cámara de Comercio de Guayaquil, para marzo de 2014, la balanza comercial tiene un saldo positivo de 357 millones de dólares con una tasa de crecimiento 9,9% , en definitiva para este año 2015 estiman colocase en 88,728.30 millones de dólares , esperando un crecimiento real promedio del PIB para este periodo del 4,07%.

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.

Sin embargo se evidencia la importancia del turismo tanto para la economía mundial como nacional. En Ecuador, el turismo receptivo es uno de los principales generadores de divisas, mientras que el turismo interno aporta significativamente a la redistribución de los ingresos nacionales

- **Tasa de Inflación Turística**

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. El 2010 fue un año estable y Ecuador registró la tasa de inflación más bajas de la región, con un 3,56%.

Las cifras de inflación correspondientes al mes de Mayo del 2013 es de 3.01%, con lo que puede evidenciar que ha mejorado en relación al registro del año anterior, 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%. Guayaquil es la ciudad que registra mayor inflación con el 0,80%, seguida de Machala con el 0,55%. La inflación anual en los meses de abril, gracias al instituto Nacional estadísticas y censos, en su portal Ecuador en cifras tenemos los siguientes datos para abril de 2014, la inflación anual fue de 3.23%; la variación de los precios sin alimentos se registró en 2.76% y la de alimentos llegó al 4.35%. A nivel de producto, la cebolla paiteña es el

artículo más inflacionario (61.76%) y el que más aportó a la inflación anual de abril de 2014. Esto se debe principalmente a que sus precios se están recuperando luego de experimentar 12 meses consecutivos de inflación anual negativa desde marzo de 2013 a febrero 2014.

Ecuador al registrar la tasa de inflación más baja de América del Sur favorece a que los precios tanto de bienes y servicios se mantengan con una variación mínima, generando que la situación económica del país sea favorable ya que existe estabilidad tanto de precios como política. Se considera una oportunidad porque el país presenta una inflación controlada; esto hará que la visita de turistas tanto locales y extranjeros vaya en aumento ya que los precios de productos y servicios turísticos (hoteles, restaurantes, transporte) tendrán precios accesibles para todos los estratos sociales. Para el cantón Loja beneficiaria ya que una estabilidad de precios (inflación) y la estabilidad política hacen que existe una mayor demanda tanto de productos como de servicios de las personas nacionales como de extranjeros.

- **Población Económicamente Activa Saraguro**

El mayor porcentaje de la PEA del cantón Saraguro representa el 60 % que se dedica a las actividades de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, seguido por el 0,7% dedicada a la explotación de minas y canteras 3,85% se dedica a las industrias manufactureras, luego 0,13% suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, seguido de 0,14% que se dedica a distribución de agua , alcantarillado y gestión de desechos 5,48% se dedica a la construcción, seguidamente un 4,61% se dedica al comercio por mayor y menor 1,52% se dedica al transporte y almacenamiento , luego el 0,81% se dedica a actividades de alojamiento y servicios de comida 0,28% a actividades información y comunicación 0,31% actividades profesionales, científicas y técnicas 0,33 a actividades de servicios administrativos y de apoyo 0,29% a actividades como la administración pública y la defensa 2,94% se dedica a la enseñanza 4,40% actividades de atención a la salud humana 1,07% actos entretenimiento y recreación 0,11% a otras actividades de servicios 0,56% actividades de los hogares como empleadores 1,20% a

actividades de organizaciones 0,10% no definido. Además un 9,84% de la PEA infantil comprendida entre 5 y 14 años de edad. (2014-2019)

- **Información de Crecimiento Turístico**

Ecuador se proyecta como destino turístico internacional entre los países de arribo tenemos: Colombia, Estados Unidos, Perú, Venezuela y España siendo los principales emisores de viajes hacia el país. Medios foráneos destacan atractivos, como Galápagos y el Tren Crucero.

El arribo de turistas extranjeros a Ecuador creció en un 7,42% durante 2013, al registrar 1'366.269 arribos, superando así el crecimiento mundial que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, será del 4%. En 2012, en cambio, llegaron al país 1'271.901 visitantes. Según la página web elciudadano.com, Colombia, por tercer año consecutivo, sigue liderando el grupo de países emisores de turistas para Ecuador, con 344.363 personas, seguido por Estados Unidos, con 250.785; Perú, con 150.805; y Venezuela, con 102.317. Los puntos de llegada más significativos fueron las jefaturas provinciales de Migración, ubicadas en Pichincha, con 632.933; Guayas, con 321.508; seguidos por los pasos de frontera terrestre de Carchi, con 210.663; y El Oro, con 158.104; Loja, 11.574; y otras jefaturas, con 31.517. Este crecimiento, según elciudadano.com, es una evidencia de la aplicación de estrategias de promoción por el Ministerio de Turismo, lo que permitió que 2013 finalice con al menos una veintena de premios y reconocimientos mundiales, destacándose el que recibió Ecuador como 'World's Leading Green Destination 2013' (Destino Verde Líder del Mundo 2013), otorgado por (World Travel Awards Worldwide Edition en Doha, Qatar.)

El primero incluyó a Ecuador como uno de los 10 mejores destinos para conocer en 2014 en donde se buscará incrementar el crecimiento, en al menos un 12% de visitas adicionales, junto con Brasil, Panamá, Myanmar, el lago Myvatn, en Islandia; Nueva Zelanda, las playas de Nosara en la península de Nicoya (Costa Rica), Japón y San Sebastián (España); el segundo declaró que Ecuador es uno de los 52 principales destinos para 2014

y lo posicionó como el primero de América Latina y séptimo más importante del mundo.

Gracias al Boletín de Prensa No.407 publicado el 05 de agosto del 2014 se puede conocer que: El mes de julio cerró con el arribo de 904.249 turistas extranjeros al país, lo que representa un incremento del 14% con respecto al mismo período del año 2013. Ecuador está desarrollándose turísticamente de manera favorable para la economía del país.

### **c. Factor Político**

En el presente proyecto de investigación Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro del cantón Saraguro de la provincia de Loja se está cumpliendo con lo político ya que gracias al objetivo 5 "Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad". Plan del Buen Vivir 2013 al 2017 y su estrategia 5.2. Preservar, valorar, fomentar y re significar las diversas memorias colectivas e individuales y democratizar su acceso y difusión" que se encuentra dentro del plan del Buen Vivir, el mismo que contribuirá a su cumplimiento, ya que mediante la difusión y promoción de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, se las podrá dar a conocer a nivel local, regional y nacional.

### **d. Factor Sociocultural**

El factor sociocultural está relacionado con los aspectos sociales y culturales de una sociedad. Dentro de este factor se hace referencia a una realidad construida por el hombre que puede tener que ver con cómo interactúan las personas entre sí mismas, con el medio ambiente y con otras sociedades.

- **Social**

La población del cantón Saraguro según el censo del 2010, es de 14.123 varones que representa el 46.79 % hombres y 16.060 damas es decir el 53.21 % mujeres. (El cantón se distingue porque en su jurisdicción cuenta con un etnia indígena autóctona de los Saraguros, quienes hasta la actualidad conservan costumbres ancestrales de sus antepasados.) (Silva, 2014-2019)

**Salud:** El cantón Saraguro en la actualidad cuenta con una tasa promedio anual de morbilidad del 23.3%, cuyo porcentaje se distribuye en su área urbana con un promedio anual que oscila el 15.5% y en su área rural con un promedio anual de 8.25% constituyéndose en uno de los cantones con el mayor índice de morbilidad por cada mil habitantes en la provincia de Loja y aún más a nivel nacional. (2014-2019)

**Educación:** En el Cantón se evidencia que del total de 7.301 personas, el 79.15% de la población estudiantil se encuentra cursando el nivel primario el mismo que de acuerdo a la reforma curricular implantada en el año 2000 se aumentaron los tres primeros niveles de educación secundaria para constituir la educación básica culminándola a una edad promedio de 15 años.”(Plan de Desarrollo Territorial de Saraguro, 2006). “Del total de estudiantes que ingresan al nivel de educación básica (5.779 estudiantes) únicamente el 18.83% continúan sus estudios hasta culminar la instrucción secundaria. En cuanto a la educación superior, la inexistencia de centros educativos a excepción de la extensión de la Universidad Técnica Particular de Loja, impide que la población estudiantil ario, sumado a esto los altos costos en que incurrirían los estudiantes al trasladarse a centros educativos más cercanos, disminuyendo la posibilidad de continuar sus estudios superiores; no obstante, el servicio que presta la institución antes mencionada alcanza altos costos económicos, evidenciándose que tan sólo 189 estudiantes cursan el nivel superior, para lo cual deben trasladarse a centros educativos de ciudades como Cuenca, Loja, u otras ciudades, cantidad de la cual tan sólo 5 estudiantes logran alcanzar un postgrado; y, 221 personas que saben leer y escribir no precisan su grado de instrucción. El Cantón Saraguro dispone de 134 edificios y 414 aulas distribuidas según las necesidades de cada una de las parroquias en las que existe un predominio de construcciones de hormigón y estructura metálica, además de aulas hechas con adobe debido al clima imperante en el lugar (2014-2019)

**Vivienda:** Según la Comisión Especial Interinstitucional de Estadísticas de Pobreza del INEC, se considera características físicas de las viviendas deficitarias a las viviendas con paredes exteriores de lata, tela, cartón, caña



no revestida, plástico u otros materiales precarios o que el piso de la vivienda sea tierra u otros materiales efímeros, las parroquias Lluzhapa, San Pablo de Tenta y Yuluc presentan mayor porcentaje de hogares con material de vivienda deficitario (2014-2019)

**Vialidad:** Las vías del cantón en su mayor parte presentan capas de rodadura de Lastre y tierra con un 35.96 % y 56.70 %, respectivamente, apenas el 7.34 % de las vías son asfaltadas. (2012)

**Agua:** En agua potable sólo el 9% de la población lo tiene; en cuanto a agua entubada la población posee el 64% y el 27% de la población del cantón no posee ni agua potable ni entubada, por lo que su consumo se refiere a las provenientes de vertientes o canales de riego o acequia. (2014-2019)

**La migración** es el principal problema que los Saraguros enfrentan es la migración lo que genera desintegración familiar y la pérdida de la identidad cultural, en igual sentido pérdida de profesionales y bajo estímulo hacia la preparación académica, ya que lo más importante es mejorar el nivel económico, incremento de consumo de alcohol por los jóvenes, un acelerado proceso de transculturación y pérdida de los valores culturales y desinterés por los procesos organizativos comunitarios y sociales.

**Alcantarillado :** Del 100% de la población, el 89% no posee alcantarillado al nivel cantonal, mientras que sólo el 47% posee latinización a base de pozo ciego, mientras que a los desechos sólidos son botados en los propios terrenos de tal manera se constituyen en un riesgo sanitario ya que cuentan con un recolector de basura pero no abastece en su totalidad proporcionando solo a la cabecera cantonal así mismo con el servicio de energía eléctrica pasa por todas las calles de la ciudad de Saraguro para uso residencial, comercial e industrial, no disponen de alumbrado público los sectores alejados del centro de las cabeceras parroquiales. (Silva, 2014-2019).

- **Factor Cultural**

Hay muchos lugares turísticos que se destacan en la parroquia y el cantón Saraguro son los siguientes:

### **Análisis Externo: Atractivos Turísticos Naturales y Culturales**

**Cerro Puglla:** Se encuentra ubicado en el Sur de la parroquia Saraguro a unos 5 Km. vía a Loja. Tiene 3.381m.s.n.m. La temperatura fluctúa entre los 8 a los 18° C. La precipitación promedio anual en el lugar es de aproximadamente 700,8 mm.

La vegetación nativa de esta zona se puede encontrar numerosas orquídeas, bromelias y musgos; los estratos arbustivos son representados por rubiáceas, melastaceae, y chusquea, las especies de pasto el kikuyo, pasto azul y el trébol. La fauna silvestre por una gran variedad de aves, entre cuyas especies podemos mencionar: buitres, gavilanes, pavas de monte, loros cari rojizo, mirlos, pájaros carpinteros, chilalos y dentro de los mamíferos el tapir o danta, venado de páramo, zorros, algunas de las cuales están en proceso de conservación.

**Baño del Inca:** Se encuentra ubicado al extremo norte de la cabecera cantonal, a 1.5 Km. de distancia en el trayecto hacia la ciudad de Cuenca a 150 metros de la vía panamericana. Es un paraje de enigmáticas y sorprendentes formas, una fuente de agua cristalina es la puerta de entrada, en sus escabrosas rocas, existen cuevas o cavernas así también una cascada natural de agua muy limpia y plateada que alimenta permanentemente la fuente ya descrita y a los costados de todo este paraje surge una fértil vegetación que sirvieron de cortinas para proteger del frío y del sol al poderoso inca Atahualpa que según la historia se dice que este se bañaba en el lugar es entonces la razón por lo que se le asignado ese nombre.

**El León Dormido:** Este lugar está situado a 7 Km. en la parte norte de la cabecera cantonal, en la parroquia Urdaneta, su temperatura oscila entre los 12 a 14 grados centígrados; el modo de acceso es fácil hasta las faldas de esta montaña, luego se accede a pie o a acémila debido a que no existe una

carretera para poder acceder con otro vehículo. Es un sitio que tiene la forma de un león dormido y es la razón por la que le han asignado ese nombre, esta es una pequeña elevación natural de aproximadamente unos 50 metros de altura, el acceso a la cima es difícil por no existir un camino plenamente establecido y por su sistema rocoso muy irregular.

**Virgen del Kaká:** Este sitio turístico se encuentra ubicado a 10 km de la cabecera cantonal en el barrio Oñakapac perteneciente a la parroquia Saraguro, tiene una altitud de 2300 m.s.n.m. Su temperatura fluctúa entre los 08 a los 18 °C, el acceso a este sitio turístico se lo puede hacer mediante cualquier vehículo hasta su barrio antes mencionado, a partir de aquí solo se puede acceder a pie que queda a unos 15 minutos. El río forma una gran cascada a la que se le ha dado el nombre debido a que pobladores y gente cercana al lugar han visto a la virgen entre la cascada, que se la puede apreciar desde el frente por la parte de arriba de la cascada; en la base de la cascada forma una gran laguna con una profundidad de no más de 2.50 metros.

**Bosque Natural de Washapamba :** Se encuentra ubicado en la parte sur del cantón Saraguro, aproximadamente a unos 4 Km. de la cabecera cantonal, es atravesado por la vía Panamericana. Este sitio turístico es una reserva natural, conocida como el bosque natural de Washapamba; es una reserva natural de las comunidades de Saraguro, Ilincho, Lagunas, Gunudel y Gulagpamba, con una extensión aproximada de 217.42 hectáreas, dentro del bosque la temperatura fluctúa entre 6 y 16 °C, la altitud en este lugar es diversa ya que existen montañas con gran elevación con altitudes de 2.800 y 3.000 m.s.n.m, está principalmente cubierto por densas nubes, se encuentra amplia variedad de plantas como el mullón, romerillo, cedro, orquídeas, capulillo, musgos y también animales algunos de los cuales están en peligro de extinción.

**Iglesia Matriz:** La Iglesia se encuentra ubicada en el centro de Saraguro frente al parque central. El templo de Saraguro fue construido en el periodo comprendido entre 1943 a 1963 y restaurado en 1983 a 1991. La fachada trabajada con piedra; los muros de tapia, arena, columnas de cal y ladrillo; piso de baldosa de granillo y cemento colorado; tumbado de romerillo y cedro.

**Monumento del Choclo:** Representa la identidad de este pueblo, el mismo que se cultiva en casi todo el cantón. es un icono representativo del cantón ya que en su mayoría se dedican a la siembra del maíz.

**Parque de las Culturas:** 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. Eloy Alfaro: gestor de las más grandes revoluciones, que se han realizado en el Ecuador, la que ha llevado al país a la modernidad; y Atahualpa: símbolo histórico de la construcción de la nacionalidad ecuatoriana

**Cascada de Agua Santa:** 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.

**Laguna de Chinchilla:** Se encuentra ubicado al occidente de Saraguro a 3796 m.s.n.m. Laguna natural donde se puede disfrutar del poder curativo de sus aguas, plantas y rituales ancestrales

#### **e. Factor Tecnológico**

El cantón Saraguro cuenta con 6339 viviendas y una población de 31, 183 habitantes, con una cobertura de 8.40%, así como también con una tarifa básica 10 dólares mensuales, con un número de líneas telefónicas 532 a nivel cantonal, además es importante conocer que se utiliza los postes del alumbrado público para el tendido de la red. El servicio de telefonía que presta CNT, representa el 5.9% en la ciudad de Saraguro, estableciéndose un gran déficit en el resto de cabeceras parroquiales, comunidades y barrios del cantón. El servicio intradomiciliario es con discado directo nacional e internacional y lo brinda la empresa estatal CNT. Además realiza el cobro de planillas Telefónicas. Cuentan con edificio propio con un área de construcción de 187m<sup>2</sup>, presta el servicio a nivel urbano y rural para lo cual laboran dos

personas. Además es importante mencionar que la Empresa CLARO, atiende a parte de la población del cantón Saraguro con el servicio de telefonía móvil (celular) en un 60,8% de la población (217,197 personas), también es importante mencionar que el servicio de internet se lo utiliza en un 26,6% (95,086 personas) y finalmente la utilización de computadoras con un 32,4% (115,846 personas) del total de la población. La cobertura del servicio telefónico a nivel cantonal es del 8.4%, existiendo un déficit del 91.6% por cubrirse. (Silva, 2014-2019)

**Medios de comunicación:** La Empresa Nacional de Correos.- Es un medio de envío y recibo de correspondencia. Es una entidad bajo la dependencia del Estado, funciona en un local arrendado. Prestan servicios administrativos, los cuales debería funcionar en un solo edificio. Esta Oficina funciona en horas y días laborables y por su dependencia con la matriz de Loja, el servicio se tarda en llegar a su destino. No existe apartados de correo. Las cooperativas realizan correo paralelo, compitiendo con la Oficina de Correos (Silva, 2014-2019)

**Radios y señal de Televisión.-** Radios locales como Frontera Sur y Radio Saraguro en FM, radios de alcance provincial como Sociedad, Luz y Vida y Matovelle de Loja, radio Buen Pastor de Quito. La señal de televisión nacional de Canal UNO, RTS, Teleamazonas y la red privada TV cable. (Silva, 2014-2019)

**Medios de Prensa.-** Los medios de prensa escrita, provincial y nacional como son los diarios La Hora, Crónica de la Tarde, El Extra, El Comercio, La Libertad, El Tiempo y las revistas Vistazo y Visión. (Silva, 2014-2019)

**Biblioteca Municipal.-** Se encuentra en el centro de la ciudad, se administrada por el Municipio de Saraguro, existe poca afluencia de lectores a la biblioteca, en la mayoría de los días pasa vacía y es utilizada en su mayoría por estudiantes de los colegios.. Se necesita una biblioteca virtual. (Silva, 2014-2019).

## **f. Análisis General de las Encuestas Aplicadas**

Una vez aplicadas las 380 encuestas con veinte y dos preguntas opcionales y de selección múltiple a la población saragureña, se concluyó que todos los encuestados son de nacionalidad Ecuatoriana siendo los mismos de natalidad Saragureña, por lo cual, se aplicó dichas encuestas a los turistas visitantes de la parroquia Saraguro de entre 15 años y 61 años lo que dedujo que los jóvenes de 100% ocuparon el 87%, por lo tanto, la mayoría cuentan con el segundo nivel de estudios, sin embargo, los mencionados son estudiantes, amas de casa, servidores públicos, servidores privados, jubilados, entre otros.

No obstante, se teorizó que el cantón Saraguro cuenta con una variedad de fiestas unas más conocidas que otras, pero, la fiesta que predomina es la de la Virgen de Agua, y en menor porcentaje es la Semana Santa, entre otras. Sin embargo, la mayoría de la población acude a las festividades por diversión y si el acontecimiento es religioso asisten por devoción y también por turismo. Por ende, al momento de acudir a las festividades los encuestados mencionan que van en compañía de familiares y amigos, utilizando servicios turísticos como alimentación, transporte, baterías sanitarias, y un bajo nivel se hospedan, además los lugares que prestan servicio de alimentación son restaurantes de comida típica, restaurant de comida internacional y en un bajo porcentaje comida rápida, cabe mencionar que los lugares a alojarse durante su estadía en las festividades son hostel con una mayor acogida, seguida de otros espacios de alojamiento, seguido hotel, hostería para la comodidad de cada uno. Se recomienda durante su estadía visitar lugares de entretenimiento como: el parque, teniendo una mayor acogida, y en un menor porcentaje a centro recreacional, a los mismos que se los califican como Bueno.

Posteriormente, dentro de las encuestas lo que más les gustó son los artistas y las danzas tradicionales y lo que menos les gustó son la programación los juegos pirotécnicos y el rodeo montubio de algunas festividades; por tal razón, se indica que en las festividades se realizan una variedad de actividades entre ellas misas, el baile, danzas, entre más. Se tomó en cuenta el gasto promedio que invierten al momento de acudir a las festividades se encuentre entre once a treinta dólares y los menos esta debajo de los diez dólares. Además es

importante mencionar que si están de acuerdo con el lugar donde se realizan cada una de las festividades. Asimismo es importante mencionar que actividades se realizan durante la programación entre ellas se destacan: artistas, danzas, procesiones, misas, bailes y motocross

Consecutivamente, se menciona que dentro de las festividades se implementen y se rescaten las costumbres y tradiciones A pesar de lo dicho, los encuestados al momento de acudir a las fiestas utilizan más transporte público y propio calificando la accesibilidad como Buena.

Seguidamente a la población considera que si se le ha dado la importancia necesaria a cada festividad.

Subsiguientemente, la población encuestada sugiere que le gustaría enterarse de las festividades a través de afiche, Valla publicitaria, calendarios festivos, artesanías típicas, manillas entre otros.

### **6.1.2. Análisis interno**

#### **a. Análisis General de las Entrevistas Aplicadas**

Luego de aplicar las pertinentes entrevistas al jefe de turismo del GAD y tres a los turistas y visitantes y a los síndicos que se encuentran inmersas en estas festividades de la parroquia Saraguro, puedo recalcar que las fiestas religiosas son las que más prevalecen y sobresalen.

Las fiestas religiosas cuentan con sus respectivos sacerdotes y devotos, claro que cada persona entrevistada tiene su propio punto de vista en lo referente a las fiestas; pero, según sus respuestas mencionan su historia, necesidades, fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas y lo más importante que consideran. Cabe resaltar que para las fiestas religiosas el presupuesto lo da la gente colaboradora, los devotos, los sacerdotes, ellos son el eje fundamental, ya que aportan y financian las festividades con su apoyo, pero de una manera vulnerable. Sin embargo, subrayando en las fiestas religiosas, se suelen celebrar de forma separada la cultura indígena de la mestiza.

En el cantón Saraguro la fe es lo que prevalece, lo que se está perdiendo es la parte cultural, ya que vienen personas con pensamientos foráneos y, por lo mencionado, en el ámbito cultural se debe rescatar tradiciones y costumbres propias del cantón.

Finalmente el presente proyecto de investigación se enfoca en la elaboración de un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, con el que se pretende no solo promocionar las festividades, sino también contribuir con una solución, eliminando las debilidades y evitando las amenazas que afectan el espacio, con el fin de darles un plus a las festividades que se desarrollan durante todo el año.

## **b. Reseña Histórica de Saraguro**

El término *Saraguro* no tiene una definición clara, se dan diversas interpretaciones, pero, lo que sí, se ha llegado a la conclusión, que el nombre está estrechamente ligado al maíz.

Saraguros tiene varias interpretaciones: se considera que antes de la conquista incásica los Saraguros formaban parte de los Paltas. Por los años de 1450 a 1520. Los historiadores señalan que Túpac Yupanqui y luego Huana Cápac, al dirigirse al Reino de Quito, fueron dominando pueblos enteros pero, por la resistencia que presentaron fueron castigados y trasladados a tierras del Perú y reemplazados por poblaciones de "*mitmacunas*". La historia oral narrada en la población de Saraguro, también aporta la hipótesis del ancestro mitmacuna..

### **Origen de los Saraguro: Tierra del Maíz**

Entre sus más variados productos el que se destaca es el maíz, gramínea que se *cultiva* en gran escala y al mismo que los nativos le dan provechosos empleos, puesto que se trata del principal alimento diario. Lo utilizan en todas sus comidas y aún bebidas, el maíz es preferido en la preparación de la "chicha" tan usual en las diferentes épocas del año. De aquí el nombre dado a esta parcialidad indígena del Ecuador de Saraguro, es decir SARA = Maíz



y J U RU = inclinado, agobiado o también germinado, esta derivación significaría el maíz agobiado de frutos, tierra ubérrima del maíz o también maíz germinado, preparado para la tradicional "chicha", lugar típico de la famosa chicha de maíz.

Las tierras fértiles de la región hacen de Saraguro el cantón más productivo de la provincia de Loja, produce los más variados frutos producto de siembras tan auténticas como la vida misma de sus habitantes, sin técnica, sin tractores, sólo con la ayuda de dos bueyes y un arado rudimentario, fabricado al calor del sudor y el llanto del mismo Saraguro, cuyo rondador, flauta, pingullo o quipa expresan en lenguaje muy tierno y sentido la amargura y la desesperación de una raza vencida.

### **Etnia Saraguro.**

Se cree que Túpac Yupanqui fue quien conquistó esta región de los Paltas, que fueron una Etnia Indomable y brava. El Inca después de vencidos los deportó a lejanas tierras o bien huyeron.

### **Contextura Física**

Poseen singulares características antropomórficas. En estudios realizados se determina que su talla promedio alcanza. Hombre; 1.65 m. Mujer; 1.50 m. Su cabeza comparada con el cuerpo es pequeña cubierta de una larga cabellera trenzada. Su rostro ligeramente ovalado. Pestañas cortas y rectas, nariz aguileña ni muy chata ni ancha en su base.

c. Fichas de Resumen de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.

**Cuadro 6. Ficha resumen de Fiesta en Honor a la Virgen María**

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta en Honor a la Virgen María		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Gráfico N° 4 Fiesta en Honor a la Virgen María</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el canton saraguro</p>
<p><b>Características:</b> Desde este jueves, los moradores del Cantón Saraguro, se aprestan a celebrar las festividades en honor a la Virgen del Cisne, por varios años esta celebración convoca a cientos de religiosos de la provincia y de otros sectores del país que llegan a compartir las fiestas religiosas, culturales y deportivas en homenaje a la portentosa imagen del cisne. El club reina del cisne realiza el cordial agradecimiento a todos los socios y socias, priostes priostas, pueblo en general y saragurenses residentes en España, por el apoyo brindado para la realización de las festividades, que con fe y amor se las realiza en honor a nuestra patrona la Virgen del Cisne. Por varios años esta celebración convoca a cientos de religiosos de la provincia y de otros sectores del país que llegan a compartir las fiestas religiosas, culturales y deportivas en homenaje a la portentosa imagen del cisne. Los moradores del Cantón Saraguro, se aprestan a celebrar las festividades en honor a la Virgen del Cisne, los priostes y socios del Club Reina del Cisne, organizan una serie de actividades como la Novena que empieza el 19 de abril y culmina el viernes 27 de abril, posterior a la novena se realizan varias actividades es su honor</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Es recomendable acudir con ropa abrigada, cámara fotográfica, filmadora, respetar las costumbres tradiciones.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Eventos culturales, deportivos, musicales y religiosos</p>		

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda


### Cuadro 7. Ficha resumen de Fiesta de Corpus Cristi

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de Corpus Cristi		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Grafico N° 5 Fiesta de Corpus Cristi</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el canton saraguro</p>
<p><b>Características:</b> El Corpus Christi es una fiesta tradicional y muy arraigada dentro de las tradiciones saragureñas. Esta fiesta permite observar los dos puntos que conforman las actuales costumbres de los saraguros, por un lado, los rasgos propios y por otra parte, las costumbres foráneas que se han ido adquiriendo a través del tiempo. Hoy por hoy, el Corpus Christi representa al Inti Raymi, fiesta inca que en el calendario solar se considera la “Fiesta del Sol”, la cual que se sigue celebrando por varios pueblos indígenas del Ecuador.</p> <p>El Corpus Christi es una de las principales fiestas que celebra la Iglesia Católica, más la acogida que se la dio en la época colonia por parte de los indígenas, es gracias a la coincidencia de ésta con la celebración indígena del Inti raymi. Una gran cantidad de fiestas, y todas ellas llenas de alegría son las características de esta celebración que llenan de colores, música y vida a los Saraguros.</p> <p>Según Chalán, que a su vez cita a Morocho y Quizhpe 1993, en Saraguro se celebran dos fiestas durante esta época. Los indígenas por su lado, y ocho días más tarde la gente del pueblo.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Es recomendable llevar, cámara fotográfica, filmadora, etc.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Turismo Religioso, Turimo cultural, Toma de fotografías, Participar de las festividades.</p>		

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Cuadro 8. Ficha resumen de Fiesta de San Pedro

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de San Pedro		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Grafico N° 6 Fiesta de San Pedro</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el canton saraguro</p>
<p><b>Características:</b> La fiesta de San Pedro (29 de junio) la está patrocinado principalmente por la gente ningún-indígena el pueblo Saraguro. La fiesta de San Pedro que se realiza el (29 de junio), es el santo patrón del pueblo de Saraguro, se patrocina principalmente por los habitantes no-indígenas del pueblo. Dura durante varios días, con los eventos principales que tienen lugar en la víspera del día del santo, y el propio día. Incluye masas y procesiones religiosas, fuegos artificiales y la escena fuera de globos de aire-caliente, las presentaciones musicales especiales, y actuaciones por los bailarines disfrazados.</p> <p>En Saraguro se celebran las fiestas patronales de San Pedro. Desde hace una semana los devotos rinden pleitesía al Santo con novenas y melodías interpretadas por las bandas de pueblo. Participan de esta tradicional fiesta varios devotos de otras provincias del Ecuador. Ayer en la noche se cumplieron las vísperas.</p> <p>Los priostes durante todo el año alistan una variada programación, por eso las fiestas son amenizadas por artistas, el tradicional aguado (licor con leche) y castillos. Los priostes organizan el evento con el liderazgo de Luis Silva que tiene la colaboración de quienes durante la novena reciben a la imagen en sus domicilios.</p> <p>El Club San Pedro que tiene su sede principal en esta localidad también coordina las actividades con las personas de Saraguro que residen en Ambato y El Guabo</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Rituales, Purificaciones., Ceremonias, tusimo religioso, turismo cultural. Procesion</p>		

**Fuente:** observación directa  
**Elaborado:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Cuadro 9. Ficha resumen de Fiesta de Tres Reyes

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta Tres Reyes		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Grafico N° 7</b> Fiesta Tres Reyes</p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el canton saraguro</p>
<p><b>Características:</b> Esta es la gran fiesta de la comunidad saragureña, representa principalmente la unidad de la sociedad expresada en cada una de las actividades realizadas en dichas fiestas. El baile, la música y la comida son muy relevantes en esta ocasión, junto con la intervención de rituales y personajes específicos.</p> <p>Las fiestas de enero, se celebran el 6 de enero, y se toma el nombre de Tres Reyes, con esta fiesta se culmina la celebración de la Navidad en el pueblo Saraguro. La fiesta de Los Tres Reyes magos, sigue la misma connotación que tiene para la Iglesia Católica, los reyes visitan al niño Jesús después de su nacimiento, y le entregan. Esta fiesta comienza con una misa en la Iglesia de Saraguro, en donde se bendice al niño Jesús, quien es llevado por los Marcataytas; después de esta misa se realiza una procesión con todos los juguetes nombrados anteriormente. La celebración termina en la residencia del Marcataytas, en donde se sirven platos típicos de la Región.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Rituales, Purificaciones., Ceremonias, tusimo religioso, turismo cultural.</p>		

**Fuente:** observación directa

**Elaborado:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## Cuadro 10. Ficha resumen de Fiesta de Semana Santa

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de Semana Santa		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p style="text-align: center;"><b>Grafico N° 8 Fiesta Semana Santa</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el canton saraguro</p>
<p><b>Características:</b> Los indígenas festejan la Semana Santa a través de ritos, pero enmarcados en la fe católica. Saraguro. Designación de priostes, procesiones, fiesta y comida comunitaria, forman parte de la celebración de la Semana Santa de los pueblos indígenas de Saraguro, cantón ubicado a 64 kilómetros de la ciudad de Loja.</p> <p>Aunque los ritos son un poco diferentes de las celebraciones que hacen los mestizos, coinciden en la misma fe hacia Jesucristo, puesto que el 90 por ciento de la población del cantón es católico.</p> <p>Está comandada por el alumbrador que en el mundo mestizo sería un prioste, lo acompañan los 'priostes' y mayordomos del Santísimo. Ellos, a través de una procesión, visitan las casas de sus vecinos. Colocan un tejido de palma de ramo (al ser especie endémica ahora utilizan otras variedades) en los umbrales de las viviendas y con ello se celebra el Domingo de Ramos.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica, filmadora,</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Danzas, comida,comunitarai,rituales,purificaciones.,ceremonias, tusimo religioso, turismo cultural.</p>		

**Fuente:** observación directa

**Elaborado:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Cuadro 11. Ficha resumen de Fiesta de Virgen de Agua Santa

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de Virgen de Agua Santa		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Grafico N°9 Fiesta de Virgen de Agua</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en la comunidad de Oñacapac</p>
<p><b>Características:</b> Las 350 familias de la comunidad Oñacapac, ubicada a ocho kilómetros de la ciudad de Saraguro, se aprestan a rendir tributo a su patrona, la Virgen de Agua Santa, imagen que se venera en el sector desde hace 303 años, que fue cuando apareció en una cascada natural, que dio origen a su nombre.</p> <p>Los festejos, organizados por la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros (FIIS). Vale destacar que la comunidad fue fundada hace aproximadamente 300 años. En sus inmediaciones se encuentra el Santuario Turístico, que es donde se encuentra la Virgen de Agua Santa.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica, filmadora,</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Danzas, comida,comunitarai,rituales,purificaciones.,ceremonias, tusimo religioso, turismo cultural.</p>		

**Fuente:** observación directa

**Elaborado:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda



## Cuadro 12. Ficha resumen de Fiesta de Virgen del Auxilio


<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de Vrgen del Auxilio		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Grafico N° 10 Fiesta Virgen del Auxilio</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el Santuario María Auxiliadora de Zhindar.</p>
<p><b>Características:</b> Las fiestas religiosas en honor a la Virgen María Auxiliadora arrancan con la Noche de Faroles. Un acto en honor a la Sagrada Imagen por los favores recibidos.</p> <p>El evento se desarrolla desde la Iglesia Matriz de Saraguro hasta el Santuario María Auxiliadora de Zhindar.</p> <p>Los mejores faroles, que pueden ser elaborados en carrizo y papel, material reciclado o con velas y flores, serán premiados con un cuy. Esta era una tradición practicada por los ciudadanos de Saraguro para agradecer a María por los favores recibidos. Además es importante que las familias retomen este símbolo de unidad que caracterizó al evento en años anteriores</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica, filmadora,</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Danzas, rituales, purificaciones., ceremonias, turismo religioso, turismo cultural.</p>		

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda



### Cuadro 13. Ficha resumen de Fiesta de Navidad

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de Navidad		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro
<p><b>Grafico N° 11 Fiesta de Navidad</b></p>  <p><b>Fuente:</b> INEC <b>Elaboración:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda</p>		<p><b>Ubicación:</b> Esta manifestación cultural se la puede apreciar en el Santuario María Auxiliadora de Zhindar.</p>
<p><b>Características:</b> La Navidad para los Saraguros es una fiesta de unidad entre familiares, vecinos compadres y amigos de quien patrocina la fiesta. Esta celebración los Saraguros la viven con gran algarabía, particular que encierra un sin número de ritos y mitos durante toda la celebración.</p> <p>La preparación de la navidad en Saraguro, se inicia desde el 25 de diciembre, cuando ya el padre en el púlpito anuncia quienes serán los nuevos Markataytas para el próximo año, con algunas actividades como el de servir a los guiadores, escoger al Músico, escoger los juguetes, de buscar la leña, ahorrar el dinero, ya que tienen que servir muy bien a los personajes que intervienen en la fiesta, y a todos quienes acuden a su casa.</p> <p>Los patrocinadores de la fiesta se denominan Markataytas y las Markamamas, quienes guiados por el Síndico desarrollan todo un acto ritual religioso. Además existen otros personajes como: los Guiadores, los Músicos, los ajas o diablos, los wikis o monos, el oso, el león y sus respectivos paileros, sarawis (cuatro mujeres y cuatro hombres), estos a su vez se disfrazan de jíbaros, gigantes.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica, filmadora,</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Danzas, rituales, ceremonias, tusimo religioso, turismo cultural.</p>		

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

d. Ficha de jerarquización de atractivos turísticos

Cuadro N° 14 Ficha de Resumen

<b>Provincia:</b> Loja		<b>Cantón:</b> Saraguro				<b>Parroquia:</b> Saraguro			<b>Fecha:</b> 23 de junio 2015					
<b>Ord.</b>	<b>Nombre del Atractivo.</b>	<b>Calidad.</b>				<b>Apoyo.</b>			<b>Significado.</b>				<b>Su ma</b>	<b>Jerarq uía I,II,III,IV</b>
		<b>Valor intrín seco</b>	<b>Valo r extrín seco</b>	<b>Entor no</b>	<b>Estado de conserv ación</b>	<b>Acce so</b>	<b>Servi cios</b>	<b>Asocia ción atracti vos</b>	<b>Loc al</b>	<b>Reg .</b>	<b>Nac .</b>	<b>Inter.</b>		
		<i>Max. 15</i>	<i>Max. 15</i>	<i>Max. 10</i>	<i>Max. 10</i>	<i>Max. 10</i>	<i>Max. 10</i>	<i>Max. 5</i>	<i>Max . 2</i>	<i>Max . 4</i>	<i>Max . 7</i>	<i>Max. 12</i>		
1	<i>Fiesta en Honor a la Virgen María</i>	5	5	3	3	3	2	3	1	0	0	0	25	I
2	<i>Corpus Cristi</i>	5	4	3	3	3	2	3	2	0	0	0	25	I
3	<i>San Pedro</i>	4	4	4	2	3	3	2	3	0	0	0	25	I
4	<i>Tres Reyes</i>	5	4	4	3	3	2	3	2	0	0	0	25	I
5	<i>Semana Santa</i>	5	5	3	3	3	2	2	2	0	0	0	25	I
6	<i>Fiesta en Honor a la Virgen de Agua Santa</i>	5	4	3	2	3	2	3	3	0	0	0	25	I
7	<i>Fiesta de la Virgen del Auxilio</i>	5	5	3	2	3	3	2	2	0	0	0	25	I
8	<i>Navidad</i>	5	4	2	3	4	4	2	1	0	0	0	25	I

Fuente: Encuestas

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## e. Planta Turística del Cantón Saraguro.

### Alimentos y bebidas

Según el Catastro de Saraguro existen 22 establecimientos de Alimentos y Bebidas, como fuentes de Soda, cafetería y Bar pero cabe mencionar de los mencionados, es importante indicar que por la variedad que cada uno ofrece permite brindar un mejor servicio

**Cuadro N° 15: Alimentos y Bebidas.**

tipo de Actividad	Nombre	Dirección	Categoría	Teléfono
Fuente de Soda	Guarida La	agosto y Azuay	tercera	
Fuente de Soda	Tapas de Don Jorge	vda. Loja	tercera	
Cafetería	Mucanchik Micuicuna	el Oro y Loja	tercera	
Cafetería	Café del Teatro	José María Vivar y Sucre	tercera	
Bar	Wasi	Las Lagunas	tercera	
Restaurante	Arakawka	Av. panamericana y Guayaquil	segunda	029482
Restaurante	Cristal	vda. Azuay y el Oro		
Restaurante	Uru Manka	Loja e/ Intiñan y av. panamericana	segunda	200305
Restaurante	Reina del Cisne	El Oro y José María Vivar.	tercera	
Restaurante	Heers	Sucre y José María Vivar.	cuarta	
Restaurante	LELIS	El Oro y José María Vivar	cuarta	
Restaurante	Wasi Pirka	José María Vivar	tercera	
Restaurante	La Guarida del Sabor	Diez de Marzo y Azuay	tercera	
Restaurante	Pollos a la brasa Danielita	vda Loja y diez de Marzo	cuarta	
Restaurante	Inti Samana	El Oro y Loja	tercera	
Restaurante	Yumaray	3 de noviembre entre Loja y Azuay	tercera	
Restaurante	Wasi y Tiembla	José María Vivar y av. Oro	tercera	0888726
Restaurante	Wasi Cuchara	Loja y el Oro	tercera	200260
Restaurante	Reina del Cisne	Loja y el oro	tercera	n

Fuente: Catastro Turístico de Saraguro y la provincia de Loja 2011

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

• **Recreación, Diversión, Esparcimiento**

En recreación, diversión, esparcimiento existen 2 establecimientos de Recreación, Diversión y Esparcimiento registrados, además, de los mencionados existen más lugares de diversión y esparcimiento que son utilizados para diferentes actividades los mismos que ofrecen una variedad de servicios, entre ellos: cocteles, cervezas, licores, espectáculos, matines, deportes retiros espirituales entre otros.

**Cuadro Nº 16 Recreación, Diversión, Esparcimiento.**

Tipo de Actividad	Nombre	Dirección	Categoría	Teléfono
Discoteca	Zócalo Discoteca	El Oro y Calasanz	-	-
Karaoke		Cristóbal Zambrano y Panamericana	-	-
-	Coliseo de Saraguro	Avda. Loja y Fray Cristóbal Zambrano	-	-
-	Teatro municipal	Calle José M. Vivqgar y Sucre	-	-
-	Teatro Calasanz	Calle El Oro Av. Loja y Azuay	-	-
-	Complejo Deportivo Municipal	Panamericana Norte	-	-
-	Centro de retiros Calasanz	Zhindar – vía Tenta	-	-
-	Centro de retiros Carboncillo	Panamericana Norte vía Cuenca	-	-
-	Granja Piscícola Armijos	El Tablón vía San José	-	-
-	Complejo deportivo Japón	Av. Loja Juan Antonio Castro	-	-

Fuente: Catastro Turístico de Saraguro y la provincia de Loja 2011

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

• **Transporte Turístico :**

Saraguro cuenta con 1 establecimiento de Transporte Turístico, el cual, ofrece un servicio de transportación desde el cantón a la provincia.

### Cuadro Nº 17 Transporte Turístico.

Tipo de Actividad	Nombre	Dirección	Categoría	Teléfono
Transporte Terrestre	Cabrera González y Asoc.	Azuay y Luis Fernando Bravo	Trans. Terr. Tur.	093182725

Fuente: Catastro Turístico de Saraguro y la provincia de Loja 2011

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

#### • Alojamiento:

En el cantón existen 1 establecimientos que es hostel. 2 establecimientos hostel residencia y tres establecimiento que son pensiones los mismos que ofrecen servicios de alojamiento básicos para sus visitantes.

### Cuadro Nº 18: Alojamiento

Tipo de Actividad	Nombre	Dirección	Categoría	Teléfono
Hostal	Achik Wasi	Intiñan (Sector la Luz)	Segunda	220058
Hostal	Menbrillo	Parroquia Tenta	Tercera	
Hostal	Sara Allpa	Antonia Castro y Avda Loja	Tercera	
Hostal Residencia	Ñukanchi Sara Alpa	Antonio Castro y Loja	Tercera	
Hostal Residencia	Samana Wasi	10 de marzo y Panamericana	Tercera	2200315
Pensión	San Pedro de Saraguro	Loja e/Reino de Quiro y San Juan Antonio	Tercera	2200507
Pensión	Saraguro	Loja y Luis Fernando Bravo	Tercera	s/n
Pensión	Runa Wasi	Panamericana km 2 a Loja	Tercera	92186453
Pensión	Armijos	Luis Fernando Bravo	Tercera	

Fuente: Catastro Turístico de Saraguro y la provincia de Loja 2011

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

#### • Agencias de Viajes

En Saraguro existe 1 Agencia de Viaje la misma que presta el servicio de paquetes turísticos dentro del cantón como fuera e incluso fuera de la provincia.

**Cuadro N° 19: Agencias de Viajes**

<b>Tipo de Actividad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Categoría</b>	<b>Teléfono no</b>
Agencia de Viaje	Saraurku	10 de Agosto y José María Vivar	Operadora	22003 31

**Fuente:** Catastro Turístico de Saraguro y la provincia de Loja 2011

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

#### **f. Matriz de Análisis F.O.D.A**

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación. El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas.

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

En términos del proceso de Marketing en particular, y de la administración de empresas en general, la matriz FODA es el nexo que permite pasar del análisis de los ambientes interno y externo de la empresa hacia la formulación y selección de estrategias a seguir en el mercado.

El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener injerencia sobre ellas modificando los aspectos internos.

**Cuadro N° 20. Matriz de Análisis F.O.D.A**

FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planta turística</li> <li>• Diversidad de atractivos naturales y culturales</li> <li>• Designación de recursos por parte de las autoridades.</li> <li>• Amabilidad de sus habitantes.</li> <li>• Centro de información turística (itur)</li> <li>• Desarrollo de las fiestas en los diferentes periodos del año</li> <li>• Habitantes colaboradores</li> <li>• La parroquia contar con un párroco</li> <li>• Existe la identidad cultural de los Saraguros</li> <li>• La comunidad es muy creyente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escaso financiamiento en lo festivo.</li> <li>• Poca capacitación por parte de autoridades a los habitantes inmersos en la actividad turística.</li> <li>• Falta de personal para el centro de información turística.</li> <li>• Falta de capacitación a los guías turísticos.</li> <li>• Los atractivos no disponen de los servicios de guías turísticos</li> <li>• No existe un bus turístico</li> <li>• A culturalización</li> <li>• Deterioro de los atractivos</li> <li>• Falta de publicidad de las fiestas</li> <li>• Escasos servicios sanitarios en algunas festividades</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento Turístico.</li> <li>• Incremento de la Población Económicamente Activa.</li> <li>• Las actividades más altas son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.</li> <li>• Proyectos de inversión privada.</li> <li>• Ubicación estratégica.</li> <li>• Variedad de productos agrícolas.</li> <li>• Variedad de atractivos naturales y culturales.</li> <li>• Belleza paisajística</li> <li>• Turismo cultural</li> <li>• Turismo una alternativa de progreso local y social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deterioro de los atractivos.</li> <li>• Pérdida de identidad cultural.</li> <li>• Altos índices de migración e inmigración en el cantón</li> <li>• Abandono de los habitantes rurales hacia lo urbano.</li> <li>• Deterioro de los atractivos turísticos</li> <li>• Escasos servicios turísticos</li> <li>• Población con altos índices de alcoholismo.</li> <li>• Crecimiento de la tasa de inflación.</li> <li>• Vías de acceso limitado en épocas de lluvia.</li> <li>• Senderos en malas condiciones</li> </ul>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Con este análisis FODA se puede ultimar que las fortalezas y oportunidades son positivas para el entorno turístico, por ello, se planteará una propuesta que permita eliminar las debilidades y evitar las amenazas que afectan a la parroquia Saraguro de cantón Saraguro.

#### **g. Análisis F.O.D.A. MEFI**

Una vez elaborada la matriz FODA, que enlista los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una organización, el siguiente paso es evaluar primeramente la situación interna mediante la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI).

- 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.

Últimamente se analiza y menciona el resultado obtenido.



**Cuadro Nº 21 Matriz de Evaluación de Factores Internos**

MATRIZ MEFI			
Análisis FODA de las Fiestas Religiosas de la parroquia urbana Saraguro			
FORTALEZAS	Ponderación	Calificación	Resultados
Planta turística	0,05	4	0,20
Diversidad de atractivos naturales y culturales	0.05	4	0,20
Designación de recursos por parte de las autoridades.	0.05	3	0,15
Amabilidad de sus habitantes.	0,05	4	0,15
Centro de información turística (itur)	0,05	4	0,20
Desarrollo de las fiestas en los diferentes periodos del año	0,05	4	0,15
Habitantes colaboradores	0,05	4	0,15
La parroquia contar con un párroco	0,05	3	0,15
Existe la identidad cultural de los Saraguros	0.05	3	0,20
La comunidad es muy creyente	0,05	4	0,20
DEBILIDADES			
Escaso financiamiento en lo festivo.	0,05	1	0,05
Poca capacitación por parte de autoridades a los habitantes inmersos en la actividad turística.	0,05	2	0,10
Falta de personal para el centro de información turística.	0,05	2	0,05
Falta de capacitación a los guías turísticos.	0,05	2	0,05
Los atractivos no disponen de los servicios de guías turísticos	0,05	1	0,05
No existe un bus turístico	0,05	1	0,05
A culturalización	0,05	2	0,05
Deterioro de los atractivos	0,05	2	0,05
Falta de publicidad de las fiestas	0,05	1	0,05
Escasos servicios sanitarios en algunas festividades	0,05	2	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,50</b>

Fuente: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## **Análisis**

Una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 2,50 lo que significa que hay equilibrio entre las debilidades y fortalezas, por lo tanto, se deben proponer estrategias para aprovechar las fortalezas y evitar las debilidades.

### **h. Análisis F.O.D.A. MEFE**

La matriz de evaluación de factores externos permite evaluar los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas, resultado del análisis de las empresas

La siguiente matriz evalúa los factores externos, es decir, las oportunidades y las amenazas.

- Hacer una lista de oportunidades y amenazas externas con que cuenta la empresa.
- Asignar una ponderación relativa en un rango de 0,01 (irrelevante) a 0,9 (importante), la ponderación manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más ponderación que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y amenazas deben sumar 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 oportunidad menor, en lo referente a la calificación de las amenazas esta debe ser entre 1 y 2, en donde 1 indica que la 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 oportunidad o amenaza.
- 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 oportunidad y amenazas.

- Finalmente se analiza y menciona el resultado obtenido. (Fred, 2003)

### CUADRO Nº 22. Matriz de Evaluación de Factores Externos

MATRIZ MEFE			
Análisis FODA de las Fiestas Religiosas de la parroquia urbana Saraguro			
OPORTUNIDADES	Ponderación	Calificación	Resultados
Crecimiento Turístico.	0,060	4	0,24
Incremento de población económicamente Activa.	0,60	4	0,24
Las actividades más altas son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	0,60	3	0,18
Proyectos de inversión privada.	0,60	3	0,18
Ubicación estratégica.	0,60	3	0,24
Variedad de productos agrícolas.	0,60	4	0,18
Variedad de atractivos naturales y culturales.	0,60	3	0,18
Belleza paisajística	0,60	4	0,18
Turismo cultural	0,60	3	0,24
Turismo una alternativa de progreso local y social	0,60	4	0,24
AMENAZAS			
Deterioro de los atractivos.	0,040	1	0,04
Pérdida de identidad cultural.	0,40	2	0,08
Altos índices de migración e inmigración en el cantón	0,40	2	0,04
Abandono de los habitantes rurales hacia lo urbano.	0,40	1	0,08
Deterioro de los atractivos turísticos	0,40	1	0,04
Escasos servicios turísticos	0,40	2	0,08
Población con altos índices de alcoholismo.	0,40	2	0,08
Crecimiento de la tasa de inflación.	0,40	1	0,04
Vías de acceso limitado en épocas de lluvia.	0,40	2	0,08
Senderos en malas condiciones	0,40	2	0,04
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,70</b>

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## **Análisis**

Una vez analizada y evaluada la matriz de factores externos se obtuvo como resultado 2,70 lo que significa que las oportunidades son levemente superiores a las amenazas, por lo tanto, se deben proponer estrategias para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

### **i. Análisis de la Matriz estratégica FODA.**

Una vez efectuada la matriz FODA con su listado de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, la siguiente etapa es realizar una matriz que se deriva de la anterior: la denominada Matriz estratégica FODA (amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas).

- Estrategias FO: Se aplican a las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.
- Estrategias DO: Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.
- Estrategias FA: Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.
- Estrategias DA: Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno

**Cuadro 23. Matriz de Estrategia FODA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>factores internos</b>	Planta turística	Escaso financiamiento en lo festivo.
	Diversidad de atractivos naturales y culturales	Capacitación por parte de autoridades.
	Designación de recursos por parte de las autoridades.	Falta de personal para el centro de información turística.
<b>factores externos</b>	Amabilidad de sus habitantes.	Falta de capacitación a los guías turísticos.
	Centro de información turística (itur)	Los atractivos no disponen de los servicios de guías turísticos
	Desarrollo de las fiestas en los diferentes periodos del año	No existe un bus turístico
	Habitantes colaboradores	A culturalización
	La parroquia contar con un párroco	Deterioro de los atractivos
	Existe la identidad cultural de los Saraguro	Falta de publicidad de las fiestas
	La comunidad es muy creyente	Escasos servicios sanitarios en algunas festividades
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
Incremento Turístico.	Diseño de la marca de las fiestas religiosas para la parroquia Saraguro, cantón Saraguro.	Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar el número de visitas de turistas a cada una de las fiestas religiosas que se realizan en el cantón, las cuales se posesiones como parte de los atractivos
Incremento de población económicamente Activa.		
Las actividades más altas son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.		
Proyectos de inversión privada.		
ubicación estratégica.		
Variedad de productos agrícolas.		
Variedad de atractivos naturales y culturales.		
Belleza paisajística		
Turismo cultural		
Turismo una alternativa de progreso local y social		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Deterioro de los atractivos.	Diseñar en un calendario festivo las festividades y así dar a conocer cada una de las fiestas religiosas con que cuenta el cantón	Realizar la capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico para mejorar y brindar un mejor servicio de calidad
Pérdida de identidad cultural.		
Altos índices de migración e inmigración en el cantón		
Abandono de los habitantes rurales hacia lo urbano.		
Deterioro de los atractivos turísticos		
Escasos servicios turísticos		
Población con altos índices de alcoholismo.		
Incremento de la tasa de inflación.		
Vías de acceso limitado en épocas de lluvia.		
Senderos en malas condiciones		

**Fuente:** Matriz MEF, Matriz MEF1.

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## **6.2. Diseñar la marca de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.**

Después de haber realizado los factores externos e internos de la parroquia Saraguro del cantón Saraguro, posteriormente, se procede a plantear una propuesta de plan de Marketing, con una vigencia de cinco años; en el mismo, se ejecutan los objetivos estratégicos que las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado GAD, inmediatamente, deberán aplicar para mejorar la gestión turística y cultural del cantón.

En función a las actuales y mencionadas falencias, requerimientos y necesidades que existen en el cantón, a continuación se especifica cada paso para su posterior elaboración.

### **6.2.1. Misión**

Impulsar el desarrollo turístico del cantón Saraguro, a través de las fiestas religiosas, gestionando con organismos públicos y privados, los cuales apoyen la vivencia de estos acontecimientos culturales que buscan la hermandad y confraternidad del pueblo Saragureño, generando el mayor agrado de nuevas experiencias en los habitantes y turistas.

### **6.2.2. Visión**

Llegar a ser una parroquia sólida con creencias estables, enfocándonos en el espíritu de religiosidad que posee los habitantes, posicionarnos en la mente de los turistas y que de esta manera contribuyan al desarrollo económico del cantón, mediante el plan de marketing difundir a las fiestas religiosas como diez mejores de la región tomada en cuenta por la calidad de servicios brindado en las mismas

### **6.2.3. Valores**

- La responsabilidad: Es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien.

- Puntualidad. La puntualidad y la asistencia son factores de mucha importancia, para la microempresa. La puntualidad también se tendrá en cuenta para las reuniones con el personal. Estos factores son determinantes, en la consideración del incremento salarial de los funcionarios.
- Respeto: Significa valorar a los demás, acatar su autoridad y considerar su dignidad, el respeto se acoge siempre a la verdad. El respeto y la consideración también deberán reflejarse, en el buen trato hacia los compañeros de trabajo o clientes, o personas físicas u organizaciones privadas o gubernamentales que mantengan relaciones de tipo comerciales, para con la empresa.
- Honestidad: Constituye una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con sinceridad y coherencia, respetando los valores de la justicia y la verdad.
- Colaboración: En lo posible en todo tiempo el apoyo que se necesite para la satisfacción de los clientes.
- Lealtad y Compromiso: Para poder brindar servicios de calidad a los que nos visitan

**Gráfico N° 12 Marca de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro**



Fuente: Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
 Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Para la elaboración de la marca turística se consideró los siguientes elementos propios de parroquia Saraguro, los mismos que se describen a continuación:

Se consideró colocar al wiki ya es un personaje fundamental en las fiestas donde este personaje es el encargado de ponerle el toque humorístico a las fiestas, además por la variedad de implementos y variedad de colores que suelen utilizar en cada una de las fiestas.

#### 6.2.4 Propuesta de objetivos estratégicos

- Usar la marca de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja
- Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar la visita de turistas a las festividades que permitan posicionarlos en atractivos turísticos.
- Establecer un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico para mejorar y brindar un servicio de calidad, con el objetivo de formar guías óptimos y competentes.

**6.3. Objetivo Estratégico N°1:** Diseñar la marca turística para difundir las fiestas religiosas de la parroquia saraguro , canton saraguro de la provincia de loja

**Gráfico N° 13 Objetivo Estratégico N° 1**



Fuente: Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda



Esta es una marca turística que tiene un logotipo llamativo para atraer a turista y de esta manera se puedan difundir la variedad de festividades con que cuenta la parroquia.

**6.3.1. Descripción:** El logo se centra en un personaje muy fuerte y arriesgado y a su vez se relaciona con la bondad y maldad del ser humano, es llamado wiki o también conocido como diablo en la cultura ancestral del pueblo de Saraguro. El personaje se caracteriza por su traje llamativo donde predomina cuatro colores como: el amarillo hace relación con al esplendor del sol, azul a la pureza del cielo y las aguas, rojo al incandescente fuego y el verde a la naturaleza Finalmente en la parte inferior su eslogan manifiesta “tradición y cultura”, lo que proyecta la esencia resumida del catón

**6.3.2. Presupuesto: Presupuesto de diseño d la marca**

- Diseño de la marca 420
- Internet 75
- Materiales de oficina 25

**Total de la marca: 500**

## **6.4. Objetivo Estratégico N°2**

Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar el número de visitas de turistas a cada una de las fiestas religiosas que se realizan en el cantón, las cuales se posesionen como parte de los atractivos turísticos.

### **6.4.1. Meta**

Incrementar la visita de turistas mediante la elaboración de un plan de publicidad y promoción.

### **6.4.2. Estrategia**

- Diseñar herramientas de comunicación las mismas que permitan promover e impulsar la imagen con que tiene el Cantón Saraguro ante los diferentes mercados objetivos.
- Publicitar las fiestas religiosas de la parroquia, a través de los medios de comunicación más relevantes y escuchados.
- Creatividad e innovación en la publicidad, mediante la realización de afiches y vallas publicitarias.
- Ubicar las vallas publicitarias a la entrada ya que es una zona estratégica.
- Promocionar a Saraguro en sus festividades religiosas mediante centros de Información Turística en Loja y sus cantones, Agencias de viajes, también a través de las ferias que se realizan en la provincia y en las distintas oficinas de transporte público.

### **6.4.3. Políticas**

- El GAD de Saraguro difundirá cada una de las festividades mediante material publicitario, facilitando así a sus habitantes y turistas cada festividad que se realiza en fechas diferentes.
- La información que se presente deberá ser llamativa, clara, concisa y fácil de entender, asimismo, se deberá presentar información actualizada de las gestiones ejecutadas por el GAD.

- Las personas encargadas de brindar información a los turistas deberán poseer material apropiado, en donde no contenga demasiada literatura y sea cómodo para ser llevado por el turista durante su recorrido.

#### **6.4.4. Tácticas**

- Contratar a frecuencias radiales, para la trasmisión de una cuña radial, que presten las mejores opciones para invertir y difundir en horarios de mayor recepción.
- Entregar material publicitario como son: afiches calendarios y artesanías típicas del lugar para que se informen de las festividades que se realizan en Saraguro.
- La promoción y difusión de las festividades estarán dirigidas a turistas y visitantes en la cual se les otorgara lo que es los calendarios festivos, manillas, afiches entre otros.

#### **6.4.5. Responsables**

Encargado del Departamento de Turismo del cantón Saraguro Ing. Luis Muñoz.

#### **6.4.6. Tiempo**

- Dada la importancia que amerita la ejecución de la publicidad para las fiestas de Saraguro, su planificación es para un tiempo de duración de un año con posibilidad que e GAD sabrá resolver en qué periodo se efectuara la publicidad aumentando o extendiendo su tiempo y frecuencia.
- Utilizando y designando la publicidad mediante la elaboración de dos vallas publicitarias que estarán ubicadas estratégicamente en dos puntos de entrada del cantón Saraguro rotando durante seis meses.
- La trasmisión de las cuñas radiales serán en tres emisoras de la ciudad de Loja: Radio Luz y Vida y Matovelle, Radio Frontera del Sur 91.7, las mismas que se cumplirá trimestralmente variando una de otra

#### **6.4.7. Recursos**

##### **a. Recursos Humanos**

Encargado del Departamento de Turismo, Ing. Luis Muñoz  
Diseñador de la marca

##### **b. Recursos Materiales**

- Afiche
- Valla Publicitaria
- Cuña radial
- Calendario
- Artesanías típicas

##### **c. Recursos Económicos**

- Presupuesto Publicidad: **4.500.00**
- Presupuesto Promoción es: **1,875**

#### **6.4.8. Resultados Esperados**

- Fortalecer el turismo del sector a través de servicios turísticos ofertados al visitante.
- Optimizar la imagen turística de la parroquia y conseguir ser reconocidos dentro del mercado como destino turístico Motivar a los turistas a ser parte de las festividades que se realizan en los diferentes sectores de la parroquia
- Aumento de divisas turísticas hacia Saraguro.

#### **6.4.9. Indicadores**

- Promocion Entregada  
*Promoción Realizada*
- Publicidad Entregada  
*Publicidad Realizada*

## 6.4.10. Presupuesto

### a. Presupuesto Publicidad:

**Cuadro N° 24 Presupuesto de Publicidad.**

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO NITARIO	TOTAL
300	Afiches	0,35	105.00
2	Vallas Publicitaria	1,500	3000,00
2	<b>Radio Luz y Vida</b> Una cuña por la mañana Una cuña por la tarde	300,00	600,00
2	<b>Radio Matovelle</b> Una cuña por la mañana Una cuña por la noche	230,00	460,00
2	Radio Frontera del Sur Una cuña por la mañana Una cuña por la noche	220,00	440.00
<b>TOTAL</b>			<b>4.500.00</b>

Fuente: Matriz MEFE, Matriz MEFI.

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### b. Presupuesto de Promoción

**Cuadro N° 25: Presupuesto de Promoción.**

cantidades	detalle	precio unitario	total
300	Calendario Festivo	1,25	375.00
300	Artesanías	7,50	1500
<b>TOTAL</b>			<b>1,875.00</b>

Fuente: Matriz MEFE, Matriz MEFI.

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Publicidad por Radios:**

- **Radio Luz y Vida:** Su cobertura es toda la provincia de Loja, su mega 88.1 y su frecuencia FM Estéreo.
- **Radio Matovelle:** Su cobertura avanza toda la provincia de Loja y parte de la región sur, su mega 93.3 y la frecuencia FM Estéreo.
- **Radio Frontera del Sur:** Su cobertura avanza toda la provincia de Loja y parte de la región sur, su mega 91.7 y la frecuencia FM Estéreo.
- Los medios radiales antes mencionados se justifican debido a que tienen gran acogida y su frecuencia es buena para las personas que escuchan.

### **Propuesta Radial**

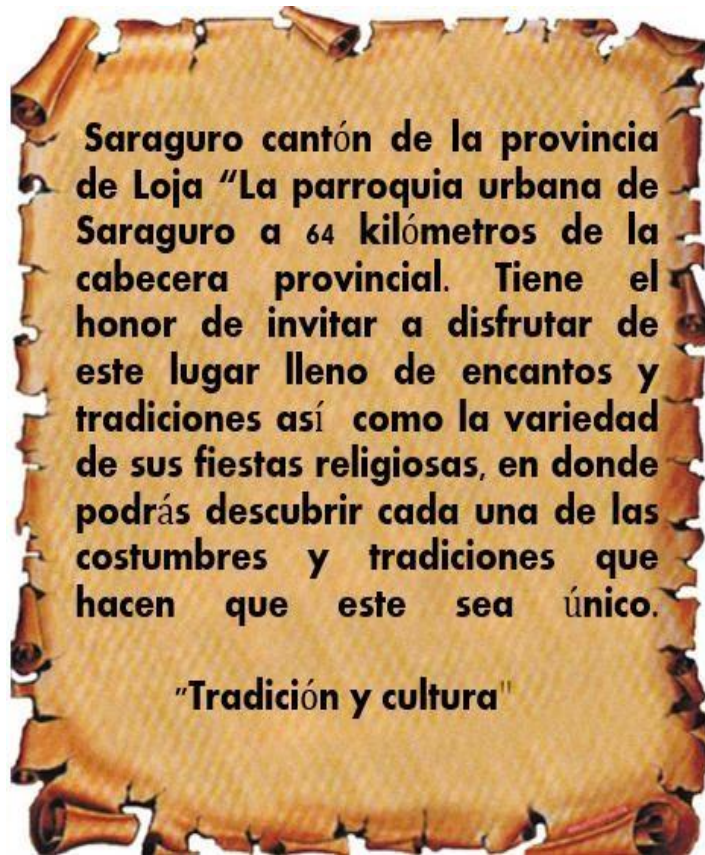
Una cuña radial es un breve y explícito anuncio publicitario que se emite durante el programa, esta debe ser clara y concisa a la hora de transmitir su mensaje, la duración promedio de tiempo para una cuña radial debe ser corta y precisa.

La cuña de radio es una forma de hacer publicidad donde juega un único sentido: el oído. Motivo por el cual debemos hacer más hincapié en ciertos factores para conseguir un anuncio de radio eficaz.

La impresión de afiches, calendarios también formará parte del plan de publicidad; con la diferencia de que a estos se los podrá encontrar en las oficinas de información turística de la Ciudad de Loja y Saraguro

**Cuña radial:** La cuña radial contendrá la ubicación, así como una pequeña invitación a disfrutar del cantón por su variedad de encantos, como la invitación a las fiestas religiosas donde se podrá descubrir sus tradiciones y costumbres.

**Gráfico N° 14 Cuña Radial**



Fuente: Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Afiche**

Se decidió realizar un Afiche festivo sobre la fiesta que predomina en la parroquia Saraguro, los mismos serán ubicados en lugares estratégicos de la parroquia Saraguro y la provincia como: parques, centros recreacionales, escuelas, cooperativas de transporte público y comercial en áreas urbanas y rurales, con el fin de brindar información a los peregrinos y turistas.

Gráfico N° 15 Afiche Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro



Fuente: Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Valla Publicitaria

Se decidió realizar dos vallas publicitarias sobre la fiesta que predomina en el cantón Catamayo, los mismos serán ubicados en dos lugares estratégicos, con el objetivo de lograr un mayor impacto a los turistas que visitan el cantón.

La valla publicitaria contendrá el tema Fiestas Religiosas en la cual se colocara a la entrada del cantón para una mejor visión de los turistas y generar un impacto y que de esta manera puedan visitar a la parroquia por su religiosidad e identidad. La valla publicitaria contendrá dimensiones de 3 x 6 metros



## Gráfico N° 16 Valla Publicitaria de Fiestas Religiosas



Fuente: Diseñador  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Calendario Festivo

Se va a diseñar un calendario festivo para promocionar las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, que se viven en todo la parroquia Saraguro, en el mismo se detallan los días festivos, que se realizan todos los meses del año con el fin de lograr una mayor afluencia de personas a las festividades.

Además, dentro de este calendario festivo se exponen otras festividades que se celebran. Sin embargo, los colores del diseño son colores llamativos que reflejan la confraternidad que se viven en las mismas.

Se realizó un calendario festivo de todas las fiestas religiosas de la parroquia donde contendrá el mes de celebración y la fecha en que se desarrolla esta actividad, para de esta manera poderlas difundir y promocionar a cada una en beneficio de los habitantes.

**Gráfico N° 17 Calendario Festivo de las fiestas Religiosa de la parroquia Saraguro**



**Fuente:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Manillas:** Se fabricaran 300 manillas, las mismas que tienen el nombre de cada una de las fiestas religiosas de la parroquia, fabricadas con mullos y estas son elaboradas por artesanos del mismo lugar, con el fin de la comunidad en general salga beneficiada al momento de tener visitas de turistas de diferentes lugares, además de ello que las fiestas se las logre posesionar en el mercado.

**Gráfico N° 18 Manillas Fiestas Religiosas**



**Fuente:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Cerámica:** Se elaboraran artesanías típicas las mismas que serán elaboradas por artesanos dedicados a esta actividad en el cantón en donde se mostrara identificativos del lugar como es el maíz y los Saraguros los mismos que se los elaborara en alto relieve donde resalte su cultura, además se le incluirá la marca de las fiestas religiosas para mejorar la economía del cantón Saraguro.



## Gráfico N° 19 Artesanías Típicas



**Fuente:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda  
**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Programación de la fiesta de San Pedro

**Saraguro.** La comunidad católica del cantón Saraguro celebra las festividades en honor a San Pedro, patrono de la localidad. La presencia de turistas y peregrinos es masiva, los actos se iniciaron el 16 de junio y culminan el 29 de mismo mes.

Varias actividades se realizan durante todo el año, para obtener los respectivos recursos económicos y así poder viabilizar cada uno de los actos que programa el Club San Pedro.

Las programaciones se coordinan con los integrantes de la comunidad religiosa residentes en otras provincias del país como Ambato, el cantón El Guabo.

En Ambato quien dirige esta colonia de Saragurenses es Néstor Armijos, mientras tanto que la colonia residente de los Saraguros en el cantón el Guabo es Omar Salgado. En Saraguro es dirigida por Manuel Beltrán.

El día central de esta fiesta religiosa, en homenaje a San Pedro es el 28 de junio. En la fecha por sus principales calles de la ciudad se pasean decenas de personas disfrazadas con diferentes atuendos, los integrantes del Club San Pedro, bailan al son del a música de la banda de pueblo que les abre paso para juntos protagonizar el multicolor desfile en honor a su patrono.

### **Martes 24 de junio Vísperas**

### **Miércoles 25 de junio**

12:00 Recepción de la Banda de Músicos

19:00 Pregón de Festividades, con la participación de los socios de Saraguro, Ambato y el Guabo.

### **Jueves 26 de junio.**

10:30 Mañana Deportiva

15:00 Tarde Deportiva

16:00 Triangular de Ecuavóley

20:00 Gran Bingo de Cuyes (sede del Club San Pedro de Saraguro)

21:00 Noche de Luces

23:00 Serenata San Pedrina

### **Viernes 27 de junio**

10:00 Juegos Recreativos

20:00 Actuación del Grupo de Voces del Concejo Provincial de Loja

21:00 Noche de la Confraternidad San Pedrina, actuación artística del Orquesta Don Medardo y sus Players

### **Sábado 28 de junio**

17:00 Concentración de disfrazados en la sede del club San Pedro

19:00 Traslado del castillo

22: 00 Quema del castillo y juegos pirotécnicos

### **Domingo 29 de junio**

05:00 Albazo a cargo de los Mayordomos

11:00 Santa Eucaristía en honor al Patrono San Pedro

15:00 Competencia de Motocross

**Cuadro N° 26: Matriz Objetivo Estratégico N° 2**

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2				
Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar el número de visitas de turistas a cada una de las fiestas religiosas que se realizan en el cantón, las cuales se posesionen como parte de los atractivos turísticos.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
Incrementar la visita de turistas mediante la elaboración de un plan de publicidad y promoción.	<p>Diseñar herramientas de comunicación las mismas que permitan promover e impulsar la imagen con que tiene el Cantón Saraguro ante los diferentes mercados objetivos. Publicitar las fiestas religiosas de la parroquia, a través de los medios de comunicación más relevantes y escuchados.</p> <p>Creatividad e innovación en la publicidad, mediante la realización de afiches y vallas publicitarias.</p> <p>Ubicar las vallas publicitarias a la entrada ya que es una zona estratégica.</p> <p>Promocionar a Saraguro en sus festividades religiosas mediante centros de Información Turística en Loja y sus cantones, Agencias de viajes, también a través de las ferias que se realizan en la provincia y en las distintas oficinas de transporte público.</p>	<p>El GAD de Saraguro difundirá cada una de las festividades mediante material publicitario, facilitando así a sus habitantes y turistas cada festividad que se realiza en fechas diferentes.</p> <p>La información que se presente deberá ser llamativa, clara, concisa y fácil de entender, asimismo, se deberá presentar información actualizada de las gestiones ejecutadas por el GAD.</p> <p>Las personas encargadas de brindar información a los turistas deberán poseer material apropiado, en donde no contenga demasiada literatura y sea cómodo para ser llevado por el turista durante su recorrido.</p>	<p>Contratar a frecuencias radiales, para la trasmisión de una cuña radial, que presten las mejores opciones para invertir y difundir en horarios de mayor recepción.</p> <p>Entregar material publicitario como son: afiches calendarios y artesanías típicas del lugar para que se informen de las festividades que se realizan en Saraguro.</p> <p>La promoción y difusión de las festividades estarán dirigidas a turistas y visitantes en la cual se les otorgara lo que es los calendarios festivos, manillas, afiches entre otros.</p>	Encargado del Departamento de Turismo del Cantón Saraguro o Ing. Luis Muñoz.
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
<p>Dada la importancia que amerita la ejecución de la publicidad para las fiestas de Saraguro, su planificación es para un tiempo de duración de un año con posibilidad que el GAD sabrá resolver en qué periodo se efectuara la publicidad aumentando o extendiendo su tiempo y frecuencia.</p> <p>Utilizando y designando la publicidad mediante la elaboración de dos vallas publicitarias que estarán ubicadas estratégicamente en dos puntos de entrada del cantón Saraguro rotando durante seis meses.</p> <p>La trasmisión de las cuñas radiales serán en tres emisoras de la ciudad de Loja: Radio Luz y Vida y Matovelle, Radio Frontera del Sur 91.7, las mismas que se cumplirá trimestralmente variando una de otra.</p>	<p><b>recursos Humanos</b> Encargado del Departamento de Turismo, Ing. Luis Muñoz señador de la marca</p> <p><b>recursos Materiales</b> Valla Publicitaria Cuña radial Calendario Artesanías típicas</p> <p><b>Recursos Económicos</b>  Presupuesto Publicidad: <b>4.500.00</b> Presupuesto Promoción es: <b>1,875</b></p>	<p>Fortalecer el turismo del sector a través de servicios turísticos ofertados al visitante.</p> <p>Optimizar la imagen turística de la parroquia y conseguir ser reconocidos dentro del mercado como destino turístico</p> <p>Motivar a los turistas a ser parte de las festividades que se realizan en los diferentes sectores de la parroquia</p> <p>Aumento de divisas turísticas hacia Saraguro.</p>	<p><i>Promoción Entregada</i></p> <p><i>Promoción Realizada</i> _____</p> <p><i>Publicidad Entregada</i></p> <p><i>Publicidad Realizada</i> _____</p>	

**Fuente:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## **6.5. Objetivo Estratégico N°3**

Establecer un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico para mejorar y brindar un servicio de calidad, con el objetivo de formar guías óptimos y competentes.

### **6.5.1. Meta**

Mejorar y optimizar la capacidad individual y social para contribuir al desarrollo turístico de la población Saragurenses, mediante un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico

### **6.5.2. Estrategia**

- Ejecutar charlas que estén dirigidas a los moradores acerca de lo que significan los guías nativos.
- Brindar capacitación a los guías nativos por el Ministerio de Turismo
- Desarrollar conferencias con temáticas para guías turísticos y la excelencia en el servicio.

### **6.5.3. Políticas**

- Las charlas se las dictara en una sala auditorio los días sábados con una duración de un año la cual se la realizara con el apoyo del departamento de turismo del Cantón Saraguro.
- La capacitación estará dirigida a los moradores, guías nativos y para personas que se anoten y sean parte dl programa de capacitación. .
- Las conferencias impartidas no tendrán ningún costo

Al finalizar se evaluara los resultados.



#### **6.5.4. Tácticas**

- Seleccionar a profesionales adecuados para que brinden las capacitaciones.
- Las capacitaciones se brindara a un número limitado de personas. (20 a 30).
- La capacitación se la realizara en el salón del Municipio del cantón Saraguro.
- La formación deberá ser ejecutada de forma en que no se interrumpa con los horarios de atención.

#### **6.5.5. Responsables**

- Encargado del Departamento de Turismo del cantón Saraguro Ing. Luis Muñoz.
- Municipio de Saraguro Ing. Jaime Poma (Técnico en Turismo)

#### **6.5.6. Tiempo**

La formación de los nuevos guías tendrá un tiempo de duración de 420 horas, distribuidas en 84 horas de capacitación cada tres meses.

#### **6.5.7. Recursos**

##### **a. Recursos Humanos**

- Encargado del Departamento de Turismo, Ing. Luis Muñoz
- Municipio de Saraguro Ing. Jaime Poma (técnico en Turismo).
- Habitantes del cantón Saraguro.

##### **b. Recursos Materiales**

- Equipo de computación
- Infocus
- Materiales de oficina (carpeta, esferográficos , hojas)
- Equipos de audio (micrófono)
- Espacios y lugar donde se ejecutara la capacitación
- Materiales de oficina (mesas, sillas)

### c. Recursos Económicos

El presupuesto Las capacitaciones brindadas para guías nativos no tienen un costo de 80 dólares.

#### 6.5.8. Resultados Esperados

- Conseguir que los habitantes reciban arduos conocimientos acerca de guianza, con el objetivo de motivarlos a ser partícipes del progreso turístico de Saraguro.
- Garantizar la excelencia en servicios turísticos que se ofrecen en el cantón
- Mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de un guía para que se desenvuelva de mejor manera ante un turista.
- Los pobladores que se dedican a la actividad turística obtengan su certificación de guías nativos y de tal manera contribuyan con el desarrollo turístico de la población
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes generando fuentes de trabajo.

#### 6.5.9. Indicadores

$$\frac{\text{Cursos Realizados}}{\text{Cursos Programados}}$$

$$\frac{\text{Total de Capacitacion Impartidas}}{\text{Horas de Capacitacion Programadas}}$$

$$\frac{\text{Aprobacion y certificacion del curso}}{\text{Personas Aprobadas del Curso}}$$

#### 6.5.10. Presentación del Programa de Capacitación Turística Nacional del Ministerio de Turismo.

Mediante estas capacitaciones que ofrece el Ministerio de Turismo a través del Plan Nacional Capacitación Turística se lograra que la comunidad de Saraguro logre mejorar la actividad turística y por ende que habitantes del cantón logren formarse como técnicos en guías nativos adquiriendo las licencias para poder desarrollarse en el campo turístico, lo cual es muy positivo ya que se logrará generar mayores fuentes de trabajo, así como desenvolverse de manera eficiente en el campo turístico de la parroquia.

## **Información sobre la capacitación:** Capacitación para guías nativos

- **Tema de la capacitación:** Capacitación para guías nativos.
- **Duración:** Tres meses cada capacitación tendrá una duración de 84 horas cada una (420 horas de capacitación).
- **Fecha de inicio:** 16 de enero del 2016.
- **Fecha de terminación:** 16 de marzo del 2016.

### ➤ **Descripción técnica.- Objetivo:**

Contar con guías nativos en el Ecuador a través de capacitaciones que permita mejorar la calidad de los servicios y el nivel de desempeño gracias a los aprendizajes, conocimientos y habilidades para ofertar la calidad de información para visitantes y turistas nacionales y extranjeros.

### ➤ **Tácticas**

- Seleccionar a profesionales adecuados para que brinden la capacitación
- Cumplir con las actividades antes previstas
- Facilitar material didáctico a los asistentes

### ➤ **Habilidades**

- Dinámico, positivo, innovador capaz de proponer alternativas y ser creativo
- Sociable, compartir experiencias y disfrutar de la compañía de otros.
- Recursivo, que pueda resolver situaciones puntuales con iniciativa, y criterios adecuados con seguridad, equidad, bienestar, administrando adecuadamente los recursos
- Responsable, dispuesto a asumir consecuencias de acciones emprendidas
- Servicial, con espíritu de colaborador
- Respetuoso con el entorno

### ➤ **Responsable de la capacitación**

- Ing. Carlos Díaz

➤ **Lugar de la Capacitación:**

Casa comunal de Saraguro

➤ **Presupuesto de la capacitación**

**Cuadro N° 27 Presupuesto de la Capacitación para Guías Nativos**

Presupuesto capacitación	
Viáticos	Valor
Servicios profesionales	2,780.00
Alojamiento	800,00
Alimentación	1,200.00
Transporte	1,000.00
Materiales de oficina	1,200.00
Total	4,200.00

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Información sobre la capacitación:** Atención al Cliente

**Tema de la capacitación:** Capacitación en atención al cliente

**Instructor:** Fernando Iván castillo

**Duración:** Tres meses cada capacitación tendrá una duración de 84 horas cada una (420 horas capacitación).

**Fecha de inicio:** 16 de abril del 2016.

**Fecha de terminación:** 16 de junio del 2016.

➤ **Objetivo de capacitación en atención al cliente**

- Descubrir que el servicio no es solamente una política, sino una forma de ver el mundo que nos permite crear mejores relaciones con los demás y con nosotros mismos.
- Esta capacitación busca enseñar a desarrollar habilidades emocionales relacionadas con el servicio al cliente, que sean aplicables a nuestro ambiente laboral y a todos los ambientes en que nos desenvolvemos.
- Comprender que la cultura de servicio beneficia a nuestros clientes, a la empresa pero sobre todo a nosotros como individuos.

➤ **Tácticas**

- Dar lo cursos de capacitación para mejorar la calidad de prestación de servicios los mismos que serán evidenciados, en cada uno de los clientes que lleguen a visitar el cantón.
- Facilitar material que contenga información acerca del curso que se va a dictar.

➤ **Lugar de la Capacitación:**

- Salón social de Saraguro

➤ **Habilidades de la Capacitación**

- Buena interacción entre los expositores y las personas que asistan a la capacitación
- Liderazgo para manejar el grupo

➤ **Presupuesto de la Capacitación**

**Cuadro N°28 Presupuesto de la Capacitación de Atención al Cliente**

<b>Presupuesto Capacitación</b>	
<b>Viáticos</b>	<b>Valor</b>
Servicios profesionales	2780,00
Alojamiento	880,00
Alimentación	750,00
Transporte	940,00
Materiales de oficina	570,00
<b>Total</b>	<b>3140,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Información sobre la Capacitación: Elaboración de artesanías y orfebrería

- **Tema de la capacitación:** Elaboración de artesanías y orfebrería
- **Instructor:** Benjamín Chávez Landázuri
- **Duración:** Tres meses cada capacitación tendrá una duración de 84 horas cada una (420 horas).
- **Fecha de inicio:** 16 de julio del 2016.
- **Fecha de terminación:** 16 de septiembre del 2016.

#### ➤ Tácticas

- Dar lo cursos de capacitación para mejorar la calidad de prestación de servicios los mismos que serán evidenciados, en cada uno de los clientes que lleguen a visitar el cantón
- Facilitar material que contenga información acerca del curso que se va a dictar.

#### ➤ Lugar:

- Salón social del municipio de Saraguro

#### ➤ Presupuesto capacitación

### Cuadro Nº 29: Presupuesto de la Capacitación de Elaboración de Artesanías y Orfebrería

Presupuesto capacitación	
Viáticos	Valor
Servicios profesionales	2,780.00
Alojamiento	700,00
Alimentación	800,00
Transporte	670,00
Materiales de oficina	750,00
<b>Total</b>	<b>2,920,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

➤ **Objetivo de la Capacitación**

- Seleccionar a personal profesional que posea experiencia y habilidades para realizar actividades didácticas y concretas con los asistentes

**Información sobre la capacitación:** Guianza y Conocimiento del lugar

- **Tema de la capacitación:** Guianza y conocimiento del lugar
- **Instructor:** Carlos Díaz luna
- **Duración:** Tres meses cada capacitación tendrá una duración de 84 horas cada una (420 horas).
- **Fecha de inicio:** 16 de octubre del 2016.
- **Fecha de terminación:** 16 de diciembre del 2016.

➤ **Habilidades**

- Responsabilidad
- Respeto
- Puntualidad
- Dinamismo

➤ **Lugar:**

- Salón social del municipio de Saraguro

**Cuadro N°30 Presupuesto Capacitación de Guianza y Conocimiento del lugar**

<b>Presupuesto capacitación</b>	
<b>Viáticos</b>	<b>Valor</b>
Servicios profesionales	2.780,00
Alojamiento	700,00
Alimentación	890,00
Transporte	880,00
Materiales de oficina	900,00
<b>Total</b>	<b>3.370,00</b>

**Fuente:** observación Directa

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico Nº 20 Certificado de Aprobación de la Capacitación**



## CERTIFICADO

Confiere el presente:

A.....

### CERTIFICADO DE CAPACITACIÓN DE GUÍAS NATIVOS TURÍSTICOS

POR HABER PARTICIPADO EN LA CAPACITACIÓN OFRECIDA POR EL MINISTERIO DE TURISMO EN GUÍAS NATIVOS CON una DURACIÓN DE 420 HORAS, OBTENIENDO EL TÍTULO EN: TECNICO EN GUIANZA.

\_\_\_\_\_  
Ministerio de Turismo

\_\_\_\_\_  
Capacitador



**Cuadro# 31: Matriz Objetivo Estratégicos Nº 3**

OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 3				
Establecer un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico para mejorar y brindar un servicio de calidad, con el objetivo de formar guías óptimos y competentes .				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
Mejorar y optimizar la capacidad individual y social para contribuir al desarrollo turístico de la población Saragurenses, mediante un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico	Ejecutar charlas que estén dirigidas a los moradores acerca de lo que significan los guías nativos. Brindar capacitación a los guías nativos por el Ministerio de Turismo Desarrollar conferencias con temáticas para guías turísticos y la excelencia en el servicio.	Las charlas se las dictara en una sala auditorio los días sábados con una duración de un año la cual se la realizara con el apoyo del departamento de turismo del Cantón Saraguro. La capacitación estará dirigida a los moradores, guías nativos y para personas que se anoten y sean parte dl programa de capacitación. . Las conferencias impartidas no tendrán ningún costo Al finalizar se evaluara los resultados.	Seleccionar a profesionales adecuados para que brinden las capacitaciones. Las capacitaciones se brindaran a un número limitado de personas. (20 a 30). La capacitación se la realizara en el salón del Municipio del cantón Saraguro. La formación deberá ser ejecutada de forma en que no se interrumpa con los horarios de atención	Encargado del Departamento de Turismo del cantón Saraguro Ing. Luis Muñoz. Municipio de Saraguro Ing. Jaime Poma (Técnico en Turismo)
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
La formación de los nuevos guías tendrá un tiempo de duración de 420 horas, distribuidas en 84 horas de capacitación cada tres meses.	<b>Recursos Humanos</b> Encargado del Departamento de Turismo, Ing. Luis Muñoz Municipio de Saraguro Ing. Jaime Poma (técnico en Turismo). Habitantes del cantón Saraguro <b>Recursos Materiales</b> Equipo de computación Infocus Materiales de oficina (carpeta, esferográficos , hojas) Equipos de audio (micrófono) Espacios y lugar donde se ejecutara la capacitación Materiales de oficina (mesas, sillas) <b>Recursos Económicos</b> El presupuesto Las capacitaciones brindadas para guías nativos no tienen un costo de 80 dólares.	Conseguir que los habitantes reciban arduos conocimientos acerca de guianza, con el objetivo de motivarlos a ser partícipes del progreso turístico de Saraguro. Garantizar la excelencia en servicios turísticos que se ofrecen en el cantón Mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de un guía para que se desenvuelva de mejor manera ante un turista. Los pobladores que se dedican a la actividad turística obtengan su certificación de guías nativos y de tal manera contribuyan con el desarrollo turístico de la población Mejorar la calidad de vida de los habitantes generando fuentes de trabajo.	Cursos realizados) (Cursos programados), (total de capacitación impartida) (horas de capacitación Programadas), (Aprobación y certificación del curso) (Personas Aprobadas del curso).	

Fuente: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## **6.6. Socialización del plan de marketing con las autoridades del cantón Saraguro. Cumplimiento del objetivo tres**

Para el cumplimiento del tercer objetivo “Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja”.

La socialización se la realizó con el departamento de Turismo del cantón Saraguro, en el Salón Social del Municipio de Saraguro, con personas involucradas en el ámbito turístico del cantón.

### **Esta socialización se la realizó mediante tres fases:**

- **Primera:** Inicial (Previa) invitaciones.
- **Segunda:** (Ejecución) Desarrollo, presentación de la temática, con el apoyo de material audiovisual.
- **Tercera:** (Resultados) Conclusiones y sugerencias: que los asistentes hacen a mi persona como resista.

#### **6.6.1. Fase I**

Para el cumplimiento del tercer objetivo, primeramente se solicitó y comunico al Ing. Luis Muñoz mediante un oficio la autorización para realizar la socialización del proyecto “Propuesta del plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro. Cantón Saraguro de la provincia de Loja”.

- Oficio solicitando el espacio y lugar para poder socializar el proyecto.
- Invitaciones a las diferentes entidades del cantón Saraguro.
- Hoja de registro para las personas que asistieron a la socialización y a su vez como anexos para el proyecto final.
- Tema , la problemática, los objetivos ,resultados creación de la marca, así como los afiches, vallas publicitarias, calendario, cuña radial y manillas
- Resultados obtenidos

**Cuadro N° 32 Agenda de Socialización**

<b>Agenda de Socialización</b>		
<b>Lugar</b> Salón del Municipio del cantón Saraguro		
<b>Fecha</b> Viernes 17 de Julio del 2015		
Hora	Actividad	Responsable
14H00	Registro de los participantes	Grupo Organizador
14H30	Bienvenida por parte del Municipio de Saraguro (Ing. Luis Muñoz)	Ing. Luis Muñoz
15H00	Socialización de la Investigación	Baneza Quizhpe
15H30	Discusión de los resultados conclusiones y recomendaciones	Grupo Organizador
16H00	Agradecimiento y cierre	Ing. Luis Muñoz
16H15	Coffe break	Grupo Organizador

**Fuente:** Baneza Abigail Quizhpe pineda

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **6.6.2. FASE II**

En el Salón del Municipio del cantón Saraguro, a las 14:00 pm del día viernes 17 de julio del 2015 se llevó a cabo la socialización **“Propuesta del plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas parroquia Saraguro ,cantón Saraguro de la provincia de Loja”** .

En base a la orden del día, procedí a dar una cordial bienvenida a los asistentes, para luego dar inicio a la socialización, se hizo el uso de materiales de oficina y equipos de oficina y se consideró los siguientes puntos.

- Tema de la propuesta del plan de marketing
- Justificación
- Objetivos general y específicos
- Resumen del primer objetivo: diagnóstico de las fiestas más importantes
- Propuesta: marca, cuña radial, valla publicitaria, afiche y calendario festivo.

### **6.6.3. Fase III**

En el tercer orden ya culminada la socialización se dio paso a las sugerencias y recomendaciones por parte de los asistentes, la misma que fueron satisfechas para el desarrollo del presente proyecto. Y finalmente se agradeció por la presencia e interés, para luego dar un coffe break a los asistentes.

#### **6.6.4. Conclusiones**

Gracias a la socialización se pudo conocer que sugerencias daba cada uno de los asistentes ya que eran personas con cargos en las diferentes entidades tales como: Cámara Artesanal de Saraguro, Cabildo de Oña Cápac, Asociación de Artesanos, I-TUR, Promotor Cultural, Jefe de Turismo GADMIS involucrados directamente con las actividades turísticas del cantón, las mismas que dijeron cambiar la marca y el afiche.

En, en base a la socialización realizada, varias personas consideran que se debe difundir y promocionar las fiestas religiosas que posee la parroquia Saraguro, haciendo uso de los medios más actuales en publicidad.

La socialización fue todo un éxito, ya que hubo la asistencia de personas involucradas en la actividad turística del cantón.

Manifestaron que el proyecto es bueno ya que de alguna manera contribuirá a que las fiestas se las realice con todos los habitantes no solo mestizos ni solo indígenas.

#### **6.6.5. Recomendaciones de la Socialización**

- La socialización de la propuesta de un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja, las personas de las diferentes organizaciones involucradas con la actividad turística sugieren que sería importante traducir el presente proyecto a kichwa ya que ayudaría a los turistas.
- Que al momento de escribir se tomen en cuenta su escritura ya algunas palabras están mal escritas porque son Kichwas.
- Que sería bueno ejecutar el proyecto ya que contribuye al cantón y a las personas que lo visitan a que conozcan su cultura.
- Que se brinde el apoyo de las autoridades para poder incrementar actividades en las cuales se dé a conocer la variedad de riqueza que poseen.

## 7. DISCUSIÓN

En la propuesta de un “Plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja” se aplicó un objetivo general y tres objetivos específicos, por ello, para su cumplimiento se utilizó diferentes tipos de métodos, técnicas e instrumentos concretos.

Sin embargo, para el desarrollo del presente proyecto, primero se hizo un estudio de mercado aplicado encuestas, entrevistas, investigaciones de campo con lo que se concluyó de manera general que Saraguro cuenta una variedad de falencias, necesidades y por ende, se conoció las preferencias de los habitantes, visitantes y turistas.

Por tal razón, para el desarrollo del primer objetivo específico que es el Diagnóstico de la situación actual de las Fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja; se realizó un arduo estudio externo e interno. Por tal motivo, dentro del análisis externo se buscó información bibliográfica en base a cinco factores, entre ellos: Demográficos, Económicos, Políticos, Socioculturales y tecnológicos, para ello se utilizó fuentes bibliográficas, boletines, pdfs actualizados como el pdyot.

Asimismo, para dar cumplimiento al primer objetivo se aplicó varios métodos y técnicas, entre ellos, el método deductivo permitió almacenar datos generales con el fin de llegar a conclusiones de carácter particular resaltando lo más sobresaliente; el inductivo ayudó a entender los cinco factores mencionados anteriormente partiendo de lo particular a lo general; el descriptivo se lo empleó para la interpretación de hechos y casos vigentes relacionados con el ámbito festivo y turístico; y el histórico permitió recopilar datos históricos de Saraguro y sus raíces festivas.

Subsiguientemente, se desarrolló la muestra, después se aplicó 380 encuestas en base al resultado de la muestra, una vez concluidas con las encuestas se hizo la respectiva tabulación e interpretación de los datos.

Consecutivamente, terminado el análisis externo se procedió con el análisis interno, para ello se diseñó dos formatos de entrevistas la primera para una

autoridad municipal y la segunda para los síndicos que se encuentran inmersos en la realización de estas festividades, en sí, fueron tres entrevistas las cuales fueron de gran ayuda para conocer más a fondo sobre las diferentes festividades que se realizan en todo el cantón; así mismo, reiteradamente se utilizó el método histórico para indagar hechos relevantes sobre la reseña histórica de Saraguro.

Posteriormente, se realizó ocho fichas de resumen sobre las festividades, cabe recalcar que para la realización de las mismas, se modificó el formato de acuerdo a las necesidades del proyecto con el fin de que la información recolectada este ubicada de manera correcta y entendible. Así mismo, se realizó la planta turística de Saraguro.

Para concluir el diagnóstico se aplicó la matriz FODA, MEFI, MEFE y se finalizó con el análisis de la Matriz Estratégica FODA y con ello se inició con la propuesta, Usar la marca turística para difundir las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja, así mismo proponiendo un plan de publicidad y promoción; un programa de capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico.

Por tal motivo, el cumplimiento del segundo objetivo que es Proponer un plan de marketing para las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, tiene la finalidad de dar a conocer las festividades y posicionarlas en la mente de los habitantes y turistas, ya que las mismas son consideradas atractivos turísticos que generan ingresos, dinamizan la economía y ayudan al intercambio cultural y tradicional de la parroquia Saraguro.

Por tal razón, primeramente se desarrolló la Misión y los Valores, posteriormente, se propuso tres objetivos estratégicos; Usar la marca turística para difundir las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja, así mismo proponiendo un plan de publicidad y promoción; un programa de capacitación”.

Una vez determinados los tres objetivos estratégicos se inició con la creación de la marca turística la cual tiene como finalidad posesionar a la parroquia

como destino turístico con una inmersa riqueza cultural la cual sea un punto de encuentro de gran atracción

Consiguientemente, se desarrolló el segundo objetivo plan de publicidad y promoción, para ello, se describió diez puntos: meta, estrategia, políticas, tácticas, responsables, tiempo, recursos, resultados esperados, indicadores y presupuesto. Luego, se realizó la Marca Festiva con su respectiva descripción, subsiguientemente, se plasmó una propuesta radial, inmediatamente, se elaboró un afiche resaltando la principal festividad, así mismo se diseñó dos vallas publicitaria para que los turistas puedan evidenciar la variedad de festividades; luego se diseñó un calendario festivo, prontamente, se elaboraron manillas típicas del lugar resaltante la importancia de cada festividad, posteriormente se manufacturó artesanías en cerámica propia del lugar. Por ende, con el diseño de este plan de publicidad y promoción se proyecta que Saraguro se posicione como un atractivo festivo de la región sur.

Por lo tanto, se desarrolló el tercer objetivo estratégico, el cual es la capacitación a personas interesadas en el ámbito turístico, por lo cual, dentro del mismo se describió once puntos: meta, estrategia, políticas, tácticas, responsables, tiempo, recursos, resultados esperados, indicadores, presupuesto y la Presentación del Programa de Capacitación; sin embargo, dentro de este último se detallan los requisitos, pensum académico, duración del curso, perfil del participante. Con ello se pretende que Saraguro esté capacitado para la visita de turistas. Sin embargo, para todo ello se utilizó una metodología basada en el análisis de datos y del marco teórico y con todo este proceso se dio cierre al proyecto.

## 8. CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado el presente proyecto se concluye en lo siguiente

- Saraguro vive una variedad de festividades, las cuales son recursos turísticos que permiten la confraternidad, generan ingresos, por tal motivo, es menester que estas fiestas estén dentro de los proyectos a planificar en el futuro.
- Las festividades religiosas cuentan con sacerdotes, devotos y párroco que se encargan de llevar a cabo estos grandes acontecimientos festivos.
- La realización de un plan de publicidad y promoción es importante para posicionar a las festividades dentro del mercado turístico.
- Dentro de algunas festividades religiosas la parte cultural se está perdiendo como por ejemplo los juegos tradicionales, por el motivo de pensamientos foráneos o simplemente por la tecnología.
- Existe motivación de parte de los pobladores en participar en proyectos turísticos que no sean de bastante presupuesto
- Saraguro está ubicado estratégicamente lo que significa que cuenta con una variedad de atractivos, clima agradable, su belleza paisajística y varias oportunidades que permite que esta parroquia prospere turísticamente.
- Se implemente el presente proyecto de tesis, para mejorar la situación actual en la que se encuentra la fiesta religiosa, las cuales no se deberían de quedar solo como una propuesta.
- Realizar las gestiones necesarias para mejorar la infraestructura de servicios turísticos de la parroquia, los cuales facilite los requerimientos del turista que visita la parroquia.



## 9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades pertinentes que en las fiestas se integren todas las partes involucradas, con la finalidad de que exista confraternidad entre la población Saragurenses.
- Se sugiere a las autoridades relacionadas con el turismo ejecutar el programa de capacitación propuesto en esta investigación, con el fin de que Saraguro obtenga personal preparado para la visita de turistas.
- Las autoridades eclesiásticas del cantón que sigan promoviendo las festividades religiosas, ya que Saraguro posee una gran mayoría de la población que es Católica y necesita que estos acontecimientos apoyen el progreso turístico del cantón.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado que siga promoviendo la publicidad y promoción de sus festividades, especialmente en sus parroquias y barrios rurales.
- Los párrocos, priostes y devotos que se rescate e implemente las tradiciones con que suelen realizar cada actividad.
- Las autoridades municipales que tomen cartas en el asunto y desarrollen proyectos de senderismo y señalización con el fin de que los turistas tengan más acceso y facilidad al momento de acudir a un sitio turístico, por la razón, de que algunos atractivos no cuentan con acceso adecuado.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado que invierta en proyectos turístico factibles aptos para el desarrollo turístico, que promuevan el incentivo a la comunidad para que participen y se involucren con el progreso de Saraguro.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

1. (Rocher). (Suriá) [En línea]. - 1990, 2010.
2. Arellano Rolando Marketing, Enfoque en America Latina [Libro]. - 2005.
3. Cardenas [Sección de libro]. - 1991.
4. Carmen plan de marketin [Libro]. - madrid : ersonp, 2011.
5. Castillo Jose Bolivar Guia Turistica de la Region Sur del Ecuador [Sección de libro]. - Loja \_ Ecuadr : [s.n.], 2005.
6. Castillo Jose Bolivar Guia turistica dela Region Sur del Ecuador [En línea]. - 2005.
7. Ecuador M.d, [En línea]. - 2004.
8. EcuadorM.d, [En línea]. - 3004,pag.2.
9. Hoteleria Turismo y [Sección de libro]. - 2010.
10. Hoteleria y Turismo [Libro]. - [s.l.] : Ediciones Daly, 2010.
11. Kloter Marketing Turistico [Libro]. - Madrid : PEARSON Educacion, 2011.
12. Kotler, Marketing Turisco,2011,pág.655 [En línea].
13. kotter Marketing Turistico [En línea]. - 2011.
14. Manuel Chiriboga (Director Ejecutivo) y su e y Ministerio de Coordinacion de la Produccion Empleo y Competitividad Agendas para la Transformacion Productiva Territorial [En línea].
15. Marketing Turistico [Sección de libro]. - 2011.
16. Marketing Turitico [Sección de libro] // Marketing Turistico / aut. libro Philip Kotler Jesús García de Madariaga Miranda,Javier Flores Zamora,John T. Bowen,James C. Makens. - Madrid (España) : PEARSON EDUCACIÓN, S.A., 2011.
17. Metodología Para Inventarios De Atractivos Turísticos [En línea]. - 2004.
18. Monografia del Canton Saraguro de la Provincia de Loja [En línea]. - 2012.
19. Norden [En línea]. - 2009.
20. Norden [En línea]. - 2009.
21. Ojeda Garcia & Marmol Sinclair Carmen y Patricia [Sección de libro] // Marketing Turistico. - 2012.
22. Ojeda Garcia & Marmol Sinclair Marketing Turístico [Sección de libro]. - 2012.

23. Ojeda Garcia y Marmol Sinclair Hotelaria y Turismo [Sección de libro] // Marketing Turistico. - 2012.
24. Oliver Morere Molinero & Perello Morere Molinero & Perello Oliver [En línea] // Morere Molinero & Perello Oliver. - 2013.
25. OMT [Sección de libro]. - 1994.
26. Plan de Desarrollo Territorial de Saraguro [En línea]. - 2014-2019.
27. Plan de Desarrollo Territorial de Saraguro [En línea]. - 2014-2019.
28. Ricaurte Quijano [En línea]. - 2009.págs.11,12.
29. Ricaurte Quijano [En línea]. - ,2009,pág.20.
30. Ricaurte Quijano, [En línea]. - 2009,págs.21,22.
31. Ricaurte Quijano, [En línea]. - 2009,pág.26.
32. Ricaurte Quijano, [En línea]. - 2009,págs.23,24.
33. Riofrio [En línea]. - 2015.
34. Rolando [Sección de libro]. - 2005.
35. Ruiz [Sección de libro]. - 2008.
36. Saraguro (Monografía del Cantón [En línea].
37. SECTUR [En línea]. - 2006.
38. Silva Andres Muñoz PLAN PLURIANUAL DEL CANTON SARAGURO [En línea]. - 2014-2019.
39. Silva Andrés Muñoz PLAN PLURIANUAL DEL CANTON SARAGURO [En línea] // pdf. - 2014-2019.
40. Sinclair García & Mármol Marketing Turistico [Sección de libro]. - España : COPYRIGHT, 2012.
41. Stanton Willan Fundamentos del Marketing [Libro]. - Mexico : 13ra Edicion, 2004.
42. Stanton William Fundamentos del Marketing [Libro]. - Mexico : MC GRANW HILL 13ra Edicion, 2004.
43. Thompson Ivan [En línea]. - 08 de 04 de 2014.
44. Thompson Ivan google [En línea]. - 08 de 04 de 2014.
45. Vera [En línea]. - 1997,388.
46. Vera [En línea]. - 1997,388.
47. VILLARÁN KAREN WEINBERGER Plan de Negocios [Sección de libro] // herramientas para evaluar la viabilidad de un Negocio.

48. VILLARÁN KAREN WEINBERGER Plan de Negocios [Sección de libro] // Herramientas para evaluar la viabilidad de un Negocio. - Peru : media Corp Peru , junio 2009.
49. Villaran Karen Weinberguer plan de negocios [Libro]. - Peru : Eduardo Lastra, Alejandro Arce, 2009.
50. william Fundamentos del Marketing [Libro]. - Mexico : MC GRAW HILL, 2004.
51. World Travel Awards Worldwide Edition en Doha, Qatar. [En línea].

• **NETTGRAFÍA**

1. <https://books.google.es/books?id=hnK5a5f45EEC&pg=PA39&dq=concepto+de+producto+turistico&hl=es&sa=X&ei=bmRGVdDpHMH9ggT0yYDACw&ved=0CCAQ6AEwAA#v=onepage&q=concepto%20de%20producto%20turistico&f=false>
2. <https://books.google.es/books?id=h3Xl8t2j2X4C&pg=PA21&dq=concepto+de+producto+turistico&hl=es&sa=X&ei=bmRGVdDpHMH9ggT0yYDACw&ved=0CEQQ6AEwBg#v=onepage&q=concepto%20de%20producto%20turistico&f=false>
3. <https://books.google.es/books?id=VEl3va9rWooC&pg=PA37&dq=concepto+de+atractivos+turisticos&hl=es&sa=X&ei=7WNGVem3AYyaNv2qgIgL&ved=0CCUQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20de%20atractivos%20turisticos&f=false>
4. <https://books.google.es/books?id=fJlJa7vG7kC&pg=PA9&dq=definicion+de+turismo&hl=es&sa=X&ei=eGJGVfP6BYeggwTrqYCwDA&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20turismo&f=false>
5. <https://www.google.es/search?q=finalidades+del+plan+de+marketing&btnG=Buscar+libros&tbm=bks&tbo=1&hl=es>
6. <https://books.google.es/books?id=ykVpBgAAQBAJ&pg=PA384&dq=finalidades+del+plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=FVZGVcfHFcOoNomVgbgO&ved=0CEMQ6AEwBg#v=onepage&q=finalidades del plan de marketing&f=false>.
7. <https://books.google.es/books?id=vMRDpBfowEMC&pg=PA341&dq=finalidades+del+plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=FVZGVcfHFcOoNomVg>

bgO&ved=0CD0Q6AEwBQ#v=onepage&q=finalidades%20del%20plan%  
20de%20marketing&f=false

8. <https://books.google.es/books?id=qsuRWjYru9UC&pg=PA146&dq=finalidades+del+plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=FVZGVcfHFcOoNomVgbgO&ved=0CC8Q6AEwAw#v=onepage&q=finalidades%20del%20plan%20de%20marketing&f=false>.
9. <http://es.scribd.com/doc/203546415/Marketing-Turistico-Kotler#scribd>

# Anexos

## 11. Anexos Ante Proyecto



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

**TEMA:**

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTON SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”**

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

**AUTORA:**

Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**DIRECTORA:**

Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.

**LOJA – ECUADOR**  
**2016**

**1. TEMA**

**"PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA".**



## 2. PROBLEMÁTICA

En la actualidad es importante mencionar que el turismo ha venido siendo una de las actividades más importantes, en la cual se puede evidenciar que nos brinda mayores oportunidades por poseer diferentes regiones, con las que cuenta nuestro país, pero también es importante resaltar que contribuirá con el desarrollo social y económico de muchos países, con los que cuenten con variedad de riquezas naturales como culturales, además es fundamental mencionar que en las últimas décadas el número de turistas y/o excursionistas se ha ido incrementando, de igual forma ha ido contribuyendo a la economía fortaleciendo a las comunidades y sectores que realizan esta actividad, siempre y cuando exista la planificación acorde con las nuevas exigencias del turismo.

Ecuador, es uno de los países con mayor diversidad, distribuida de norte a sur, además es importante mencionar que cuenta con un variado clima de acuerdo a los gustos que el turista prefiera, asimismo podemos rescatar que contamos con una gran gama de atractivos turísticos, naturales y culturales, por tal razón es importante mencionar que en la actualidad el Gobierno a través del Ministerio de Turismo, ha venido impulsando varias campañas de marketing las mismas que han aportado con la promoción y difusión, en donde cuyo fin es posicionar a los diferentes destinos, que se ofrecen en las cuatro regiones de nuestro país, siendo un eje fundamental para el crecimiento económico y social.

La provincia de Loja, está ubicada al sur de país, se encuentra en una de los lugares más agradables y con una amplia diversidad de costumbres y tradiciones, como atractivos tanto naturales y culturales lo que hacen que este lugar se diferencie de los demás, los mismo que han logrado tener reconocimiento regional, nacional e internacional, por ello es fundamental que se realice campañas turísticas, ya que en el país existe una variedad de atractivos, motivo por el cual nuestra provincia se ve en la necesidad de innovar y promocionar mediante actividades que promociones estos atractivos.

El cantón Saraguro , ubicado al norte, en la hoya del río Jubones, en las faldas del Pulla a 64 kilómetros de Loja, se caracteriza por tener un clima templado andino lo cual hace que sea agradable para su gente y para los que visitan el lugar además de poseer atractivos turísticos los mismos que ayudan a llamar la atención de propios y extraños, aquí se encuentra ubicada la Parroquia urbana Saraguro, la misma que ofrece variedad de atractivos turísticos naturales y culturales de gran interés, los cuales no se los ha sabido aprovechar eficientemente, debido a que no ha existido personas interesados en promocionar y dar a conocer la amplia variedad de festividades con que cuenta la parroquia, por esta razón es necesario e indispensable poner en marcha una serie de estrategias de promoción, las cuales serán de gran importancia para fortalecer e incrementar el flujo de visitantes en la parroquia.

En la parroquia Saraguro es importante mencionar que por falta de profesionales que se encuentren capacitados en el ámbito turístico, para que difundan la importancia y riqueza con la que cuenta el cantón, ocasionando el escaso interés por parte de las autoridades, además la designación de presupuesto y financiamiento por parte de las autoridades ha sido una limitante muy grande motivo por el cual no se han podido realizar proyectos que ayuden con el desarrollo turístico, lo que ha provocado el estancamiento en la actividad turística en donde se realiza actividades en las que se desataca el turismo así mismo como festividades religiosas las mismas que no han sido difundidas por ninguna persona especializada, motivo por el cual ha existido el desconocimiento por lo que limita que en el lugar no posea mejores ingresos económicos y así mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Por los diferentes inconvenientes que se han presentado en el cantón, se ha creído conveniente realizar un plan de marketing a través de la **Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja**, y de esa manera lleguen poder atraer turistas a que disfruten de cada una de ellas, y se den a conocer tanto a nivel cantonal, provincial y nacional.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación, sirve para justificar los conocimientos adquiridos, previa la obtención del título de Ingeniería en Administración Turística en la cual debemos ponerlos en práctica, además de ello se pretende diseñar y realizar un plan de marketing ya es muy necesario para analizar las variables, factores e indicadores que rodean a las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja, además cabe mencionar que es un método fácil de realizar ya que nos ayudaría a fortalecer y ampliar más nuestros conocimientos, en donde cuya finalidad de realizar este proyecto de tesis constituye la aplicación de los conocimientos adquiridos en el ámbito turístico, los mismo que han sido recibidos en el transcurso de la formación académica, además de ello sería de gran beneficio para la comunidad, ya que se daría a conocer la importancia de cada una de las fiestas religiosas que esta parroquia cuenta. Además si se hace una buena publicidad sería de gran interés para la economía de los pobladores de la parroquia, ya que tiene como finalidad suministrar suficientes elementos de juicio sobre los costos y beneficios del proyecto para que se pueda establecer la convivencia y así mismo atraer a turistas de diferentes lugares del mundo y poder dar un gran mejora hacia la comunidad para que estos puedan generar mejores ingresos económicos siempre y cuando haya una buena difusión de cada una de las fiestas religiosas con que cuenta el cantón.

Sin embargo el apoyo político tanto del gobierno como de los GAD'S es un eje fundamental para el crecimiento y desarrollo de las actividades que se quiera realizar ya que nos servirá de apoyo para poder difundir y dar a conocer cada una de las actividades religiosas que este cantón realiza a lo largo de todo el año, además de ellos dependerá poder tener una mayor acogida siempre y cuando se trabaje en conjunto.

Además, el apoyo de las comunidades de este cantón permitirá a que no se pierdan sus tradiciones y costumbres sino más bien que sigan creciendo y dándose a conocer, motivo por el cual es de gran importancia que los turistas que llagan a este lugar interactúen con cada una de las comunidades para así

poder tener un mejor entendimiento y por ende mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Cabe rescatar que cada una de las fiestas religiosas de este cantón son de gran aporte para el crecimiento en el ámbito turístico, para así de esta manera poderlos difundir y atraer a una mayor cantidad de turistas, sobre todo darlas a conocer a la parroquia Saraguro por sus diferentes fiestas religiosas que se realizan y de la misma manera promocionarlas.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo General**

- ✓ Elaborar una Propuesta de un plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.

### **4.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar un Diagnóstico de la Situación Actual de las fiestas religiosas de la Parroquia Saraguro, Cantón Saraguro de la provincia de Loja.
- ✓ Proponer un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.
- ✓ Socializar la propuesta de un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, de la provincia de Loja. con las autoridades de la parroquia y comunidad en General.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. MARCO CONCEPTUAL

#### 5.1.1. Turismo

##### 5.1.1.1. Turismo Comunitario

##### 5.1.1.2. Turismo Cultural

#### 5.1.2. Atractivos Turístico

#### 5.1.3. Producto turístico

##### 5.1.4. Marketing

#### 5.1.5. Marketing Turístico

##### 5.1.1.3. Instrumentos de marketing turístico

##### 5.1.1.4. Marketing mix

##### 5.1.1.5. Elementos de marketing mix

- Producto:
- Precio
- Plaza o Distribución
- Promoción

##### 5.1.2. Plan de marketing

##### 5.1.3. Elementos del Plan de Marketing

##### 5.1.4. Finalidades del Plan de Marketing

##### 5.1.5. Fases del Plan de Marketing

#### 5.1.6. Análisis Diagnóstico de la situación

##### 5.1.1.6. Análisis interno

##### 5.1.1.7. Análisis Externo

##### 5.1.1.8. Análisis FODA

#### 5.1.7. Segmentación y público objetivo

#### 5.1.8. Fijación de objetivos y cuota de venta

**5.2. MARCO REFERENCIAL:**

5.2.1. Reseña histórica de la parroquia Saraguro

5.2.2. Ubicación geográfica

5.2.3. Límites

5.2.4. Cabecera cantonal

5.2.5. Fecha de Creación

5.2.6. Fecha de cantonización

5.2.7. División política

5.2.8. Población

5.2.9. Orografía

5.2.10. Hidrografía

5.2.11. Clima

5.2.12. Actividades económicas

5.2.13. Manifestaciones Culturales

5.2.14. Festividades

## 6. METODOLOGIA

### 6.4. MÉTODOS

**Método Deductivo:** Se utilizara este método con el fin de realizar un estudio de mercado y de esta manera poder deducir estrategias para proceder a elaborar el plan de marketing, el cual está encaminado al desarrollo turístico de la parroquia Saraguro.

**Método Inductivo:** Este método servirá como elemento turístico para obtener información de la parroquia y festividades religiosas la misma que se utilizara para dar a conocer a los turistas que visiten este sector.

**Método Histórico:** Este método permitirá conocer la evolución y desarrollo de la investigación ya que es necesario poner énfasis en su historia y así poder recolectar información y antecedentes históricos como también de sus manifestaciones culturales de la parroquia Saraguro.

**Método Descriptivo:** Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación.

### 6.5. Técnicas

- **Observación Directa:** Esta técnica nos permitirá recolectar información óptima para poder realizar un inventario de los atractivos turísticos naturales existentes de la parroquia Saraguro.
- **Entrevista:** Mediante esta técnica podemos constatar la situación actual de la parroquia, la entrevista se la realiza al Ing. Luis Muñoz, Jefe del departamento de Turismo del cantón Saraguro, síndicos de las diferentes fiestas y al párroco del cantón y al líder de la comunidad de la parroquia urbana Saraguro.
- **Encuesta:** Esta técnica se la aplicara los pobladores de la parroquia para obtener información hacer de las fiestas religiosas que se realizan.



## Técnica de Muestra de la Población

Para la aplicación de la muestra se tomó en cuenta la siguiente fórmula que permite medir universos finitos:

Con la información obtenida de la población según el INEC 2010, seguidamente se procede a proyectar la población al año 2015, de la parroquia Saraguro.

Población			
AÑO	POBLACION	IP	POBLACION PROYECTO
2010	30138	0,82%	30385
2011	30385	0,82%	30632
2012	30632	0,82%	30879
2013	30879	0,82%	31127
2014	31127	0,82%	31374
2015	31374	0,82%	31621

Fuente: INEC

Elaboración: Baneza Quizhpe

### Datos:

**Tamaño de la Población (N) = 11034**

**Error Muestra (E) = 0,05**

**Proporción del Éxito (P) = 0,5**

**Proporción de Fracaso (Q) = 0,5**

**Valor para Confianza (Z) (1) = 1,96**

(1) Si:	Z
Confianza el 99%	2,32
Confianza el 95%	1,96
Confianza el 92,5%	1,65
Confianza el 90%	1,28

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 31621 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (31621-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 31621 * 0,5 * 0,5}{0,0025 * 31620 + 3,8416}$$

$$n = \frac{3,8416 * 7905,25}{79,0500 + 0,9604}$$

$$n = \frac{30368,8084}{80,0104}$$

$$n = 399,560762$$

**n = 380 Encuestas**

Con este resultado obtenido se procederá aplicar 380 encuestas, a los habitantes de la parroquia Saraguro las mismas, que servirán para obtener información precisa de las diferentes fiestas religiosas y del sector.

## 7. METODOLOGÍA POR OBJETIVOS

Para llevar a cabo el presente trabajo investigativo se utilizará una metodología técnica, con el propósito de generar resultados factibles, los mismos que nos servirán para obtener información e identificación de las fiestas religiosas, de la parroquia Saraguro y de esa manera tener al turismo como una fuente de ingresos. Finalmente para cumplir con el trabajo de investigación y sus objetivos se aplicará la siguiente metodología:

Para dar cumplimiento al primer objetivo. "REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA", para ello se utilizara el método Descriptivo, Histórico y las técnica de

observación directa, las mismo que nos permitirán recopilar datos históricos así como también de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro. Además se realizará un FODA del sector.

Para el cumplimiento del segundo objetivo, “PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”. Se utilizará el método inductivo, como también se tomará en cuenta la información del diagnóstico situacional de la parroquia Saraguro, la misma que nos servirá para promocionar las fiestas religiosas

Para dar cumplimiento al tercer objetivo. “SOCIALIZAR LA PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO, CANTÓN SARAGURO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”. Se utilizará la técnica de MARPP para difundir las fiestas religiosas, a los turistas que visiten la parroquia Saraguro. Además esta socialización se la empleará al jefe del departamento de Turismo Ing. .Luis Muñoz y a la población en general y se la realizará en tres etapas: Primera: inicial (previa) convocatorias, orden del día, presentaciones. Segunda (ejecución) desarrollo, presentación de la temática.

**8. CRONOGRAMA**

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 Publica																												X

## **9. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizara los siguientes recursos.

### **9.1. RECURSOS HUMANOS**

La presente investigación estará a cargo de la Ing. María Cristina Moreira y de la aspirante a la ingeniería de Administración Turística Baneza Abigail Quizhpe Pineda.

### **9.2. RECURSOS MATERIALES EQUIPOS**

- ✓ Cámara
- ✓ Resma de hojas tamaño A4
- ✓ Esferográficos
- ✓ Lápiz
- ✓ Grapadoras
- ✓ Carpetas
- ✓ Clips
- ✓ Pen drive

### **OTROS**

- Gastos de sondeos
- Imprevistos

### **9.3. RECURSOS INSTITUCIONALES**

La información para la realización del presente proyecto se la obtendrá de los diferentes departamentos de los GAD.

Además otras fuentes de información se las obtendrá de la biblioteca de la Universidad Nacional de Loja.

#### 9.4. COSTOS

DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>RECURSOS HUMANOS</b>		
Aspirante a la Ingeniería en Administración Turística	60,00	60,00
Director de tesis	40,00	40,00
<b>RECURSOS MATERIALES</b>		
Materiales de escritorio	20,00	20,00
Impresiones	0.10	60,00
<b>EQUIPO TECNICO</b>		
Material bibliográfico	5,00	15,00
Cámara fotográfica	120,00	120,00
Pen drive	10,00	10,00
impresiones	0,05	10,00
Resmas de hojas A4	10,00	10,00
Alquiler de Infocus	10,00	10,00
carpetas	1,00	3,00
<b>LOGISTICA</b>		
Transporte	2.10	50,00
Alimentación	2,75	50.00
<b>OTROS</b>		
Gastos de Sondeo	15,00	15,00
Imprevistos	25,00	25,00
	<b>TOTAL</b>	<b>430,00</b>

Elaboración: Baneza Quizhpe

Fuente: Baneza Quizhpe

## 10. BIBLIOGRAFIA

- ✓ Rainforest Alliance en 2005. Dr. Stefanos Fotiou (Coordinador del Programa de Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente).
- ✓ Karen Weinberger Villarán (Plan de Negocios).
- ✓ Gustavo Samaniego (Plan de Negocios).
- ✓ Ministerio de Turismo, Principales indicadores turísticos de Ecuador, 2002.
- ✓ OMT. Organización mundial de turismo
- ✓ Departamento de Planificación y Desarrollo DEPLADES (Saraguro).

### PAGINAS WEB

- ✓ <http://www.saraguro.com/> <http://www.hcpl.gov.ec>
- ✓ <http://www.amalavida.tv/fiestas-patrimoniales/corpus-christi>
- ✓ [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101309476/1/Traicion-es-permanecen-vivas-en-Saraguro.html#.Vahjr\\_I\\_Oko](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101309476/1/Traicion-es-permanecen-vivas-en-Saraguro.html#.Vahjr_I_Oko)
- ✓ <http://inescristit.blogspot.com/>
- ✓ <http://www.turismosaraguro.com/>
- ✓ <http://diariocentinela.com.ec/2012/06/23/karting-por-san-pedro-de-saraguro/>
- ✓ <http://www.elmercurio.com.ec/460997-la-navidad-capac-raimy-del-pueblo-saraguro/#.VahtdUYm9mM>
- ✓ <http://www.elcomercio.com/actualidad/saraguro-navidad-indigena-solidaridad-ecuador.html>
- ✓ <http://diariocentinela.com.ec/2012/04/04/semana-santa-con-misas-y-celebraciones/>
- ✓ <http://www.elmercurio.com.ec/470440-loja-fiesta-en-la-ancestral-saraguro/#.Vahmq°AkYm9mM>
- ✓ [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101765927/-1/Navidad:\\_la\\_tradici%C3%B3n\\_prima\\_en\\_Saraguro.html#.Vah22UYm\\_m4](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101765927/-1/Navidad:_la_tradici%C3%B3n_prima_en_Saraguro.html#.Vah22UYm_m4)

- ✓ [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101309476/-1/Tradiciones\\_permanecen\\_vivas\\_en\\_Saraguro.html#.Vahjr\\_I\\_Oko](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101309476/-1/Tradiciones_permanecen_vivas_en_Saraguro.html#.Vahjr_I_Oko)
- ✓ <http://www.andes.info.ec/es/noticias/mestizos-e-indigenas-asentados-sur-ecuador-dejan-atras-sus-diferencias-actividades>
- ✓ [http://www.prefecturaloja.gob.ec/?page\\_id=2542](http://www.prefecturaloja.gob.ec/?page_id=2542)
- ✓ <http://www.multicanalcatamayo.com/video-comunidad-de-onacapac-invitan-a-las-fiestas-en-honor-a-la-virgen-de-agua-santa-en-saraguro/>
- ✓ [http://www.elmercurio.com.ec/328587-saraguro-tradicion-y-rituales-ancestrales-convergen-en-semana-santa/#.VakRovl\\_Okq](http://www.elmercurio.com.ec/328587-saraguro-tradicion-y-rituales-ancestrales-convergen-en-semana-santa/#.VakRovl_Okq)
- ✓ <http://haciendalapapaya.com/interturismo/calendario-de-fiestas/>



## Anexo N°2 Encuesta Piloto



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÀREA JURÌDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA ADMINISTRACIÒN TURÌSTICA

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Ingeniería en Administración Turística, pido a usted muy comedidamente se digne responder el presente cuestionario que está dirigido a los turistas y ciudadanos acerca de las fiestas religiosas que se desarrollan en la parroquia Saraguro, del cantón Saraguro, de la provincia de Loja.

Esta información será útil para elaborar un plan de marketing, para la difusión de las fiestas religiosas.

#### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

- Nacionalidad:** Ecuatoriano ( ) Extranjero ( )
- Residencia:** Loja ( ) Catamayo ( )  
Saraguro ( ) Malacatos ( ) Otros:
- Género:** Masculino ( ) Femenino ( )
- Edad:** 46 - 60 ( )  
15 – 30 ( ) 31 - 45 ( )  
61 – más ( )
- Nivel de estudios:**
- Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( )  
Ninguna ( )
- Ocupación:**
- Estudiante ( ) Ama de Casa Servidor Público ( )  
Jubilado ( ) Servidor Privado ( )

## **DATOS ESPECÍFICOS**

### **1. ¿Qué fiestas de la Parroquia Saraguro conoce Usted?**

Fiestas de la Virgen del Cisne

Corpus Cristi

San Pedro

Tres Reyes

Semana Santa

Fiesta en honor de la Virgen de Agua Santa

Fiesta de la Virgen del Auxilio

Navidad

### **2. ¿Con quién acude a las fiestas de la Parroquia Saraguro?**

Familia

Amigos

Pareja

### **3. ¿Qué servicios turísticos utiliza cuando va a las fiestas religiosas de la Parroquia Saraguro?**

Alimentación

Hospedaje

Transporte

Baterías Sanitarias

### **4. ¿Qué lugar recomendaría para el servicio de alimentación?**

Restaurants de comida típica

Restaurants de comida internacional

Comida rápida

### **5. ¿Dónde recomendaría alojarse durante su visita al cantón Saraguro?**

Hotel

Hostal

Hostería

Otros

**6. ¿Qué lugares de entretenimiento visita usted cuando va a las fiestas religiosas?**

Parque  
Bares  
Discoteca  
Centro recreacional

**7. ¿Cómo califica usted los servicios encontrados en la zona?**

Excelente  
Bueno  
Regular  
Malo

**8. ¿Qué es lo que más le gusta de los servicios ofrecidos en la parroquia?**

Tradicionales  
Rodeo  
Artistas  
Programación  
Juegos pirotécnicos  
Danzas

**9. ¿Qué es lo que menos le gusta de los servicios ofrecidos en la parroquia?**

Organización  
Puntualidad  
Programación  
Inseguridad

**10. ¿Cuál fue el gasto promedio que utiliza para las fiestas de la Parroquia Saraguro?**

Menos de 10  
11 – 30  
31 – 50  
Más de 60

**11. Está de acuerdo, en el lugar donde se realizan las fiestas**

Si  
No

No contestan

**12. Mencione que actividades, se realizan en las fiestas**

Misa

Artistas

Danzas

Procesiones

Bailes

Motocross

**13. ¿Qué actividades se podrían implementar en las fiestas?**

Rodeo montubio

Juegos tradicionales

Costumbres y tradiciones

**14. ¿Qué medio de transporte utilizó para su traslado desde la ciudad de Loja a la Parroquia de Saraguro?**

Transporte privado

Transporte público

Otros...

**15. Como califica usted la accesibilidad a la hora de ir a las fiestas**

Excelente

Bueno

Regular

Malo

**16. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas?**

SI

No

No contesta

**17. ¿Cómo se enteró de la existencia de las fiestas?**

Radio

Televisión

Internet

Prensa

Otros

**18. ¿Por qué medios le gustaría se difundan que se difundan las fiestas?**

Vallas

Afiches

Calendario

Manillas

Otros

**19. ¿Cómo le gustaría que se promocioe las fiestas de la parroquia de Saraguro?**

Artesanías típicas

Camisetas

Calendarios

Manillas

**20. Le gustaría que se haga un plan de marketing, para difundir las fiestas religiosas de la parroquia.**

Si

No

No contesta

**21. ¿Qué fiestas pueden llegar a ser un icono de la Parroquia?**

Fiestas de la Virgen del Cisne

Corpus Cristi

San Pedro

Tres Reyes

Semana Santa

Fiesta en honor de la Virgen de Agua Santa

Fiesta de la Virgen del Auxilio

Navidad

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN ¡**

## Anexo N° 3 Modelo de la Entrevista



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÀREA JURÌDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA ADMINISTRACIÒN TURÌSTICA

Como estudiante de la universidad Nacional de Loja de la carrera de Ingeniería en Administración Turística, pido a usted muy comedidamente se digne en responder la presente entrevista que está dirigida a usted acerca de las fiestas religiosas que se desarrollan en la parroquia urbana Saraguro , cantón Saraguro, de la provincia de Loja

Esta información será para elaborar un plan de marketing para la difusión de las fiestas religiosas

#### **DATOS ESPECÍFICOS**

1. **¿Cuáles son las necesidades turísticas del cantón Saraguro?**
2. **¿Cómo califica el nivel turístico en lo referente a la infraestructura turística del cantón Saraguro?**
3. **¿Cómo contribuye el turismo al cantón?**
4. **¿Identifique que sectores se han desarrollado en la actividad turística?**
5. **¿Cuáles son las principales actividades económicas del cantón?**
6. **¿Cuál es el apoyo que usted brinda al sector turístico?**
7. **¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando y que esté relacionado con la actividad turística?**
8. **¿Existe un centro de información turística?**
9. **¿Han realizado convenios turísticos con entidades o instituciones para el desarrollo turístico?**

10. **¿Mencione que fiestas conoce usted en el cantón?**
11. **¿Las fiestas religiosas prestan las condiciones necesarias para ser visitadas por los turistas?**
12. **¿Cuál es la época más alta que los turistas visitan el cantón?**
13. **¿Mencione si el cantón cuenta con la planta turística? Adecuada**
14. **¿Cómo encargado del departamento de turismo ha capacitado al personal para brindar una mejor atención?**
15. **¿En qué temas ha sido capacitado el personal?**
16. **¿En cantón cuenta con guías turísticos?**
17. **¿Cómo le gustaría que se promocióne las fiestas religiosas?**
18. **¿Qué costumbres y tradiciones le gustaría que se rescaten e implementen en las festividades?**
19. **¿Cree que es importante una propuesta de un plan de marketing para la difusión de las fiestas?**

## Anexo 4 Análisis e Interpretación de la Encuesta

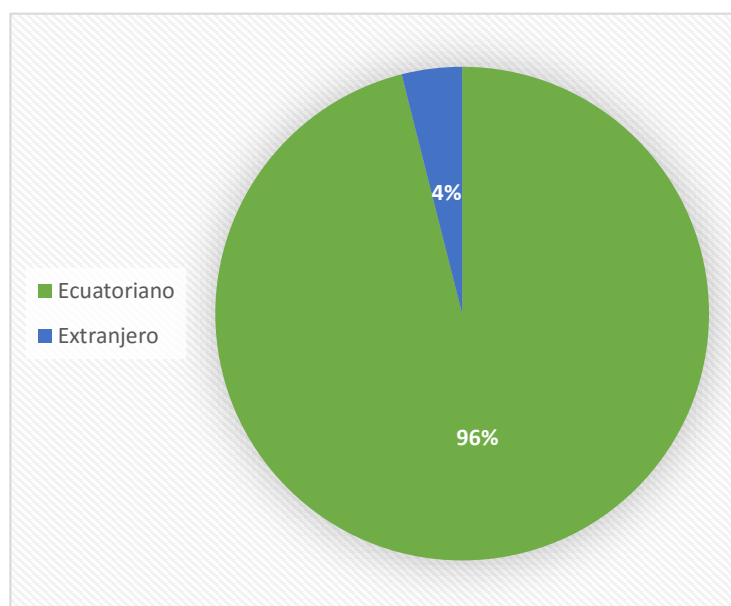
### 1. Nacionalidad

**Cuadro N° 34**

Variable	f	%
Ecuatoriano	365	96%
Extranjero	15	4%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 21**



Fuente: Encuestados  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e interpretación**

En lo que se refiere a la Nacionalidad de los turistas y ciudadanos la diferencia es notoria el 96% de los encuestados son Ecuatorianos, mientras que el 4% corresponde a la nacionalidad extranjera. Del total de encuestados se confirma que mayoritariamente son ecuatorianos. De los resultados obtenidos, se pudo conocer que la mayoría de las personas son de nacionalidad ecuatoriana y en menor cantidad son extranjeros ya que visitan al cantón por diferente motivo.



## 2. Residencia

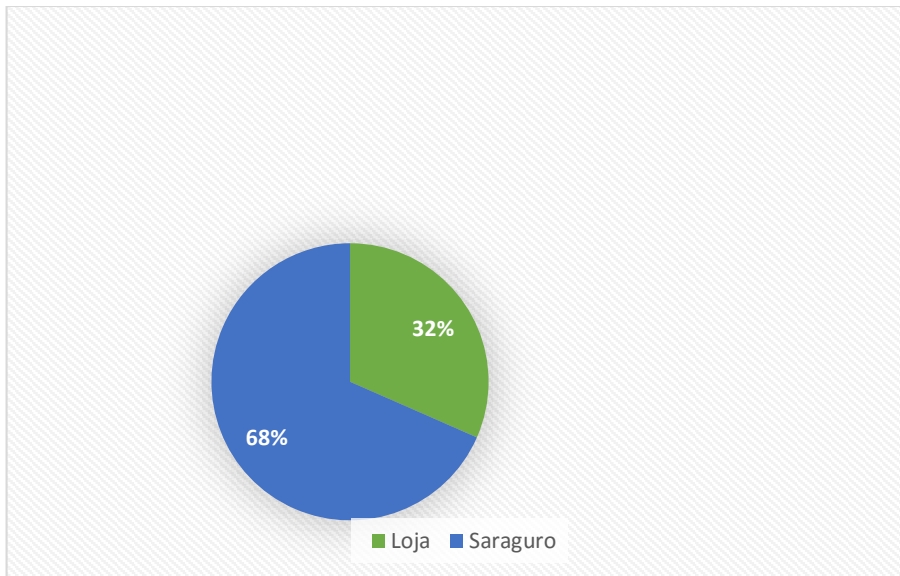
Cuadro N°35

Variable	f	%
Loja	120	32%
Saraguro	260	68%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Grafico Nª 22



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e Interpretación

Las personas que visitan la parroquia habitan en varios lugares denotando que la mayoría de encuestados equivalente al 60% reside en la cabecera cantonal, y el 30% también residen en la provincia de Loja. De los encuestados tenemos como resultado que las personas con mayor residencia es en el cantón Saraguro. Se puede deducir que la mayoría de personas encuestadas son del mismo cantón, lo cual hace referencia que un porcentaje considerable no pertenece al cantón.

### 3. Genero

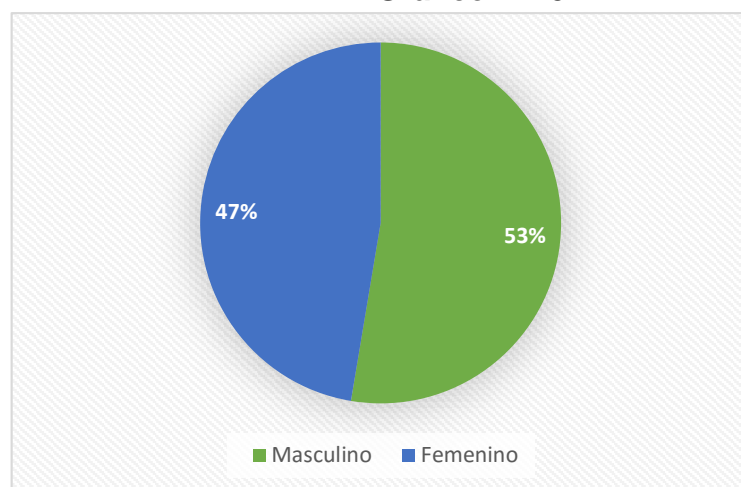
**Cuadro N°36**

Variable	f	%
Masculino	200	53%
Femenino	180	47%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N°23**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

En lo que se refiere al Género de los turista y visitantes la diferencia es notoria el 53% de los encuestados son del género masculino mientras que el 47% corresponde al género femenino. Del total de personas encuestadas el género masculino corresponde al valor más alto que hay en el lugar, mientras que en un menor porcentaje el género femenino. Se puede deducir que la mayoría de personas encuestadas son de género masculino, lo cual hace referencia que más frecuencia de turistas o visitantes son hombres en comparación de las mujeres con una mínima diferencia.

#### 4. Edad

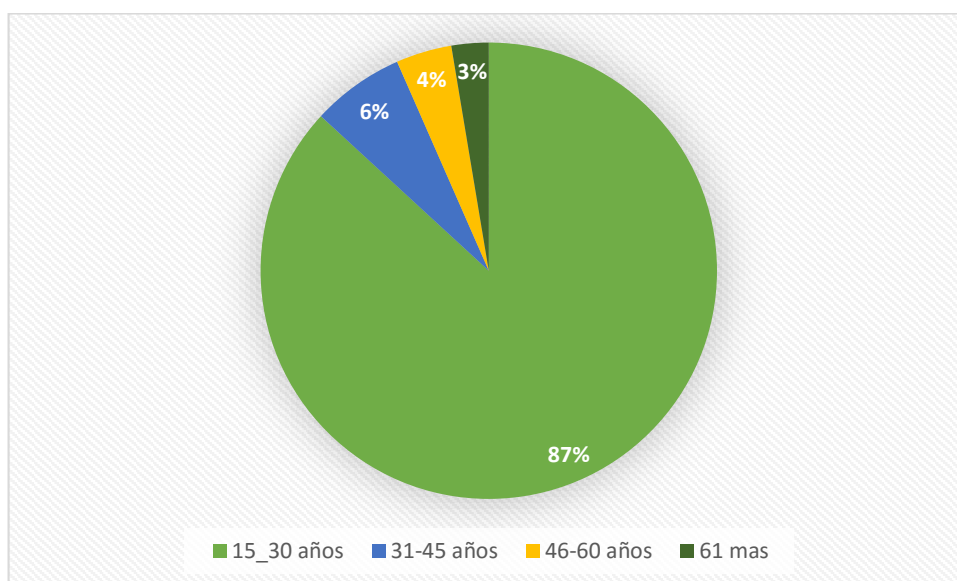
**Cuadro N°37**

Variable	f	%
15_30 años	330	87%
31-45 años	25	7%
46-60 años	15	4%
61 mas	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 24**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

#### **Análisis e Interpretación**

Del total de encuestados la mayoría de los turistas y ciudadanos que acuden a la parroquia son jóvenes entre edades de 15 a 30 años (87%), lo cual se debería hacer actividades enfocadas en los jóvenes mientras que 31 a 45 años (7 %). Se recalca que también personas adultas acuden a la parroquia entre rangos de edades que van de 46 a 60 años (4%), finalmente las personas mayores de 61 años representan un 3%. Por lo que se puede determinar que la mayoría de turistas que visitan el cantón su edad se encuentra entre 15-30 años, de esta manera se puede evidenciar que tienen gran interés por el desarrollo de la parroquia.

## 5. Nivel de Estudios

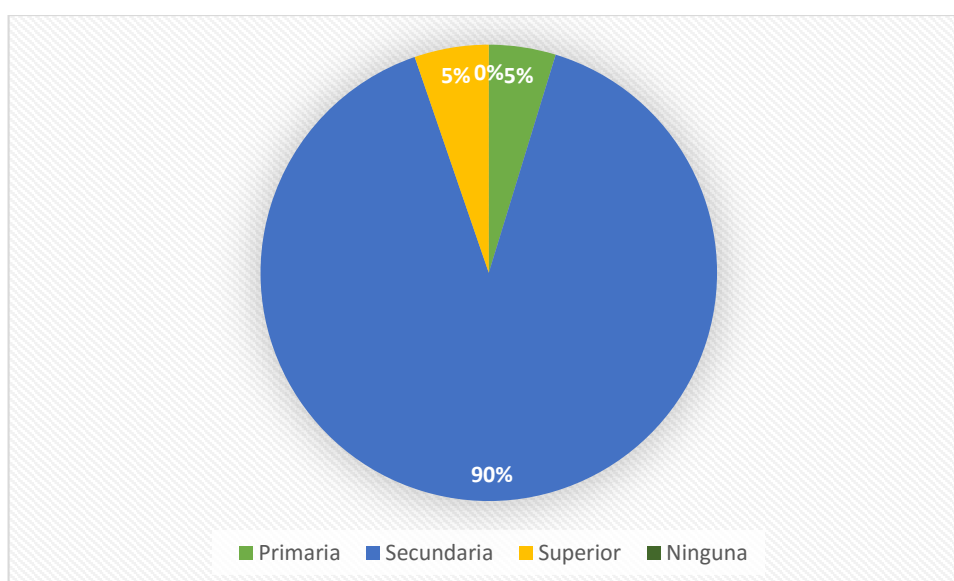
Cuadro N° 38

Variable	f	%
Primaria	18	5%
Secundaria	342	90%
Superior	20	5%
Ninguna	0	0%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Grafico N 25



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e Interpretación

Del total de encuestados un 90% es de instrucción secundaria esto significa que la mayor parte de los turistas y ciudadanos son jóvenes, pero también existen personas de instrucción superior con un 5%, de profesionales y otra parte aún se encuentran en proceso de formación; mientras que las personas de instrucción primaria representan un 5% lo que significa que pocos niños van a estudiar. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de personas que visitan el cantón en su mayoría son estudiantes de secundaria a diferencia del nivel primario que lo hace en una menor cantidad.

## 6. Ocupación

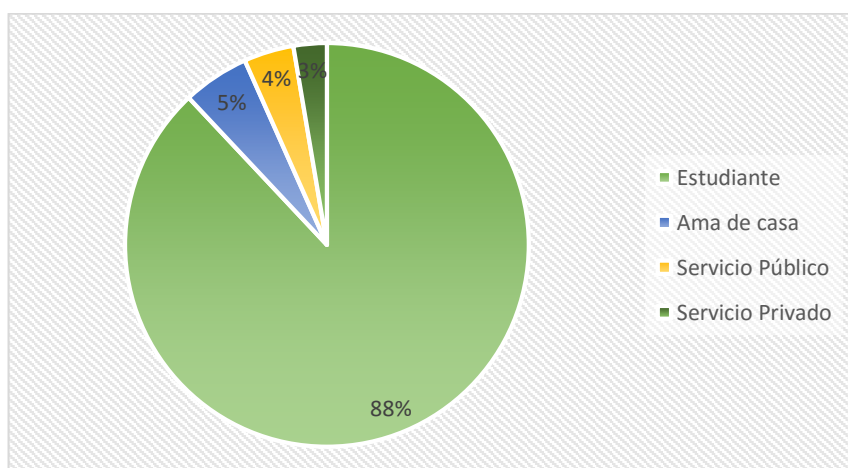
**Cuadro Nº 39**

Variable	f	%
Estudiante	330	87%
Ama de casa	20	5%
Servicio Público	15	4%
Servicio Privado	10	3%
Jubilado	5	1%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico Nº 26**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Del total de encuestados el 87% son estudiantes, mientras que el 5% de los turistas y ciudadanos encuestados representa a las amas de casa, un 4% de los encuestados su ocupación es el servicio público, un 3% representa al sector privado y finalmente un 1% representa a las personas que ya no realizan ninguna actividad. Los resultados de las encuestas aplicadas indican que tenemos a más estudiantes, seguido de las amas de casa que se dedican a actividades vinculadas con el hogar, así mismo tenemos a personas que se dedican a actividades en el servicio público, seguido de personas que trabajan en el sector privado. Y finalmente tenemos a personas que ya han terminado con el tiempo de su vida laboral.

## 7. ¿Qué fiestas de Saraguro conoce usted?

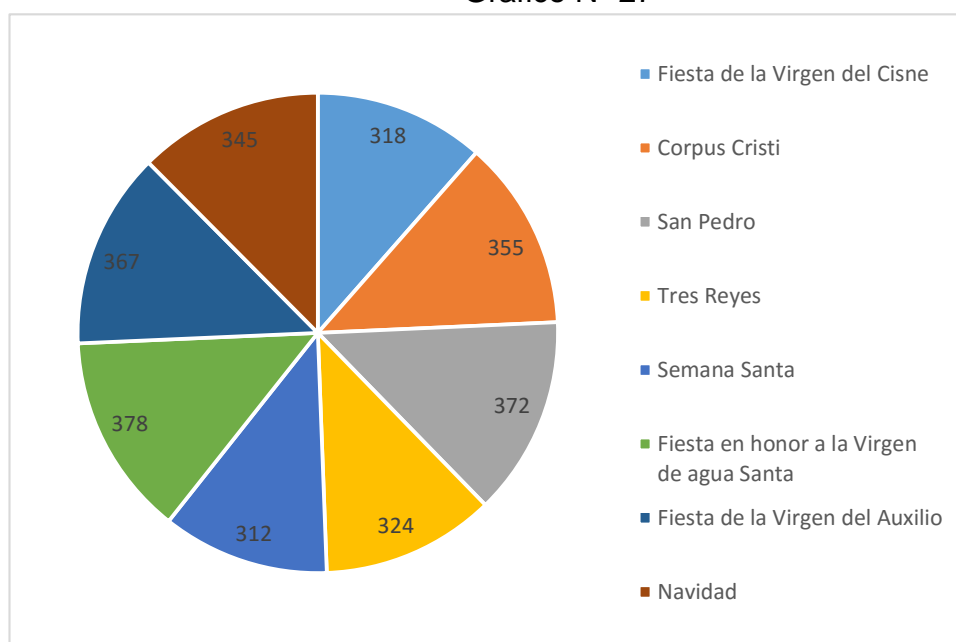
**Cuadro N° 40**

Variable	f	%
Fiesta de la Virgen del Cisne	318	84
Corpus Cristi	355	93
San Pedro	372	98
Tres Reyes	324	85
Semana Santa	312	82
Fiesta en honor a la Virgen de agua Santa	378	99
Fiesta de la Virgen del Auxilio	367	97
Navidad	345	91
<b>Total</b>		

**Fuente:** Encuestados

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Grafico N° 27**



**Fuente:** Encuestados

**Elaboración:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e interpretación**

Del total de encuestados tenemos que en su mayor porcentaje acuden a la fiestas de la Virgen de Agua Santa y en un menor porcentaje asiste a las fiesta de Semana Santa para lo cual es necesario implementar un plan de marketing para que se le dé la debida importancia y difusión a cada una de ellas.

## 8. ¿Con quién acude a las fiestas de la parroquia Saraguro?

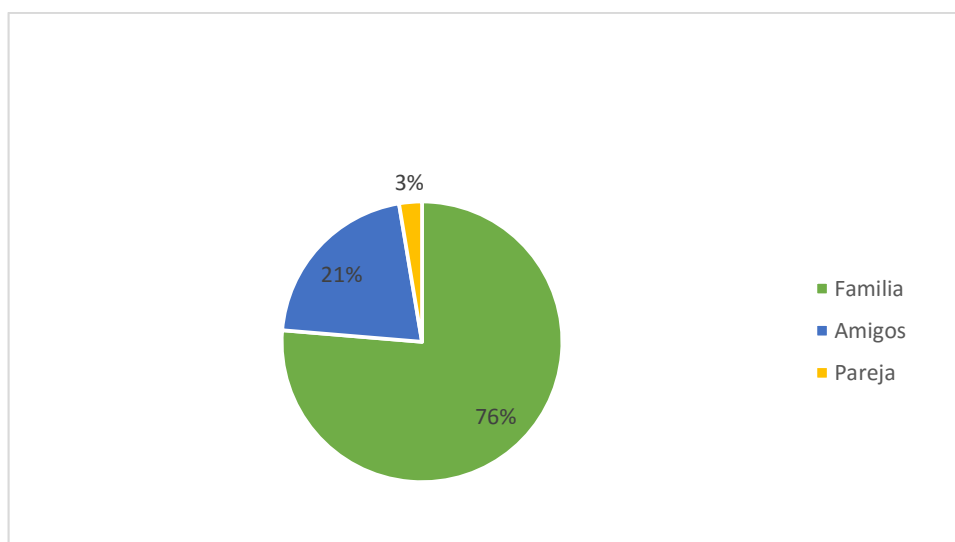
**Cuadro N° 41**

Variable	f	%
Familia	290	76%
Amigos	80	21%
Pareja	10	3%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Crafico N° 28**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e interpretación

Del total de encuestados representado por un 76%, acude a la parroquia Saraguro motivados por las festividades que se realizan, mientras que el 21% de los turistas y ciudadanos acuden a la parroquia por motivos de distracción y relajación entre amigos, finalmente un 3% acude con sus parejas para realizar diferentes actividades.

De los resultados obtenidos, se pudo conocer que la mayoría de las personas que acuden a las fiestas en compañía de su familia, a diferencia de personas que van entre amigos y en un mínimo porcentaje lo hacen en compañía de su pareja.

## 9. ¿Qué servicios utiliza cuando va a las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro?

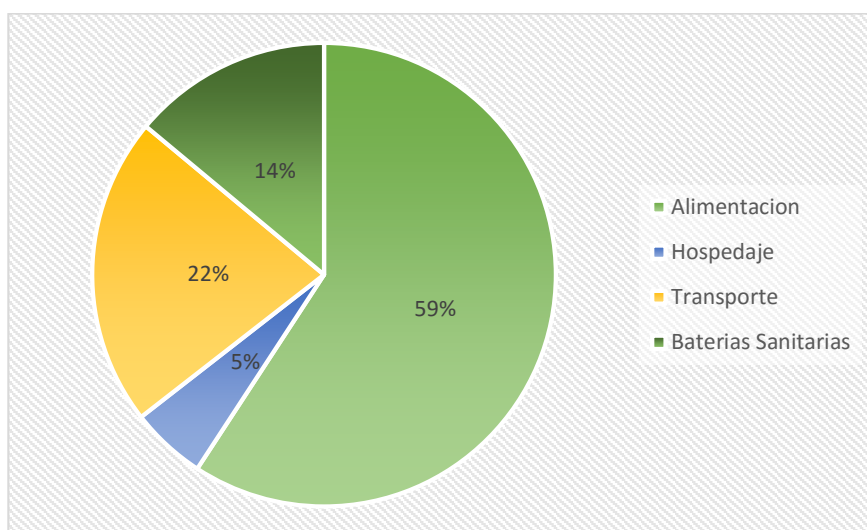
**Cuadro N° 42**

Variable	f	%
Alimentación	225	59%
Hospedaje	20	5%
Transporte	82	22%
Baterías Sanitarias	53	14%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Grafico N° 29**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

De las 380 encuestas aplicadas 59% manifestó que servicios utiliza cuando va a las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro es la de alimentación, un 22% por transporte, 14% manifestó a la utilización de baterías sanitarias, 5% corresponde que es por el hospedaje. Del total de encuestas aplicadas tenemos como resultado que las personas cuando acuden a una fiesta hacen el uso de la alimentación, transporte, servicio de las baterías sanitarias. Y en una menor cantidad turistas hacen el uso del hospedaje.



## 10. ¿Qué lugar recomendaría para el servicio de alimentación?

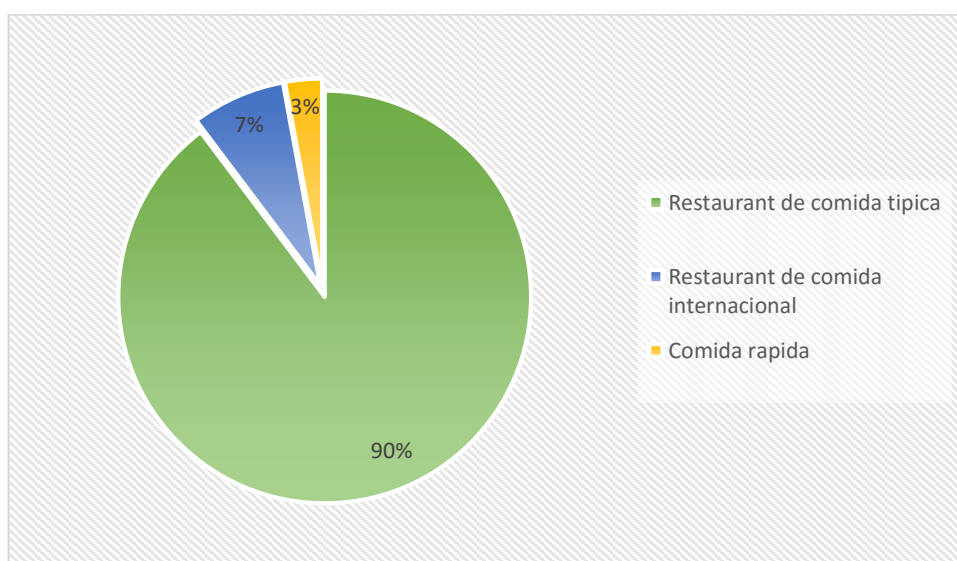
**Cuadro N° 43**

variable	f	%
Restaurant de comida típica	341	90%
Restaurant de comida internacional	28	7%
Comida rápida	11	3%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 30**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

De las 380 encuestas aplicadas el 90% manifestó que se puede alimentar en restaurantes de comida típica, mientras que el 7% respondió que se puede adquirir el servicio de alimentación en restaurantes de comida internacional y finalmente un 3% corresponde a la variable de comida rápida. De las encuestas aplicadas se obtuvo como resultado que el consumo se lo debe hacer en restaurants de comida típica ya que contribuiría al desarrollo del cantón, así mismo se lo puede hacer en menor porcentaje en restaurants de comida internacional y posteriormente se lo debería hacer en lugares que expenden comida rápida.

## 11. ¿Dónde recomendaría alojarse durante su visita al cantón Saraguro?

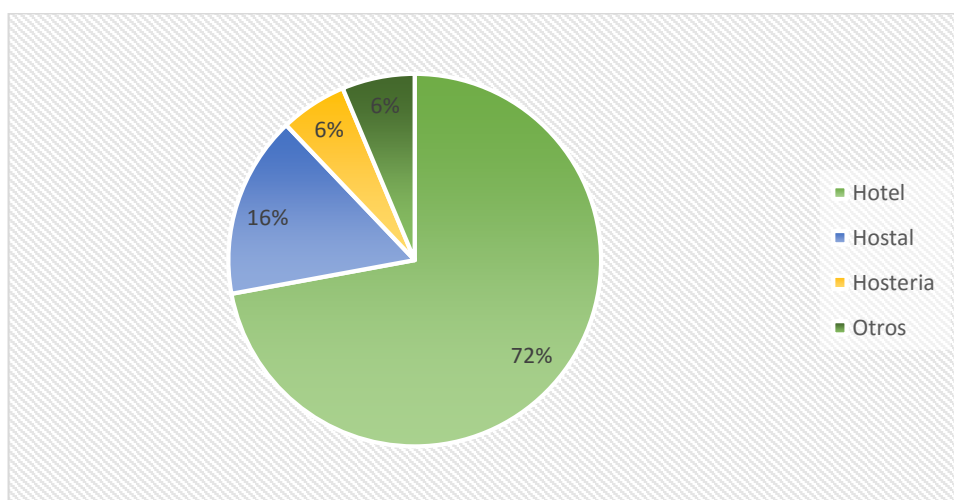
**Cuadro N° 44**

variable	f	%
Hotel	274	72%
Hostal	60	16%
Hostería	22	6%
Otros	24	6%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 31**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e Interpretación

De los resultados obtenidos se detalla el lugar donde alojarse durante su visita al cantón Saraguro 274 personas correspondiente a un 72%, recomienda hacerlo en hostal, mientras que 60 personas corresponde al 16% que se a hospedado en otros, 6% corresponde a 24 personas que se han alojado en hotel y finalmente un 6% correspondiente a 22 personas respondió que se han hospedado hosterías. Se puede deducir que es recomendable alojarse en hostales, así como en casas de turismo comunitario, en hotel por los servicios que presta, también se lo puede hacer en hosterías que se destaca por la calidad de sus servicios.

## 12. ¿Qué lugares de entretenimiento visita usted cuando va a las fiestas religiosas?

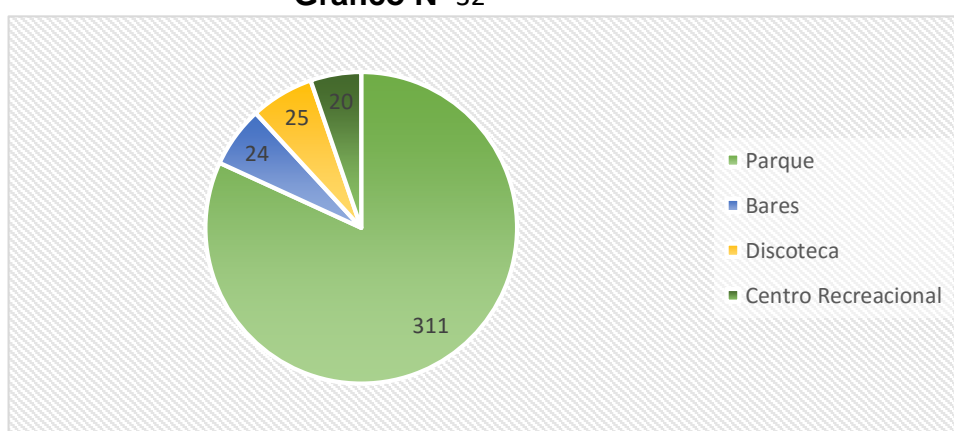
Cuadro N° 45

variable	f	%
Parque	311	82%
Bares	24	6%
Discoteca	25	7%
Centro Recreacional	20	5%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Gráfico N° 32



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e Interpretación

De los resultados obtenidos se detalla que los lugares de entretenimiento que visitan cuando van a las fiestas religiosas en la parroquia Saraguro 311 personas correspondiente a un 82%, visita el parque, mientras que 25 personas corresponde al 7% han visitado las discotecas del lugar, 24 personas correspondiente al 6% respondió que van a bares y finalmente un 5% correspondiente a 20 personas respondió que prefieren acudir a los centros recreacionales para relajación. Con estos datos se puede concluir que entre los principales lugares de entretenimiento tenemos: el parque y la discoteca.

### 13. ¿Cómo califica usted los servicios encontrados en la zona?

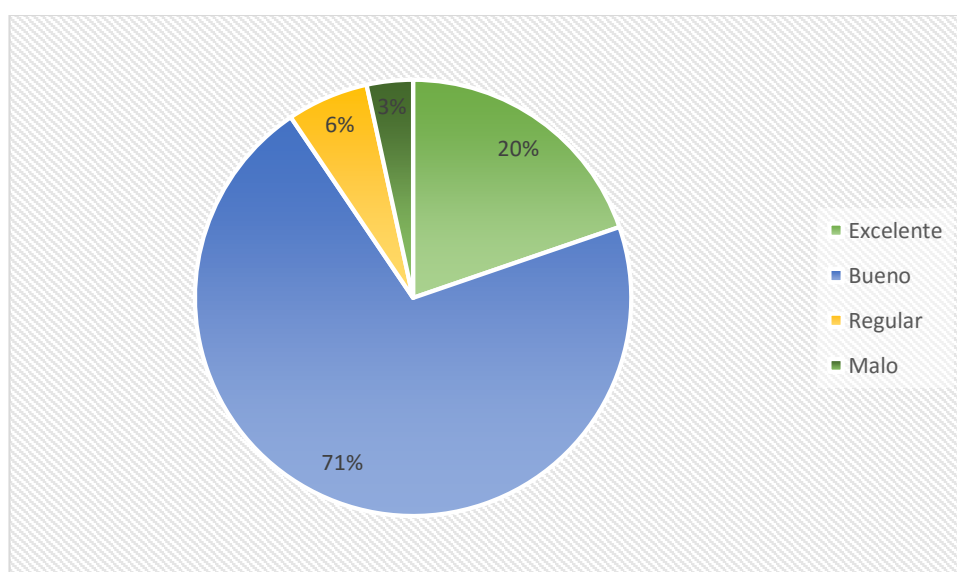
**Cuadro N°46**

variable	f	%
Excelente	75	20%
Bueno	269	71%
Regular	23	6%
Malo	13	3%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 33**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

De los 380 encuestados 269 personas correspondiente al 71% califica los servicios encontrados en la zona como buenos, mientras que 75 personas equivalente al 20% respondió que son excelentes, 23 personas correspondiente a 6% respondió que son regulares y finalmente 13 personas correspondiente al 3% los servicios son malos. Se concluye que los servicios que se encuentran en la zona es bueno a diferencia de otro porcentaje menciona que es excelente.

#### 14. ¿Qué es lo que más le gusta de los servicios ofrecidos en la parroquia?

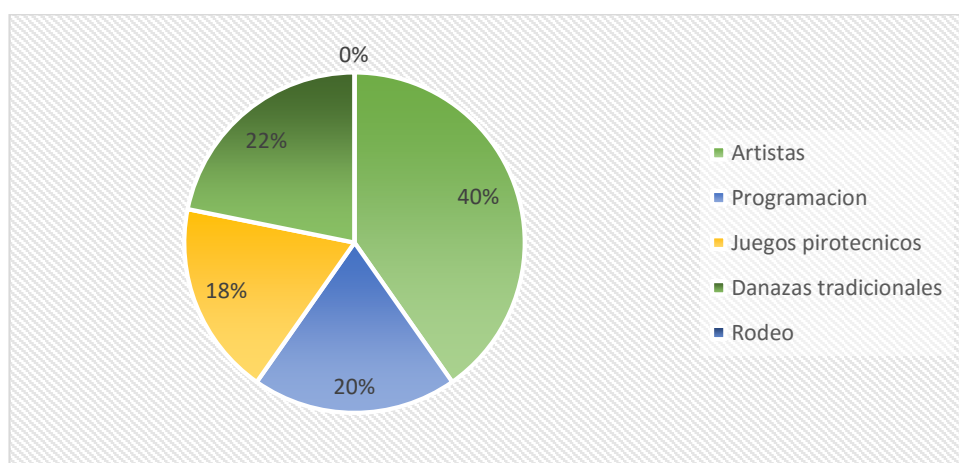
**Cuadro N° 47**

variable	f	%
Artistas	153	40%
Programación	74	19%
Juegos pirotécnicos	70	18%
Danzas tradicionales	83	22%
Rodeo	0	1%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 34**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

#### **Análisis e Interpretación**

Las encuestas determinan que lo que más les gusta de los servicios ofrecidos en la parroquia es la presentación de artistas con un 40%, mientras que entre otras de las actividades de interés son las danzas tradicionales con un 22%, un 19% prefieren observar la programación, mientras un 18% del total de encuestados eligen ver los juegos pirotécnicos y finalmente un 1% hace referencia al rodeo montubio en el lugar. De lo cual se puede deducir que los turistas están a gusto con los servicios ofrecidos entre los principales: la presentación de artistas y las danzas tradicionales del cantón.

## 15. ¿Qué es lo que menos le gusto de los servicios ofrecidos en la parroquia?

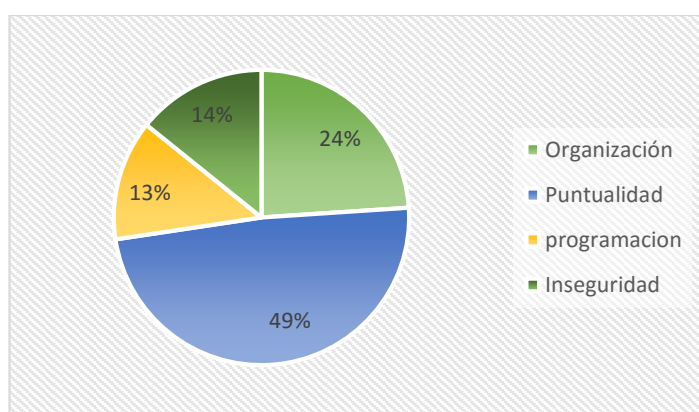
**Cuadro N° 48**

variable	f	fa	%
Organización	91	93	24%
Puntualidad	185	278	49%
programación	50	328	13%
Inseguridad	54	382	14%
<b>Total</b>	<b>380</b>		<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 35**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e Interpretación

De las 185 personas que corresponden al 49% optaron por la opción de puntualidad, este es uno de los servicios que se deben mejorar según los encuestados, 91 personas que equivalen al 24% creen que el servicio ofrecido no les gusto por ende hay que mejorar para el desarrollo turístico de la parroquia, de las 54 personas que corresponden al 14% consideran que se debería mejorar la seguridad para las personas que asisten a estos eventos, el 13% concierne al servicio de la programación lo cual deben mejorar para tener mayor afluencia. Por ende se puede concluir que la mayoría de turistas cuando acuden a las fiestas está de acuerdo con los servicios ofrecidos en la zona como es la puntualidad y la organización con que desarrollan cada actividad.

**16. ¿Cuál es su gasto promedio que utiliza para las fiestas de la parroquia Saraguro?**

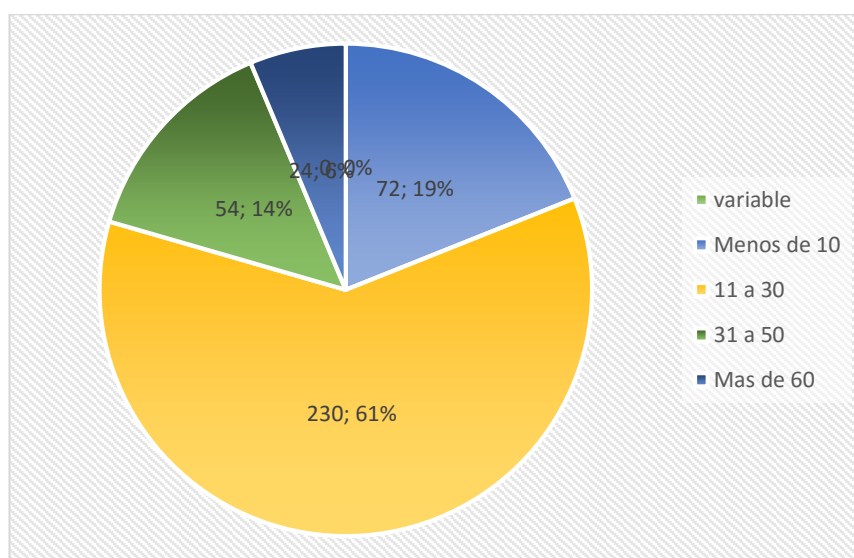
**Cuadro N° 49**

variable	f	%
Menos de 10	72	19%
11 a 30	230	61%
31 a 50	54	14%
Más de 60	24	6%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 36**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Análisis e Interpretación**

El 61% de los encuestados manifiestan su gasto promedio que se utiliza para ir a las fiestas de la parroquia siendo este de 11\$ a 30 \$, mientras que el 19% ha gastado menos de 10\$ debido a que en su mayoría son jóvenes, el 14% invierte de 31\$ a 50\$ notando que son personas que poseen un sueldo, solo un 6% tiene un monto más de 60\$. Por ende se puede concluir que la mayoría de turistas se encuentra en condiciones de cancelar un valor \$11-30 por su consumo en las fiestas.

## 17. ¿Está de acuerdo, en el lugar donde se realizan las fiestas?

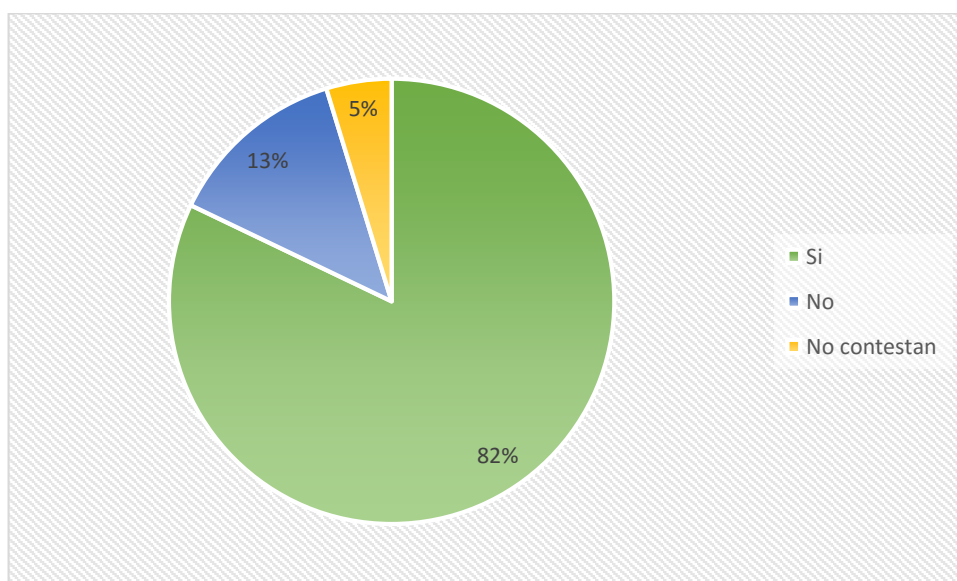
**Cuadro N° 50**

variable	f	%
Si	312	82%
No	50	13%
No contestan	18	5%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Grafico N ° 37**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Del total de encuestados 312 personas correspondiente al 82% está de acuerdo en el lugar donde se realizan las fiestas, mientras que 50 personas correspondiente al 13% no está de acuerdo en el lugar donde se realizan las fiestas y finalmente 18 personas correspondiente al 5% hace referencia a la variable no contestan. Por ende se puede concluir que la mayoría de turistas están de acuerdo en el lugar donde se realizan las fiestas ya que si están en condiciones para poder realizar diferentes actividades.



## 18. ¿Mencione que actividades, se realizan en las fiestas?

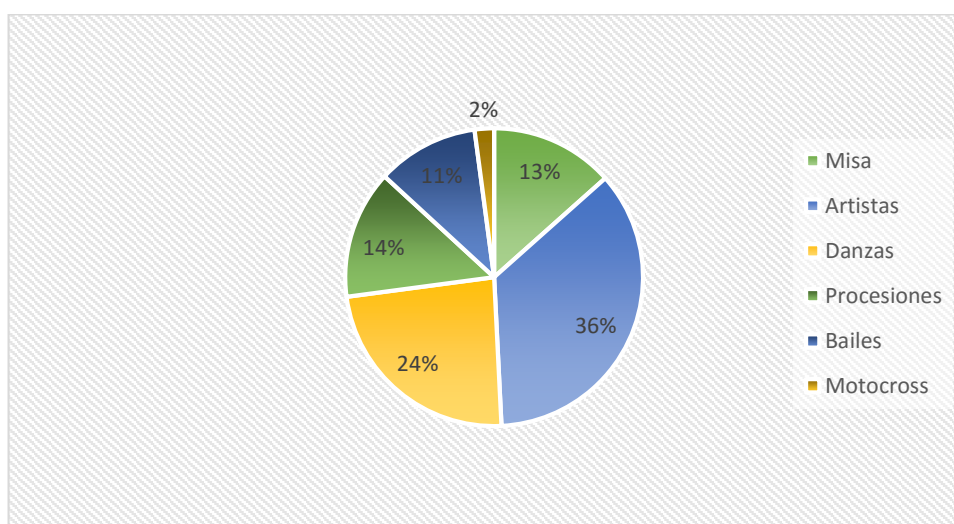
Cuadro N° 51

variable	f	%
Misa	51	13%
Artistas	136	36%
Danzas	90	24%
Procesiones	53	14%
Bailes	42	11%
Motocross	8	2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Gráfico N° 38



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### Análisis e Interpretación

De las 136 personas que corresponden al 36% optaron por la presentación de artistas, y 8 persona correspondiente al 5% les gustaría la actividad de motocross. De las personas encuestadas mencionaron que las actividades que más les gustan son la presentación artística, danzas y procesiones y en mínimo porcentaje mencionaron actividades la misa, danzas y bailes. Se concluye que la mayoría de turistas menciona las actividades que más se debe realizar son: presentación suelen realizar.

## 19. ¿Qué actividades se podrían implementar en las fiestas?

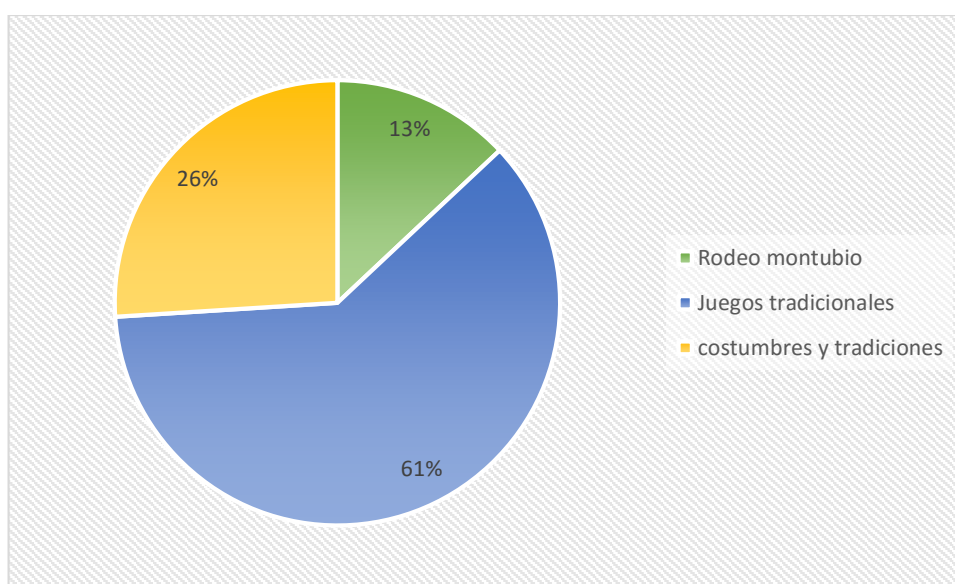
**Cuadro N°52**

variable	f	%
Rodeo montubio	50	13%
Juegos tradicionales	230	61%
costumbres y tradiciones	100	26%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 39**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Los resultados demuestran que el 61% de los encuestados mencionan que actividades se podría implementar entre la que más se destaca son los juegos tradicionales, mientras que el 26% manifestó que se implementen actividades referentes a sus costumbres y tradiciones, finalmente un 13% les gustaría actividades como es el rodeo montubio. Por ende se puede concluir que la mayoría de turistas menciona que se de implementar actividades tales como: juegos tradicionales, costumbres y tradiciones y el rodeo montubio.

**20. ¿Qué medio de transporte utilizo para su traslado desde la ciudad de Loja a la parroquia Saraguro?**

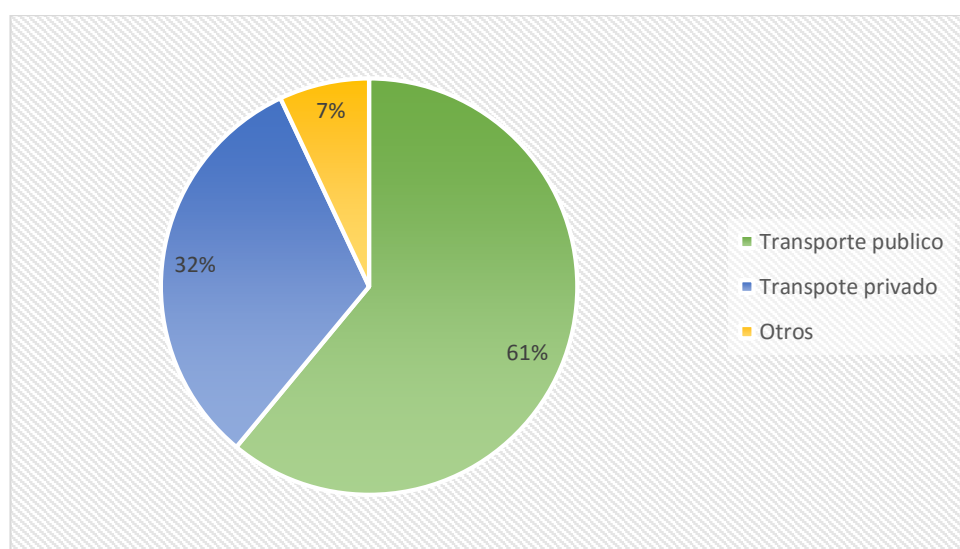
**Cuadro N° 53**

variable	f	%
Transporte publico	230	61%
Transporte privado	123	32%
Otros	27	7%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 40**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Los resultados demuestran que el 61% de los encuestados mencionan que utilizan el transporte público para su traslado a las diferentes festividades que se realizan en el Cantón, mientras que el 32% menciona que utilizó transporte privado para su traslado, así mismo un 7% utilizó otros medios de transporte para su traslado a los diferentes sitios de interés turístico. Se concluye que los turistas para su traslado a las fiestas religiosas lo suelen hacer en transporte público, privado y otros medios de transportación.

## 21. ¿Cómo califica usted la accesibilidad a la hora de ir a las fiestas?

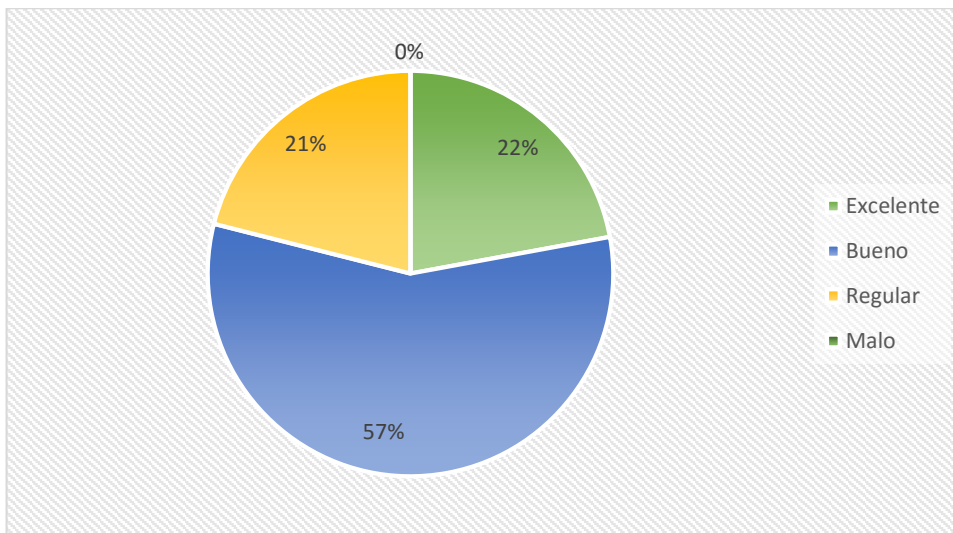
**Cuadro N° 54**

variable	f	%
Excelente	84	22%
Bueno	216	57%
Regular	80	21%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 41**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Del total de encuestados 216 personas correspondiente al 57% califica a la accesibilidad como bueno, mientras que 84 personas correspondiente al 22% las califica que son excelentes lo cual les permite disminuir su tiempo de traslado, 80 personas correspondiente al 21% menciona que la accesibilidad no es en buenas condiciones por lo que califica como regular ya que se debería mejorar para así poder traer una mayor cantidad de turistas en un tiempo adecuado. Se puede concluir en esta interrogante que la accesibilidad la califican para acudir a las fiestas de la parroquia en cuatro categorías: excelente, bueno, regular y malo.

## 22. ¿Considera que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas?

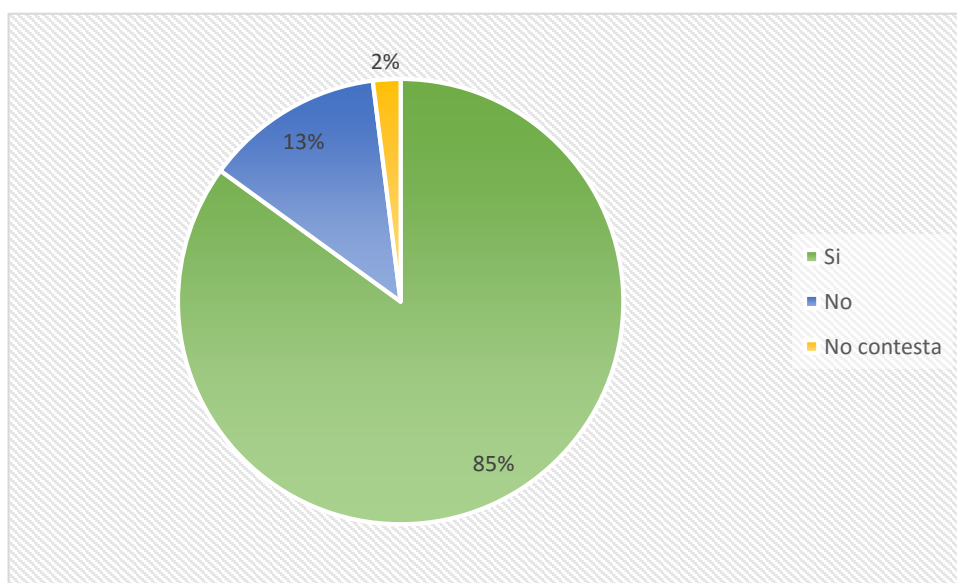
**Cuadro N° 55**

variable	f	%
Si	322	85%
No	50	13%
No contesta	8	2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 42**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Los resultados demuestran que el 85% de los encuestados consideran que si se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas de la parroquia, mientras que el 13% manifestó que no se les da la importancia necesaria debido a que no hay publicidad y 2% del total de encuestados no contestó por diferentes factores. Se puede deducir que los turistas si se le dan la debida importancia.

### 23. ¿Porque medios de difusión se enteró de la existencia de las fiestas?

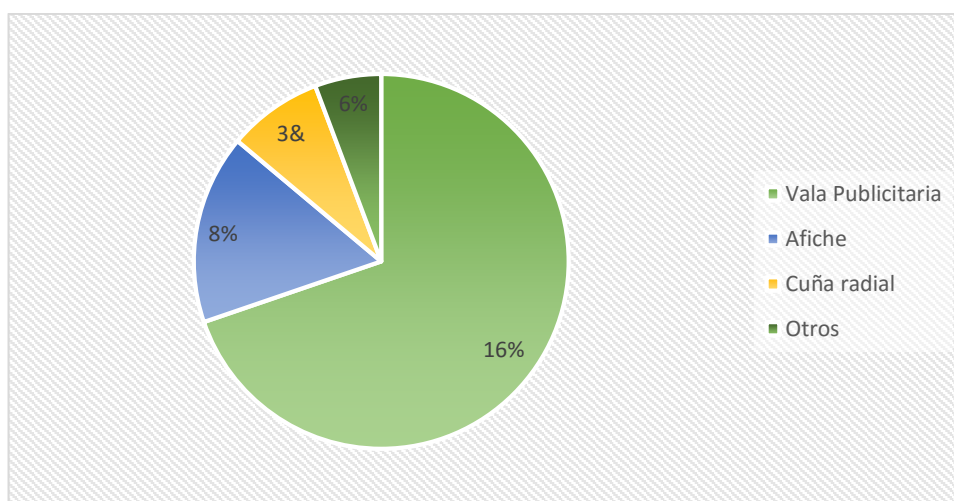
**Cuadro N° 56**

variable	f	%
Valla publicitaria	60	16%
Afiche	30	8%
Cuña radial	13	3%
Otros	21	6%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 43**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

De los encuestados el 16 % menciona que por qué medios de difusión se, enteraron de la existencia de las fiestas lo cual es por vallas publicitarias siendo el porcentaje más alto, mientras que el 8% corresponde a que se han enterado por afiches, el 6% por otros medio de difusión, un 3% por cuñas radiales. De los resultados se puede deducir que los medios de difusión por los que se enteraron de la existencia de las fiestas fue por: Vallas publicitarias, Afiche, otros medios de comunicación y cuñas radiales.

## 24. ¿Por qué medios le gustaría que se difundan las fiestas religiosas?

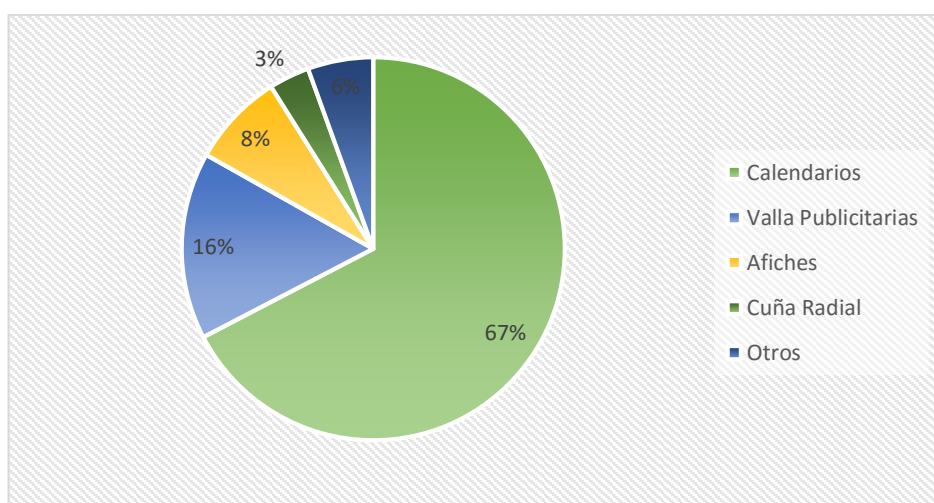
**Cuadro N°57**

variable	f	%
Calendarios	256	67%
Valla publicitaria	60	16%
Afiches	30	8%
Cuña Radial	13	3%
Otros	21	6%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 44**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Del total de encuestados 256 personas correspondiente al 65% haciendo referencia de cómo les gustaría enterarse de las fiestas que se realizan, mientras que 60 personas correspondiente a 16% les gustaría por vallas publicitarias, seguido de 30 personas que corresponde a 8% mencionan que preferirían por afiches, mientras que un 6% prefiere por otros medios y finalmente 13 personas correspondiente al 3% mencionan que les gustaría por otros medios. De lo cual se puede deducir que los medios de comunicación por los que les gustaría conocer la existencia de las fiestas son por: Valla publicitarias y calendarios festivos mientras que otros en un menor porcentaje prefieren por cuñas radiales y otros medios de difusión.

## 25. ¿Cómo le gustaría que se promocioe las fiestas religiosas de Saraguro?

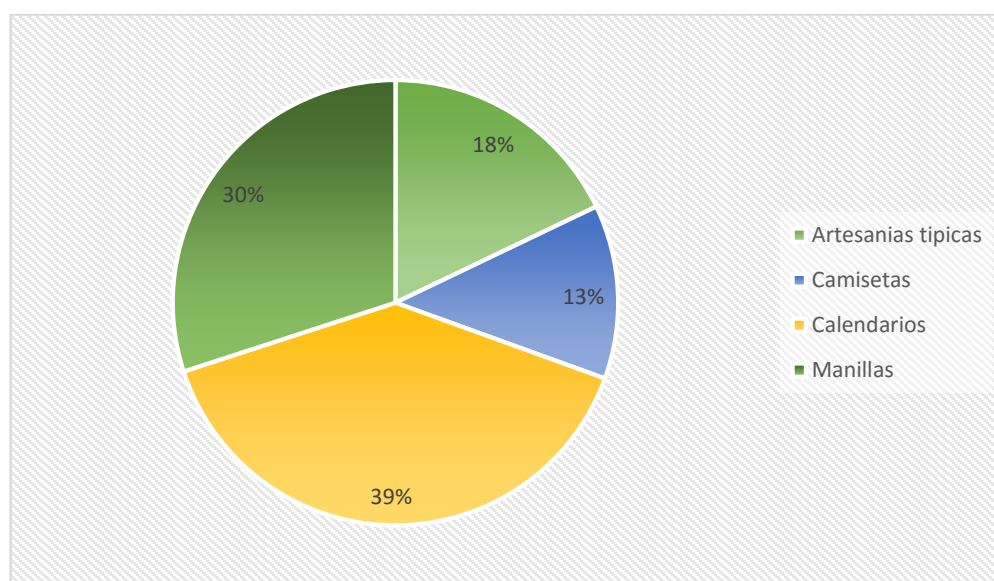
**Cuadro N°58**

variable	f	%
Artesanías Típicas	68	18%
Camisetas	48	13%
Calendarios	150	39%
Manillas	114	30%
Total	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Gráfico N° 45**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Del total de encuestados 39% menciona como les gustaría que se promocioen las fiestas de la parroquia Saraguro por medio de calendarios en los cuales se incluyan a cada una de las fechas en que se van a realizar fiestas religiosas, mientras que un 30% hacer referencia a la variable de manillas, un 18% prefiere que se lo haga por artesanías típicas de la parroquia, finalmente un 13% en camisetas. De lo cual se puede deducir que a los turistas les gustaría que se promocioen a las fiestas religiosas por medio de calendarios, manillas, artesanías típicas y camisetas que se elaboren en la parroquia.

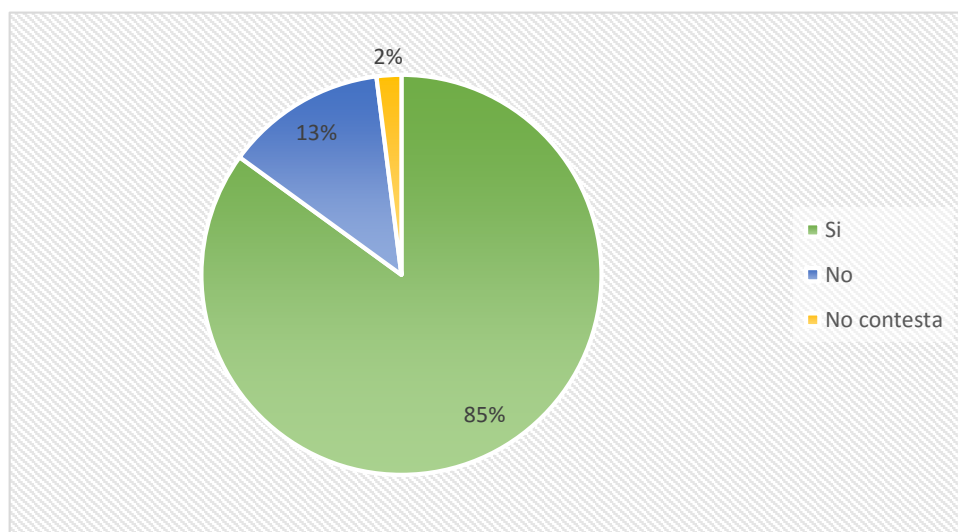


**26. ¿Le gustaría que se haga un plan de marketing, para difundir las fiestas religiosas de la parroquia?**

**Cuadro N° 59**

variable	f	%
Si	322	85%
No	50	13%
No contesta	8	2%
Total	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 46**



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

### **Análisis e Interpretación**

Las encuestas determinan que 322 personas correspondiente al 85% mencionan que les gustaría que se haga un plan de marketing, para difundir las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, mientras que 50 personas correspondiente al 13% mencionan que no les gustaría que se realice un plan de marketing para la difusión, 8 personas correspondiente al 2% no dio ninguna respuesta. De los resultados obtenidos se puede decir que los turistas están de acuerdo con que se realice un plan de marketing el cual contribuya al desarrollo de la parroquia Saraguro y del cantón.

## 27. ¿Qué fiestas pueden llegar a ser un icono de la parroquia?

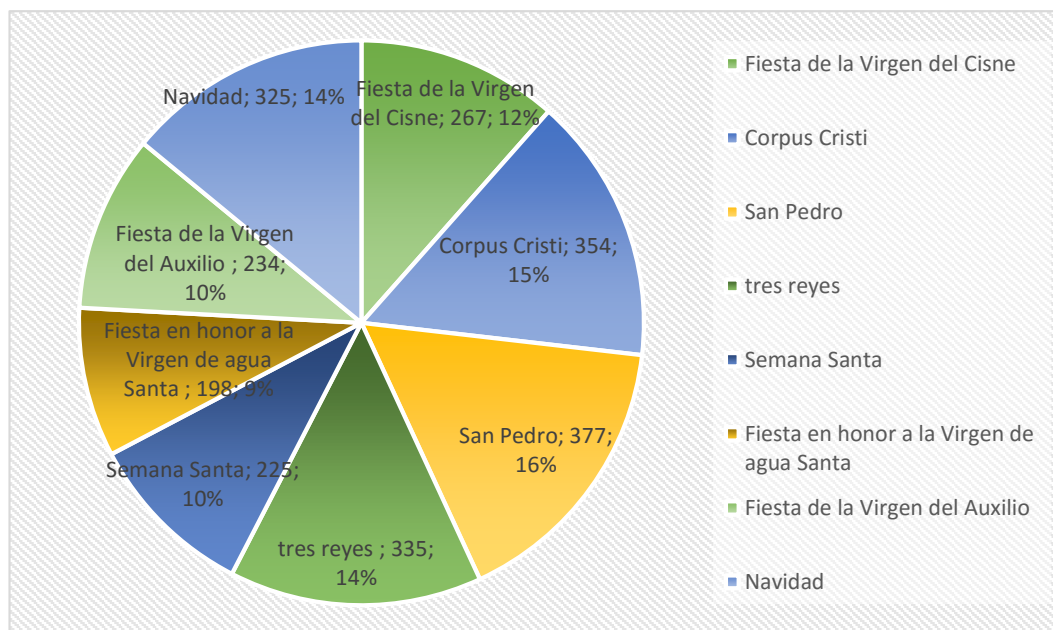
Cuadro N° 60

variable	f	%
Fiesta de la Virgen del Cisne	267	70
Tres reyes	355	93
Corpus Cristi	354	93
San Pedro	377	99
Semana Santa	225	59
Fiesta en honor a la Virgen de agua Santa	198	52
Fiesta de la Virgen del Auxilio	234	62
Navidad	325	86
<b>Total</b>		<b>100%</b>

Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

Gráfico N° 47



Fuente: Encuestados

Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe pineda

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de encuestados 377 personas correspondiente a 99% mencionaron que fiesta puede llegar a ser un icono para la parroquia, siendo esta San Pedro ya que es el patrono del lugar, 354 personas correspondiente al 93% manifestaron que

Corpus Cristi puede llegar a ser un icono, 335. Personas corresponde a 93% manifestaron que tres reyes es importante para el cantón, seguidamente 235 personas correspondiente a al 86% dijeron que la Navidad, 267 personas correspondiente al 70% destacaron a la Fiesta de la Virgen del Cisne, 234 personas correspondiente al 62% mencionaron que otra fiesta que puede llegar a ser un icono es la fiesta de la virgen del Auxilio, 225 personas correspondientes al 59% recalcaron que Semana Santa, finalmente 198 personas correspondiente al 52% mencionaron que la Fiesta en honor a la Virgen de Agua Santa

## **Anexo 5 Entrevista**

### **ENTREVISTA 1**

#### **Datos Generales del Entrevistado.**

**Nombre:** Salvador Medina

**Funciones y Actividades:** Ninguno (Sindico)

#### **1. ¿Conoce usted las fiestas religiosas de su cantón?**

Si, si conozco.

#### **2. ¿Mencione las fiestas religiosas que existen en el cantón Saraguro?**

Bueno las fiestas que tiene el cantón son algunas, como Semana Santa, Corpus Cristi, Virgen del Auxilio entre otras destacándose San Pedro ya que es nuestro patrono

#### **3. ¿Cuál de estas usted considera que es la más importante?**

Bueno como le decía la de San Pedro y la de la Virgen María Auxiliadora de la cual me encuentro a cargo en este momento la cual se desarrolla en la comunidad de Zhindar.

#### **4. ¿Usted cree que las fiestas religiosas se encuentran en las condiciones necesarias para ser visitados por los turistas?**

Bueno en la actualidad hay lugares que no, no se encuentra acordes a lo que el turista quisiera ver al momento de participar en cada una de ellas.

#### **5. ¿Cómo contribuye el turismo para el desarrollo del cantón?**

Eh bueno en cuanto al turismo ya que si contribuye atrayendo a turistas de diferentes lugares, incluso del extranjero lo cual ayuda a mejorar la economía del cantón.

**6. ¿Cuál es la fiesta del cantón que más afluencia tiene?**

Bueno la fiesta que mayor afluencia se puede decir nuestro patrono así mismo la Semana Santa ya que es una época para la meditación y agradecimiento a Dios por las cosas recibida.

**7. ¿Aproximadamente cuantas visitas recibe en estas festividades?**

Bueno, a der ser unos 20 a 50

**8. ¿El cantón cuenta con una planta turística para recibir y satisfacer a los turistas en las festividades?**

Si ya que existe una planta turística, y sobre todo las comunidades que se dedican al turismo comunitario, ofrecen lo que es alojamiento y alimentación.

**9. ¿Cuentan con guías turísticos en el Cantón?**

Sí, hay algunos que están desactualizados, ósea no han renovado su licencia, pero ya tienen conocimiento.

**10. ¿se les ha brindado algún tipo de capacitación?**

Si a las personas que se dedican a la actividad turística, como es el turismo

**11. ¿Cada que tiempo se capacita al personal que se dedica a esta actividad**

Bueno no le sabría decir.

**12. ¿Cuáles son las principales necesidades con que el turista cuenta en el Cantón?**

Sería el contar con los servicios básicos

**13. ¿Existe un centro de información o departamento turístico en el Cantón?**

Si existe, pero no está funcionando por falta de personal en el mismo.

**14. ¿Mencione cuáles son las razones por las cuales no se ha podido desarrollar el turismo en el Cantón?**

Por el desinterés por parte de las autoridades,

**15. ¿Qué actividades turísticas cree usted que se pueden implementar para fortalecer la economía del Cantón?**

Bueno creo que sería contar con personal capacitado para que promocióne cada una de las potencialidades con las que cuenta el cantón.

**16. ¿Cómo califica el nivel turístico del Cantón?**

Creo bueno ya que hoy en día está creciendo.

**17. ¿Cuáles son las principales actividades económicas del Cantón?**

Bueno las principales actividades, la agricultura, ganadería, silvicultura y la pesca.

**18. ¿Existe participación de la población en el sector turístico?**

Si,

**19. ¿Qué tipo de apoyo se brinda para hacer promoción en el sector**

**Turístico?**

Capacitación

**20. ¿Se han realizado planes de marketing turísticos en el Cantón para la difusión de las fiestas religiosas?**

No.

**21. ¿Se ha realizado publicidad y promoción de las fiestas religiosas?**

No, aunque cuando se acercan las fiestas un poco si las dan a conocer por la radio pero solo en esos días.

**22. ¿Considera importante realizar un plan de marketing para la difusión de las fiestas religiosas del Cantón?**

Si sería muy importante

## **ENTREVISTA 2**

### **Datos Generales del Entrevistado.**

**Nombre:** Eduardo Parra Jaramillo.

**Funciones y Actividades:** Prioste de la fiesta de María Auxiliadora

**1. ¿Qué fiestas se las considera, como las más importantes?**

Las más conocidas y visitadas son las fiestas de San Pedro, Corpus Cristi,

**2. ¿Cómo contribuyen las fiestas al cantón?**

Contribuye de una manera positiva ya que a los turistas podemos dar a conocer lo que son nuestras costumbres.

**3. ¿Identifique que sectores se han desarrollado en la actividad turística?**

El sector de las Lagunas, Ilincho, Gunudel, Gera los mismos que se han dado a conocer por el turismo comunitario

**4. ¿Cuáles son las principales actividades económicas del cantón?**

La agricultura, ganadería, la pesca entre otras.

**5. ¿Existe interés por parte de la población en incrementar actividades relacionadas con el turismo?**

Si pero siempre y cuando se tenga el apoyo de las autoridades

**6. ¿Cuentan con un presupuesto necesario para la realización de las festividades?**

Si, el mismo es asumido por los Síndicos y Priostes

**7. ¿Mencione si existen limitaciones e inconvenientes que frenen la actividad turística en el cantón?**

Si el poco apoyo por parte de las autoridades pertinentes

**8. ¿Cuáles son las necesidades turísticas del cantón Saraguro?**

El no contar con una infraestructura turística adecuada para poder mejorar brindar mejores servicios a los que visitan este cantón, los mismo que no abastecen

**9. ¿Existe un centro de información turística?**

Si tenemos, pero en la actualidad lo tiene cerrado

**10. ¿Han realizado convenios turísticos con entidades o instituciones para el desarrollo turístico con el fin de potencializar las festividades?**

No sabría decirle

**11. ¿Mencione las fiestas que usted conoce en el cantón?**

San Pedro, Corpus Cristi, Navidad, Tres Reyes

**12. ¿Las fiestas prestan las condiciones necesarias para ser visitadas por los turistas?**

No

**13. ¿Mencione si el cantón está preparado con la planta turística para recibir turistas?**

No, ya que le falta mucho por mejor para contar con lo básico

**14. ¿El cantón cuenta con guías turísticos?**

Si pero son escasos.

**15. ¿Cómo califica el nivel turístico del cantón Saraguro?**

Bueno.



**16. ¿Cómo le gustaría que se haga la publicidad y promoción a las fiestas?**

Por la televisión, internet, radio, también por medio de las artesanías ya que contamos con un grupo que realizan estas actividades.

**17. ¿Qué costumbres y tradiciones le gustaría que se rescaten e implementen en las festividades?**

La vestimenta ya que es algo que nos identifica

**18. ¿Cree que es importante la propuesta de un plan de marketing para las fiestas Religiosas de Saraguro?**

Claro que es importantísimo porque nos ayudaría muchísimo

### **ENTREVISTA 3**

**Nombre:** Ing. Luis Muñoz

**Título:** Ingeniero en Turismo

**Puesto de trabajo:** Trabajo en el municipio de Saraguro como técnico en turismo

**Actividades que desempeña:** Encargado: del Departamento de turismo.

**1. ¿Cuáles son las necesidades turísticas del cantón Saraguro?**

Las necesidades turísticas del cantón Saraguro son prácticamente infraestructura turística, lo que señalética turística, capacitación y conocimiento en lo que tiene que ver con el turismo de cada uno de los sitios.

**2. ¿Cómo califica el nivel turístico en lo referente a la infraestructura turística del cantón Saraguro?**

Calificada como tal, no hay como darle una calificación, si lo que tenemos que ver que falta infraestructura turística es por no existe la inversión privada ya que no hay apoyo de la parte pública.

**3. ¿Cómo contribuye el turismo al cantón?**

He, en lo q es en su mayoría es el desarrollo económico lo cual genera mejores ingresos para la gente que hace turismo comunitario en Saraguro

**4. ¿Identifique que sectores se han desarrollado en la actividad turística?**

Lo que es en las comunidades con el turismo comunitario

**5. ¿Cuáles son las principales actividades económicas del cantón?**

Lo que es la agricultura, ganadería comercio, el transporte y en ultimo nivel es el turismo

**6. ¿Cuál es el apoyo que usted brinda al sector turístico?**

En capacitación, lo que es preparación a la gente que hace turismo, para que los mismos puedan brindar mejores calidad servicios y aparte también como municipio mejorando lo que son servicios básicos.

**7. ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando y que esté relacionado con la actividad turística?**

En lo que es la capacitación, lo que es la publicidad, lo que es el marketing, lo que es participación en eventos llevando la gente que hace turismo al artesano material turístico para su promoción. Propuesta de adecuación y mejoramiento de servicios

**8. ¿Existe un centro de información turística?**

En el momento no está adecuado

**9. ¿Han realizado convenios turísticos con entidades o instituciones para el desarrollo turístico?**

Si con el MINTUR, con Universidad Nacional de Loja

**10. ¿Mencione que fiestas conoce usted en el cantón?**

Lo que son los cuatro Raymi, fiesta de San Pedro, Navidad, Semana Santa

**11. ¿Las fiestas religiosas prestan las condiciones necesarias para ser visitadas por los turistas?**

Como le dije la capacidad o infraestructura turística no abastece con lo que es la prestación de servicios en alojamiento.

**12. ¿Cuál es la época más alta que los turistas visitan el cantón?**  
Diciembre

**13. ¿Mencione si el cantón cuenta con la planta turística? Adecuada**

No cuenta con la planta turística adecuada, ya que falta inversión privada

**14. ¿Cómo encargado del departamento de turismo ha capacitado al personal para brindar una mejor atención?**

Si

**15. ¿En qué temas ha sido capacitado el personal?**

Lo que es atención al cliente, relaciones humanas

**16. ¿En cantón cuenta con guías turísticos?**

Si cuenta

**17. ¿Cómo le gustaría que se promocióne las fiestas religiosas?**

Mediante un plan de marketing, material promocional, aparte también mediante eventos también ferias



**18. ¿Qué costumbres y tradiciones le gustaría que se rescaten e implementen en las festividades?**

Las fiestas mismas, como la de San Pedro que es patrono de Saraguro

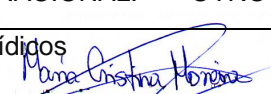
**19. ¿Cree que es importante una propuesta de un plan de marketing para la difusión de las fiestas**

Si porque con eso se va a dar a conocer a la gente del cantón como a la ciudadanía de todo el Ecuador

## Anexo 6 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos.

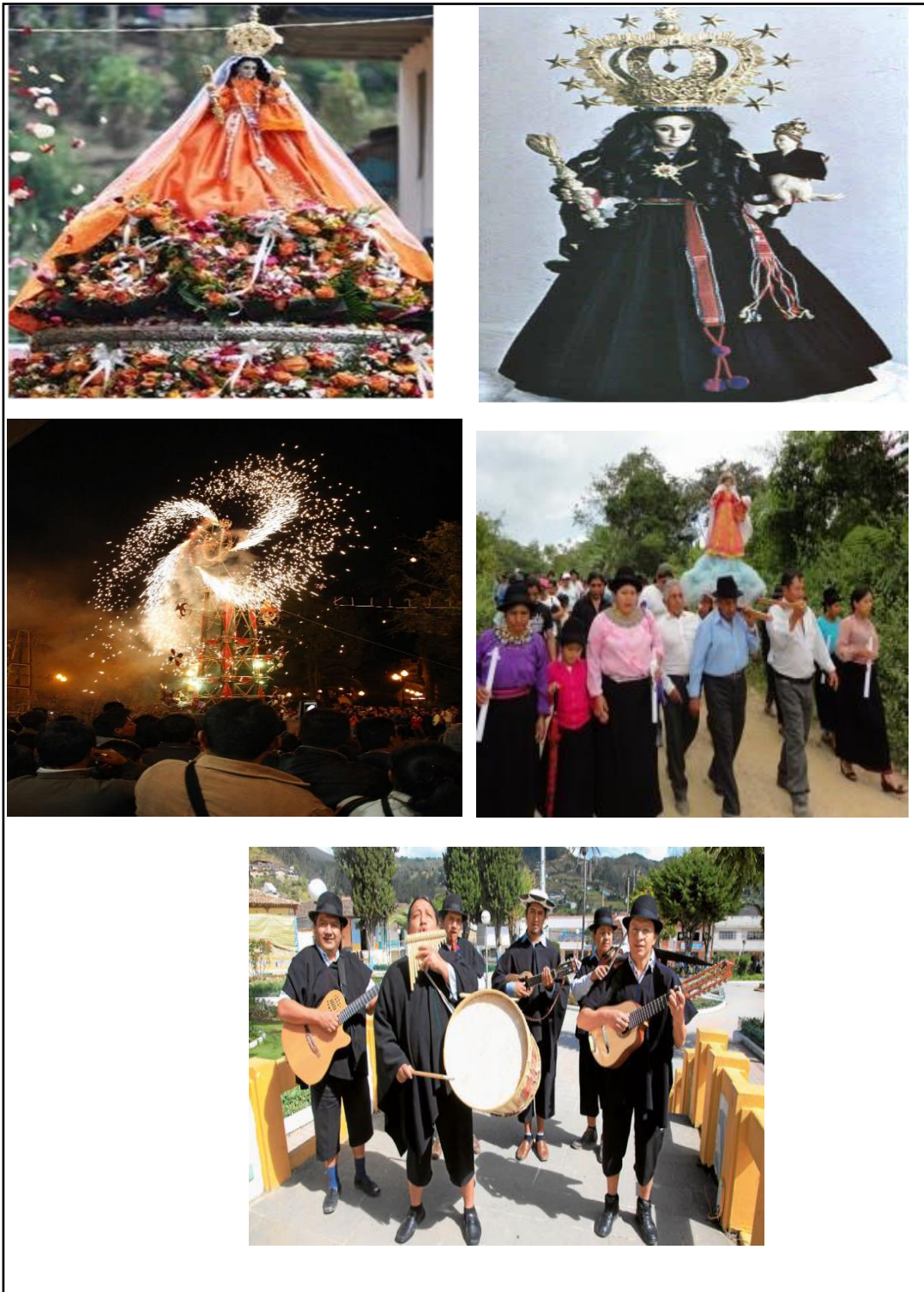
		<b>MINISTERIO DE TURISMO</b> Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos			
<b>DATOS GENERALES.</b>					
ENCUESTADOR: Baneza Abigail Quizhpe Pineda					
FICHA N°: 001					
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.					
FECHA: Mayo del 2015					
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta en Honor a la Virgen De El Cisne					
PROPIETARIO: n/a					
CATEGORÍA: Manifestación Cultural					
TIPO: Acontecimientos Programados					
SUBTIPO: Fiesta Religiosa					
<b>UBICACIÓN</b>					
2.1. PROVINCIA: Loja		2.2. CANTÓN: Saraguro		2.3. LOCALIDAD: Saraguro	
2.4. CALLE:		2.5. NÚMERO:		2.6. TRANSVERSAL:	
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:					
LATITUD: -3-6217			LONGITUD: -79.25		
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>					
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja			DISTANCIA: 65 km		
3.2. NOMBRE DEL POBLADO:			DISTANCIA:		
<b>CALIDAD VALOR INTRÍNSECO</b>					
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>					
4.1. ALTURA: 1270		4.2. TEMPERATURA: 20° y 25°C			
4.3. PRECIPITACIÓN: 378.5 m.m.					
<p>Por varios años esta celebración convoca a cientos de religiosos de la provincia y de otros sectores del país que llegan a compartir las fiestas religiosas, culturales y deportivas en homenaje a la portentosa imagen del cisne. Los moradores del Cantón Saraguro, se aprestan a celebrar las festividades en honor a la Virgen del Cisne, los priostes y socios del Club Reina del Cisne, organizan una serie de actividades como la Novena que empieza el 19 de abril y culmina el viernes 27 de abril, posterior a la novena se realizan varias actividades es su honor. Desde este jueves, los moradores del Cantón Saraguro, se aprestan a celebrar las festividades en honor a la Virgen del Cisne, por varios años esta celebración convoca a cientos de religiosos de la provincia y de otros sectores del país que llegan a compartir las fiestas religiosas, culturales y deportivas en homenaje a la portentosa imagen del cisne.</p> <p>El club reina del cisne realiza el cordial agradecimiento a todos los socios y socias, priostes priostas, pueblo en general y saragurenses residentes en España, por el apoyo brindado para la realización de las festividades, que con fe y amor se las realiza en honor a nuestra patrona la Virgen del Cisne.</p>					

<b>VALOR EXTRINSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b> La sagrada imagen de la Virgen de El Cisne es una de las tradiciones de los fieles		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>										
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b> Juegos deportivos , venta de cuyes, novena, misas, quema de castillos, juegos pirotécnicos,		<b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE:</b> <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b> <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>										
			<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>										
<b>APOYO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>				<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>					<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B N	R G	ML	N		D R	S M	MN	EV	N	
	Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365
		Lastrado					Automóvil	X					
		Empedrado					4 x 4						
		Sendero					Tren						
	Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
							Bote						
		Fluvial					Canoa Otros	X					
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural	
						Avioneta							
						Helicóptero							
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna													

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Saraguro- Loja											
<b>DESDE:</b> 05:00			<b>HASTA:</b> 19: 00			<b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos					
<b>DISTANCIA:</b> 65 Kilómetros											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>FACILIDADES TURISTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	1	0	
ALIMENTACION	0	0	0	0	6	0	14	0	3	0	
ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/>											
CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. <input type="checkbox"/> X: <input type="checkbox"/>											
Otros: <input type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguro.											
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
<b>10.1. AGUA:</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>					
Bosque de washapamba						5 km					
Comunidad de Gera						5 km					
<b>SIGNI</b>	<b>DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>										
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
											Firma:  SUPERVISOR EVALUADOR

FICHA DE JERARQUIZACIÓN													
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV
	Romería de la Virgen de El Cisne	7	5	5	8	5	4	3	2	4	4		
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12		

Gráfico N° 48 Fiesta en Honor a la Virgen del Cisne

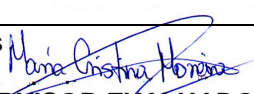


Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda





	<b>ORGANIZACIÓN CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>  Misa, rituales, ceremonias entre otros				<b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> <b>NOMBRE:</b> <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b> <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> , Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>								
					<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>								
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>													
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>				<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>					<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B N	R G	ML	N		D R	S M	MN	EV	N	
	Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365
		Lastrado					Automóvil	X					
		Empedrado					4 x 4						
		Sendero					Tren						
	Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes  Culturales: Naturales:
							Bote						
		Fluvial					Canoa						
							Otros	X					
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural	
						Avioneta							
						Helicóptero							
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna													
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>													
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja - Saraguro <b>DESDE:</b> 05:00 <b>HASTA:</b> 19:00 <b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos <b>DISTANCIA:</b> 15 Kilómetros													
<b>OBSERVACIONES:</b>													
<b>FACILIDADES TURISTICAS</b>													
<b>CATEGORIAS</b>													

SERVICIOS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTROS						
	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as							
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	0	0							
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	0	14	0	3	0							
ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10						
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. <input type="checkbox"/> X.: <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguro.																	
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b> <b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input checked="" type="checkbox"/> ..... <input type="checkbox"/>																	
<b>OBSERVACIONES:</b>																	
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">NOMBRE</th> <th style="text-align: left;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Iglesia Matriz</td> <td>0 km</td> </tr> <tr> <td>Comunidad de zhindar</td> <td>3 km</td> </tr> </tbody> </table>												NOMBRE	DISTANCIA	Iglesia Matriz	0 km	Comunidad de zhindar	3 km
NOMBRE	DISTANCIA																
Iglesia Matriz	0 km																
Comunidad de zhindar	3 km																
<b>SIGNIFICADO</b>	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b> LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>																
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <div style="text-align: right;">             Firma:  <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b> </div>																

FICHA DE JERARQUIZACIÓN																								
Provincia: Loja				Cantón Saraguro				Fecha:																
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV											
	4	Valor Intrínseco / Max. 15	4	Valor Extrínseco / max. 15	3	Entorno / Max. 10	4	Estado de Conservación / Max. 10	3	Acceso / Max. 10	4			Servicios Básicos / Max. 10	2	Asociación con otros atractivos / Max 5	1	Local / Max 2	0	Regional / Max 4	0	Nacional / Max 7	0	Internacional /Max 12

Gráfico N° 49 Fiesta de Corpus Cristi



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**DATOS GENERALES.**

**ENCUESTADOR:**

**FICHA N°:** 003

**SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.

**FECHA:** Mayo del 2015

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Fiesta de San Pedro

**PROPIETARIO:** n/a

**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural

**TIPO:** Acontecimientos Programados

**SUBTIPO:** Fiesta religiosa

**UBICACIÓN**

**2.1. PROVINCIA:** Loja

**2.2. CANTÓN:** Saraguro

**2.3. LOCALIDAD:**

**2.4. CALLE:**

**2.5. NÚMERO:**

**2.6. TRANSVERSAL:**

**2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**

**LATITUD:** -3 6217

**LONGITUD:** -79.25

**CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**3.1. NOMBRE DEL POBLADO:**

**DISTANCIA:**

**3.2. NOMBRE DEL POBLADO:**

**DISTANCIA:**

**CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**4.1. ALTURA:** 1270

**4.2. TEMPERATURA:** 20° y 25°C

**4.3. PRECIPITACIÓN:** 378.5 m.m.

**CALIDAD  
VALOR IXTRÍNSECO**

La fiesta de San Pedro (29 de junio) la está patrocinado principalmente por la gente mestiza ningún-indígena el pueblo Saraguro. La fiesta de San Pedro que se realiza el (29 de junio), es el santo patrón del pueblo de Saraguro, se patrocina principalmente por los habitantes no-indígenas del pueblo. Dura durante varios días, con los eventos principales que tienen lugar en la víspera del día del santo, y el propio día. Incluye masas y procesiones religiosas, fuegos artificiales y la escena fuera de globos de aire-caliente, las presentaciones musicales especiales, y actuaciones por los bailarines disfrazados.

Varios actividades se realizan durante todo el año, para obtener los respectivos recursos económicos y así poder viabilizar cada uno de los actos que programa el Club San Pedro, los mismos que arrancan desde este lunes 17 al 29 de junio, todas estas actividades se coordina conjuntamente con varios integrantes de la entidad, que residen en Ambato y el Guabo, ahí se deciden realizar los festejos, en Ambato quien dirige esta colonia de Saragurenses es el Señor Néstor Armijos, mientras tanto que la colonia residentes de los Saraguros, en el Guabo es el Señor, Omar Salgado. El día central de esta fiesta religiosa es la noche del 28 de junio, por sus principales calles de la ciudad se pasean decenas de personas disfrazadas con diferentes atuendos, ellos integran el Club San Pedro, bailan disfrazados al son del a música de la banda de pueblo que les abre paso para juntos protagonizar el multicolor desfile en honor a su patrono.

<b>VALOR EXTRINSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b>		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>									
	Trajes típicos		ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>								
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)		CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO <input type="checkbox"/>								
<b>VALOR INTRINSECO</b>	Danzas , música, juegos, pirotécnicos entre otras		EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>									
			<b>CAUSAS:</b>									
			<b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>									
		<b>NOMBRE:</b>										
		<b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>										
		<b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural										
		Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>										
		Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>										
		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>										
		ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>									
		CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO <input type="checkbox"/>									
		EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>										
		<b>CAUSAS:</b>										
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>					<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B N	R G	ML		N	D R	S M	MN	EV	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	X					
	Empedrado					4 x 4						
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
					Otros	X						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												

<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>											
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja Saraguro											
<b>DESDE:</b> 05:00				<b>HASTA:</b> 19:00				<b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos			
<b>DISTANCIA:</b> 15 Kilómetros											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
<b>SERVICIOS</b>	<b>CATEGORIAS</b>										<b>OTROS</b>
	<b>LUJO</b>		<b>PRIMERA</b>		<b>SEGUNDA</b>		<b>TERCERA</b>		<b>CUARTA</b>		
	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	0	0	0
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	0	14	0	3	0	0
ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
<b>AGENCIAS DE VIAJES:</b> <input type="checkbox"/> <b>ALMACENES DE ARTESANÍAS:</b> <input type="checkbox"/> <b>CORREOS:</b> <input type="checkbox"/> <b>TELÉFONOS:</b> <input type="checkbox"/> <b>OTROS:</b> <input type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguro.											
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>					
Iglesia Matriz						0 km					
Comunidad de zhindar						3					
<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>											
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <i>Maria Cristina Morona</i> .....											
<b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>											



FICHA DE JERARQUIZACIÓN																									
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:																	
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV												
	Carnaval es de Catamay o	4	Valor Intrínseco / Max. 15	4	Valor Extrínseco / max. 15	3	Entorno / Max. 10	4	Estado de Conservación / Max. 10	3	Acceso / Max. 10			4	Servicios Básicos / Max. 10	2	Asociación con otros atractivos / Max 5	1	Local / Max 2	0	Regional / Max 4	0	Nacional / Max 7	0	Internacional /Max 12

### Gráfico N° 40 Fiesta de San Pedro



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. <b>ENCUESTADOR:</b> Baneza Abigail Quizhpe Pineda	
1.2. <b>FICHA N°:</b> 003	
1.3. <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.	
1.4. <b>FECHA:</b> Mayo del 2015	
1.5. <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Tres Reyes	
1.6. <b>PROPIETARIO:</b> n/a	
1.7. <b>CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	
1.8. <b>TIPO:</b> Acontecimientos Programados	
1.9. <b>SUBTIPO:</b> Fiesta Religiosa	
<b>UBICACIÓN</b>	
2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja      2.2. <b>CANTÓN:</b> Saraguro	
2.3. <b>LOCALIDAD:</b> 2.4. <b>CALLE:</b> 2.5. <b>NÚMERO:</b> 2.6.	
<b>TRANSVERSAL:</b>	
2.7. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:</b>	
LATITUD: -3.6217      LONGITUD: -79.25	
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Comunidad de ilincho <b>DISTANCIA:</b> 2 km	
3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Loja <b>DISTANCIA:</b> 65 km	
<b>CALIDAD VALOR IXTRINSECO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
	4.1. <b>ALTURA:</b> 1270      4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 20° y 25°C 4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 378.5 m.m.
	Año a año, cada 6 de enero se reúnen los Marcantaitas que son los encargados de organizar el acontecimiento en la cultura popular del pueblo Saraguro. Ellos corren con todos los gastos que genera el evento. La Fiesta de Reyes y el Pase del Niño, una celebración que guarda las costumbres españolas e indígenas del tiempo de la colonia; donde los Wikis, Ajas, Sarahuas, imprimen una característica particular, que es única en la región sur del país. Y es que esta celebración, que ha sobrevivido al tiempo, es una de las más importantes de los Saraguros. Es propia del tiempo de la navidad. Se celebran el 23, 24, 25 de diciembre, 5 y 6 de enero, donde se encuentran más de 3 000 integrantes de las diversas comunidades que conforman el pueblo. Posesión: En la mañana participan de la misa en la cual se hace la bendición del Niño Jesús; son los Marcantaitas los encargados de llevar a las imágenes para su bendición, en esta ocasión, la iglesia luce repleta de personas, luego participan todos de la procesión por las calles céntricas de la ciudad. Los jóvenes llevan disfraces muy llamativos, van saltando y danzando al son de las melodías que tocan las bandas del pueblo; más tarde, en el Parque Central se presentan diferentes eventos como grupos de danza de niños y adultos presentando sus bailes típicos; la fiesta culmina en la casa del Marcantaita quien ofrece comida y bebida para todos los participantes. Identidad: Es importante señalar que los cantos, bailes, disfraces son parte importantísima de la cultura del pueblo Saraguro y es una manifestación mágica de su pensamiento, en la cual representan, mediante el ritmo y movimiento, sus problemas y cotidianidades. Los disfraces: Los disfraces son muy comunes en las fiestas religiosas entre los indígenas; adoptan muchas formas y representan diversas situaciones de su vida cotidiana. Los personajes que representan son los siguientes: El Oso. Es el único animal cuyo traje ha sido confeccionado con piel de oveja negra; su figura representa exactamente a un oso, con las orejas pequeñas y puntiagudas.

<b>VALOR EXTRINSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b>		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>									
	Procesión		ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>								
	<b>ORGANIZACIÓN CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>		CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO <input type="checkbox"/>								
<b>VALOR INTRINSECO</b>	Misa, la procesión, juegos deportivos, juegos tradicionales, números artísticos, danzas.		<b>CAUSAS:</b>									
			<b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE:</b>									
			<b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>									
		<b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural <input type="checkbox"/>										
		Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>										
		Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>										
		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>										
		ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>									
		CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO <input type="checkbox"/>									
		<b>CAUSAS:</b>										
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>				<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>					<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
		B N	R G	ML	N		D R	S M	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	X					
	Empedrado					4 x 4						
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa Otros				X		
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja -Saraguro											
<b>DESDE:</b> 05:00			<b>HASTA:</b> 19:00			<b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos					
<b>DISTANCIA:</b> 65 Kilómetros											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>FACILIDADES TURISTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	1	0	
ALIMENTACION	0	0	0	2	0	0	14	0	3	0	
ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/>				ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/>							
CORREOS: <input type="checkbox"/>				TELÉFONOS. FAX <input type="checkbox"/>							
Otros:											
<b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguro.											
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
<b>10.1. AGUA:</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>					
<b>SIGNI</b>	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>										
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
<b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>											

FICHA DE JERARQUIZACIÓN													
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV
	Fiesta a San Vicente Ferrer	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7		
	4	4	3	4	3	4	2	1	0	0	0	25	I



**Gráfico N°41 Fiesta de Tres Reyes**



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
ENCUESTADOR: Baneza Abigail Quizhpe Pineda.	
FICHA N°: 005	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.	
FECHA: Mayo del 2015	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: : Fiesta de Semana Santa	
PROPIETARIO: n/a	
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	
TIPO: Acontecimientos Programados	
SUBTIPO: Fiesta Religiosa	
<b>UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	2.3. LOCALIDAD:
LATITUD: -3.6217	2.6. TRANSVERSAL:
	LONGITUD: -79.25
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Gunudel	DISTANCIA: 1 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Gera	DISTANCIA: 5 km
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1270	4.2. TEMPERATURA: 20° y 25°C
4.3. PRECIPITACIÓN: 378.5 m.m.	
<b>CALIDAD VALOR INTRÍNSECO</b>	<p>La semana Santa es una de las fiestas mas importantes del pueblo Saraguro en el sur del Ecuador. La celebración de esta fiesta dura alrededor de una semana. Iniciándose con la tradicional "Supalata" (de la mitología Saraguro), la noche del sabado y amanecer del domingo de Ramos. El ALUMBRADOR, Es el personaje principal de esta celebración que junto a los priostes del Santísimo hacen de esta celebración un acto de solmenidad tanto al estilo ritual propio de los pueblos andinos y de la religión católica cristiana. Entre los actos mas importantes de esta fiesta esta la comida del dia jueves santo (comida sin carnes pero se come miel y panes); para posterior a ello en la tarde la participacion en la misa y en la noche la velada de los alumbradores en la iglesia hasta el viernes. La Misa del Sábado de Gloria, otro acto importante en donde se hacen los bautizos de los niños. El Domingo de pascua es el dia mas importante de esta celebración en donde se evidencia la misa y la procesion por las calles de la ciudad y es dia ultimo de la fiesta. Los indígenas festejan la Semana Santa a través de ritos, pero enmarcados en la fe católica.</p>
	<p>Saraguro. Designación de priostes, procesiones, fiesta y comida comunitaria, forman parte de la celebración de la Semana Santa de los pueblos indígenas de Saraguro, cantón ubicado a 64 kilómetros de la ciudad de Loja. Aunque los ritos son un poco diferentes de las celebraciones que hacen los mestizos, coinciden en la misma fe hacia Jesucristo, puesto que el 90 por ciento de la población del cantón es católico.</p>
	<p>Está comandada por el alumbrador que en el mundo mestizo sería un prioste, lo acompañan los 'priostes' y mayordomos del Santísimo. Ellos, a través de una procesión, visitan las casas de sus vecinos. Colocan un tejido de palma de ramo (al ser especie endémica ahora utilizan otras variedades) en los umbrales de las viviendas y con ello se celebra el Domingo de Ramos</p>



<b>VALOR EXTRINSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b>		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	<b>ORGANIZACIÓN CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>  Misa, la procesión.		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>										
			<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>										
		<b>Y PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> <b>NOMBRE:</b> <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b> <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>											
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>													
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>				<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>					<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B N	R G	ML	N		D R	S M	MN	EV	N	
	Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					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						
						Otros				X			
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural	
						Avioneta							
						Helicóptero							
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna													

<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>											
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Saraguro											
<b>DESDE:</b> 05:00			<b>HASTA:</b> 19:00			<b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos					
<b>DISTANCIA:</b> 15 Kilómetros											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>FACILIDADES TURISTICAS</b>											
<b>SERVICIOS</b>	<b>CATEGORIAS</b>										<b>OTROS</b>
	<b>LUJO</b>		<b>PRIMERA</b>		<b>SEGUNDA</b>		<b>TERCERA</b>		<b>CUARTA</b>		
	<b>Nº esta bl.</b>	<b>Plaz as</b>	<b>Nº esta bl.</b>	<b>Plaz as</b>	<b>Nº esta bl.</b>	<b>Plaz as</b>	<b>Nº esta bl.</b>	<b>Plaz as</b>	<b>Nº esta bl.</b>	<b>Plaz as</b>	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	0	0	
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	0	14	0	3	0	
ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/>						ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/>					
CORREOS: <input type="checkbox"/>						TELÉFONOS. <input type="checkbox"/> X:					
Otros:											
<b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguroo.											
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
<b>10.1. AGUA:</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>					
Parque Central María Auxiliadora						1 km					
<b>SIGNIFIC</b>	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>										
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
.....											
Firma: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>											

FICHA DE JERARQUIZACIÓN													
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV
	Fiesta a San Antonio de Padua	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7		
	4	4	3	4	3	4	2	1	0	0	0	25	I

## Gráfico Nº 42 Fiesta de Semana Santa



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda



**1. DATOS GENERALES.**

**ENCUESTADOR:** Baneza Abigail Quizhpe Pineda.  
**FICHA N°:** 006  
**SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.  
**FECHA:** Mayo del 2015  
**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Fiesta de la virgen de Agua Santa  
**PROPIETARIO:** n/a  
**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural  
**TIPO:** Acontecimientos Programados  
**SUBTIPO:** Fiesta religiosa

**UBICACIÓN**

**2.1. PROVINCIA:** Loja      **2.2. CANTÓN:** Saraguro  
**2.3. LOCALIDAD:** San Pedro de la Bendita  
**2.4. CALLE:**                      **2.5. NÚMERO:**                      **2.6. TRANSVERSAL:**  
**2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**  
**LATITUD:** -3.6217    **LONGITUD:** -79.25

**CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**3.1. NOMBRE DEL POBLADO:** Saraguro                      **DISTANCIA:** 12 km  
**3.2. NOMBRE DEL POBLADO:**    **DISTANCIA:**

**CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**4.1. ALTURA:** 1800    **4.2. TEMPERATURA:** 13° y 25°C  
**4.3. PRECIPITACIÓN:** 378.5 m.m.

**CALIDAD**  
**VALOR IXTRINSECO**

La comunidad indígena de Oñacapc, en el cantón lojano de Saraguro, celebra las fiestas en honor a la Virgen de Agua Santa. Su santuario fue reconocido por la iglesia Católica en el 2005 y bendecido por el ex obispo de Loja, Julio Parrilla. Los actos religiosos, culturales y ancestrales se realizan con un aproximado de 130 sacerdotes que organizan los homenajes a la imagen religiosa que está plasmada en la peña. Según el coordinador de la celebración, Pedro Sigcho, desde hace 12 años consecutivos se desarrolla esta fiesta, que es organizada con un año de antelación. De acuerdo con la historia narrada por este pueblo, la devoción a la Virgen surgió hace 300 años. Los indígenas llegaban con velas para alumbrar el lugar. También, lanzaban ofrendas en la quebrada aledaña para agradecer por los favores recibidos. Aunque no se realizaban actos organizados como comunidad, había familias que llegaban con los regalos para la imagen. Entre los rituales ancestrales programados para esta ocasión está el baño de florecimiento en la cascada Sharashi. Con este acto, se pedirá permiso a la Pacha Mama para iniciar la celebración. Luego se efectúan encuentros deportivos, juegos tradicionales y presentación de fuegos artificiales. Otra de las actividades ancestrales es la Wakra llushtina, que consiste en el faenamamiento de reses con rituales, 30 animales fueron donados por los sacerdotes para ese día. De esta cantidad, ocho serán faenados para alimentar a los asistentes a la fiesta. Los restantes serán rematados para financiar los gastos. En el cierre de las festividades se realizará un show artístico con músicos locales. Casi la totalidad de los actos es financiada por los sacerdotes, pero también hay autogestión del comité coordinador. Las 350 familias de la comunidad Oñacapac, ubicada a ocho kilómetros de la ciudad de Saraguro, se aprestan a rendir tributo a su patrona, la Virgen de Agua Santa, imagen que se venera en el sector desde hace 303 años, que fue cuando apareció en una cascada natural, que dio origen a su nombre. Los festejos, organizados por la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros (FIIS. Vale destacar que la comunidad fue

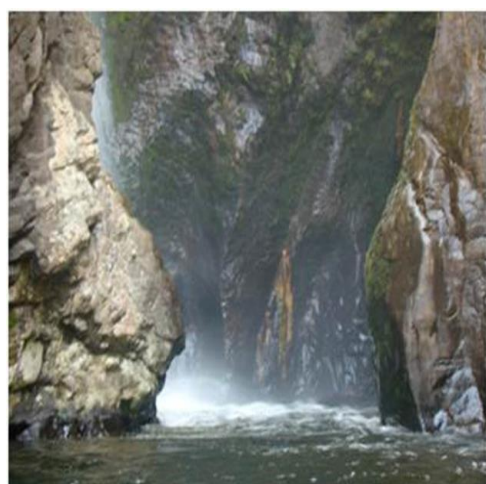
		fundada hace aproximadamente 300 años. En sus inmediaciones se encuentra el Santuario Turístico, que es donde se encuentra la Virgen de Agua Santa.											
VALOR EXTRINSECO	USOS (SIMBOLISMO).					ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
	ORGANIZACIÓN CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)					ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>							
						CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>							
					EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>								
					CAUSAS:								
					Y PATRIMONIO (Atractivos Culturales)								
					NOMBRE:								
					FECHA DE DECLARACIÓN:								
					CATEGORÍA: Patrimonio Cultural								
					Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>								
					Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>								
					ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO								
					ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>								
					CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>								
					EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>								
					CAUSAS:								
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>													
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B N	R G	ML	N		D R	S M	MN	EV	N	
Terrestre		Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365
		Lastrado					Automóvil	X					
		Empedrado					4 x 4						
		Sendero					Tren						
Acuático		Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
							Bote						
		Fluvial					Canoa						
						Otros	X						
Aéreo							Avión						Horas al día Culturales: Natural
							Avioneta						



FICHA DE JERARQUIZACIÓN													
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV
	Parroquialización de San Pedro de la Bendita	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7		
	4	4	3	4	3	3	2	1	0	0	0	24	I



**Gráfico N° 43 Fiesta de la Virgen de Agua Santa**



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

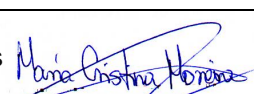


**MINISTERIO DE TURISMO**  
**Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos**



<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
ENCUESTADOR: Baneza Abigail Quizhpe Pineda.		
FICHA N°: 007		
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.		
FECHA: Mayo del 2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta de Vingen del Auxilio		
PROPIETARIO: n/a		
CATEGORÍA: Manifestación Cultural		
TIPO: Acontecimientos Programados		
SUBTIPO: Fiesta Religiosa		
<b>2. UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro	
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:	
2.3. LOCALIDAD:		
2.6. TRANSVERSAL: s/n		
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:		
LATITUD: -3. 6217	LONGITUD: -79.25	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 65 km	
3.2. NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA:	
<b>CALIDAD</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
	4.1. ALTURA: 1500	4.2. TEMPERATURA: 20°C
	4.3. PRECIPITACIÓN: 378.5 m.m.	
	Las fiestas religiosas en honor a la Virgen María Auxiliadora arrancan con la Noche de Faroles. Un acto en honor a la Sagrada Imagen por los favores recibidos.	
<b>INTRÍNSECO</b>	El evento se desarrolla desde la Iglesia Matriz de Saraguro hasta el Santuario María Auxiliadora de Zhindar.	
	Los mejores faroles, que pueden ser elaborados en carrizo y papel, material reciclado o con velas y flores, serán premiados con un cuy. Esta era una tradición practicada por los ciudadanos de Saraguro para agradecer a María por los favores recibidos. Además es importante que las familias retomen este símbolo de unidad que caracterizó al evento en años anteriores.	
<b>VALOR</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>	
	Procesiones Religiosidad Agradecimiento por los favores hecho	
<b>EXTRÍNSECO</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>	
<b>VALOR</b>	<b>ORGANIZACIÓN CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>	
	Alumbramiento con mecheros Danzas Quema de chamizas Misa	
<b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>		
<b>NOMBRE:</b>		
<b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>		
<b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural		
Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>		
Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>		

						<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>						
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
A P O Y O	Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X					Días al año 365
		Lastrado				Automóvil	X					
		Empedrado				4 x 4						
		Sendero				Tren						
Acuático	Marítimo				Barco						Días al mes  Culturales: Naturales:	
					Bote							
	Fluvial				Canoa							
					Otros				X			
Aéreo					Avión						Horas al día Culturales: Natural	
					Avioneta							
					Helicóptero							
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja- Saraguro <b>DESDE:</b> 05:00 <b>HASTA:</b> 19:00 <b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos <b>DISTANCIA:</b> 65 kilómetros												
<b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	0	0		
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	0	14	0	3	0		

ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	
<p>AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTES <input type="checkbox"/> NIÁS:</p> <p>CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. <input type="checkbox"/> X:</p> <p>Otros:</p> <p><b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguro.</p>												
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b>												
POTABL E:	<input checked="" type="checkbox"/>	TRATAD A:	<input type="checkbox"/>	ENTUBA DA:	<input type="checkbox"/>	DE POZO:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>	
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>												
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADO R:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>					
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>												
RED PÚBLICA:	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE :	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>			
<b>10.4. PRECIO</b>												
SI:	<input type="checkbox"/>	NO:	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>					
<b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
<b>SIGNIFI</b>	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>											
	LOCAL: X	PROVINCIAL:	NACIONAL:	INTERNACIONAL:	OTROS:							
<p>Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos</p> <p>.....</p> <p>Firma:  <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b></p>												

FICHA DE JERARQUIZACIÓN													
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12		
	4	4	3	4	3	3	2	1	0	0	0	24	I

## Gráfico N° 44 Fiesta de la Virgen María Auxiliadora



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda





**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**DATOS GENERALES.**

**ENCUESTADOR:** Baneza Aigail Quizhpe Pineda  
**FICHA N°:** 008  
**SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. María Cristina Moreira Sarmiento Mgs. Sc.  
**FECHA:** Mayo del 2015  
**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Fiesta de Navidad  
**PROPIETARIO:** n/a  
**CATEGORÍA:** Manifestación Cultural  
**TIPO:** Acontecimientos Programados  
**SUBTIPO:** Fiesta Religiosa

**UBICACIÓN**

**2.1. PROVINCIA:** Loja      **2.2. CANTÓN:** Saraguro  
**2.3. LOCALIDAD:** Saraguro.  
**2.4. CALLE:**                      **2.5. NÚMERO:**                      **2.6. TRANSVERSAL:**  
**2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**  
**LATITUD:** -3- 6217    **LONGITUD:** -79.25

**CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**3.1. NOMBRE DEL POBLADO:**    **DISTANCIA:** km  
**3.2. NOMBRE DEL POBLADO:**    **DISTANCIA:** km

**CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**4.1. ALTURA:** 1270    **4.2. TEMPERATURA:** 20° y 25°C  
**4.3. PRECIPITACIÓN:** 378.5 m.m.

**CALIDAD**  
**VALOR INTRÍNSECO**

La Navidad para los Saraguros es una fiesta de unidad entre familiares, vecinos compadres y amigos de quien patrocina la fiesta. Esta celebración los Saraguros la viven con gran algarabía, particular que encierra un sin número de ritos y mitos durante toda la celebración.

La preparación de la navidad en Saraguro, se inicia desde el 25 de diciembre, cuando ya el padre en el púlpito anuncia quienes serán los nuevos Markataytas para el próximo año, con algunas actividades como el de servir a los guidores, escoger al Músico, escoger los juguetes, de buscar la leña, ahorrar el dinero, ya que tienen que servir muy bien a los personajes que intervienen en la fiesta, y a todos quienes acuden a su casa.

Los patrocinadores de la fiesta se denominan Markataytas y las Markamamas, quienes guiados por el Síndico desarrollan todo un acto ritual religioso. Además existen otros personajes como: los Guidores, los Músicos, los ajas o diablos, los wikis o monos, el oso, el león y sus respectivos paileros, sarawis (cuatro mujeres y cuatro hombres), estos a su vez se disfrazan de jíbaros, gigantes.

<b>VALOR EXTRINSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b>		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	<b>ORGANIZACIÓN CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>  Novena, Pase del Niño, la Eucaristía, Programa Navideño, juegos deportivos, juegos tradicionales, números, danzas y baile.		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>										
<b>VALOR EXTRINSECO</b>	Y		<b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>										
	<b>NOMBRE:</b>  <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>  <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>		<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>										
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>													
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>				<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>					<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B N	R G	ML	N		D R	S M	MN	EV	N	
	Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					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 Otros				X		
	Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta							
						Helicóptero							
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna													



<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>											
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja Saraguro											
<b>DESDE:</b> 05:00			<b>HASTA:</b> 19:00			<b>FRECUENCIA:</b> Cada 15 minutos					
<b>DISTANCIA:</b> 15 kilómetros											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
<b>SERVICIOS</b>	<b>CATEGORIAS</b>										<b>OTROS</b>
	<b>LUJO</b>		<b>PRIMERA</b>		<b>SEGUNDA</b>		<b>TERCERA</b>		<b>CUARTA</b>		
	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	Nº esta bl.	Plaz as	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	1	0	8	0	1	0	
ALIMENTACION	0	0	0	0	2	0	14	0	3		
ESPARCI MIENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
<b>AGENCIAS DE VIAJES:</b> <input type="checkbox"/> <b>ALMACENES DE ARTESANÍAS:</b> <input type="checkbox"/> <b>CORREOS:</b> <input type="checkbox"/> <b>TELÉFONOS:</b> <input type="checkbox"/> <b>OTROS:</b> <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>OBSERVACIONES:</b> Las facilidades turísticas son las que actualmente están registradas dentro del Cantón Saraguro.											
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
<b>10.1. AGUA:</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: <input checked="" type="checkbox"/> .....											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: .....											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: .....											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: .....											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>					
Parque Central María Auxiliador						1 km					
<b>SIGNIFICADO</b>	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>										
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">             Firma:  <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b> </div>											

FICHA DE JERARQUIZACIÓN																								
Provincia: Loja				Cantón: Saraguro				Fecha:																
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV											
	5	Valor Intrínseco / Max. 15	4	Valor Extrínseco / max. 15	3	Entorno / Max. 10	4	Estado de Conservación / Max. 10	3	Acceso / Max. 10	3			Servicios Básicos / Max. 10	2	Asociación con otros atractivos / Max 5	1	Local / Max 2	0	Regional / Max 4	0	Nacional / Max 7	0	Internacional /Max 12

### Gráfico N° 45 Fiesta de Navidad



Fuente: Salida de Campo  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## Anexo 7 Oficios de Invitación a la Socialización



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

Loja, 15 de Julio del 2015

Ingeniero  
Luis Guillermo Muñoz  
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GADMIS  
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 prestigiosa Cantón.

Yo, Baneza Abigail Quizhpe Pineda C.I. 1104967508 estudiante del Decimo Ciclo, correspondiente a Evaluación de Proyectos de Investigación, comunico a su autoridad que una vez realizado la investigación Propuesta de un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro del cantón Saraguro de la provincia de Loja. Cumplido en comunicar y la vez invitar a su persona con al personal a su cargo, a la socialización de la investigación para cumplir con los objetivos propuestos de la misma.

Con estos antecedentes me permito en solicitar muy comedidamente a quien correspondan se me den la 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 atención que se de a la presente, le anticipo mis agradecimientos

Atte,

Srta. Baneza Abigail Quizhpe Pineda

ESTUDIANTE DE LA UNL

1104967508





## DEFATURA DE TURISMO

Saraguro, 14 de julio de 2015

Of. Cir. N° 0221

Señor.

Polibio Minga

### **PRESIDENTE DE LA FUNDACION JATUN KAWSAY**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones que viene desarrollando en beneficio de su comunidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro con el afán de potenciar y fortalecer la actividad turística ha realizado alianzas estratégicas como es la firma de la carta de compromiso con la Universidad Nacional de Loja, cuyo objeto,

Las instituciones suscriptoras de esta Carta Compromiso por medio de sus representantes legales acordamos lo siguiente: Nos comprometemos a emprender acciones mancomunadas por medio de beneficio del turismo de la ciudad y Cantón Saraguro, participando de forma activa alumnos de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, que se encuentran cursando entre el tercero hasta décimo ciclo. Por lo que los estudiantes se comprometen a:

- Los estudiantes deben realizar el levantamiento de información para la actualización de inventario Turístico.
- Levantamiento, estudio o diseño de proyectos turísticos

Con lo antes expuesto quiero hacer llegar una **CORDIAL INVITACIÓN A USTED Y POR SU INTERMEDIO A LOS INTEGRANTES QUE CONFORMAN LA ORGANIZACIÓN,** a participar de la socialización de las siguientes propuestas

- "Propuesta de un plan de marketing turístico para la gastronomía del cantón Saraguro de la provincia de Loja"

REBIDO:  
14-07-2015  
13:00  
Layra G.





Gobierno Autónomo Descentralizado  
Municipal Intercultural de Saraguro

## JEFATURA DE TURISMO

Oñacpac del cantón Saraguro de la provincia de Loja Propuesta de un plan de marketing turístico de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro del cantón Saraguro de la provincia de Loja

Cuya finalidad es de recabar sugerencias, recomendaciones del trabajo emprendido, que será sustentada por estudiantes asignados por la UNL. Dicha reunión tendrá lugar el día viernes 17 de julio de 2015 en las instalaciones del Antiguo Palacio Municipal de Saraguro a partir de las 14h00

En aras de seguir trabajando mancomunadamente, me suscribo de Usted con sentimientos de consideración y estima

ATENTAMENTE,

Ing. Luis Guillermo Muñoz Silva

**JEFE DE TURISMO DEL GADMIS**





## IEFATURA DE TURISMO

Saraguro, 14 de julio de 2015

Of. Cir. N° 0221

Señor.

Miguel Poma

**PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones que viene desarrollando en beneficio de su comunidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro con el afán de potenciar y fortalecer la actividad turística ha realizado alianzas estratégicas como es la firma de la carta de compromiso con la Universidad Nacional de Loja, cuyo objeto,

Las instituciones suscriptoras de esta Carta Compromiso por medio de sus representantes legales acordamos lo siguiente: Nos comprometemos a emprender acciones mancomunadas por medio de beneficio del turismo de la ciudad y Cantón Saraguro, participando de forma activa alumnos de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, que se encuentran cursando entre el tercero hasta décimo ciclo. Por lo que los estudiantes se comprometen a:

- Los estudiantes deben realizar el levantamiento de información para la actualización de inventario Turístico.
- Levantamiento, estudio o diseño de proyectos turísticos

Con lo antes expuesto quiero hacer llegar una **CORDIAL INVITACIÓN A USTED Y POR SU INTERMEDIO A UNA DELEGACIÓN DE SU COMUNIDAD**, hacer partícipe de la socialización de la propuesta "Senderización y señalética para los atractivos Río Ismunchincha y cascada Virgen del Kaka de la comunidad de

Recibido Celbri 0964492719  
14-07-2015  
*[Firma]*

Anexo 8 Hojas de Registro de los Asistentes



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

HOJA DE REGISTRO

Nombre	Cedula	Cargo	Firma
Sandra Beltrán Silva	1103383426	Sarauchi Cía Ltda	<i>[Handwritten Signature]</i>
Asociación Japoní	1102747624	Camara Nacional de Comercio	<i>[Handwritten Signature]</i>
Magdal Poma	1102004957	Lobillo Pizarra	<i>[Handwritten Signature]</i>
Pablo Manuel Guzmán	1102960122	Secretario de Finanzas	<i>[Handwritten Signature]</i>
Rosa Gualón	1103267827	Asociación de Artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Delicia Zapata	1711980225	Asociación de Artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Livia Sarango	1104179249	I-TUR-BAUTIS	<i>[Handwritten Signature]</i>
Angel Congo	110352340-1	Presidente	<i>[Handwritten Signature]</i>
Baudilio Quiroga	1107456140		<i>[Handwritten Signature]</i>





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	
Maria Cecilia Murocho	9409394482	Artesana	
Franco Chelani Ch	1102861463	Promotor Cultural	
Rafael Canga	110110850-3	Promotor Cultural	
Juan Huon	1103340035	Jefe de Turismo del BSOAS	
Noris Labanda	110379659-3	Promotor Cultural	

## Anexo N° 9 Fotografías de la Socialización de la Propuesta

Gráfico N° 46

**Foto N° 1  
Socialización**



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Foto N° 2  
Socialización**



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Foto N° 3  
Socialización**



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Foto N° 4  
Socialización**



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Foto N° 5  
Socialización**





Fuente: Observación directa  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

**Foto N° 6  
Socialización**




Fuente: Observación directa  
Elaboración: Baneza Abigail Quizhpe Pineda

## Anexo 10 INVITACION DE LA SOCIALIZACION



**Invitación para la socialización del proyecto: PLAN DE MARKETING TURISTICO DE LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA SARAGURO , CANTON SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA**

Baneza Abigail Quizhpe Pineda, alumna del Décimo Ciclo de Evaluación de Proyectos de Investigación, de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, le comunico, que una vez realizada la investigación “Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la parroquia Saraguro , Cantón Saraguro de la Provincia de Loja”, y extendiendo la cordial invitación a su AUTORIDAD para que participe de la socialización del proyecto de tesis, evento que se llevará a cabo el día Viernes 17 de Julio del presente año, a las 14h00 de la tarde en el salón social del municipio; para así cumplir con los objetivos propuestos de la misma.



Gracias por su presencia ...!

## **Anexo 10 Índice General**

CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.....	iv
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	vi
1. TITULO.....	1.
2. RESUMEN.....	2.
3. INTRODUCCIÓN.....	8.
4. REVISIÓN LITERARIA.....	11
4.1. Marco Conceptual.....	11
4.1.1. Turismo.....	11
4.1.2. Diagnóstico Turístico.....	12
4.1.3. Atractivos Turísticos.....	18
4.1.4. Producto Turístico .....	18
4.1.5. Marketing .....	18
4.1.6. Marketing turístico.....	19
4.1.7. Marketing Mix .....	19
4.1.8. Elementos del Marketing Mix.....	20
4.1.9. Plan de Marketing.....	21
4.1.10. Elementos del Plan de Marketing.....	21
4.1.11. Finalidades del plan de Marketing.....	22
4.1.12. Fases del plan de Marketing.....	22
4.1.13. Análisis y diagnóstico de la Situación .....	22
4.1.14. Análisis Interno.....	22
4.1.15 Análisis Externo.....	23

4.1.17. Análisis FODA .....	23
4.1.18. Segmentación y Publico Objetivo .....	23
4.1.19. Fijación de Objetivos y Cuota e Venta.....	24
4.1.20. Fiesta .....	25
4.1.21. Socialización .....	27

<b>4.2. Marco Referencial .....</b>	<b>28</b>
4.2.1. Reseña Histórica de la parroquia Saraguro.....	28
4.2.2. Mapa del cantón.....	29
4.2.3. Mapa de los barrios y comunidades del cantón.....	30
4.2.4. Datos generales. ....	31
4.2.5. Cabecera Cantonal.....	32
4.2.6. Distancia a Loja.....	32
4.2.7. Fecha de Creación .....	32
4.2.8.Fecha de cantonización.....	32
4.2.9. División política.....	32
4.2.10 Población Total.....	32
4.2.11 Orografía.....	32
4.2.12 Hidrografía.....	33
4.2.13 Clima.....	33
4.2.14 Actividades Económicas.....	33
4.2.15. Manifestaciones Culturales.....	34
4.2.16. Festividades.....	35
4.2.17 Gobernanza.....	35
<b>5. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>37</b>
5.1.Materiales .....	37
5.2. Métodos .....	37
5.3. Técnicas .....	38
5.4. Metodología por objetivos.....	40
<b>6. RESULTADOS .....</b>	<b>42</b>
6.1. Diagnóstico de la situación actual de las Fiestas Religiosas de la Parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja. ....	42
6.1.1. Análisis externo. ....	42

6.1.2. Análisis interno. ....	57
6.2. Usar la marca de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.....	80
6.2.1. Misión .....	80
6.2.2. Visión .....	80
6.2.3. Valores .....	80
6.2.4. Propuesta de objetivos estratégicos .....	82
6.3. Objetivo Estratégico 1 Usar la marca de las fiestas religiosas de la parroquia Saraguro, cantón Saraguro de la provincia de Loja.....	83
6.3.1. descripción de la marca.....	83
6.3.2. Propuesta do la Marca.....	83
6.4. Objetivo Estratégico 2 Realizar un plan de publicidad y promoción para incrementar el número de visitas de turistas a cada una de las fiestas religiosas que se realizan en el cantón, las cuales se posesionen como parte de los atractivos turísticos. ....	84
6.4.1. Meta .....	84
6.4.2. Estrategia .....	84
6.4.3. Políticas .....	84
6.4.4. Tácticas .....	85
6.4.5. Responsables .....	85
6.4.6. Tiempo .....	85
6.4.7. Recursos .....	86
6.4.8. Resultados Esperados .....	86
6.4.9. Indicadores .....	86
6.4.10. Presupuesto .....	87
6.5. Objetivo Estratégico 3 .....	98
6.5.1. Meta .....	98
6.5.2. Estrategia .....	98
6.5.3. Políticas .....	98

6.5.4. Tácticas .....	99
6.5.5. Responsables .....	99
6.5.6. Tiempo .....	99
6.5.7. Recursos .....	99
6.5.8. Resultados Esperados .....	100
6.5.9. Indicadores .....	100
6.5.10. Presentación del Programa de Capacitación Turística Nacional del Ministerio de Turismo. ....	100
6.6. Socialización del plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro . Cumplimiento del objetivo tres.....	108
7. DISCUSIÓN.....	111
8. CONCLUSIONES.....	114
9. RECOMENDACIONES.....	115
10. BIBLIOGRAFÍA.....	116
11. ANEXOS.....	120
Anexo 1 Anteproyecto. ....	121
Anexo 2 Encuesta piloto. ....	139
Anexo 3. Modelo Entrevista.....	144
Anexo 4 Análisis e Interpretación de la Encuesta. ....	146
Anexo 5 Entrevista. ....	174
Anexo 6 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos.....	182
Anexo 7 Oficios de Invitación a la Socialización.....	222
Anexo 8 Hojas de Registro de los Asistentes.....	226
Anexo 9 Fotografías de la Socialización de la Propuesta.....	228
Anexo 10 invitaciones a la Socialización.....	229
Anexo 11 Índice general.....	230