



Análisis del producto turístico del cantón Pujilí como alternativa de desarrollo local.

León Robalino, Paola Jackeline y Sinchiguano Estrella, Mayerlin Dayana

Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración Turística y
Hotelera

Lcda. Altamirano Valdez, Diana Elizabeth M. Sc.

17 de Enero del 2024

Latacunga

Reporte de verificación de contenido



Diana Elizabeth M. Sc.
Altamirano Valdez, Diana Elizabeth M. Sc.

C.C: 171390757-2

DIRECTORA DEL PROYECTO



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación, "Análisis del producto turístico del cantón Pujill como alternativa de desarrollo local" fue realizado por las señoritas León Robalino, Paola Jackellne y Sinchiguano Estrella, Mayerlin Dayana; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 17 enero del 2024

Altamirano Valdez, Diana Elizabeth M. Sc.

C.C: 171390757-2

DIRECTORA DEL PROYECTO



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de autoría

Nosotras, León Robalino, Paola Jackeline, con cédula de ciudadanía n° 0503475642 y Sinchiguano Estrella, Mayerlín Dayana con cédula de ciudadanía n° 0502892037 declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: "Análisis del producto turístico del cantón Pujilí como alternativa de desarrollo local" es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 17 enero del 2024

León Robalino, Paola Jackeline

C.C: 0503475642

Sinchiguano Estrella, Mayerlín Dayana

C.C: 0502892037



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Autorización de Publicación

Nosotras, León Robalino, Paola Jackeline, con cédula de ciudadanía n° 0503475642 y Sinchiguano Estrella, Mayerlin Dayana con cédula de ciudadanía n° 0502892037; autorizamos a la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: "Análisis del producto turístico del cantón Pujilí como alternativa de desarrollo local" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 17 enero del 2024

León Robalino, Paola Jackeline

C.C: 0503475642

Sinchiguano Estrella, Mayerlin Dayana

C.C: 0502892037

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo de titulación a Dios quien me da fortaleza y ha sostenido mi mano en cada momento. A mi ángel de la guarda mi Papito Nelson que estoy segura de que desde el cielo me da su bendición y que está orgulloso de mi. También se lo dedico a mi madre Alicia mujer luchadora y valiente que con su esfuerzo y trabajo hemos salido adelante gracias por creer en mí y apoyarme a cumplir cada uno de mis sueños. A mi hijo Matheo quien ha sido mi motor e inspiración para cumplir las metas y sueños que nos hemos propuesto hacerlo de mano juntos ya que este logro va dedicado con mucho cariño para ti hijo mío y poder enseñarte que todos los sueños y anhelos tarde o temprano se cumplen.

León Robalino, Paola Jackeline

Este trabajo lo dedico a Dios por haberme bendecido siempre, darme fortaleza y la sabiduría en mi carrera universitaria. A mis padres Andrés y Mirian por brindarme siempre su amor y apoyo en este trajinar, quienes han sido fuente principal de inspiración durante todas las etapas de mi existencia, ya que con esfuerzo y sacrificio han logrado darme los estudios, un dios le pague por estar conmigo en los momentos más difíciles en especial en la realización de este trabajo de titulación, y a su vez por ser mi ejemplo a seguir en cada paso que doy en mi vida. A mis hermanas Pamela y Andrea por brindarme su apoyo y palabras de aliento en esta etapa tan importante. A mi esposo Cristian y a mi hija Arleth por brindarme su apoyo en esta etapa, por darme su amor y por estar conmigo en las buenas y las malas, por ser el pilar en mi vida y el motivo por el cual sigo adelante.

Sinchiguano Estrella, Mayerlin Dayana

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por la vida y la salud, a mi madre Alicia, por siempre apoyarme en todo momento que, con su amor incondicional, apoyo moral y económico me permitió culminar con mis estudios. A mi pequeño y gran amor de mi vida, mi hijo Matheo que eres mi motivo e inspiración para ser cada día mejor para ti, quien me enseñó a conocer el verdadero amor, como no agradecer también a Christian que desde el momento uno estaba conmigo apoyándome en las buenas y en las malas en mis estudios gracias. A mi abuelita Fabiola, a mis tíos Milton, Lucia, Ángel, Elbita, Gonzalo, Mónica, Jorge, Paco, Fausto, Sarita, Beatriz y Cesar por darme sus buenos consejos y por apoyarme con cada granito de arena para que este sueño mío se haga realidad un Dios le pague a cada uno de ustedes quedo eternamente agradecida. Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y docentes de la noble institución, en especial a ing. Carlitos y la Ing. Dianita quienes que con su dirección y conocimiento hicieron que pueda crecer como profesional.

León Robalino, Paola Jackeline

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme la salud y la sabiduría durante toda mi vida estudiantil, por darme la fuerza necesaria para culminar la tesis. A mis queridos padres y hermanas por su amor y apoyo incondicional, por ser las personas que nunca me han dejado sola en los momentos más difíciles y por guiarme siempre en el camino del bien. A mi esposo y a mi hija por estar conmigo en cada decisión que he tomado, por ser la motivación y la inspiración para seguir adelante. Agradezco a las autoridades de mi institución, por haberme permitido ser parte de esta noble institución y de su formación de profesionales. Agradecer también a mi tutora la Lcda. Diana Altamirano quien me impartió sus conocimientos en clases para poderme desarrollar como profesional.

Sinchiguano Estrella, Mayerlin Dayana

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	1
Reporte de verificación de contenido.....	2
Certificación	2
Responsabilidad de Autoría.....	3
Autorización de Publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento.....	7
Índice de contenidos	8
Índice de tablas	11
Índice de figuras	13
Resumen.....	14
Abstract	15
Capítulo I: Generalidades	16
Planteamiento del problema.....	16
Formulación del problema.....	20
Antecedentes.....	20
Justificación	24
Objetivos.....	26
<i>Objetivo general</i>	26
<i>Objetivos específicos</i>	27
Hipótesis	27
Variables	27
Capítulo II: Marco teórico	28
Turismo	28

Producto Turístico.....	28
<i>Elementos del producto turístico</i>	29
<i>Características del producto turístico</i>	36
<i>Diseño de un producto turístico</i>	39
<i>Perfil del turista</i>	40
Desarrollo	41
Desarrollo como proceso	41
Desarrollo territorial	42
Desarrollo local	43
<i>Características del desarrollo local</i>	44
<i>Recursos para el desarrollo local</i>	46
<i>Fines del desarrollo local</i>	47
<i>Factores claves del desarrollo local</i>	48
Fundamentación legal.....	48
<i>Constitución de la República del Ecuador (2008)</i>	48
<i>Ley de Turismo (2014)</i>	50
<i>Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización</i> <i>[COOTAD] (2019)</i>	50
Capítulo III: Metodología.....	52
Enfoque de investigación	52
Tipos de investigación	52
Método de investigación.....	53
Población y muestra	54
Fuentes y técnicas de recopilación de información y análisis de datos	55
Análisis de resultados	56
<i>Análisis e interpretación de la encuesta</i>	56

<i>Resultados de la entrevista</i>	72
Comprobación de hipótesis	77
Capítulo IV: Propuesta.....	79
Datos informativos	79
Antecedentes de la propuesta.....	82
Justificación	82
Objetivos.....	83
<i>Objetivo general</i>	83
<i>Objetivos específicos</i>	83
Diseño de la propuesta	84
<i>Metodología para el diseño del producto turístico</i>	84
Conclusiones	136
Recomendaciones	137
Bibliografía	138
Anexos.....	145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Elementos del producto turístico</i>	29
Tabla 2 <i>Clasificación de la hospedaría</i>	31
Tabla 3 <i>Clasificación de la restauración</i>	32
Tabla 4 <i>Características del producto turística</i>	37
Tabla 5 <i>Demanda turística 2022</i>	54
Tabla 6 <i>Determinantes de la muestra</i>	55
Tabla 7 <i>Datos generales de los turistas</i>	56
Tabla 8 <i>Edad, género y estado civil</i>	57
Tabla 9 <i>Con quién realiza su viaje</i>	58
Tabla 10 <i>Estimación en gasto</i>	58
Tabla 11 <i>Propósito de visita a Pujilí</i>	59
Tabla 12 <i>Tiempo en el lugar</i>	60
Tabla 13 <i>Actividades turísticas</i>	60
Tabla 14 <i>Satisfecho con las actividades</i>	61
Tabla 15 <i>Atractivos turísticos visitados</i>	62
Tabla 16 <i>Atractivos turísticos como destino turístico</i>	63
Tabla 17 <i>Problema durante la visita</i>	64
Tabla 18 <i>Turismo y desarrollo local</i>	64
Tabla 19 <i>Productos locales o artesanías que conoció</i>	65
Tabla 20 <i>Lugar para comprar las artesanías</i>	67
Tabla 21 <i>Aspectos para adquirir una artesanía</i>	68
Tabla 22 <i>Participación en actividades en caso del diseño de un producto turístico</i>	68
Tabla 23 <i>Alojamiento dentro del producto turístico</i>	69
Tabla 24 <i>Recomendación a Pujilí como destino turístico</i>	71
Tabla 25 <i>Aspectos para recomendar</i>	71

Tabla 26 <i>Resultados de la entrevista</i>	72
Tabla 27 <i>Tabla cruzada</i>	77
Tabla 28 <i>Chi cuadrado</i>	77
Tabla 29 <i>Servicios básicos e infraestructura</i>	81
Tabla 30 <i>Perfil del turista del cantón Pujilí</i>	89
Tabla 31 <i>Atractivos del circuito turístico</i>	91
Tabla 32 <i>Beneficiarios funcionales del circuito turístico</i>	101
Tabla 33 <i>Beneficiarios simbólicos del circuito turístico</i>	104
Tabla 34 <i>Actividades turísticas</i>	104
Tabla 35 <i>Colores del logotipo</i>	106
Tabla 36 <i>Segmento de consumidores en los circuitos turísticos</i>	109
Tabla 37 <i>Atractivos culturales de Pujilí</i>	113
Tabla 38 <i>Gastronómica representativa en Pujilí</i>	114
Tabla 39 <i>Atractivos naturales</i>	114
Tabla 40 <i>Cominidad de Pujilí</i>	115
Tabla 41 <i>Propuesta de itinerario para el circuito turístico Full Day</i>	116
Tabla 42 <i>Paradas del circuito turístico Full Day</i>	118
Tabla 43 <i>Propuesta de itinerario para el circuito turístico 2 días 1 noche</i>	120
Tabla 44 <i>Paradas del circuito turístico 2 días 1 noche</i>	124
Tabla 45 <i>Actividades claves de los circuitos turísticos</i>	131
Tabla 46 <i>Socios claves de los circuitos turísticos</i>	132
Tabla 47 <i>Costo fijo y costo variable - itinerario 1</i>	133
Tabla 48 <i>Costo fijo y costo variable - itinerario 2</i>	134
Tabla 49 <i>Resumen de costos fijos y variables – itinerarios 1 y 2</i>	134
Tabla 50 <i>Punto de equilibrio y precio de venta al público – Itinerario 1</i>	135
Tabla 51 <i>Punto de equilibrio y precio de venta al público – Itinerario 2</i>	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Elementos del perfil del turista</i>	40
Figura 2 <i>Características del desarrollo local</i>	45
Figura 3 <i>Propósito de visita a Pujilí</i>	59
Figura 4 <i>Actividades turísticas</i>	61
Figura 5 <i>Atractivos turísticos visitados</i>	62
Figura 6 <i>Turismo y desarrollo local</i>	65
Figura 7 <i>Productos locales o artesanías que conoció</i>	66
Figura 8 <i>Lugar para comprar las artesanías</i>	67
Figura 9 <i>Participación en actividades en caso del diseño de un producto turístico</i>	69
Figura 10 <i>Aspectos para recomendar</i>	72
Figura 11 <i>Ubicación geográfica del cantón Pujilí</i>	79
Figura 12 <i>Demografía del cantón Pujilí</i>	80
Figura 14 <i>Esquema para el desarrollo de la idea</i>	85
Figura 15 <i>Mapa mental para el producto turístico</i>	87
Figura 16 <i>Lluvia de ideas para el producto turístico</i>	88
Figura 17 <i>Elementos característicos del producto turístico “Encantos de Pujilí”</i>	100
Figura 18 <i>Logotipo del producto</i>	106
Figura 19 <i>Modelo Canvas</i>	109
Figura 20 <i>Mapeo de la propuesta de itinerario para el circuito turístico Full Day</i>	118
Figura 21 <i>Mapeo de la propuesta de itinerario para el circuito turístico 2 días 1 noche</i>	123
Figura 22 <i>Canales de difusión</i>	126
Figura 23 <i>Díptico – Itinerario 1</i>	127
Figura 24 <i>Circuito turístico itinerario 1</i>	128
Figura 25 <i>Díptico - itinerario 2</i>	129
Figura 26 <i>Circuito turístico itinerario 2</i>	130

Resumen

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo analizar el producto turístico del cantón Pujilí como alternativa de desarrollo local como aporte a la población, puesto que, se conoce que el turismo de naturaleza se encuentra estrechamente vinculado al desarrollo local ya que genera empleo, preserva el entorno y fortalece la identidad cultural. Por ende, el diseño metodológico, abarcó un enfoque mixto, tipo de investigación documental, exploratorio, de campo y correlacional, junto con métodos deductivo e inductivo, y una encuesta a 357 turistas, donde se identificó que son 11 los atractivos entre naturales y culturales considerados como destino turístico, asimismo, el 95,80% de los turistas en el caso que se diseñe un nuevo producto turístico estarían gustosos de participar. A su vez, se ha utilizado la prueba del chi cuadrado de Pearson el cual mostró una correlación estadísticamente significativa entre el producto turístico y el desarrollo local. Como resultado, se creó el producto turístico "Encantos de Pujilí", siguiendo las directrices del Manual para el Diseño de Productos Turísticos Integrados [IICA] (2015). Este producto ofrece dos circuitos turísticos (Full Day valorado en \$48,90 por persona, dos días-una noche valorado en \$123,42 por persona), con itinerario detallado, mapa, costos y material promocional. Esta propuesta se alinea como una alternativa de desarrollo local que mejorará la actividad turística en beneficio de la comunidad.

Palabras clave: circuito turístico, desarrollo local, producto turístico, turismo de naturaleza.

Abstract

The objective of this degree work was to analyze the tourism product of the Pujilí canton as an alternative for local development as a contribution to the population, since it is known that nature tourism is closely linked to local development since it generates employment, preserves the environment, and strengthens cultural identity. Therefore, the methodological design encompassed a mixed approach, a type of documentary, exploratory, field, and correlational research, along with deductive and inductive methods, and a survey of 357 tourists, where it was identified that there are 11 attractions between natural and cultural. considered as a tourist destination, likewise, 95.80% of tourists if a new tourist product is designed would be happy to participate. In turn, the Pearson chi square test has been used, which showed a statistically significant correlation between the tourism product and local development. As a result, the tourism product "Encantos de Pujilí" was created, following the guidelines of the Manual for the Design of Integrated Tourism Products [IICA] (2015). This product offers two tourist circuits (Full Day valued at \$48.90 per person, two days-one nights valued at \$123.42 per person), with detailed itinerary, map, costs, and promotional material. This proposal is aligned as an alternative for local development that will improve tourism activity for the benefit of the community.

Keywords: tourist circuit, local development, tourism product, nature tourism.

Capítulo I

Generalidades

Planteamiento del problema

El turismo a nivel internacional y nacional continúa desarrollándose como una forma de vida, como refleja la dinámica económica y social del territorio, en sus prácticas y actividades intervienen diversos actores para promoverlo como instrumento de desarrollo local.

Es así que, a nivel internacional el producto turístico ha ido innovándose, pero, en un mundo cada vez más globalizado, los destinos turísticos compiten a nivel global para atraer a viajeros de todo el mundo, puesto que ante la pandemia las actividades del sector han disminuido considerablemente. Por tanto, gran parte de los países han asumido retos que impulsen la diversificación y sofisticación de los productos turísticos, con un enfoque creciente en la sostenibilidad y la autenticidad, uno de los países de ejemplo es España (Sánchez et al. 2021).

De acuerdo con García y Ruiz (2020) luego de la pandemia, los destinos turísticos han reconocido la importancia de crear experiencias únicas para sus turistas, y esto ha llevado a una mayor colaboración entre actores públicos y privados para desarrollar productos turísticos que se adapten a las tendencias y preferencias cambiantes de los viajeros.

Bajo este contexto, el desarrollo del sector turístico a nivel internacional también se ha vuelto más consciente la responsabilidad humana, por lo cual, las grandes ciudades no han podido brindar esta oferta. Es decir, los viajeros están cada vez más interesados en destinos que respeten el medio ambiente, la cultura local y promuevan un turismo responsable. Por lo que, según González (2019) esto ha llevado al desplazamiento de turistas a países con este tipo de oferta, donde la creación de productos turísticos se centra en la preservación del entorno natural y cultural, así como en el empoderamiento de las comunidades locales.

A nivel nacional, Carrera et al. (2019) asegura que la gestión turística en el Ecuador está regulada; sin embargo, el turismo luego de la pandemia se ha visto afectado por las múltiples restricciones propuestas por el Centro de Operaciones de Emergencias [COE]. Yépez et al. (2021) aseguran que esto se da porque se emitieron limitaciones sobre visitas a atractivos tanto naturales como culturales que están inmersas en los productos turísticos.

Estas acciones si bien es cierto contribuyeron a velar por el cuidado, pero, lastimaron a la actividad turística, reduciendo la demanda por los grandes desafíos de la industria turística, entre ellos números altos de contagios en el país, cierres de atractivos, hoteles, restaurantes, aeropuertos, etc.

Como referencia, antes de la pandemia a Ecuador ingresaron 1'534.708 en el año 2019 de acuerdo a las cifras otorgada por el Informe Técnico de Quito Turismo (2020); sin embargo, para el 2020 según Diario Primicias (2020) ingresaron solamente 392.850 personas como turistas. Estos datos demuestran que el Covid-19 ha afectado considerablemente al turismo en el país.

De hecho, otro de los problemas vinculados al sector está la reducción de la colaboración de las comunidades en los proyectos locales a nivel nacional, debido a la falta de creación de nuevos productos turísticos por escaso presupuesto, esto conlleva a la baja afluencia de viajeros en el turismo comunitario, los cuales son excluidos de los réditos económicos dando como resultado inequidad y pobreza.

De acuerdo con Lastra y Cabanilla (2020) las causas principales para que estos inconvenientes se den es la falta de organización comunal, mantenimiento de atractivos, escasez de sitios turísticos, alteración de flora y fauna. Adicional, como referencia se toma en cuenta el tipo de desarrollo local que se ha efectuado en Pichincha, que según Pérez (2018) el bajo desarrollo de emprendimientos enfocados al turismo desaprovecha las oportunidades que

la zona ofrece, además, las débiles políticas y concentración solo en el sector agrario y ganadero provocan que el desarrollo local se vea afectado, lo cual no es alentador dentro del ámbito turístico del lugar.

Bajo este contexto, los destinos que no pueden mantener su infraestructura y ofrecer una experiencia atractiva a los viajeros a menudo pierden terreno en el mercado turístico. Por lo tanto, bajo las causas citadas no son confortadoras, ya que tiene un impacto negativo en la economía local y en la capacidad del destino para atraer turistas.

A nivel provincial, como es la provincia de Cotopaxi, el desarrollo del turismo últimamente ha tenido grandes avances en cuanto a la actividad de ocio y recreación. No obstante, según ostenta Moya y Soto (2019) debido al delimitado aprovechamiento de los recursos tanto naturales como culturales esta actividad se ha visto inexplorada por los turistas.

Bajo este fragmento, se puede argumentar que, en la provincia existen problemas relacionados directamente con el producto turístico y desarrollo local, mismos que van desde la falta de creación de C.T.C. en los 7 cantones, migración población a otras ciudades o países, la escasa planificación sobre las actividades turísticas y sobre todo actividad volcánica del Cotopaxi en el 2022, que ha provocado que el sector esté en alerta amarilla de acuerdo con el COE.

De hecho, cuando se habla turísticamente de Cotopaxi, la mayoría de las personas hacen referencia a dos atractivos naturales y gastronómicos, estos son: el Parque Nacional Cotopaxi, la Laguna del Quilotoa, las Chugchucaras, el queso de hoja y las Allullas (Zaquinaula et al. 2020). Frente a ello, de acuerdo con el Plan de Turismo del cantón Latacunga (2020) entre los problemas que se generan para que el crecimiento local está la falta de planificación de la provincia, despilfarro de los recursos, escasos productos turísticos de los siete cantones de la provincia de Cotopaxi.

De la misma forma, otro de los inconvenientes que se puede hacer mención es la disminución del presupuesto provincial para el sector turístico, lo que limita que direcciones de turismo de los cantones antes mencionados no generen proyectos enfocados a mejorar las condiciones de la localidad. Esto provoca que los prestadores de servicios turísticos cierren y se dirijan a otro sector como la agricultura o el comercio informal.

Adicional, Analuisa et al. (2020) aseguran que dentro de la cadena de valor se incluye el desarrollo de los pueblos, sin embargo, en la provincia de Cotopaxi al carecer de programas de difusión de productos turísticos, limitan el aprovechamiento de los atractivos. Por ello, hasta el 2020 el Plan de Turismo del cantón Latacunga (2020) expone que se ha incrementado solamente el 0,4% de la oferta de actividades turísticas. Siendo un porcentaje inferior a las demás provincias.

En el contexto cantonal como es Pujilí, tienen entre sus siete parroquias diferentes ecosistemas y climas, lo que hace del cantón un lugar único (GAD Municipal del cantón Pujilí, 2021). Sin embargo, la problemática principal es tener atractivos naturales y culturales desaprovechados, esto se da debido al desconocimiento de sus potencialidades a lo largo de su territorio, provocando inestabilidad y reduciendo ingresos para las localidades.

En este marco, se incluyen otros problemas que están encaminados a los escasos de turistas (personas que pernoctan por lo menos un día), este es otro de los problemas más evidentes, puesto que, Pujilí al no contar con una planta turística adecuada los turistas solo recorren el lugar en un día y siguen su recorrido, es decir no se alojan.

Por otro lado, la escasa promoción de sus atractivos turísticos ha provocado que se dejar de lado la visita a lugares como la parroquia La Victoria (venta de artesanías), laguna de Quilotoa, feria de Zumbahua, cañón de Toachi, cascada Candela Fasso (Guangaje), entre

otros, esto se da por el desconocimiento de estrategias o gestión turística por parte de los encargados del departamento de turismo del GAD cantonal.

Como referencia, antes la pandemia por el Covid-19, uno de los lugares con mayor frecuencia de turistas fue el Santuario del Niño de Isinche, sin embargo, tras las restricciones emitidas por el COE nacional y local, este lugar cerró sus puertas al turismo. Esta medida tomada por sus dueños indujo a la reducción de turistas y feligreses especialmente los fines de semana, representando pérdidas económicas a la población local dedicada a la venta de velas, recuerdos, collares, gastronomía, etc.

Al seguir presentándose estos inconvenientes dentro del cantón Pujilí, seguirá generándose un escaso desarrollo turístico local, reducción de la demanda turística, baja planificación por parte de autoridades y sobre todo deterioro o desaprovechamiento de los recursos naturales. Por ello, la investigación pretende establecer una alternativa de solución que pretenda mejorar las condiciones de vida de los pujilenses a través de un producto turístico.

Formulación del problema

¿Cómo incide el análisis del producto turístico del cantón Pujilí como alternativa de desarrollo local?

Antecedentes

Para desarrollar la investigación se ha tomado en cuenta antecedentes de campo realizadas previamente acerca del producto turístico y desarrollo local, citando así a los siguientes trabajos.

Murillo y Hernández (2019) plantean como objetivo “Diseñar una estrategia para la creación de un producto turístico que ayude al desarrollo local en Tuchín”. Para cumplir con el propósito se inicia un estudio epistemológico subjetivo, enfoque teórico interpretativo cualitativo, que con ayuda de la técnica como es la entrevista se ha llegado a tener como resultados que, Tuchín es un lugar accesible para el diseño del producto turístico, puesto que contiene elementos como atractivos, servicios y viabilidad asequible. Las conclusiones del trabajo muestran que la población del lugar está interesada en participar activamente en las actividades relacionadas al turismo, lo que ha desencadenado una experiencia para turistas locales y extranjeros tras el diseño del producto turístico. Dado lo anterior, en la presente investigación se usó el enfoque epistemológico subjetivo y el enfoque teórico interpretativo mencionados anteriormente, los cuales permiten observar la realidad dentro del área de estudio, el comportamiento de sus grupos culturales y como sus interpretaciones del lugar influyen en el desarrollo correcto del turismo ante los turistas que continuamente recibe.

Orrala (2019) plantea como objetivo “Elaborar un producto turístico de tipo cultural como contribución al desarrollo local en Atahualpa”. Para cumplir con el objetivo, se promueve un estudio de tipo descriptivo y método inductivo, y con ayuda de las técnicas como la observación, encuesta y entrevista se ha llegado a tener como resultados que, en un 90% de participantes de la investigación están de acuerdo en el diseño del producto turístico que tiene como nombre Guía turística cultura para el desarrollo local. Las conclusiones del trabajo muestran que en la guía se considera las tradiciones y costumbres de la parroquia, así como el compromiso de la localidad como aporte a la difusión de la guía a nivel local, cantonal y provincial, con el fin de mejorar su desarrollo local. De hecho, la relación que tiene este trabajo con la investigación es mejorar el desarrollo de los habitantes de un sector, a través de un instrumento que les permita participar e integrarse tal y como son, por ello se considera las tres fases que plantea la autora para crear un producto turístico.

A partir de lo descrito anteriormente, se utilizó las fases descritas por el autor Orrala (2019) las cuales son: Fase I (Análisis de las actividades culturales patrimoniales que se desarrollan dentro del cantón Pujilí) es decir las diversas festividades propias del cantón; Fase II (Influencia de las actividades culturales patrimoniales del cantón) mencionando como aportan dichas actividades en la localidad y sus turistas y finalmente la Fase III (Propuesta para la elaboración del producto turístico como alternativa de desarrollo local) el cual contribuye al mejoramiento de la actividad turística en beneficio del cantón.

Imbaquingo (2022) plantea como objetivo “Crear un producto turístico para el desarrollo local de la comunidad Cariacu”. Se trabajó con un estudio mixto, de tipo descriptivo, que con ayuda de la técnica como es la encuesta se ha llegado a tener como resultados que, la comunidad posee todos los equipamientos apropiados para la práctica del turismo. Además, todos los encuestados desearían visitar la comunidad. Las conclusiones del trabajo muestran que a través de la afluencia de turistas se considera el diseño del producto turístico, con el fin de forjar plazas de trabajo y cuidado de la naturaleza que lo rodea. Una vez analizado el trabajo investigativo, se visualizó como instrumento útil para el desarrollo de la investigación, dado que incorpora preguntas relevantes para el levantamiento correcto y oportuno de la información requerida, por lo que el equipo de tesis opta por el uso del formato de encuesta.

Cuéntara et al. (2022) en su artículo científico tiene como fin “Crear un enfoque paso a paso para desarrollar un tipo de turismo centrado en la naturaleza con el objetivo de mejorar las condiciones de vida en la comunidad rural La Esperanza en Manabí”. Se trabajó con un estudio de tipo documental y de campo. Los resultados del artículo muestran que un producto turístico integra grandes componentes vinculados al mercado y sobre todo a la publicidad. Las conclusiones del trabajo deducen que la metodología propuesta conlleva una estructura basada en ciertos Objetivos de Desarrollo Sostenible, que se direccionan a mejorar el desarrollo rural, por tanto, se ve necesaria la ejecución de la metodología en el estudio, con el fin de obtener,

seleccionar, compilar y analizar la información obtenida de manera correcta y eficiente, además del estudio sistemático de cada variable para la elaboración de instrumentos direccionados al tema en curso. Finalmente, la aplicación correcta de esta metodología permitió el desarrollo conveniente de la propuesta trazada en el inicio.

Fernández et al. (2018) en su artículo científico “Valorar los recursos turísticos e integrarlos en un producto más amplio para resaltar los mercados del sector y contribuir al desarrollo local”, para dar cumplimiento a este objetivo, se encamina a un estudio cuantitativo, con el uso de técnica como la observación directa y encuestas. Además, se estructura un proceso de tres fases para crear el producto turístico. Los resultados muestran que el producto tiene los medio para ayudar a beneficios sociales, económicos y ambientales. Las conclusiones del trabajo deducen que existen otras alternativas para promover el producto. Es así que, este artículo aportó al trabajo con las etapas usadas y su técnica de investigación, como fuente primaria para conocer e identificar las actividades apropiadas para el producto turístico en el cantón Pujilí.

Finalmente, Carera et al. (2019) en su artículo científico el fin es “exponer la actividad turística como promotora del desarrollo local en Ecuador”, para lo cual, se utilizan métodos y técnicas de tipo cualitativas para una revisión exhaustiva de documentos asociados al tema. Con este proceso, los resultados muestran que, la actividad turística local en el país sigue avanzando estratégicamente, por lo cual, la promoción de los productos turísticos y destinos es una acción importante que ayuda a regular y controlar la actividad, permitiendo desplegar en las comunidades un desarrollo local apropiado. Es así que, la práctica del turismo en el país permite obtener réditos económicos, sociales, ambientales y culturales que aportan al desarrollo local. Por tanto, este artículo aportó al trabajo con criterios sobre la importancia de la actividad como herramienta de desarrollo, mismos que admiten edificar los productos turísticos existentes pero que ya no son reconocidos.

Justificación

El análisis del producto turístico y su relación con el desarrollo local a nivel internacional es fundamental en un entorno globalizado. La justificación para este análisis radica en el impacto significativo que el turismo tiene en la economía, y otros ámbitos de muchas regiones a nivel global. Comprender cómo los productos turísticos se desarrollan y gestionan en el contexto internacional es esencial para maximizar los beneficios sociales y económicos para las habitantes, al tiempo que se minimizan los impactos negativos.

Además, este análisis puede ayudar llevar lecciones que puedan ser aplicadas en diferentes destinos alrededor del mundo, promoviendo un turismo más sostenible, inclusivo y responsable. En última instancia, el análisis del producto turístico y su relación con el desarrollo local es un enfoque estratégico para impulsar un turismo que beneficie tanto a los turistas como a las comunidades anfitrionas en una escala internacional.

A nivel nacional, la actividad turística dentro del país como fuentes de ingresos económicos luego de las exportaciones, si bien es cierto la pandemia afectó directamente el desarrollo adecuado de la misma, sin embargo, los entes competentes solucionaron de cierta manera el gran impacto generado por dicho suceso; los horarios específicos y las normativas vigentes para el desarrollo adecuado de ciertas actividades generaron el incremento progresivo de las actividades turísticas.

Por ello, frente a la problemática identificada anteriormente, la investigación se justifica por varias razones de gran relevancia, una de ellas porque Ecuador es un país con una rica diversidad geográfica, cultural y natural que atrae a un creciente número de turistas internacionales y dicho potencial, es esencial para comprender cómo el desarrollo de productos turísticos puede beneficiar a las comunidades locales y a la economía del país en su conjunto.

Para lograr consolidar el auge del turismo dentro de la provincia de Cotopaxi, es necesario no solo enfocar la mirada en atractivos ya conocidos, sino más bien enfocar los esfuerzos y recursos en el desarrollo adecuado de nuevos productos turísticos considerando y aprovechando todos los recursos turísticos escondidos que la provincia posee.

Potencializar los atractivos turísticos poco conocidos no solo requieren de un esfuerzo humano, sino también de la inversión de capital por parte de los organismos encargados, la distribución de recursos de manera adecuada generara mayor impulso y motivación en los prestadores de servicios ya existentes, además de motivar a nuevas generaciones a invertir en el turismo como tal.

Es así que, el análisis de estudio proporciona información valiosa para diseñar actividades que promuevan un turismo sostenible y responsable en la provincia, generando un impacto positivo tanto a nivel económico como social y ambiental, al tiempo que se fortalece la identidad cultural del lugar.

A nivel cantonal, la relevancia del trabajo es mejorar el desarrollo local de Pujilí para fomentar la actividad turística, respondiendo directamente al problema de investigación, puesto que, tiene implicaciones significativas para conocer y resolver de manera directa las insuficiencias de la localidad, brindando una alternativa de solución a través del producto turístico, integrando la participación comunitaria.

Desde un enfoque social, la colaboración de la localidad en los proyectos de desarrollo local en el lugar de estudio, genera grandes resultados económicos dentro de los mismos, puesto que una buena organización, capacitación y apoyo por parte de entidades gubernamentales generaría la expansión del turismo, así como también mejora de la planta turística, infraestructura y servicios, promoción del intercambio cultural, inversión en educación, incentivos a la mejora de los servicios públicos, entre otros.

Además, desde un enfoque económico, se pretende generar diferentes ingresos para las familias, diversificando la economía local, y reduciendo la independencia de una sola industria como es actualmente la agricultura y comercio. Desde un enfoque político, la promoción del producto turístico como herramienta para el desarrollo local se justifica por su capacidad para impulsar la prosperidad económica y la estabilidad en el cantón Pujilí. Al invertir en la infraestructura turística y en la promoción de destinos locales, las entidades gubernamentales pueden diversificar de ingresos en sectores económicos vulnerables.

Además, el turismo genera una mayor recaudación de impuestos, lo que permite financiar servicios públicos de calidad, como educación, atención médica y seguridad. En última instancia, el enfoque en el desarrollo del producto turístico refuerza la posición política al demostrar un compromiso tangible con el crecimiento económico sostenible y el avance del entorno.

En el caso de que el trabajo de investigación no pueda desarrollarse y no se presente alternativas de solución en el cantón Pujilí, no se podrá afrontar la problemática identificada, impidiendo crear una propuesta para mejorar las condiciones y forma de vivir de los residentes del cantón. A su vez, al no efectuarse, la práctica del turismo natural, cultural y gastronómico no se fomentará, por ello, a través de la indagación se pretenderán acoger los servicios turísticos para optimizar el desarrollo local.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el producto turístico del cantón Pujilí como alternativa de desarrollo local como aporte a la población.

Objetivos específicos

- Fundamentar las bases teóricas para respaldar el argumento de la investigación con respecto al turismo de naturaleza y desarrollo local mediante la revisión de fuentes bibliográficas.
- Determinar la metodología apropiada para la investigación que permita identificar los recursos y atractivos únicos del cantón Pujilí para promoverlos de manera estratégica y generar un flujo constante de turistas.
- Medir la correlación de la incidencia del producto turístico en el desarrollo local del cantón Pujilí a través del coeficiente de correlación de Pearson.
- Diseñar un producto turístico en base al Manual para el Diseño de Productos Turísticos Integrados, siendo una alternativa para el fortalecimiento del desarrollo local que contribuya al mejoramiento de la actividad turística en beneficio de la localidad.

Hipótesis

El análisis del producto turístico del cantón Pujilí incide en desarrollo local.

Variables

- Variable Independiente: Producto Turístico
- Variable Dependiente: Desarrollo local

Capítulo II

Marco teórico

La presente indagación aborda temáticas que ameritan de la revisión literaria de forma sistemática, a continuación, se mencionan las variables.

Turismo

El turismo hace referencia a las actividades que efectúan las personas cuando se trasladan fuera de su lugar de residencia frecuente por motivos de recreación, descanso, ocio, negocios u otras finalidades similares (Sancho, 2019). De hecho, el turismo envuelve viajar y visitar lugares diferentes, ya sea dentro del mismo país o en el extranjero, con la finalidad de percibir nuevas culturas, paisajes, actividades, atracciones turísticas, entre otros.

Por tanto, el turismo viene siendo una fuente significativa de empleo en muchas comunidades locales. La creación de puestos de trabajo en hoteles, restaurantes, atracciones turísticas y servicios relacionados contribuye al bienestar económico de la población local. Además, puede ayudar a diversificar la economía local, reduciendo la dependencia de sectores económicos específicos. Esto hace que las comunidades sean más resistentes a las fluctuaciones económicas y a las crisis en determinadas industrias.

Producto Turístico

El producto turístico viene siendo la oferta de servicios y actividades que se adoptan para crear una experiencia completa a los turistas, es decir, es el conjunto de elementos y componentes que están en virtud del turista (Cardet et al. 2018).

De esta manera, el producto turístico puede entenderse como una combinación de elementos interrelacionados que se diseñan y ofrecen para compensar las necesidades y ambiciones de los viajeros. Estos elementos incluyen componentes tangibles, como la infraestructura hotelera, los lugares de interés, la gastronomía y las actividades recreativas, así como aspectos intangibles, como las experiencias culturales, la hospitalidad local y la sensación de escape y relajación.

Además, el producto turístico abarca servicios y facilidades que respaldan la estancia de los turistas, como el transporte, la seguridad y la atención al cliente. La interacción de estos elementos crea una propuesta única y atractiva que define la experiencia que los turistas tendrán en un destino específico (Garrido, 2018). La capacidad de una comunidad para articular y presentar estos elementos de manera efectiva es fundamental para la elaboración de un producto turístico exitoso que atraiga a viajeros y contribuya al desarrollo local.

La presencia de turistas en los diferentes productos turísticos puede atraer inversiones y oportunidades empresariales, lo que puede estimular el crecimiento económico y la innovación local. Por ello, en la provincia de Cotopaxi, el producto turístico más visitado es El volcán Cotopaxi y la laguna de Quilotoa, mismos que se integran al Parque Nacional Cotopaxi y Reserva Ecológica Ilinizas respectivamente.

Elementos del producto turístico

El producto turístico puede incluir diversos aspectos, como:

Tabla 1

Elementos del producto turístico

Nº	Elemento	Aspecto
1	El transporte	Aéreo, terrestre, marítimo

Nº	Elemento	Aspecto
2	El hospedaje	Hoteles, hostales, casas de alquiler
3	La restauración	Restaurantes, cafeterías
4	Las atracciones turísticas	Monumentos, parques, museos
5	Las actividades recreativas	Deportes acuáticos, senderismo, paseos en bicicleta
6	El entretenimiento	Espectáculos, eventos culturales
7	Otros servicios relacionados	Guías turísticos, agencias de viajes, alquiler de vehículos, entre otros

Nota. Elementos y aspectos que integran el producto turístico. Tomado de Ministerio de Turismo (2020).

Una vez citados los elementos del producto turístico, a continuación, se describen cada una:

- **El transporte:** Es un concepto fundamental que se refiere al movimiento de personas, bienes y mercancías de un lugar a otro. De acuerdo con Sánchez y Weikert (2020) se trata de un componente esencial en el diario vivir, ya que permite la conectividad y el intercambio de recursos. Es así que el transporte puede adoptar diversas formas, desde sistemas de transporte tano terrestre, dado el ejemplo de vías y trenes, hasta sistemas de transporte aéreo y marítimo, que desempeñan un papel crucial en la logística, la comercialización y el movimiento de las personas.

Por lo tanto, a criterio personal el transporte es un pilar fundamental en la infraestructura de cualquier sociedad, ya que facilita el acceso a empleo, educación, atención médica, recreación y oportunidades económicas. Además, en un mundo cada vez más globalizado, el transporte desempeña un papel esencial en la conectividad, contribuyendo al crecimiento económico y a la interdependencia de las naciones.

- **La hospedería:** En el contexto del turismo, se refiere a la infraestructura y servicios que permiten a los viajeros encontrar un lugar para descansar, pernoctar y sentirse cómodos durante su estancia en un destino. Para Bravo et al. (2018) los alojamientos pueden variar ampliamente en cuanto a su tipología y nivel de comodidad.

De acuerdo con el Reglamento general de actividades turísticas (2011) los establecimientos descritos en el elemento hospedaje se clasifican de acuerdo con los grupos y subgrupos, esta clasificación viene siendo la siguiente:

Tabla 2

Clasificación de la hospedería

Grupo	Subgrupo	Categoría en estrellas doradas
Alojamientos hoteleros	Hotel	De 5 a 1
	Hotel residencia	De 4 a 1
	Hotel apartamento	De 4 a 1
Grupo	Subgrupo	Categoría en estrellas plateadas
Hostales y pensiones	Hostales	De 3 a 1
	Hostales residenciales	De 3 a 1
	Pensiones	De 3 a 1
Hosterías, moteles, refugios y cabañas	Hosterías	De 3 a 1
	Moteles	De 3 a 1
	Refugios	De 3 a 1
	Cabañas	De 3 a 1
Alojamientos extrahoteleros	Complejos vacacionales	De 3 a 1
	Campamentos	De 3 a 1
	Apartamentos	De 3 a 1

Nota. Categoría, grupo y subgrupo de los alojamientos. Tomado de Reglamento General de Actividades Turísticas (2011).

La diversidad de opciones de alojamiento se adapta a las distintas preferencias y presupuestos de los viajeros, brindando la posibilidad de elegir a las preferencias (Sánchez W. , 2019). Por lo tanto, la hospedería suele ofrecer una gama de servicios que incluyen, entre otros, habitaciones, comidas, limpieza, comodidades y atención al cliente. La calidad y el nivel de servicio pueden variar considerablemente, y la elección del alojamiento adecuado es un factor crucial en la planificación de un viaje.

- **La restauración:** Se refiere a la oferta de servicios relacionados con la comida y la bebida para alimentación de los viajeros durante su estancia en un destino. Este componente es esencial en la experiencia turística, ya que proporciona a los turistas la cultura culinaria de la región que están visitando (Urreta, 2019). Los servicios de restauración pueden variar desde restaurantes formales y elegantes hasta puestos de comida callejera, cafeterías, bares y servicios de catering, adaptándose a una amplia gama de gustos y presupuestos.

En este sentido, la restauración en el turismo no solo se trata de ofrecer alimentos y bebidas, sino también de crear una experiencia gastronómica que refleje la identidad cultural y culinaria del destino. Los restaurantes y establecimientos de comida son lugares donde los viajeros pueden disfrutar de platos tradicionales, ingredientes locales y nuevas experiencias culinarias. Al igual que el sector de alojamiento, este elemento también incluye una clasificación, y de acuerdo con el Reglamento turístico de alimentos y bebidas (2018) es el siguiente:

Tabla 3

Clasificación de la restauración

Subgrupo	Categoría en tazas
Cafeterías	De 2 a 1 tazas (1 es la de menor categoría)

Subgrupo	Categoría en tazas
Restaurantes	De 5 a 1 tenedor (1 es la de menor categoría)
Bares y discotecas	De 3 a 1 copa (1 es la de menor categoría)
Establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering	Categoría única

Nota. Categoría, grupo y subgrupo de los establecimientos de alimentos y bebidas. Tomado de Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018)

Bajo esta clasificación, la restauración desempeña un papel crucial, ya que genera empleo y contribuye a la promoción de la cultura alimentaria y la producción de alimentos regionales. Por lo tanto, la restauración es un componente esencial de la industria turística que enriquece la experiencia del viaje y promueve la cultura local.

- **Las atracciones turísticas:** Son puntos de interés, lugares o experiencias que atraen a viajeros y turistas a un destino específico. Según Gisolf (2018) estas pueden variar ampliamente en naturaleza, incluyendo monumentos históricos, parques temáticos, museos, sitios naturales, festivales culturales y mucho más. Las atracciones turísticas son esenciales para el éxito de un destino turístico, ya que aportan una dimensión única y atractiva a la experiencia del viaje.

De hecho, las atracciones vienen siendo destinos en sí mismos, diseñados para atraer turistas, ofreciendo una variedad de actividades y oportunidades de aprendizaje y entretenimiento. Las atracciones turísticas cumplen un papel fundamental al enriquecer la oferta de un destino, ya que agregan diversidad y valor a la experiencia del viajero. Estas pueden ser culturales, históricas, naturales o de entretenimiento. Además, las atracciones turísticas pueden contribuir significativamente a la economía local y crear empleos en la comunidad.

- **Las actividades recreativas:** Son aquellas actividades que las personas realizan por diversión, entretenimiento o descanso, con el objetivo de disfrutar de su tiempo libre y relajarse. Estas actividades pueden abarcar una amplia gama de opciones, desde deportes y juegos al aire libre hasta pasatiempos culturales como la lectura, la música, el cine o la pintura (Caballero, 2018). Las actividades recreativas se caracterizan por ser voluntarias y no estar relacionadas con obligaciones laborales o tareas cotidianas, lo que les permite a las personas desestresarse, liberar tensiones y revitalizar su bienestar emocional.

La importancia de las actividades recreativas radica en su capacidad para mejorar la condición de vida de las personas, fomentando la salud física y mental, promoviendo la creatividad, fortaleciendo las relaciones sociales y proporcionando una vía de escape del estrés cotidiano (Pardo, 2019). Estas actividades pueden llevarse a cabo en solitario, en grupos o en familia, y ofrecen oportunidades para experimentar alegría, relajación y satisfacción personal. En resumen, las actividades recreativas son esenciales para el equilibrio y el bienestar en la vida de las personas, ya que permiten disfrutar de momentos de ocio y satisfacción personal, lo que a su vez contribuye al desarrollo de una vida más plena y saludable.

- **El entretenimiento:** La oferta de actividades, que pueden incluir espectáculos en vivo, conciertos, teatro, deportes, festivales, parques de atracciones, actividades de ocio con opciones recreativas (Maldonado, 2021). El entretenimiento juega un papel crucial en la satisfacción y enriquecimiento de la experiencia de viaje, ofreciendo momentos de diversión, esparcimiento y disfrute que a menudo son un punto destacado del itinerario de los turistas.

El entretenimiento turístico tiene el propósito de crear memorias significativas y proporcionar a los turistas una forma única de experimentar la cultura, la diversión y la hospitalidad del destino. Estas actividades pueden ser tanto tradicionales como innovadoras, y pueden adaptarse a una variedad de gustos y preferencias, desde lo cultural y artístico hasta lo deportivo y aventurero (Fernández A. , 2022). En última instancia, el entretenimiento en el ámbito turístico es un componente esencial que enriquece la oferta de un destino, aportando una dimensión de disfrute y diversión que contribuye a la satisfacción general de los viajeros y a la promoción de la identidad cultural y turística de la región.

- **Otros servicios relacionados:** Dentro de los servicios relacionados, se encuentran actividades como las que se describen a continuación:
 - Los guías turísticos son profesionales que brindan asesoramiento y acompañamiento a los turistas en destinos turísticos, ofreciendo información relevante sobre la historia, la cultura, las atracciones y los aspectos prácticos del lugar que están visitando (Hernando, 2019). Su función es enriquecer la experiencia de los turistas al proporcionar una narración informativa y entretenida, al tiempo que aseguran que los turistas aprovechen al máximo su estancia.
 - Las agencias de viajes son empresas que facilitan la planificación y organización de viajes para los clientes. Estas empresas ofertan la reserva de vuelos, alojamiento, excursiones, traslados y otros elementos esenciales para un viaje exitoso (García & Ruiz, 2020). Las agencias de viajes pueden ayudar a los viajeros a encontrar las mejores ofertas, proporcionar asesoramiento en la selección de destinos y garantizar que todos los aspectos logísticos estén bien coordinados.

- El alquiler de vehículos se refiere a la posibilidad de rentar automóviles, motocicletas u otros medios de transporte durante un viaje. Esta opción permite a los viajeros explorar un destino de manera independiente, adaptando su itinerario a sus preferencias personales (Pérez, 2021). El alquiler de vehículos es especialmente útil en áreas donde el transporte público es limitado o inadecuado, y brinda una mayor flexibilidad y libertad para recorrer un lugar a su propio ritmo. Además, es una opción popular para aquellos que desean explorar zonas rurales o alejadas de los destinos turísticos convencionales.

A modo de desenlace, los elementos del producto turístico impulsan el desarrollo tanto lucrativo como social de los destinos locales. Cada uno de estos elementos, ya sean atracciones naturales, culturales, alojamientos, actividades recreativas o servicios de apoyo, contribuye de manera única a la identidad y el atractivo del destino. Estos elementos determinan la calidad de su estadía y la impresión que llevarán consigo.

Además, para Ramírez (2019) la planificación y gestión efectiva de estos elementos no solo mejora la satisfacción del turista, sino que también genera empleo, fortalece las economías locales y promueve la conservación de los entornos. En definitiva, reconocer y optimizar la importancia de los elementos del producto turístico es esencial para alcanzar un desarrollo turístico sostenible y beneficioso tanto para los viajeros como para las comunidades anfitrionas.

Características del producto turístico

El producto turístico se diseña y desarrolla con la finalidad de aportar una experiencia agradable y atractiva para los turistas, esto implica la caracterización de los segmentos de mercado objetivo, la elección de los destinos y actividades apropiados, la creación de paquetes turísticos atractivos, la promoción y comercialización de los productos. (Silva, 2018)

Es significativo acentuar que el producto turístico no solo se refiere a destinos turísticos específicos, sino que también comprende rutas, circuitos, eventos y festivales turísticos que se organizan y ofrecen como una experiencia completa y planeada para los turistas.

Las características del producto turístico son atributos distintivos que conforman la oferta única de un destino, estas pueden ser:

Tabla 4

Características del producto turística

Nº	Características	Descripción
1	Intangibilidad	El producto turístico es intangible en su naturaleza, lo que significa que no se puede tocar ni almacenar como un bien físico. Incluye servicios, experiencias y emociones que no se pueden sostener en la mano.
2	Temporalidad	Los productos turísticos suelen tener una duración limitada en el tiempo. Los viajes y las experiencias turísticas tienen una fecha de inicio y finalización, lo que crea una sensación de urgencia y temporalidad.
3	Variabilidad	La calidad de los productos turísticos puede variar debido a la relación de los prestadores de servicios y los clientes, así como a factores como el clima y las condiciones ambientales. Esta variabilidad ayuda a tener al cliente satisfecho.
4	Percepción subjetiva	La valoración del producto turístico es subjetiva y varía según las expectativas, preferencias y experiencias individuales de los viajeros. Lo que es atractivo para una persona puede no serlo para otra.
5	Inseparabilidad	La producción y el consumo de un producto turístico a menudo ocurren simultáneamente. Por ejemplo, cuando un turista visita un museo, la experiencia se crea y consume al mismo tiempo.
6	Perecibilidad	Algunos componentes del producto turístico son perecederos, lo que significa que no se pueden almacenar ni vender en el futuro.

Nº	Características	Descripción
		Por ejemplo, una habitación de hotel vacía en una noche no se puede recuperar.
7	Heterogeneidad	Los productos turísticos pueden variar significativamente de un destino a otro y de un proveedor de servicios a otro. Cada destino tiene su propio conjunto único de atracciones y experiencias.
8	Composición múltiple	Un producto turístico puede estar compuesto por múltiples elementos, como transporte, alojamiento, alimentación, actividades y servicios turísticos. La combinación de estos elementos crea la experiencia global del viaje.
9	Estacionalidad	Muchos destinos turísticos experimentan estacionalidad, con períodos de alta y baja demanda durante el año. Esto a menudo está influenciado por factores climáticos y eventos específicos.
10	Sensibilidad al precio	El precio es un factor crucial, los turistas suelen comparar costos y buscar ofertas, y el precio puede influir en la elección del destino y la calidad de la experiencia.

Nota. La tabla muestra las características de los productos turísticos. Tomado de Carballo et al. (2021).

Las características citadas del producto turístico reflejan su naturaleza única y su sensibilidad a una variedad de factores que requieren una gestión cuidadosa y una comprensión profunda de las necesidades y expectativas de los viajeros para ofrecer experiencias memorables y exitosas.

Estas cualidades abarcan desde aspectos físicos, como la belleza de los paisajes y la arquitectura local, hasta factores intangibles como la autenticidad cultural y la hospitalidad (Silva, 2018). La diversidad de estas características permite atraer una amplia gama de turistas con diferentes intereses y motivaciones, creando experiencias enriquecedoras y personalizadas. La combinación armoniosa de estas características forma la esencia del destino y establece la base para el desarrollo exitoso del turismo local.

Diseño de un producto turístico

El diseño del producto turístico es el proceso de planificación y desarrollo de una oferta atrayente y competitiva para los turistas, además, involucra la creación de emociones que satisfagan las necesidades y deseos de los viajeros, al tiempo que generen valor tanto para ellos como para los proveedores de servicios turísticos (Cardet et al. 2018).

Entre los pasos claves para diseñar un producto turístico de acuerdo con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011) son los siguientes:

- Investigación de mercado
- Identificación del destino
- Desarrollo de productos y servicios
- Experiencia del cliente
- Colaboración con socios locales
- Promoción y comercialización
- Evaluación y mejora continua

Es así que, el diseño de un producto turístico implica la cuidadosa elaboración y combinación de diversos elementos para crear una experiencia atractiva y significativa para los turistas. Esto abarca desde la selección de destinos y atracciones hasta la creación de itinerarios, la elección de alojamientos y la planificación de actividades culturales y recreativas.

El diseño también debe considerar factores como la accesibilidad, la autenticidad y la sostenibilidad, con el objetivo de proporcionar experiencias memorables y enriquecedoras que satisfagan las expectativas de los turistas y contribuyan al desarrollo local de manera equilibrada y beneficiosa.

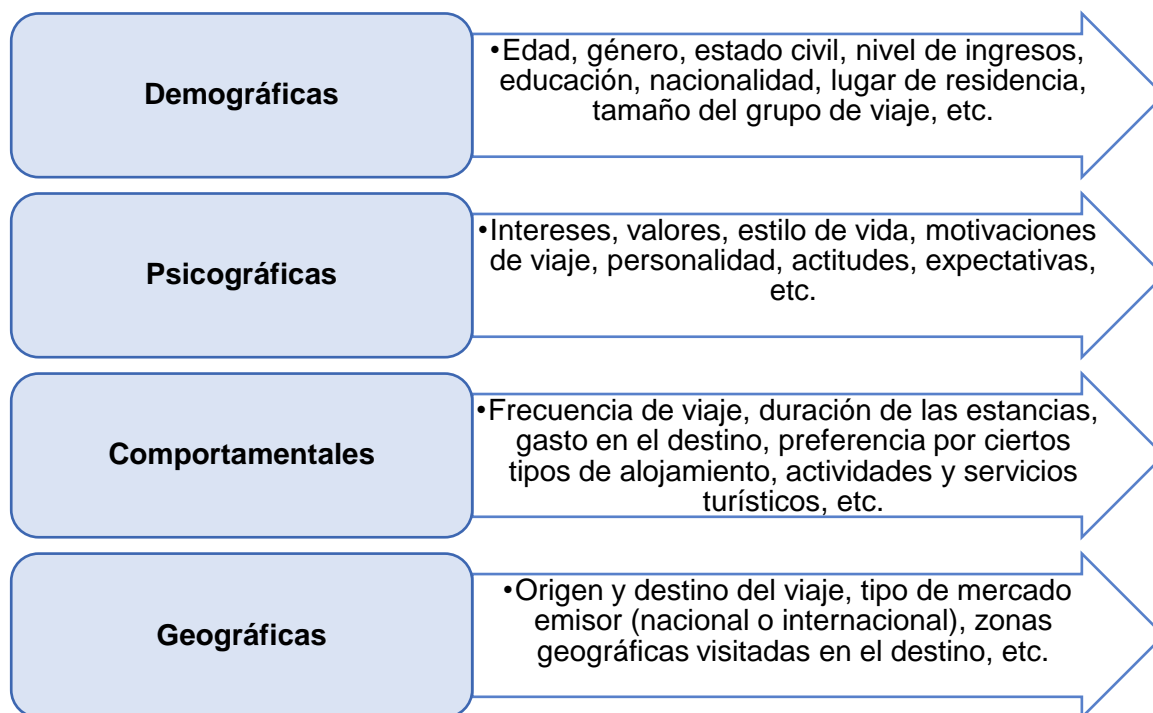
Perfil del turista

El perfil del turista se refiere a una descripción detallada y segmentada de un grupo particular de viajeros que visitan un destino o participan en una actividad turística. Para Sandoval et al. (2018) el perfil se basa en diversas características y variables demográficas, psicográficas, comportamentales y geográficas. Esto permiten a las autoridades turísticas, empresas y profesionales del turismo comprender mejor a su audiencia y adaptar sus ofertas y estrategias de marketing de acuerdo con las necesidades y preferencias de estos viajeros.

Algunas de las variables que se pueden incluir en el perfil del turista son:

Figura 1

Elementos del perfil del turista



Nota. La figura muestra las características que se integra en el perfil del turista. Tomado de Membrado (2019).

El objetivo de crear un perfil del turista es permitir a los profesionales del turismo y a las autoridades locales adaptar sus estrategias de marketing, promoción, infraestructura y servicios para atraer y satisfacer mejor a este grupo específico de viajeros. Esto puede incluir el diseño de paquetes turísticos específicos, la personalización de la oferta, la identificación de mercados objetivo.

Desarrollo

El término desarrollo se refiere al proceso de crecimiento, progreso o evolución que experimenta algo a lo largo del tiempo, ya sea a nivel individual, social, económico o tecnológico (Alfaro, 2018). Entre algunos tipos de desarrollo se encuentra el humano, tecnológico, económico, sostenible y social. Por tanto, busca una mejor condición de vida, crear oportunidades, salvaguardar el entorno y promover el bienestar en diferentes niveles y dimensiones.

El desarrollo se refiere al proceso de mejora y avance en diversos aspectos de una sociedad o comunidad, con el fin de lograr un mayor riqueza económico, social, cultural y ambiental. Implica la implementación de estrategias y políticas que fomenten el crecimiento sostenible, oportunidades como el acceso a servicios básicos, la preservación del entorno.

Desarrollo como proceso

Un proceso se define como una secuencia de actividades interrelacionadas y coordinadas que, cuando se ejecutan de manera ordenada y sistemática, tienen como objetivo lograr un resultado específico (Luaces, 2018). Los procesos pueden abarcar una amplia variedad de actividades en una variedad de contextos, desde la gestión empresarial y la resolución de problemas.

Por otra parte, el desarrollo puede entenderse como un proceso continuo de cambio y mejora en todos los aspectos de la sociedad. Aunque el concepto de desarrollo puede variar según el contexto y el enfoque teórico, generalmente implica cambios positivos y graduales en diferentes áreas (Pérez et al. 2018). Es así que, el desarrollo como proceso implica una mejora continua y progresiva en diferentes dimensiones de la sociedad, promoviendo la inclusión, la equidad y la sostenibilidad. Por ello, es un proceso multidimensional que requiere la participación de comunidades para lograr una transformación positiva en sus condiciones de vida.

El desarrollo implica la evolución y mejora constante de diversos aspectos de una sociedad o área geográfica. A través de la planificación estratégica, la ejecución de políticas y la colaboración activa de la localidad, se busca lograr un progreso equitativo y sostenible en términos económicos, sociales y ambientales. Este proceso implica adaptación, aprendizaje y ajustes constantes para abordar desafíos emergentes y aprovechar nuevas oportunidades.

Desarrollo territorial

El territorio se define como una extensión geográfica física y definida que forma parte de un país, región o entidad política. Para Mazurek (2018) este espacio físico puede comprender áreas terrestres, acuáticas y aéreas y está sujeto a las leyes y jurisdicciones del gobierno o entidad que lo controla. El territorio incluye tanto la superficie terrestre, como las aguas interiores y territoriales, y el espacio aéreo sobre estas áreas.

De hecho, es un concepto fundamental en la geografía y la política, ya que define las fronteras y la soberanía de una entidad política sobre una porción específica de la Tierra. El territorio puede variar en tamaño desde pequeñas jurisdicciones locales hasta vastas naciones y puede ser objeto de disputas territoriales entre diferentes entidades políticas.

Por tal razón, el desarrollo territorial se refiere al proceso integral de planificación y gestión de un espacio, con la finalidad de promover su crecimiento económico, social y ambiental de manera imparcial y sostenible. Se centra, además, en el análisis y la mediación en las dinámicas territoriales, tomando en cuenta sus particularidades geográficas, socioeconómicas y culturales (Arcentales & Mero, 2020).

Por tanto, el desarrollo territorial va más allá de un enfoque tradicionalmente centrado en el crecimiento urbano, considerando tanto las zonas urbanas como rurales en un contexto holístico. Implica la optimización de los recursos locales, la promoción de actividades económicas sostenibles, la mejora de equipamiento y productos, así como la preservación de la identidad cultural y ambiental. El desarrollo territorial busca equilibrar el progreso con la mejora de condiciones, promoviendo la colaboración ciudadana y la colaboración entre diversos actores para lograr un desarrollo armonioso y beneficioso para todos.

Desarrollo local

El desarrollo se refiere a un proceso dinámico y multidimensional que implica mejoras significativas en una sociedad o comunidad. Como bien sostiene Legna (2020) estas mejoras pueden abarcar áreas como el crecimiento económico, la calidad de vida, la igualdad, la educación, la salud, la infraestructura, el acceso a servicios, la sostenibilidad ambiental y la participación ciudadana.

El desarrollo busca elevar el progreso de una sociedad en su conjunto, proporcionando oportunidades y mejorando el entorno social. Es importante destacar que el desarrollo no se limita únicamente al crecimiento económico, sino que también se relaciona con la equidad, la justicia social y supliendo las necesidades.

El desarrollo local es el proceso de fortalecer y mejorar las condiciones de una comunidad o región en particular. Se enfoca en la promoción del crecimiento endógeno, es decir, el uso de los recursos y potencialidades locales y la participación de los involucrados en las decisiones y ejecución de actividades (Sosa, Riquelme, & Diez, 2020).

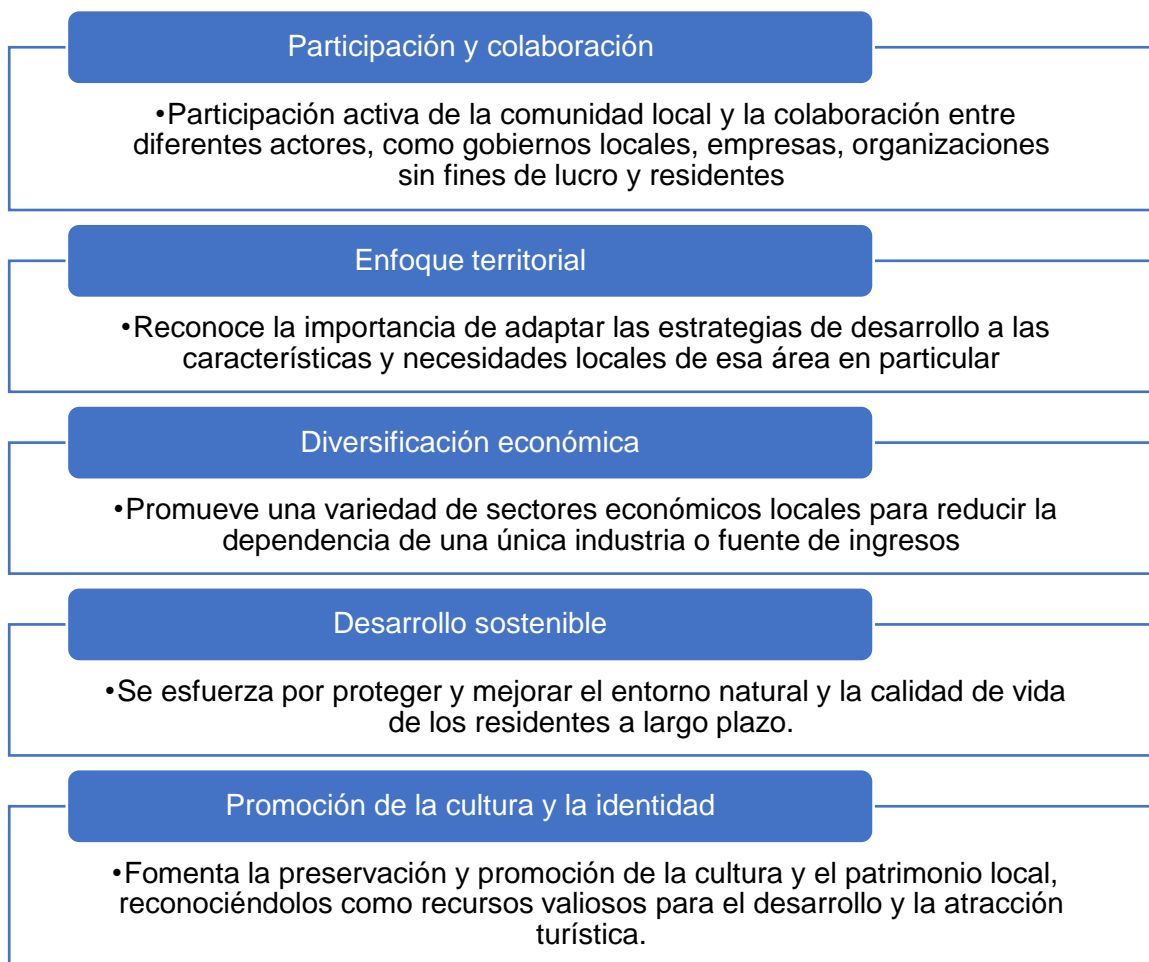
Implica la promoción de iniciativas económicas y social que beneficien a los residentes locales, generando empleo y fomentando la participación comunitaria. Por lo tanto, basa en las aspiraciones de la población, buscando empoderar a las comunidades para que tomen decisiones que influyan positivamente en su entorno, mientras se preserva la identidad y el patrimonio local.

Características del desarrollo local

El desarrollo local se caracteriza de otros enfoques de desarrollo, que de acuerdo con Pérez et al. (2019) algunas características comunes son:

- Participación con actores involucrados
- Enfoque integral
- Aprovechamiento de los recursos locales
- Descentralización y autonomía
- Cooperación y colaboración
- Enfoque a largo plazo

Es así que, el desarrollo local al se especifica por las particularidades mencionadas permiten promover un desarrollo sostenible, equitativo y adaptado a las particularidades de cada comunidad o localidad. De acuerdo con Sosa et al. (2020) otras características vienen siendo los siguientes:

Figura 2*Características del desarrollo local*

Nota. La figura muestra las características que se integra el desarrollo local. Tomado de Sosa et al. (2020).

Otras particularidades que se pueden incluir según Martínez y Vargas (2019) pueden ser:

- Creación de empleo local: Lo que contribuye al bienestar económico de los residentes y reduce la migración hacia áreas urbanas.

- Desarrollo de capital social: Promueve la construcción de relaciones y fortaleciendo el capital.
- Gestión descentralizada: Impulsa la toma de decisiones a nivel local, lo que permite una mayor adaptabilidad a las condiciones de la comunidad.
- Inversión en infraestructura local: Busca mejorar la infraestructura turística.
- Innovación y emprendimiento: Fomenta la innovación, el espíritu emprendedor y la creatividad local como motores de desarrollo económico.

Es así que, el desarrollo local se enfoca en impulsar el crecimiento y la prosperidad de comunidades específicas, reconociendo sus características y necesidades únicas. Busca la participación activa de los residentes y la colaboración entre diversos actores para lograr un desarrollo sostenible y equitativo.

Por tanto, el desarrollo local abarca la participación de la localidad en decisiones, la diversificación económica mediante la promoción de actividades sostenibles, la mejora de infraestructuras y servicios básicos, y la conservación de la cultura y el entorno natural (Díaz & Fernández, 2020). El enfoque en las necesidades y recursos locales, así como la colaboración entre diferentes actores, son pilares fundamentales para lograr un desarrollo equitativo, resiliente y orientado hacia un bienestar duradero en las comunidades.

Recursos para el desarrollo local

Existen diferentes recursos que pueden ser manejados para impulsar el desarrollo local, los recursos pueden provenir de diferentes fuentes y la promoción de su desarrollo (Jordá, 2019). A continuación, se presentan algunos de los recursos comunes utilizados en el desarrollo local:

- Recursos humanos

- Recursos naturales y medioambientales
- Recursos financieros
- Infraestructura y servicios básicos
- Capital social
- Conocimiento y tecnología

Es así que, los recursos para el desarrollo local incluyen tanto los activos tangibles, como infraestructuras, tierras y recursos naturales, como los intangibles, como conocimientos locales, habilidades comunitarias y redes sociales. Estos recursos forman la base sobre la cual se construyen iniciativas económicas, sociales y culturales que impulsan el crecimiento sostenible de una comunidad. La identificación y aprovechamiento efectivo de estos recursos son esenciales para empoderar a la población local.

Fines del desarrollo local

El desarrollo local tiene como fin cumplir con metas que se persiguen al implementar procesos, estos fines pueden variar dependiendo del contexto real de la comunidad o localidad en cuestión (Sosa, Riquelme, & Diez, 2020). Entre los fines comunes del desarrollo local son mejora de la calidad de vida, generación de empleo y crecimiento económico, desarrollo de capacidades locales, preservación del patrimonio cultural y ambiental, participación ciudadana y gobernanza local y desarrollo sostenible (Jordá, 2019).

Los fines del desarrollo local son mejora en las condiciones de vida en un nivel cercano y tangible. Esto implica el fortalecimiento de la economía local por el empleo y el fomento de actividades sostenibles, así como el acceso a la educación y atención médica. Además, busca preservar la identidad cultural y el entorno natural.

Factores claves del desarrollo local

Hay varios factores clave que influyen en el éxito del desarrollo local, estos factores son esenciales para promover el crecimiento económico para promover el desarrollo local sostenible (Díaz & Fernández, 2020). Entre los impulsores clave del desarrollo local que menciona Vergara y Sorhegui (2020) están la participación ciudadana y gobernanza, colaboración y alianzas, desarrollo económico y empresarial, desarrollo de capacidades y educación, sostenibilidad ambiental y conservación del patrimonio, y, acceso a infraestructura y servicios básicos.

Los factores clave del desarrollo local incluyen la participación de la localidad en la planificación y toma de decisiones, la identificación y aprovechamiento de las atracciones turísticas, la promoción de actividades económicas sostenibles y diversificadas, la inversión en equipamiento, la preservación de la cultura y el patrimonio, y la colaboración entre diferentes actores, como gobiernos locales, empresas y organizaciones comunitarias. Estos elementos se interconectan para crear un entorno propicio para el crecimiento equitativo y sostenible, promoviendo un desarrollo.

Fundamentación legal

El marco legal aborda la normativa, leyes, reglamentos u ordenanzas que apoyan a la investigación, es así que, a continuación, se mencionan las normativas concernientes al turismo y desarrollo local de un territorio.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

De acuerdo con la carta magna, en su artículo 10 que se incluye en la aplicación de derechos, menciona que:

Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución. (Asamblea Nacional, 2008, p. 11)

Asimismo, el artículo 14 sobre un ambiente sano, se expresa que:

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Asamblea Nacional, 2008, p. 13)

Por consiguiente, el artículo 57 que corresponde a la sección de los derechos de las comunidades, se expresa que:

Se reconoce y garantizar a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos: Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social. (Asamblea Nacional, 2008, p. 26)

Asimismo, el artículo 278 que se incluye en los principios generales de la constitución, manifiesta que:

Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: 1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles. (Asamblea Nacional, 2008, p. 90)

Ley de Turismo (2014)

Esta ley manifiesta en su artículo 4 literal 7 sobre las generalidades del turismo, expresando lo siguiente:

Promoción y mantenimiento de todo tipo de turismo, en especial interno y social, adopción y ejecución de proyectos, programas y servicios complementarios con organizaciones, dependencias e instituciones públicas y privadas, incluidas las comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Los organismos estatales no están autorizados a realizar las actividades turísticas previstas en la ley y este reglamento. (Congreso Nacional, 2014, p. 2)

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización [COOTAD] (2019)

En su artículo 2 correspondiente a los objetivos del reglamento, manifiesta que:

Profundizar el proceso de autonomías y descentralización del Estado, con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población. (Asamblea Nacional, 2019, pp. 5-6)

Asimismo, en su artículo 3 literal h que corresponde a principios de los GADS, el reglamento manifiesta que:

Los gobiernos autónomos descentralizados priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios. (Asamblea Nacional, 2019, pp. 7)

Capítulo III

Metodología

Enfoque de investigación

El enfoque mixto para el desarrollo del estudio busca la sinergia entre la difusión del turismo y el crecimiento equitativo de las comunidades anfitrionas. Este enfoque combina la atracción de turistas con la mejora de la condición de vida Gómez y Cohen (2019). Además, se centró en identificar y resaltar los activos únicos del cantón, tanto naturales como culturales, para atraer a turistas.

A través de la colaboración entre actores públicos, privados y comunitarios, se pudo crear experiencias turísticas auténticas y enriquecedoras que generen empleo, mejoren infraestructuras y servicios, y promuevan la conservación del patrimonio, lo que contribuye a un desarrollo integral y sostenible.

Tipos de investigación

La investigación documental utiliza fuentes escritas, electrónicas o impresas, como libros, artículos, informes y documentos, para obtener y analizar información y responder preguntas de investigación (D´Aquino & Barrón, 2020). Además, la investigación exploratoria se utiliza para explorar y comprender un tema o problema de manera preliminar, su objetivo primordial es crear ideas y conseguir una visión general del tema para nuevas investigaciones más específicas (Fresno, 2019).

Para la presente investigación se consideró la investigación documental y exploratoria como bases para el desarrollo de la misma, documental debido a que se revisó los libros, revistas, artículo, tesis de grado o maestrías y exploratoria ya que la investigación giro entorno a un tema poco abordado dentro del cantón Pujilí.

La investigación de campo también se forma parte de la metodología empleada y según Arias (2022) se utiliza para analizar al objeto de estudio directamente en el entorno natural o lugar de estudio, donde se recopilan datos de manera directa y se observan eventos o fenómenos en su contexto real. Es así que, la investigación de campo se consideró debido a que se realizó visitas in situ para adquisición de información con las técnicas de recolección de datos mencionadas en el apartado correspondiente.

Finalmente, se consideró el tipo de investigación correlacional, que según Fresno (2019) en el contexto investigativo se centra en comprender las posibles relaciones y conexiones entre diferentes variables relevantes. Este enfoque busca identificar si existe una asociación entre factores como el crecimiento turístico y el impacto en el desarrollo local.

De esta manera, se exploró un aumento en la llegada de turistas se correlaciona con un incremento en la generación de empleo en la comunidad local como es Pujilí. Asimismo, con la investigación correlacional permitió un análisis más profundo de cómo ciertos factores están relacionados entre sí, lo que puede contribuir a la toma de decisiones.

Método de investigación

De acuerdo con Gómez y Cohen (2019) el método deductivo surge de teorías o principios frecuentes para llegar a conclusiones específicas o particulares; y el método inductivo, inicia de observaciones o evidencias específicas para llegar a una generalización o teoría más amplia.

La investigación aplicó el método deductivo – inductivo dado que una vez realizado el trabajo de campo en el cantón Pujilí y obtenidos los datos de interés se pudo conseguir conclusiones específicas respecto a hipótesis planteadas antes de la visita, lo cual ayudó al

equipo de investigación con las directrices necesarias para la elaboración del producto turístico final.

Población y muestra

La población para el autor Niño (2019) son elementos que conllevan particularidades semejantes y son de utilidad en un estudio, mientras que la muestra es un subconjunto elegido de la población total que se analiza para adquirir conclusiones y generalizar los resultados a un campo más amplio.

De esta manera, la población a considerar son las personas cuya edad es mayor de 18 años que, según la ley ecuatoriana, son aptas para ser partícipes en investigaciones donde su criterio es aceptado. Dicho esto, la población seleccionada fueron turistas con una proyección de 18 años en adelante que visitan el cantón Pujilí, para ello se tomó la información del último registro de turistas promedios que de acuerdo con el Gobierno Descentralizado [GAD] del cantón Pujilí (2022) son 5160 turistas anuales entre locales, nacionales y extranjeros.

Tabla 5

Demanda turística 2022

Cantón	Total
Pujilí	5160 turistas

Nota. La tabla indica a los turistas que ingresan al cantón Pujilí mayores de 18 años. Tomado del GAD del cantón Pujilí (2022).

Una vez obtenido el dato actualizado del número de turistas mayores de 18 años, se emplea la fórmula para conocer el número exacto de encuestas que se deben aplicar a los turistas en el cantón Pujilí.

Tabla 6*Determinantes de la muestra*

Determinantes	Valores
N = Tamaño de la Muestra	5160
S = Desviación Estándar	0,5
e = Error Muestral	0,05
z = Nivel de Confiabilidad	1,96
% Confiabilidad	95%

Nota. Cálculo de la muestra para la aplicación de encuestas en el cantón Pujilí.

$$n = \frac{N * Z^2 * s^2}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * s^2}$$

$$n = \frac{5160 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(0,05)^2 * (5160 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{4955,67}{13,86}$$

$$n = 357 \text{ turistas}$$

Fuentes y técnicas de recopilación de información y análisis de datos

Las fuentes primarias son documentos originales o datos obtenidos directamente de observaciones, experiencias o investigaciones de primera mano sin interpretación o análisis previos (D´Aquino & Barrón, 2020). La fuente de recolección de información dentro de la investigación fue primaria, es decir la información se obtuvo por medio del contacto directo con las personas sujetas al estudio, dentro de ésta se aplicará de forma oportuna la encuesta, la cual constó de una serie de preguntas dirigidas a los turistas que visitan el cantón Pujilí.

Para Iglesias (2021) la encuesta es una técnica que se realiza a través de un conjunto de preguntas ajustadas a una muestra para adquirir información sobre sus opiniones, actitudes, comportamiento u otros aspectos concretos. El instrumento constó de 27 preguntas cerradas y

politómicas del cual se obtendrán datos estadísticos que permitieron conocer la situación actual del lugar de estudio acerca del turismo y también para la comprobación de la hipótesis (Anexo 2).

Por otro lado, se hizo uso de la entrevista (Anexo 3), dicho instrumento, permitió organizar los datos recopilados acerca del desarrollo local del cantón Pujilí de manera estructurada y ordenada, lo que facilitó el análisis de patrones y tendencias en el comportamiento del GAD cantonal frente al sector turístico de Pujilí. Esta técnica se lo aplicó a los actores locales del cantón Pujilí.

Análisis de resultados

Análisis e interpretación de la encuesta

- **Sección A: Datos generales**

Tabla 7

Datos generales de los turistas

Nacionalidad				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Ecuatoriana	195	51,2	51,2	51,2
Canadiense	40	10,5	10,5	10,5
¿De dónde proviene? Provincia				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Pichincha	78	21,8	21,8	26,6
Azuay	42	11,8	11,8	38,4
¿De dónde proviene? Ciudad				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Quito	78	21,8	21,8	26,6
Cuenca	42	11,8	11,8	38,4

Análisis e interpretación: De la totalidad de encuestados se pudo constatar que en su mayoría los turistas que visitan el cantón Pujilí son de nacionalidad ecuatoriana con un porcentaje de 51,2%. Muchos de ellos provenientes de la provincia de Pichincha con el 21,8%, específicamente de la ciudad de Quito (21,8%). Estos resultados revelan que, la mayor parte de los turistas ecuatorianos constituyen el grupo más grande o predominante, ya que, por la cercanía al cantón prefieren viajar a conocer atractivos o lugares cercanos a su domicilio.

Tabla 8

Edad, género y estado civil

Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
De 25 – 34	162	42,5	45,4	50,4
De 35 – 44	124	32,5	34,7	85,2
Género				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Masculino	213	55,9	59,7	59,7
Femenino	144	37,8	40,3	100,0
Total	357	93,7	100,0	
Estado civil				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Casado	180	47,2	50,4	95,2
Soltero	160	42,0	44,8	44,8
Situación laboral				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Empleado privado	140	36,7	39,2	64,4
Empleado público	90	23,6	25,2	25,2
Nivel de estudio				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Superior	234	61,4	65,5	90,8
Secundaria	54	14,2	15,1	25,2

Análisis e interpretación: Con respecto a la edad, el 45,38% pertenece a turistas de 25 a 34 años, siendo el género masculino el que más predomina con el 55,9%; de este grupo, el 50,42% son casados y tienen un empleo privado (36,7%), por lo que se alude que, el 61,4% tiene un nivel de estudio superior. Lo que significa que los hombres jóvenes –adultos que viajan son quienes muestran un mayor interés en descubrir y conocer nuevos lugares con el propósito de hacer turismo. Estos viajeros están en una etapa de la vida donde buscan explorar,

experimentar y aprender de diferentes culturas y lugares, además, suelen tener una mentalidad aventurera y están abiertos a nuevas experiencias. Por lo tanto, aquellos que trabajan en el sector privado que han obtenido una educación superior son quienes más viajan o participan en actividades turísticas en comparación con otros grupos laborales, dado que tienen ingresos necesarios y cómodos para realizar turismo.

Tabla 9

Con quién realiza su viaje

		¿Con quién realiza su viaje?			
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Amigos	220	57,7	61,6	72,8
	Familia	97	25,5	27,2	100,0
	Solo	40	10,5	11,2	11,2
	Total	357	93,7	100,0	

Análisis e interpretación: De la totalidad de encuestados se observa que la mayoría de los turistas con 61,62% realizan el viaje acompañado de amigos. Esto se demuestra que, viajar con amigos para el turista es una experiencia única ya que disfruta de la compañía cercana mientras explora nuevos lugares, por otro lado, la familia también ayuda a tener viajes divertidos y significativos.

Tabla 10

Estimación en gasto

		¿Cuánto estima gastar durante su visita al cantón?			
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	De \$101 a \$150 usd	187	49,1	52,4	73,4
	De \$151 a \$200 usd	95	24,9	26,6	100,0
	De \$51 a \$100 usd	56	14,7	15,7	21,0
	De \$0 a \$50 usd	19	5,0	5,3	5,3
	Total	357	93,7	100,0	

Análisis e interpretación: El presupuesto que estiman gastar la mayoría de los turistas en la visita al cantón Pujilí con el 52,38% es 101\$ a 150\$ dólares. Lo que conlleva a entender que los turistas gastan más de \$100 dólares durante su visita. Este dato es útil para entender los patrones de gasto de los visitantes para la planificación turística y el desarrollo económico local en el lugar.

- **Sección B: Variables de investigación**

Tabla 11

Propósito de visita a Pujilí

		¿Cuál es el propósito de su visita a Pujilí?			
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Turismo de naturaleza y ecoturismo	187	49,1	52,4	85,7
	Turismo de aventura	85	22,3	23,8	23,8
	Turismo gastronómico	51	13,4	14,3	100,0
	Turismo cultural	34	8,9	9,5	33,3
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 3

Propósito de visita a Pujilí



Análisis e interpretación: Se puede observar que gran parte de los turistas con el 52,38% buscan realizar tanto actividades de turismo de naturaleza como de ecoturismo. De forma que, se puede conocer que el turismo de naturaleza y ecoturismo promueven prácticas sostenibles y responsables, lo que atrae a quienes desean viajar de manera ética y consciente, restando su impacto en el entorno y contribuyendo al bienestar de las comunidades locales.

Tabla 12

Tiempo en el lugar

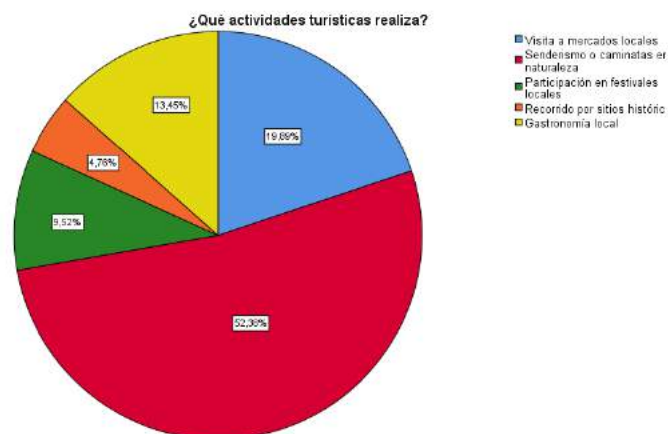
¿Cuánto tiempo permanece en este lugar?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Un día	293	76,9	82,1	82,1
	Dos días	64	16,8	17,9	100,0
	Total	357	93,7	100,0	

Análisis e interpretación: Como se refleja en los datos obtenidos en las encuestas, en relación tiempo de visita para realizar las actividades, los turistas con el 82,07% optan por un día de visita al cantón. Por ende, se conoce que, en ocasiones los turistas tienen ya definido un itinerario con paradas breves en un lugar mientras viajan hacia otro. En estos casos, solo tienen un día para explorar antes de continuar su travesía.

Tabla 13

Actividades turísticas

¿Qué actividades turísticas realiza?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Senderismo o caminatas en la naturaleza	187	49,1	52,4	72,3
	Gastronomía local	48	12,6	13,4	100,0
	Visita a mercados locales	71	18,6	19,9	19,9
	Participación en festivales locales	34	8,9	9,5	81,8
	Recorrido por sitios históricos	17	4,5	4,8	86,6
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 4*Actividades turísticas*

Análisis e interpretación: Del 100% de turistas encuestados, el 52,38% realizan actividades de senderismo o caminatas en la naturaleza. Entonces, para la mayoría de los turistas este tipo de actividades brindan una conexión íntima con la naturaleza, permitiéndolos sumergirse en entornos naturales, respirar aire fresco y recrearse en el silencio y la belleza de los entornos naturales.

Tabla 14*Satisfecho con las actividades*

¿Qué tan satisfecho está con las actividades?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Muy satisfecho	264	69,3	73,9	73,9
	Algo satisfecho	38	10,0	10,6	89,4
	Poco satisfecho	19	5,0	5,3	94,7
	Muy insatisfecho	19	5,0	5,3	100,0
	Satisfecho	17	4,5	4,8	78,7
	Total	357	93,7	100,0	

Análisis e interpretación: La mayoría de los turistas con el 73,95% se encuentra muy satisfecho por las actividades que se encuentran en el cantón. Lo que significa que, en gran parte los turistas suelen estar contentos y felices con las actividades disponibles en el lugar debido a la variedad de opciones disponibles, la calidad de las experiencias, la autenticidad cultural, la belleza natural del entorno, la hospitalidad de la gente.

Tabla 15

Atractivos turísticos visitados

¿Qué atractivos turísticos ha visitado en el cantón?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Laguna de Quilotoa	88	23,1	24,6	44,3
	Santuario del Niño de Isinche	75	19,7	21,0	79,0
	Pintura de Tigua	42	11,0	11,8	100,0
	Parque central	36	9,4	10,1	10,1
	Cerro Sinchaguasín	34	8,9	9,5	19,6
	Alfarería La Victoria	33	8,7	9,2	88,2
	Mercados	32	8,4	9,0	58,0
	Aguas termales de Aluchan	17	4,5	4,8	49,0
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 5

Atractivos turísticos visitados



Análisis e interpretación: Del 100% de encuestados, el 23,1% ha visitado la laguna de Quilotoa perteneciente al cantón Pujilí. Por lo tanto, se puede observar que en su mayoría los turistas optan por lugares en espacios naturales para realizar caminatas o senderismo tal es el caso del Quilotoa sitio cráter volcánico rodeado de entorno naturaleza, ofreciendo vistas panorámicas impresionantes de la laguna y los alrededores.

Tabla 16

Atractivos turísticos como destino turístico

¿Cuáles de los atractivos turísticos mencionados usted consideraría como destino turístico?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Laguna de Quilotoa	106	27,8	29,7	60,2
	Pintura de Tigua	64	16,8	17,9	100,0
	Alfarería La Victoria	63	16,5	17,6	79,8
	Sant. Niño de Isinche	54	14,2	15,1	21,6
	Cerro Sinchaguasin	16	4,2	4,5	6,4
	Termas de Aluchan	12	3,1	3,4	24,9
	Mercados	12	3,1	3,4	28,3
	Danzante de Pujilí	8	2,1	2,2	30,5
	Angamarca	8	2,1	2,2	82,1
	Parque central	7	1,8	2,0	2,0
	Cañon del Toachi	7	1,8	2,0	62,2
	Total	357	93,7	100,0	

Análisis e interpretación: De la totalidad de encuestados se puede observar el 27,8% considera como destino turístico a la laguna del Quilotoa. En este sentido, la belleza natural del cráter, las oportunidades de aventura al aire libre, la interacción con las comunidades locales y el enfoque en el turismo de naturaleza hacen del Quilotoa un destino turístico atractivo en Ecuador.

Tabla 17*Problema durante la visita*

¿Qué tipo de problema ha presentado durante su visita en Pujilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Dificultad de transporte	126	33,1	35,0	91,3
	Idioma	125	32,8	35,3	35,3
	Salud	50	13,1	14,0	56,3
	Cambio cultural	31	8,1	8,7	100,0
	Seguridad	25	6,6	7,0	42,3
Total		357	93,7	100,0	

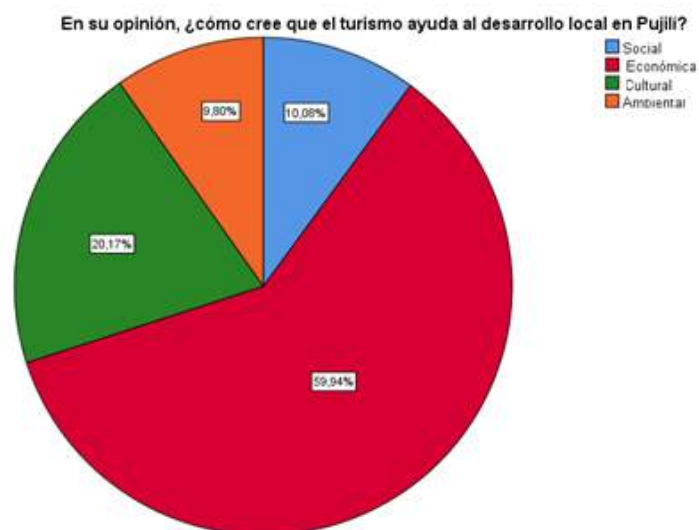
Análisis e interpretación: El 33,1% han presentado problemas y dificultades de transportarse debido que hay una sola línea de bus cuya frecuencia es cada dos horas, por tanto, los turistas optan por camionetas locales. Es así que, este problema es uno de los principales, ya que no todos los turistas viajan en un vehículo propio o agencia de viajes.

Tabla 18*Turismo y desarrollo local*

En su opinión, ¿cómo cree que el turismo ayuda al desarrollo local en Pujilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Económica	214	56,2	59,9	70,0
	Cultural	72	18,9	20,2	90,2
	Social	36	9,4	10,1	10,1
	Ambiental	35	9,2	9,8	100,0
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 6

Turismo y desarrollo local



Análisis e interpretación: Según las opiniones de los turistas encuestados el turismo aporta al desarrollo local con el 59,94% de manera económica. Así pues, un turismo bien gestionado en el cantón puede ser un motor económico significativo para la localidad, generando empleo, estimulando la actividad comercial, mejorando la infraestructura y promoviendo la preservación cultural.

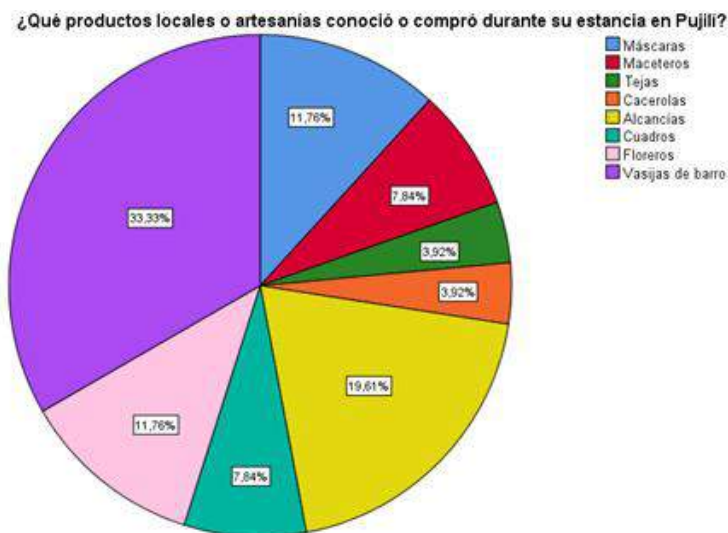
Tabla 19

Productos locales o artesanías que conoció

¿Qué productos locales o artesanías conoció o compró durante su estancia en Pujilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Vasijas de barro	119	31,2	33,3	100,0
	Alcancías	70	18,4	19,6	47,1
	Floreros	42	11,0	11,8	66,7
	Máscaras	42	11,0	11,8	11,8
	Cuadros	28	7,3	7,8	54,9
	Maceteros	28	7,3	7,8	19,6
	Tejas	14	3,7	3,9	23,5
	Cacerolas	14	3,7	3,9	27,5
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 7

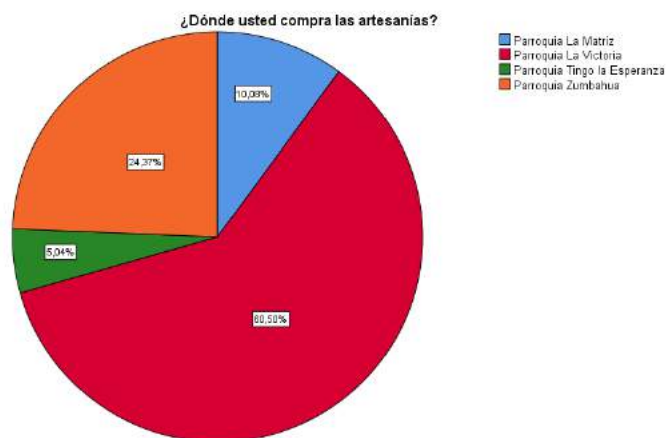
Productos locales o artesanías que conoció



Análisis e interpretación: Tras los datos obtenidos sobre los productos locales o artesanías que los turistas adquirieron con un porcentaje mayor de 33,33% fueron las vasijas de barro, pertenecientes exclusivamente a la parroquia La Victoria, ubicada en la entrada del cantón Pujilí. Lo que significa que en gran parte los turistas a menudo muestran interés en adquirir estas vasijas como recuerdos de su viaje, ya que representan la artesanía local y la autenticidad cultural del lugar que están visitando. Además, el proceso de creación de estas vasijas suele ser muy valorado, porque se elaboran de forma artesanal, transmitiendo técnicas ancestrales que han pasado de generación en generación.

Tabla 20*Lugar para comprar las artesanías*

		¿Dónde usted compra las artesanías?			
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Parroquia La Victoria	216	56,7	60,5	70,6
	Parroquia Zumbahua	87	22,8	24,4	100,0
	Parroquia La Matriz	36	9,4	10,1	10,1
	Parroquia Tingo la Esperanza	18	4,7	5,0	75,6
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 8*Lugar para comprar las artesanías*

Análisis e interpretación: De la totalidad de encuestados el 60,50% adquirió las artesanías en la parroquia la Victoria, por tanto, la compra de vasijas de barro por parte de turistas es bastante común en esta parroquia, ya que son artículos con gran belleza artística, donde se exponen en toda su entrada, vasijas de todo tipo de color, tamaño, precio, calidad, entre otras características.

Tabla 21*Aspectos para adquirir una artesanía*

¿De los siguientes aspectos, cual considera importante al momento de adquirir una artesanía?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Precio	162	42,5	45,4	45,4
	Calidad	90	23,6	25,2	70,6
	Atención o servicio	69	18,1	19,3	100,0
	Cantidad	36	9,4	10,1	80,7
	Total	357	93,7	100,0	

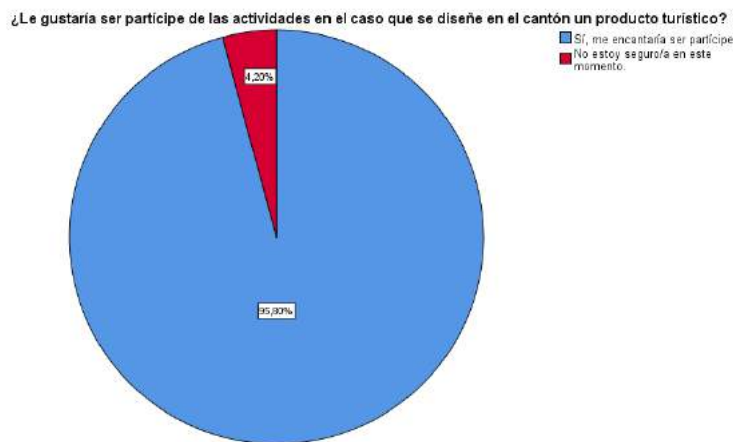
Análisis e interpretación: Los aspectos primordiales al momento de adquirir una artesanía tomados en cuenta son con el 45,36% el precio. Esto se da porque los turistas suelen buscar artesanías que sean únicas, representativas de la cultura local y de buena calidad. Sin embargo, el precio también desempeña un papel fundamental mencionan que en La Victoria es muy accesible y pueden aplicar el llamado regateo o descuento para obtener un mejor precio.

Tabla 22*Participación en actividades en caso del diseño de un producto turístico*

¿Le gustaría ser partícipe de las actividades en el caso que se diseñe en el cantón un producto turístico?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	Sí, me encantaría ser partícipe	342	89,8	95,8	95,8
	No estoy seguro/a en este momento.	15	3,9	4,2	100,0
	Total	357	93,7	100,0	

Figura 9

Participación en actividades en caso del diseño de un producto turístico



Análisis e interpretación: Las actividades con fines turísticos que se ejecutan en el cantón Pujilí son importantes y en el caso que se diseñe un nuevo producto turístico el 95,80% de los turistas estarían gustosos de participar en el mismo. De esta manera, se conoce que la localidad es esencial para la creación de productos turísticos auténticos, atractivos y sostenibles, ya que su participación no solo enriquece la experiencia del viajero, sino que también ayuda al desarrollo local.

Tabla 23

Alojamiento dentro del producto turístico

¿Qué tipo de alojamiento le gustaría que se ofrezca dentro del producto turístico?				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Hotel	216	56,7	60,5	60,5
Hostal	72	18,9	20,2	80,7
¿Qué tipo de establecimientos de alimentación le gustaría visitar dentro del producto turístico?				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Restaurantes tradicionales	180	47,2	50,4	90,8
Huecas	90	23,6	25,2	40,3
¿Qué tipo de actividades adicionales le gustaría realizar en el producto turístico?				

	Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Degustación de gastronomía típica	123	32,3	34,5	100,0
Elaboración de artesanías	108	28,3	30,3	45,4
¿Mediante qué medio le gustaría informarse sobre actividades del producto turístico?				
	Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Redes sociales	288	75,6	80,7	80,7
Televisión	36	9,4	10,1	90,8

Análisis e interpretación: De los turistas encuestados se puede apreciar que el sí le gustaría hospedarse en un hotel. Por lo tanto, se observa que la preferencia de este tipo de establecimiento de alojamiento específico depende de una combinación de factores como comodidad, ubicación, servicio, precio, instalaciones y valores asociados al establecimiento. Los turistas buscan una experiencia de hospedaje que se ajuste a sus necesidades y expectativas durante su viaje. Por otro lado, con relación al tipo de establecimientos de alimentación que le gustaría visitar dentro del producto para el 50,42%, estarían los restaurantes tradicionales. De modo que, esta preferencia está arraigada en el deseo de sumergirse en la cultura local, experimentar la autenticidad culinaria y tener una experiencia significativa durante el viaje. Asimismo, con respecto a las actividades que realizarían los turistas con el 34,45% son la degustación de gastronomía típica. Por lo tanto, compartir una comida típica con lugareños o con otros turistas puede ser una experiencia social enriquecedora. La comida a menudo une a las personas y proporciona un espacio para conversar y compartir historias. Finalmente, los medios de información por los cuales los turistas optan son por las redes sociales con el 60,67%, es decir, antes del viaje, los turistas utilizan las redes sociales para investigar destinos, buscar recomendaciones, leer reseñas y obtener información útil de otros turistas. Las fotos, reseñas y consejos de viaje compartidos en estas plataformas pueden influir en las decisiones.

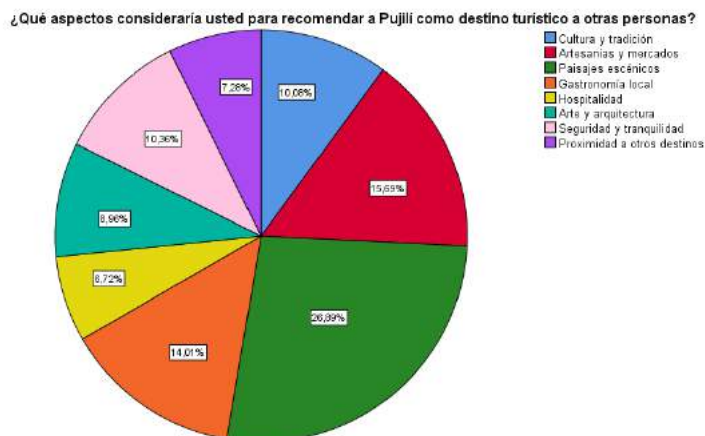
Tabla 24*Recomendación a Pujilí como destino turístico*

¿Del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, ¿Usted recomendaría a Pujilí como destino turístico a otras personas?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válido	5	249	65,4	69,7	100,0
	4	54	14,2	15,1	30,3
	3	36	9,4	10,1	15,1
	1	18	4,7	5,0	5,0
	Total	357	93,7	100,0	

Análisis e interpretación: Tras el análisis de datos, se puede verificar que el 69,75% de turistas recomendaría frecuentemente a Pujilí como destino turístico. La razón es que los turistas a menudo recomiendan visitar Pujilí debido a su riqueza cultural, sus festivales tradicionales, la autenticidad de sus mercados y la belleza de sus paisajes, elementos que hacen de este lugar una parada interesante para quienes desean experimentar la diversidad y la autenticidad de Ecuador.

Tabla 25*Aspectos para recomendar*

¿Qué aspectos consideraría usted para recomendar a Pujilí como destino turístico a otras personas?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Paisajes escénicos		96	25,2	26,9	52,7
Artesanías y mercados		56	14,7	15,7	25,8
Gastronomía local		50	13,1	14,0	66,7
Seguridad y tranquilidad		37	9,7	10,4	92,7
Cultura y tradición		36	9,4	10,1	10,1
Arte y arquitectura		32	8,4	9,0	82,4
Proximidad a otros destinos		26	6,8	7,3	100,0
Hospitalidad		24	6,3	6,7	73,4
Total		357	93,7	100,0	

Figura 10*Aspectos para recomendar*

Análisis e interpretación: De la información recabada, los aspectos a considerar para recomendar Pujilí son los paisajes escénicos encabezando con un 26,89%, seguido de la cultura y tradición con el 10,08%. Por lo tanto, La ubicación de Pujilí en los Andes ecuatorianos ofrece paisajes impresionantes y oportunidades para explorar la naturaleza, como caminatas por los alrededores, visitas a lagunas cercanas o la observación de aves. Además, la cultura permite a los turistas experimentar y aprender sobre las tradiciones.

Resultados de la entrevista

Tabla 26*Resultados de la entrevista*

Nº	Entrevistado1 Alcalde del cantón Pujilí	Entrevistado 2 Directora de la Unidad de Turismo de Pujilí
1	¿Cuáles son los aspectos más destacados del cantón Pujilí que considera	La principal fortaleza y lo que puede desarrollar al cantón Pujilí es la gente que lo habita. Porque la población tiene un aspecto que lo caracteriza de
		Tenemos algunos lugares turísticos destacados uno de ellos en el eje natural es la Laguna Quilotoa, pintores de Tigua, alfarería de la Victoria

Nº	Entrevistado1 Alcalde del cantón Pujilí	Entrevistado 2 Directora de la Unidad de Turismo de Pujilí
fundamentales para el desarrollo local?	otros cantones y es la solidaridad y empatía con los demás, por ello, como pujilense considero que es el aspecto más relevante para que se genere desarrollo local.	declarado como patrocinio cultural. Todos estos atractivos se los puede integrar en uno solo para que se desarrolle localmente cada lugar turístico, donde se evidencie todos los servicios turísticos ofertados al turista.
2 ¿Cómo describiría el crecimiento del turismo en Pujilí en los últimos años y cuáles han sido los principales impulsores?	Contamos con varios recursos, unos de los más conocidos a nivel mundial son la laguna de Quilotoa tenemos una corriente turística con ella, para lo cual, estamos trabajando en un plan turístico dentro de Pujilí, donde se dé a conocer intrínsecamente los servicios que antes se brindaban, y con ello rescatar el valor cultural y natural, además, buscamos ser atractivamente considerados destino turístico a nivel provincial y como no nacional.	A través del crecimiento de Pujilí hoy por hoy como institución pública como el municipio, nuestros deberes y derechos de acuerdo con lo que nos ampare el artículo 54 es la promoción, la difusión y el fortalecimiento de la actividad turística, pero sin embargo los productos y el funcionamiento de los servicios que posee el cantón es también una responsabilidad neta de los prestadores de los servicios.
3 ¿Cuáles son los desafíos específicos que enfrenta Pujilí en términos de desarrollo turístico y cómo se están abordando?	El principal problema que tenemos es la depredación a los recursos naturales, extinción a los recursos nativos, la inseguridad también afecta como turista. Con estos problemas no se puede generar todas las ideas que se tiene para impulsar a Pujilí como destino turístico, y para abordarlo se están realizando talleres y sobre todo charlas para los habitantes residentes a los lugares aledaños de los recursos naturales en extinción.	Uno de los desafíos es la transformación de Pujilí, por lo cual, lo que se quiere es elevación a la capacitación a la prestación de servicios a todos los que están vinculados en el turismo con el fin de llevar un desarrollo sustentable. Por ello, es importante iniciar con charlas y conversatorios con propietarios, encargados y sobre todo la población que están inmersos en los servicios turísticos.
4 ¿Qué medidas se están tomando para	Precisamente las medidas que estamos tomando es apagar	Las sostenibilidades tanto social como ambiental están

Nº	Entrevistado1 Alcalde del cantón Pujilí	Entrevistado 2 Directora de la Unidad de Turismo de Pujilí
	fuegos, tratamos concientizar a la gente que el turismo nos puede sacar adelante que es más que un recurso. Además, otra de las medidas es promover nuevos emprendimientos direccionados al turismo, ya que muchas personas tienen habilidades y ofrecen servicios que pueden utilizar para progresar económicamente, siempre y cuando cuiden a la naturaleza.	en la ley, cada entidad de las juntas parroquiales y asociaciones que trabajan en turismo están basadas en el sustento y el manejo del recurso. Por ello, como autoridades del sector turístico es nuestro deber garantizar que cada actividad se desarrolle de manera sostenible, donde no se altere el estado natural de los atractivos turísticos.
5	¿Cómo se promociona Pujilí como destino turístico y qué esfuerzos se están haciendo para atraer a más turistas?	Casi absolutamente no se hace nada, lo que estamos tratando de sobrevivir a base del turismo que, si ayuda, pero no les mantiene, estamos creando la empresa pública del turismo en Pujilí donde pondremos recursos para que ellos sean los encargados de vender a Pujilí y actualmente estamos realizando videos publicitarios en las redes sociales indicando las ventajas de Pujilí.
6	¿Cuáles son las oportunidades de crecimiento o diversificación que se están explorando en el desarrollo del producto turístico en el cantón?	El señor alcalde está trabajando en algunas actividades una de ella son las festividades de navidad como las ferias, mujeres impulsivas, villancicos todo aquello es para promocionar Pujilí y fortalecer el mercado que tenemos. El alcalde está trabajando en la protección los páramos los ríos embellecimiento de ciertos lugares, mercados.
	Una de las oportunidades que se tiene es la gente que habita en el cantón, como se los mencione anteriormente, somos gente carismática y solidarios, además somos super trabajadores y emprendedores, quienes tienen gran variedad de productos para ofertar al turista y en donde residen también existen lugares turísticos, donde el turismo es palpable.	Los productos a la raíz de las vías cantonales el principal es el servicio básico estamos trabajando con la empresa eléctrica, el alcantarillado con la finalidad que ciertos productos turísticos que estén estancados poderles potencializar. Contamos con el producto estrella que es Quilotoa, pinturas Tigua.

Nº	Entrevistado1 Alcalde del cantón Pujilí	Entrevistado 2 Directora de la Unidad de Turismo de Pujilí
7	¿Qué beneficios económicos y sociales ha experimentado la comunidad local como resultado del turismo en Pujilí?	Pujilí no recibe corriente turística, como municipio ni tenemos registro que a la matriz vengan recursos. Los recursos que el turismo puede traer son de una pequeña parte de la laguna del Quilotoa, casi todos los moradores de ese sitio tienen algún negocio o tipo actividad que tiene que ver con ecoturista que sirve como fondo para la comunidad. Quilotoa es un ejemplo que puede convertirse Pujilí
8	¿Cuánto presupuesto designa el GAD para la promoción del cantón?	Los beneficios internos no se han registrado todavía, porque aún no cumplimos con un mandato que es el cobro de licencia de funcionamiento, pero en este caso en la situación de ferias tiene un costo un beneficio y eso ingresa a las arcas municipales y ese recurso económico se destina a las festividades.
9	¿El GAD contiene un catastro general sobre los servicios turísticos?	El presupuesto que mayormente nos asigna es de \$55.000 dólares, sin embargo, no todo es para la promoción o difusión del cantón, puesto que existen otros gastos relacionados a esta actividad.
10	¿Cuánto presupuesto designa el GAD para la promoción del cantón?	No tiene, pero lo estamos creando para que la actividad turística en el cantón sea reconocida, y así involucrar a toda la población para que en cada parroquia se genere un correcto desarrollo local.
10	¿El GAD contiene un catastro general sobre los servicios turísticos?	No tiene, pero lo estamos creando para que la actividad turística en el cantón sea reconocida, y así involucrar a toda la población para que en cada parroquia se genere un correcto desarrollo local.
	¿Cuál es su visión a largo plazo para el desarrollo turístico en Pujilí y cómo espera que contribuya al progreso y bienestar	Le veo un Pujilí turístico inclusivo, respetuoso, lleno de colores, lleno de diversidades y gente amable. Por ello, quiero destacar y forjar que los pujilenses se sientan orgullosos de donde somos. Y que mejor otorgando obras
		La visión como la unidad de turismo es posicionar a Pujilí como destino turístico pero sustentable, nosotros como dirección de turismo muy al margen de ser una imagen pública política que contribuye a que los habitantes logren

Nº	Entrevistado1 Alcalde del cantón Pujilí	Entrevistado 2 Directora de la Unidad de Turismo de Pujilí
de la población local?	relacionado al desarrollo local donde cada habitante tenga oportunidades de crecimiento.	impulsar sus ideas, emprendimientos o negocios enfocados al turismo.

Análisis e interpretación: El alcalde del cantón Pujilí destaca el potencial de la gente como motor fundamental para el desarrollo local. Señala recursos turísticos claves, como la Laguna Quilotoa y la alfarería de la Victoria, mientras enfoca la importancia del desarrollo sostenible. Identifica la depredación de recursos y la inseguridad como desafíos, promoviendo capacitación y conciencia para un turismo sustentable.

Por otro lado, la directora de turismo resalta la importancia de unir esfuerzos en promoción, mediante videos y eventos festivos, además del cuidado de los recursos turísticos naturales. Reconoce la ausencia de corriente turística, pero destaca la influencia económica en ciertos sectores. A pesar de tener ciertos presupuestos asignados, menciona la carencia de beneficios internos claros hasta la fecha.

En este aspecto, una publicidad bien enfocada puede ayudar a diversificar el turismo, promocionando no solo destinos populares, sino también atracciones menos conocidas, pero igualmente interesantes, lo que contribuye a distribuir el flujo de visitantes de manera más equitativa. Por ende, la planificación en este ámbito puede impulsar el flujo de turistas, lo que a su vez beneficia a la economía local. Un aumento en el turismo trae consigo gastos en alojamiento, alimentación, transporte y compras, lo que genera ingresos para la comunidad y las empresas locales.

De forma que, ambos entrevistados mencionan oportunidades de crecimiento, haciendo hincapié en la diversificación de productos turísticos y servicios básicos. A pesar de los desafíos, visualizan un Pujilí inclusivo, diverso y respetuoso en el futuro, aunque la directora resalta la importancia de desvincular la imagen pública política del enfoque turístico.

Comprobación de hipótesis

Tabla 27

Tabla cruzada

Tabla cruzada En su opinión, ¿cómo cree que el turismo ayuda al desarrollo local en Pujilí? * ¿Del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, ¿Usted recomendaría a Pujilí como destino turístico a otras personas?						
Recuento		¿Del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, ¿Usted recomendaría a Pujilí como destino turístico a otras personas?				
		1	3	4	5	Total
En su opinión, ¿cómo cree que el turismo ayuda al desarrollo local en Pujilí?	Social	18	18	0	0	36
	Cultural	0	18	54	142	214
	Económica	0	0	0	72	72
	Ambiental	0	0	0	35	35
Total		18	36	54	249	357

Tabla 28

Chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	304,350a 9	,000
Razón de verosimilitud	251,909 9	,000
Asociación lineal por lineal	89,327 1	,000
N de casos válidos	357	

a. 5 casillas (31,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,76.

De acuerdo con los datos derivados de la prueba del chi cuadrado de Pearson, se logra demostrar que el resultado X^2 es igual a 0,000 siendo inferior a 0,05, lo que conlleva a rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la alternativa (H_1), es decir que el análisis del producto turístico del cantón Pujilí incide en el desarrollo local, además es importante destacar que las actividades dentro del marco del sector turístico, aporta a la mejora de la condición de vida de la ciudadanía.

Capítulo IV

Propuesta

Datos informativos

En este apartado se detalla de manera general la información sobre el cantón Pujilí, lugar donde se desarrolla la investigación. Por tanto, en la provincia de Cotopaxi se encuentra ubicado en cantón, limita al norte con el cantón Saquisilí, al sur con el cantón Salcedo, al este con el cantón Latacunga y al oeste con el cantón Sigchos. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD del Cantón Pujilí, 2020)

Además, el cantón posee 7 parroquias que conforman su estructura urbana y rural (Ver figura 11). De la misma forma el número de habitantes de Pujilí se compone de 69.055 individuos, los cuales se distribuyen en hombres y mujeres pertenecientes al sector urbano y rural (Ver figura 12).

Figura 11

Ubicación geográfica del cantón Pujilí



Nota. La figura representa la ubicación geográfica del cantón Pujilí. Tomado de PDyOT (2020).

Figura 12*Demografía del cantón Pujilí*

Parroquia	Área Urbana		Área Rural		Total	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Pujilí	4774	5290	10958	12408	15732	17698
Angamarca	-	2480		2769	2480	2769
Guangaje	-	-	3809	4217	3809	4217
La Victoria	-	-	1438	1578	1438	1578
Pilaló	-	-	1272	1368	1272	1368
Tingo	-	-	2081	1970	2081	1970
Zumbahua	-	-	5924	6719	5924	6719
Total	4774	7770	25482	31029	32736	36319

Nota. La figura representa la distribución demográfica del cantón Pujilí. Tomado de PDyOT (2020).

Por otro lado, la actividad económica de la población es diversa y abarca varios sectores, sin embargo, de acuerdo con el PDyOT (2020) las más representativas son la agricultura y la fabricación de artesanías. La agricultura incluye la siembra de maíz, papas, cebada, trigo y hortalizas. Y en el caso de las artesanías, se elaboran una variedad de productos, como vasijas, ollas, macetas y objetos decorativos.

No obstante, el comercio especialmente en el centro urbano de Pujilí es una tercera actividad económica, en esta se integran las tiendas, mercados y servicios que abastecen tanto a la población local como a los visitantes. Asimismo, el turismo es una parte importante, con la cual se oferta atracciones como la Laguna de Quilotoa, eventos culturales y artesanías locales, generando actividad económica en el sector turístico.

Por consiguiente, Según el PDyOT (2020) los servicios básicos e infraestructura en el cantón incluyen los siguientes elementos:

Tabla 29*Servicios básicos e infraestructura*

Servicios básicos	Descripción
Agua potable	Su abastecimiento inicia en el río Tiotán con un aproximado de capacidad de 8 Km de la planta.
Electricidad	Cuentan con red eléctrica que provee energía a los hogares, comercios e industrias, además de alumbrado público.
Saneamiento	Cuenta con sistemas de alcantarillado y otros.
Vías y transporte	Carreteras Latacunga - La Mana E30 conecta al cantón y vías de acceso a otras localidades como es la Avenida Velasco Ibarra, así como transporte público, camionetas cuyo pasaje es de 0,50 ctvs.
Salud	Posee centros de salud, hospitales o clínicas que brindan atención médica a la comunidad.
Educación	Escuelas, colegios y centros de formación educativa.
Comunicaciones	Servicios de internet, telecomunicaciones, telefonía fija.
Espacios públicos	Parques, plazas, merados y áreas recreativas para el disfrute de actividades recreativas.

Nota. La tabla detalla los servicios básicos e infraestructura que cuenta el cantón de estudio.

Tomado de PDyOT (2020).

La disponibilidad y calidad de estos servicios pueden variar entre áreas urbanas y rurales dentro del cantón y a lo largo del tiempo bajo una política pública la zona puede tener mejoras o cambios en la infraestructura dependiendo la planificación de las autoridades competentes.

Antecedentes de la propuesta

Para dar inicio en la elaboración de la propuesta, se ha indagado diferentes metodologías apropiadas para cumplir con el tercer objetivo específico que es diseñar un producto turístico como alternativa de fortalecimiento para el desarrollo local del cantón Pujilí, mismo que contribuya la mejora de la actividad turística en beneficio de la localidad.

Por ello, la metodología apropiada para el desarrollo de la alternativa de solución ha sido el Manual del diseño de productos turísticos integrados compuesto por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA] (2015). Dicha metodología proporciona un contexto y base de conocimiento sobre los cinco pasos integrales. Además, el manual considera aquellos nuevos lugares interesantes que irán de la mano con aquellos atractivos turísticos que los turistas consideran como destino turístico, fortaleciendo el desarrollo local del cantón

Justificación

El producto turístico es sustancial en el desarrollo local de Pujilí, ya que no solo diversifica la oferta turística, sino que también impulsa el crecimiento lucrativo y social del sitio. Al diseñar y promover productos turísticos atractivos y auténticos que resalten los recursos naturales, patrimoniales y culturales únicos del lugar, se crea una oportunidad de negocio para atraer visitantes, generar empleo local y promover el intercambio económico en la comunidad.

En tal virtud, el diseño de un producto turístico mediante la aplicación del Manual como metodología propuesta por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA] (2015) representa una estrategia efectiva para promover el desarrollo local y fortalecer la actividad turística en la localidad. Este enfoque metodológico, estructurado en los 3 pasos de generación del proyecto, diseño conceptual del producto y elaboración de un modelo de

negocios, proporciona una guía integral para crear propuestas turísticas que respondan a las necesidades y atraigan a visitantes potenciales.

Al emplear esta metodología, se busca no solo diseñar un producto turístico innovador y atractivo, sino también generar un impacto positivo en el desarrollo integral de la localidad. Al fortalecer la oferta turística, se estimula la economía local al ofrecer nuevas oportunidades de diversificar la economía, promoviendo la conservación de tradiciones y recursos culturales, y atrayendo a turistas que contribuyan con el comercio y servicios locales.

Es así como, el enfoque estructurado del manual permite una planificación estratégica que considera aspectos clave como la identificación de necesidades locales, la creación de experiencias turísticas auténticas y sostenibles, así como la viabilidad económica del producto. Por ende, el diseño del mencionado producto turístico bajo esta metodología se convierte en una valiosa herramienta para impulsar el crecimiento y la sostenibilidad del turismo local, generando beneficios tangibles para la comunidad y contribuyendo al desarrollo integral de la localidad.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un producto turístico como una alternativa para el fortalecimiento del desarrollo local que contribuya al mejoramiento de la actividad turística en el cantón Pujilí.

Objetivos específicos

- Definir la generación del proyecto a través de lo que se quiere vender y a quien a fin de establecer los atributos, servicios, turista, competencia, valor agregado y alianzas para el producto turístico.

- Establecer el concepto de un producto turístico a través de la idea central que proviene de la generación del proyecto.
- Diseñar el modelo de negocio enfocado al producto turístico usando el Modelo Canvas para definir la estrategia de fortalecimiento al desarrollo local.

Diseño de la propuesta

Metodología para el diseño del producto turístico

El diseño de un producto turístico como alternativa de desarrollo local contribuye al mejoramiento de la actividad turística en beneficio de la localidad, esto se desarrolla bajo los pasos del Manual para el Diseño de Productos Turísticos Integrados, metodología por el IICA (2015) la cuál aborda el Paso 1: La generación del proyecto, Paso 2: Diseño conceptual de un producto turístico y Paso 3: Diseño de un modelo de negocios.

a) Paso 1: La generación del proyecto

En primera instancia, para desarrollar una idea innovadora, es reflexionar sobre el potencial que tiene el cantón Pujilí, para diseñar un producto turístico como una alternativa que contribuya al fortalecimiento del desarrollo local en beneficio de la localidad. Es así como, de acuerdo con la metodología del IICA (2015) tomada para el desarrollo de la propuesta la idea inicial está centrada en un recurso específico o en una actividad concreta, considerando que el objetivo siempre es la creación del producto turístico. Para ello se aborda el siguiente esquema para el desarrollo de la idea.

Figura 13

Esquema para el desarrollo de la idea



Nota. La figura representa el esquema para el desarrollo de la idea. Tomado de IICA (2015).

- **Idea original**

El grupo investigador ha optado por el desarrollo de un producto turístico denominado “Encantos de Pujilí” en función de un circuito turístico que encierra los atractivos turísticos mencionados por los turistas sobre los que consideran como destino turístico (Tabla 16).

Por lo tanto, la propuesta se enfoca en el desarrollo del circuito turístico que incluye la unión de varios destinos, atracciones o puntos de interés en Pujilí. Estos destinos van a estar conectados por un tema en común que es conocer en un mismo recorrido la parte cultural, naturaleza, aventura, gastronomía, entre otros aspectos.

El objetivo principal de un circuito turístico es ofrecer a los turistas una experiencia completa al permitirles explorar múltiples lugares de interés en un itinerario preestablecido. Aquí se va a incluir variedad de servicios, como transporte, alojamiento, guías turísticos, actividades recreativas, opciones gastronómicas y acceso a atracciones turísticas.

Para efecto del producto turístico, hay que señalar que los circuitos pueden ser de diversa duración, desde circuitos de un día o full day hasta itinerarios que abarcan más días, dependiendo de la complejidad del recorrido y los atractivos incluidos. El fin es ofrece a los turistas la oportunidad de explorar y experimentar múltiples lugares o actividades considerando que de acuerdo con la Tabla 10, los turistas en Pujilí estiman gastar de \$101 a \$150 usd alojándose en hoteles.

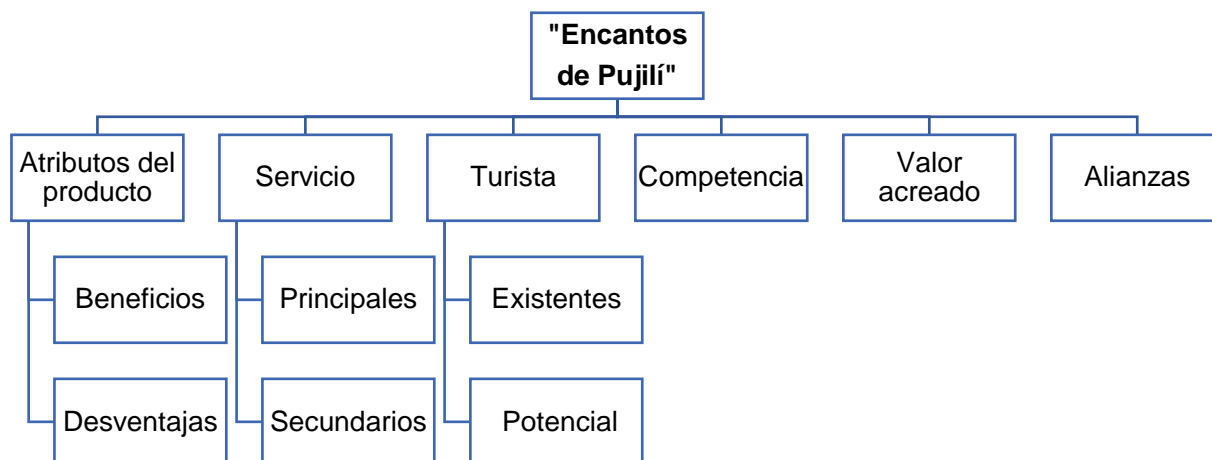
- **Mapa mental**

A través de los datos de la encuesta provenientes de la recopilación de información se genera el mapa mental donde se identifica y destaca las ideas principales del producto turístico “Encantos de Pujilí”, además de determinar los aspectos que son sustanciales para crear un producto que destaque y sea competitivo en el mercado.

Por consiguiente, a continuación, se caracteriza en un mapa mental el producto turístico que se trata de esquema detallado los atributos del producto, servicio, tipo de turista, competencia, valor creativo y alianzas, lo que resulta fundamental para el éxito en la idea de negocio.

Figura 14

Mapa mental para el producto turístico



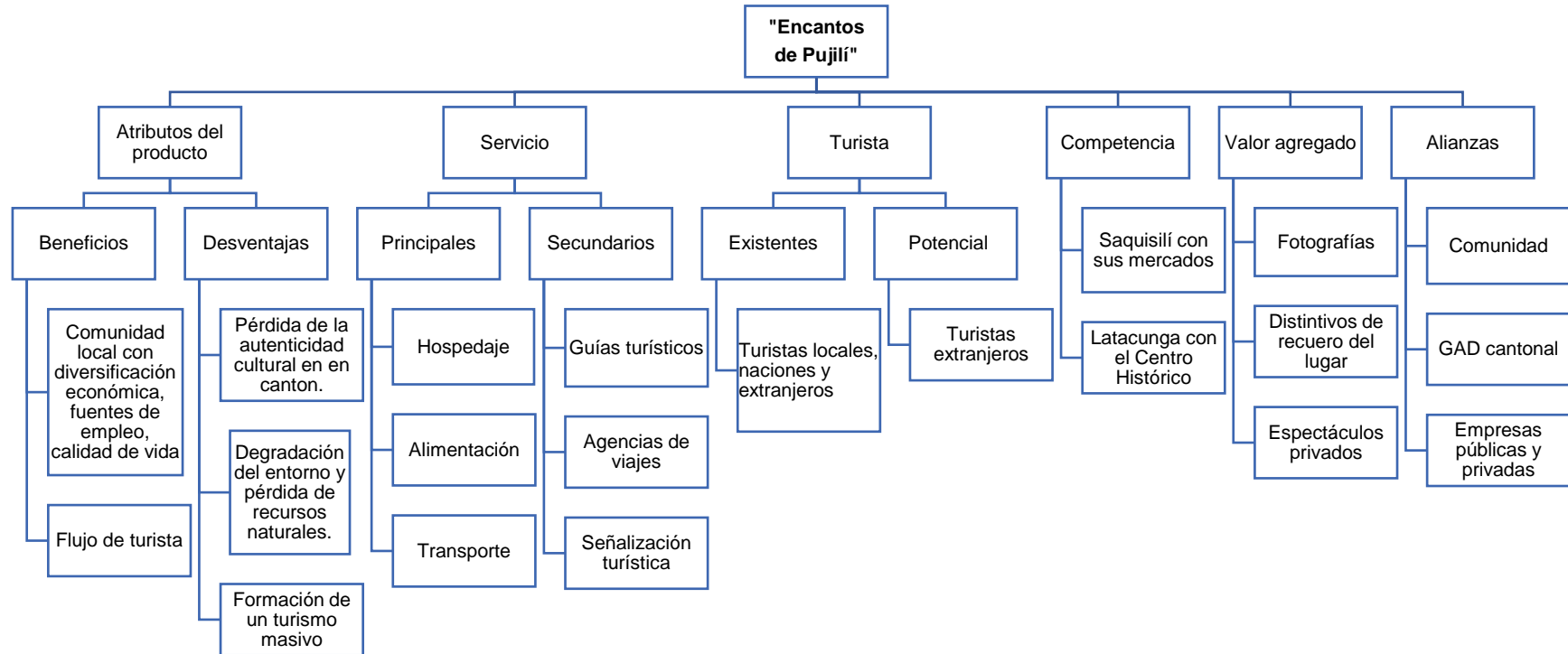
- **Lluvia de ideas**

Luego del mapa mental se elabora la lluvia de ideas tras los resultados de las cifras de la encuesta aplicada a los turistas locales, nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pujilí, se elabora la lluvia de ideas en la cual se exponen los datos prioritarios que sustentan la iniciativa, considerando que mientras más datos fuertes se incorporen, mayor ventaja habrá sobre el producto turístico "Encantos de Pujilí".

Por ende, a continuación, se da a conocer la lluvia de ideas en el desarrollo del producto turístico que básicamente se trata de una herramienta para estimular la creatividad, fomentar la innovación, explorar nuevas oportunidades y encontrar soluciones a los desafíos que puedan surgir, lo que es crucial para el desarrollo del circuito turístico exitoso y atractivo.

Figura 15

Lluvia de ideas para el producto turístico



Con esta información se puede establecer el perfil del turista para el producto turístico “Encantos de Pujilí”

Tabla 30

Perfil del turista del cantón Pujilí

Perfil del turista del cantón Pujilí			
Rango etario	Desde los 25 años hasta los 40 años	Motivo del viaje	Actividades turísticas
Lugar de procedencia	Ecuatoriano (51,2%) Canadiense (10,5%)	Lugares que el turista de aloja con mayor frecuencia	Hotel (60,50%)
Género	Masculino (55,9%) Femenino (37,8%)	Visita otros destinos	Si
Situación socioeconómica	Empleado privado (36,7%) Empleado público (23,6%)	Realiza actividades adicionales	Degustación de gastronomía típica (34,5%) Elaboración de artesanías (30,3%)
Con quién realiza su viaje	Amigos (61,62%)	Gasto	101\$ a 150\$ dólares (52,38%)
Qué busca conocer o vivencia	Turismo de naturaleza y ecoturismo (52,38%)		

En este sentido, el segmento de mercado al cual va direccionado el producto turístico “Encantos de Pujilí” es para turistas ecuatorianos y extranjeros entre los 25 y 40 años que son empleados del sector privado como público, con una marcada preferencia por actividades turísticas, especialmente aquellas relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo. También se conoce que el turista opta por alojarse en hoteles y realizar actividades turísticas con un gasto promedio que oscila entre los \$101 y \$150 dólares, su pago lo hace en efectivo y transferencia.

En cuanto al género, hay una ligera predominancia del masculino, la mayor parte de estos turistas suelen realizar actividades adicionales, principalmente relacionadas con la degustación de la gastronomía típica y la elaboración de artesanías locales. Asimismo, suelen

ir en compañía de amigos. Además, buscan conocer y experimentar actividades relacionadas con la naturaleza, lo que sugiere un interés en la biodiversidad y los atractivos naturales que ofrece la localidad.

Es importante destacar que, aunque el turismo interno tiene gran presencia en Pujilí, una parte significativa de los visitantes son extranjeros, lo que indica un mercado por explorar, por ende, surge la necesidad de desarrollar un producto turístico para promover el turismo internacional, así como resaltar la oferta de actividades relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo para atraerlos.

b) Paso 2: Diseño conceptual de un producto turístico

Tras haber elegido la idea principal del proyecto y de comprender mejor al potencial cliente, es crucial enfocarse en el concepto que representa la idea central sólidamente ligada a la primera impresión y a las ideas que formarán la base del diseño del producto turístico “Encantos de Pujilí” en su totalidad.

Entonces, la idea fundamental sirve como cimiento para establecer el enfoque del producto en el mercado turístico. Esto implica crear y presentar el producto turístico “Encantos de Pujilí” el cual se caracteriza por un circuito turístico mixto compuesto de dos itinerarios un full day y el otro de dos días una noche, que combinan atractivos naturales y culturales, diferentes elementos y experiencias para ofrecer a los turistas una amplia gama de actividades y oportunidades durante el viaje.

Por ende, involucrar varios componentes, en fusión de la visita en este caso los atractivos naturales son dos, los atractivos culturales son seis, y las actividades turísticas son cuatro, mismos que se exponen y describen a continuación:

Tabla 31

Atractivos del circuito turístico

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
Atractivos naturales	Laguna del Quilotoa	Es un cráter volcánico a una altitud de alrededor de 3,900 msnm. Lo más característico de esta laguna es su color azul verdoso intenso, que varía en tonalidad. Este cuerpo de agua se formó tras la erupción de un volcán hace alrededor de 800 años, creando un cráter de aproximadamente 3 kilómetros de diámetro y más de 250 metros de profundidad. (Urquieta, 2020)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua
	Mirador natural de la laguna de Quilotoa	El mirador de la Laguna Quilotoa es un punto de observación ubicado en los alrededores del cráter del volcán Quilotoa. Ofrece una vista de la laguna, un cuerpo de agua de color turquesa que se formó en el cráter volcánico. Desde el mirador, los visitantes pueden contemplar esta maravilla natural y apreciar la inmensidad y belleza del cráter. (Urquieta, 2020)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
Atractivos Culturales	La Casa del Danzante	Este lugar es conocido por promover y preservar las tradiciones culturales y folclóricas de la región. Los visitantes pueden experimentar y aprender sobre la danza tradicional ecuatoriana, especialmente aquellas asociadas con celebraciones y festividades locales. Además de exhibiciones y presentaciones de danzas típicas, el lugar a menudo ofrece talleres y danzas tradicionales. (Albán, 2019)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: La Victoria
Lugar de artesanías en Quilotoa	La venta de artesanías es una actividad importante que involucra a las comunidades locales y les brinda una oportunidad para mostrar y vender sus productos a los turistas que visitan este hermoso lugar. En los alrededores de la Laguna Quilotoa, es común encontrar puestos de productos artesanales como tejidos, cerámicas, incluso joyas. (GAD Parroquial Zumbahua, 2023)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua	

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
	Artesanías La Victoria	Las tiendas de artesanías suelen ofrecer una amplia variedad de productos hechos a mano en barro por artesanos locales. Esto puede incluir macetas, tejas, piletas, cerámicas, ollas, esculturas y otros objetos artísticos tradicionales que reflejan la cultura y las técnicas únicas de la localidad. (GAD Parroquial La Victoria, 2023)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: La Victoria
	Santuario del Niño de Isinche	Es un importante lugar de devoción religiosa ubicado, este santuario es reconocido por albergar una imagen del Niño Jesús que se considera milagrosa y tiene una larga historia de veneración por parte de los fieles. Se dice que la imagen fue encontrada en circunstancias especiales y que desde entonces ha sido objeto de profunda devoción y peregrinaciones por parte de los creyentes. (Raymi, 2023)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Pujilí

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
Artesanías y pintura de Tigua		<p>Las artesanías y pinturas de Tigua son reconocidas por su belleza, estas obras de arte se destacan por su estilo distintivo de pintura sobre cuero de borrego, que representa escenas de la vida cotidiana, paisajes andinos, animales, mitología local y fiestas tradicionales. Los artistas de Tigua utilizan una técnica minuciosa para crear estas pinturas, empleando tintes naturales y una meticulosa precisión en los detalles. Las escenas suelen estar llenas de color, vida y simbolismo, reflejando la riqueza cultural y la conexión con la naturaleza que caracteriza a la región andina. (GAD Parroquial Zumbahua, 2023)</p>		<p>Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Tigua</p>

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
Danzas ancestrales	<p>La danza típica de Pujilí está profundamente arraigada en la identidad cultural del lugar. Una de las danzas más destacadas y representativas es la Danza de la Shalva, también conocida como la Danza de los Diablos o Danza de los Zambos. Aquí salen las comparsas y danzantes en una celebración que combina elementos indígenas y coloniales, reflejando la fusión de culturas que define gran parte de la historia y la identidad ecuatoriana. Los participantes, vestidos con trajes coloridos y máscaras, representan diablos y espíritus malignos. La danza se acompaña de música alegre y enérgica, tocada con instrumentos tradicionales como tambores, flautas y guitarras. (Montes, 2020)</p>		<p>Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua</p>	

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
Actividad turística	Kayak	El kayak en la laguna del Quilotoa tiene un valor de \$5 por adulto y \$3 niños por 25min, actividad que permite explorar esta laguna desde una perspectiva única. Navegar a través de las aguas tranquilas ayuda a disfrutar de los impresionantes paisajes que rodean el cráter. (GAD Parroquial Zumbahua, 2023)		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua
	Avistamiento en el mirador de vidrio del Complejo turístico comunitario Shalala	Es una estructura emblemática y emocionante que permite contemplar las impresionantes vistas del entorno natural circundante, en particular del paisaje montañoso de la localidad. Este mirador se distingue por su diseño moderno y su característica principal que es una plataforma con piso de vidrio suspendida sobre el borde de un acantilado o una elevación, brindando una vista panorámica y casi sin obstáculos del paisaje.		Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
		<p>La sensación de caminar sobre el vidrio crea una experiencia memorable y emocionante para los visitantes que disfrutan de la belleza natural desde una perspectiva única. (GAD Parroquial Zumbahua, 2023)</p>		
	<p>Senderismo y descenso a la laguna de Quilotoa</p>	<p>El senderismo comienza desde el borde del cráter y consiste en descender por un camino serpenteante que lleva hacia la laguna. Este descenso puede ser bastante exigente debido a la altitud y a la pendiente del terreno. El tiempo aproximado es variable debido a la actividad física, pero puede variar entre 2 a 3 horas. (GAD Parroquial Zumbahua, 2023)</p>		

Tipo de atractivo / Actividad turística	Nombre	Descripción	Fotografía	Ubicación
Degustación de gastronomía local	<p>La gastronomía de Pujilí ofrece una variedad de platos deliciosos y tradicionales que reflejan la riqueza culinaria de la región andina como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empanadas de viento • Locro de papa con aguacate y hierbas • Pambamesa: unión de choclo, papas, melloco, carne y ají. • Cuy frito con papas y salsa de maní. • Jugos frutales <p>(GAD Parroquial Zumbahua, 2023)</p>		<p>Provincia: Cotopaxi, Cantón: Pujilí Parroquia: Zumbahua</p>	

Nota. La tabla detalla atractivos y actividades del circuito turístico. Tomado del Gad Parroquial Zumbahua (2023).

Es así como la creación de un circuito turístico mixto en el cantón Pujilí no solo representa una oportunidad para diversificar la oferta turística, sino que también se convierte en un motor crucial para el desarrollo local. Al combinar elementos culturales, históricos y naturales en dos itinerarios, este circuito ofrece a los turistas una experiencia integral que resalta la riqueza y la autenticidad del sitio.

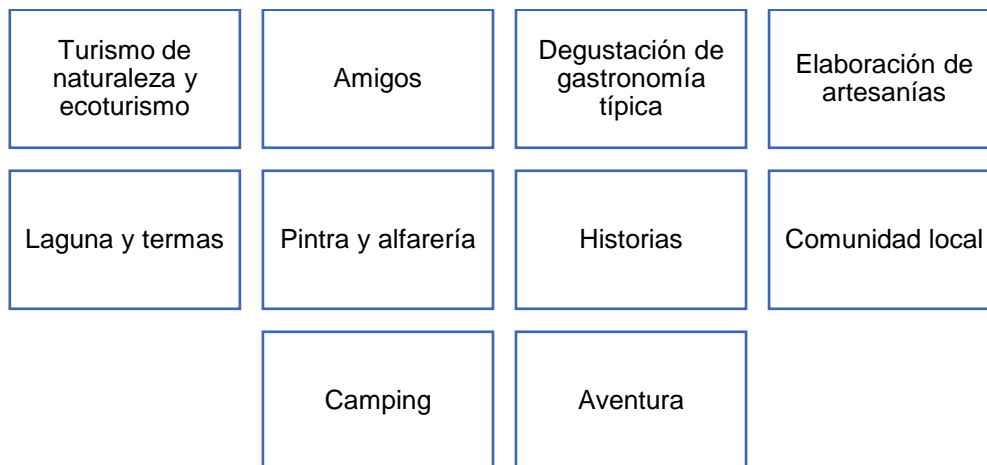
Además, al impulsar este tipo de productos turísticos, se promueve la participación de la localidad, generando empleo, fomentando la salvaguarda del patrimonio y fortaleciendo la identidad cultural, elementos esenciales para el progreso económico y social de Pujilí. El análisis detallado de este producto turístico no solo revelará su viabilidad comercial, sino que también demostrará su capacidad para transformar positivamente el tejido social y económico para los grupos específicos a los que se va a llegar, diferente a lo que oferta la competencia como:

- Saquisilí: se caracteriza por su gastronomía, mercados y ferias locales.
- Sigchos, Pangua y La Maná: representativo por las rutas de las cascadas, festividades montubias y gastronomía.
- Salcedo: lo identifican por su gastronomía como el helado, hornado y pinol, las festividades o acontecimientos programados, además de actividades como cabalgata, miradores, tarabita, senderismo en el parque lineal de la laguna de Yambo.
- Latacunga: se caracteriza por sus costumbres, tradiciones, festividades como la Mama Negra, city tour en el Centro Histórico, a más de actividades turísticas como el parapente en el Cerro Putzalahua.

Por lo tanto, una vez conocida la competencia y lo que oferta, es necesario que, dentro de estas definiciones conceptuales, se encuentran aspectos fundamentales o ideas principales que contribuirán al desarrollo del concepto, estos elementos clave que caracteriza a “Encantos de Pujilí” son:

Figura 16

Elementos característicos del producto turístico “Encantos de Pujilí”







Una vez que se tiene los elementos característicos del producto turístico “Encantos de Pujilí”, es importante considerar qué ventajas experimentará el cliente potencial o turista al adquirir el producto. Estos beneficios pueden incluir:

- **Beneficiarios funcionales:** atienden requerimientos básicos como alojamiento y alimentación, o aquellos que proporcionan beneficios en cuanto a conectividad como es el transporte. Por ende, para el producto turístico “Encantos de Pujilí” dentro del circuito turístico se ha considerado los prestadores de servicios.

Tabla 32

Beneficiarios funcionales del circuito turístico

Prestador de servicio	Nombre	Fotografía
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Runa Wasi Quilotoa <ul style="list-style-type: none"> - Amenities - Internet - Parqueadero - Área de TV - Servicio de conserjería - Consigna de equipajes - Información turística - Recepción 24 horas - Servicio de limpieza 	
Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante “Doña Rosita” en La Victoria <ul style="list-style-type: none"> Desayuno: <ul style="list-style-type: none"> - Café - Pan - Huevo - Jugo - Seco de carne 	
	<ul style="list-style-type: none"> • “Mi sazón” en La Victoria <ul style="list-style-type: none"> Desayuno: <ul style="list-style-type: none"> - Empanada de viento - Chocolate - Huevo - Jugo - Seco de pollo 	

Prestador de servicio	Nombre	Fotografía
<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante “Kirutwa Mushuc Wasi Restaurant” en Quilotoa Almuerzo: - Locro de papa con aguacate y hierbas - Pambamesa: unión de choclo, papas, melloco, carne y ají. - Cuy frito con papas y salsa de maní. - Jugos frutales 		
<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Runa Wasi Quilotoa Desayuno: - Tortilla - Huevos a la copa - Fruta picada - Jugo Almuerzo: - Locro de papa con aguacate y hierbas - Cariucho - Llapingachos (Higos con pan postres) - Jugos frutales Cena: - Consomé - Cariucho - Té de hiervas locales 		

Prestador de servicio	Nombre	Fotografía
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> Bus de la Cooperativa 14 de Octubre de Pujilí, ruta terminal terrestre de Latacunga – Pujilí Valor: \$0,45 	
	<ul style="list-style-type: none"> Bus de la Cooperativa Vivero Occidental de Zumbahua, ruta terminal de buses Latacunga- Quilotoa Valor: \$2,50 Pujilí – Quilotoa Valor: \$2,00 	
	<ul style="list-style-type: none"> Bus de la Cooperativa La Maná, ruta Maná – Quevedo, parada en Zumbahua Valor: \$2,50 	
	<ul style="list-style-type: none"> Cooperativa de camionetas Zumbahua Vía La Maná – Quilotoa Valor: \$3,50 	

- **Beneficiarios simbólicos:** están vinculadas a las emociones, la convivencia y el logro personal. En este caso se busca que el cliente potencial del producto turístico “Encantos de Pujilí” se involucre en experiencias únicas, como tener dentro del circuito un guía nativo, a fin de visitar destinos que otorgan esa conexión con la comunidad local.

Tabla 33*Beneficiarios simbólicos del circuito turístico*

Circuito turístico	Itinerario 1: Full day	Itinerario 2: Dos días una noche
Guía del circuito turístico	Sr. Pedro Arias	Sr. Pedro Arias
Guía local Quilotoa	Sr. Jaime Tibán	Sr. Jaime Tibán
Guía local del Santuario del Niño de Isinche	-	Sr. Tomás Álvarez

- **Beneficiarios vivenciales:** Estos se conectan con los sentidos humanos, abarcando las experiencias y sensaciones generadas por el turismo. En este caso en el circuito turístico se proporciona actividades turísticas tanto en espacios naturales como culturales.

Tabla 34*Actividades turísticas*

Actividades turísticas	
Itinerario 1: Full day	Itinerario 2: Dos días una noche
<ul style="list-style-type: none"> • Visita a la galería • Kayak • Avistamiento de flora fauna (mirador) • Senderismo • Compra de artesanías • Fotografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita y recorrido por Santuario del Niño de Isinche • Visita a la galería • Avistamiento de flora y fauna (mirador) • Acontecimiento programado (danzas ancestrales) • Senderismo • Kayak

Es así como, los tres tipos de beneficios en un producto turístico se pueden combinar, pero cuando se necesita concentrar los esfuerzos, es digno resaltar el beneficio y proporcionar un servicio integral, dirigido específicamente a un tipo de turista. Por ende, una vez que se ha determinado las ideas principales y los fines, se puede crear el significado central del producto turístico bajo la siguiente fórmula.

Ideas fuerza + Beneficios = Concepto del producto turístico

"Encantos de Pujilí" compuesto de un circuito turístico se caracteriza por ofertar una exquisita riqueza cultural y natural del lugar. Este producto turístico resalta la herencia ancestral de Pujilí, ofreciendo una mirada intrínseca a sus tradiciones, costumbres, gastronomía y paisajes únicos de belleza incomparable desde sus montañas majestuosas hasta sus valles florecientes. Aquí, los turistas tendrán la oportunidad de explorar sitios auténticos de colores vibrantes como los talleres artesanales donde la destreza manual se convierte en obras maestras.

Bajo los elementos característicos del producto turístico "Encantos de Pujilí" y el concepto producto turístico se genera el Logotipo del producto y su eslogan "Donde la historia y la naturaleza se encuentran".

Figura 17






Logotipo del producto



Los colores usados en el logotipo son:

Tabla 35

Colores del logotipo

Naranja	Creatividad, diversión y accesible	
Marrón	Fuerza, seriedad.	
Verde	Naturaleza, medioambiente, y fresca	
Amarillo	Alegría, gozo y felicidad	
Azul cielo	Calma, seguridad y confianza	

c) Paso 3: Diseño de un modelo de negocios

En turismo el modelo de negocio es una estructura estratégica que describe cómo un proyecto turístico crea, entrega y captura valor. Se trata de un plan o diseño que define la forma en que la empresa generará ingresos a través de los servicios turísticos. Este modelo de acuerdo con Paredes et al. (2022) abarca aspectos como:

- Propuesta de valor que describe qué ofrece la idea de negocio y a quién.
- Los canales de distribución: cómo llegan los servicios al cliente
- Las relaciones con los clientes, los recursos clave necesarios tanto físicos como humanos.
- Las actividades clave: que se realizarán, las asociaciones clave y cómo se generarán los ingresos ya sea a través de tarifas, comisiones, publicidad. En el contexto del turismo, puede abarcar desde agencias de viajes, alojamientos, servicios de transporte, hasta plataformas de reserva en línea, entre otros.

Por ende, se conoce que el modelo de negocio turístico es la estructura estratégica y operativa que define como la empresa en la industria del turismo crea, entrega y captura valor. Este modelo describe cómo la organización general de ingresos al ofrecer un producto turístico a los clientes identifica los recursos necesarios, las actividades claves, las asociaciones, y otros. De forma que, se trabaja con empresas prestadoras de servicios como alojamiento, agencias de viajes, operadores turísticos, alimentación, servicios de transporte y guías.

En este caso dentro de modelo de negocio turístico “Encantos de Pujilí” se basa en la oferta de un circuito turístico para generar ingresos y por ende mejorar la condición de vida de la comunidad local. En esencia, el modelo de negocio turístico es un plan que detalla cómo “Encantos de Pujilí” crea valor a la demanda, y ser un efecto diferenciador de la competencia y cómo genera ganancias dentro del mercado turístico.

- **Modelo Canvas**

El modelo Canvas, específicamente es un lienzo o herramienta visual que permite que ayuda a generar negocios de manera ordenada. Se divide en nueve bloques con sus respectivas características. (Alcázar & Herrera, 2020)

En efecto, los bloques ayudan a visualizar de forma resumida cómo funciona o debería funcionar un negocio, permitiendo a emprendedores, equipos de trabajo y empresas establecidas entender, analizar y diseñar estrategias para mejorar el modelo de negocio. Es una forma concisa de plasmar la lógica detrás de cualquier empresa o idea empresarial. (Alcázar & Herrera, 2020)

De modo que, este modelo tiene una relevancia significativa en el sector turístico, ya que ofrece una manera estructurada y visual de entender, analizar las necesidades cambiantes de los turistas. Para esto se diseña el producto turístico haciendo uso del Modelo Canvas ayuda a reconfigurar modelos de negocios existentes o nuevos. En el contexto de un producto turístico denominado “Encantos de Pujilí” es usado para crear una representación clara y concisa de cómo funciona o cómo podría funcionar el negocio turístico.

Figura 18

Modelo Canvas




Nota. La figura refleja el esquema del Modelo Canvas. Tomado de IICA (2015).

1. Segmento de consumidores

El segmento de consumidores para el producto turístico “Encantos de Pujilí” se rige a las características específicas del lugar y la oferta turística, para ello de acuerdo con el perfil del turista se menciona posibles segmentos de consumidores:




Tabla 36

Segmento de consumidores en los circuitos turísticos

Segmento	Descripción	Señalética
Turistas interesados en la cultura indígena	Pujilí tiene una rica herencia indígena, lo que atrae a los turistas interesados en explorar y	 <p>IS2-1 Artesanías Andes</p>

Segmento	Descripción	Señalética
	<p>aprender sobre tradiciones, artesanías, rituales, festividades indígenas, historias como el Santuario del Niño de Isinche, monumento del danzante, danzas ancestrales, y degustación de comida típica.</p>	 <p>IT2-2 Monumento</p>  <p>IT2-1 Iglesia</p>  <p>IT3-11 Restaurante</p>
<p>Turistas en busca de experiencias auténticas</p>	<p>Aquellos que desean escapar de destinos turísticos masificados y buscan experiencias más genuinas pueden encontrar en Pujilí un lugar auténtico para sumergirse en la vida local.</p>	 <p>IS2-1 Artesanías Andes</p>  <p>IT4-1 Mirador</p>

Segmento	Descripción	Señalética
		 <p data-bbox="1166 506 1284 527">IS4-1 Fotografía</p>
<p data-bbox="199 562 581 659">Amantes de la naturaleza y el ecoturismo</p>	<p data-bbox="662 562 1003 1129">Los paisajes naturales de la localidad, que incluyen montañas, laguna y áreas rurales, atraen a aquellos que buscan actividades al aire libre, senderismo, avistamiento de aves y experiencias en entornos naturales.</p>	 <p data-bbox="1133 793 1268 814">IT1-6 Lago / Laguna</p>  <p data-bbox="1166 1073 1252 1094">IS3-10 Kayak</p>  <p data-bbox="1174 1367 1284 1388">IT4-4 Senderos</p>

Segmento	Descripción	Señalética
Exploradores de mercados y artesanías	<p>Pujilí es conocido por sus mercados tradicionales donde se encuentran productos artesanales, pinturas, textiles y alimentos típicos.</p> <p>Turistas interesados en la cultura local y las compras es un segmento clave.</p>	 <p>IT3-11 Restaurante</p>  <p>IS4-1 Fotografía</p>  <p>IS2-1 Artesanías Andes</p>

2. Propuesta de valor

La propuesta de valor de un producto turístico en Pujilí, Ecuador, puede basarse en una combinación de aspectos culturales, naturales y experiencias únicas que este lugar ofrece.

Algunos elementos que podrían formar parte de la propuesta de valor incluyen:

- Herencia cultural:** Pujilí es conocido por sus festivales tradicionales, artesanías auténticas y arraigadas costumbres. La propuesta de valor se enfoca en ofrecer a los turistas la oportunidad de sumergirse en la diversidad cultural, participando en festividades locales, visitando talleres artesanales y aprendiendo de las tradiciones ancestrales.

Tabla 37*Atractivos culturales de Pujilí*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Artesanías la Victoria	Manifestaciones Culturales	Etnográfico	Pintura artesanía	II
Danzantes de Pujilí	Manifestaciones Culturales	Etnográfico	Música Y Danza	II
Alfarería La Victoria	Manifestación Cultural	Etnográfica	Artesanía Alfarería	II
Angamarca La Vieja	Manifestación Cultural	Histórica	Zonas Arqueológicas	II
Iglesia Matriz de Pujilí	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura Religiosa	II
Andenes del cultivo Pre - Hispánico	Manifestación Cultural	Históricas	Zona Histórica - comunidad	II
Centro Artesanal Rosal	Manifestación Cultural	Etnográfica	Artesanía Alfarería	II
Centro Integrado Cultural	Manifestación Cultural	Etnográfica	Artesanía Alfarería	II
Palacio Municipal	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectónica	II
Hostería El Capulí	Manifestación Cultural	Hostería	Servicios	II
Santuario del Divino Niño de Ishinche	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Tradición Religiosa	II

Nota. La tabla muestra los atractivos culturales de Pujilí. Tomado de MINTUR (2019).

- **Experiencia gastronómica:** Destacar la cocina tradicional del lugar puede ser una propuesta innovadora ofreciendo a los turistas la oportunidad de probar platos típicos elaborados con ingredientes locales frescos y técnicas culinarias tradicionales entre los más representativo están los siguientes:

Tabla 38*Gastronómica representativa en Pujilí*

Nombre del plato	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Chaguarmishqui	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Bebidas Típicas	I
Cuy asado	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas Típicas	I
Pamba mesa	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas Típicas	I

Nota. La tabla muestra la gastronómica representativa de Pujilí. Tomado de MINTUR (2019).

- **Naturaleza y paisajes:** Pujilí está rodeado de paisajes naturales impresionantes, como montañas, valles, termas y lagunas. Ofrecer actividades al aire libre, como caminatas por senderos naturales, visitas a miradores panorámicos o la exploración de reservas ecológicas, esto es parte de la propuesta de valor para aquellos que buscan conexión con la naturaleza, entre los atractivos más destacados se encuentran:

Tabla 39*Atractivos naturales*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	lacustre	Laguna	II

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cañon de Zumbahua	Sitios Naturales	Fenómenos Espeleológicos	Flujos de Lava	II
Cerro de Sinchahuasin	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II
Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	Lacustre	Laguna	II

Nota. La tabla muestra los atractivos naturales de Pujilí. Tomado de MINTUR (2019).

- **Interacción con la comunidad local:** Proporcionar oportunidades para que los turistas se relacionen con los habitantes de la localidad, ya sea a través de proyectos comunitarios, aprendizaje de artesanías locales o participación en actividades agrícolas, esto añade un valor significativo a la experiencia.

Tabla 40

Comunidad de Pujilí

Nombre de la comunidad	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Comunidad indígena	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Grupo etnográfico	I

Nota. La tabla muestra la comunidad de Pujilí. Tomado de MINTUR (2019).

3. Relación con los clientes

La relación con los turistas es fundamental para proporcionar experiencias significativas y mantener su interés en el producto turístico bajo las siguientes consideraciones:

- **Hospitalidad y servicio al cliente:** Brindar un servicio cálido, amable y personalizado es esencial para crear una experiencia memorable. Esto podría incluir recibir a los

visitantes con calidez, estar disponible para responder preguntas y proporcionar ayuda en todo momento.

- **Experiencias auténticas:** Ofrecer interacciones auténticas con la cultura local a través de actividades como visitas guiadas por talleres artesanales, o incluso eventos culturales donde los turistas puedan participar activamente.
- **Comunicación efectiva:** Mantener una comunicación clara y efectiva antes, durante y después de la visita, también proporcionar información detallada sobre las actividades, costos del producto turístico.
- **Adaptabilidad cultural:** Ser sensible y respetuoso con las diferencias culturales de los visitantes como es el idioma, costumbres y adaptarse según sea necesario para brindar una experiencia más enriquecedora.

4. Flujo de ingresos

En el Modelo Canvas, el flujo de ingresos de un producto turístico representa todas las formas en que ese producto genera ingresos. Estos ingresos provienen del circuito turístico que este asociado con los diferentes segmentos de clientes o actividades clave que ofrece “Encantos de Pujilí”. En este sentido, se desarrolla un circuito turístico que es un itinerario planificado que incluye varios destinos, lugares de interés y actividades.

Tabla 41

Propuesta de itinerario para el circuito turístico Full Day

ITINERARIO # 1			
Lugar	Cantón Pujilí	Dificultad	Baja
Modalidad	Guía	Público	En general
Tiempo estimado	17 horas aprox.	Tipo	Cultural y natural
Hora	Detalle	Actividades	Responsables

ITINERARIO # 1

07:00 – 08:45	Inicio del itinerario desde el Terminal Terrestre Latacunga - La Victoria	Fotografía de inicio	Guía
08:45 – 09:30	Desayuno en restaurante “Doña Rosita” en La Victoria	Alimentación	Guía y prestador de servicio
09:30 – 9:50	Viaje hacia La Casa del Danzante	Traslado	Guía
09:50 – 12:00	Historia del Danzante de Pujilí	Recorrido	Encargado del lugar
12:00 – 13:30	Viaje hacia Quilotoa	Traslado	Guía
13:30 – 14:30	Almuerzo en Quilotoa, Restaurante “Kirutwa Mushuc Wasi Restaurant”	Alimentación	Guía y prestador de servicio
14:30 – 15:00	Visita al mirador de la laguna y lugar de artesanías	Observación, fotografía	Guía local
15:00 – 17:30	Desenso a la laguna y kayak	Fotografías	Guía
17:30 – 19:00	Fin del recorrido. Retorno al punto de partida.	Fotografía de fin	Guía
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Ropa y calzado cómoda • Repelente • Protector solar 	Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Alimentación • Guianza • Entradas a los atractivos

ITINERARIO # 1

	<ul style="list-style-type: none"> • Agua 		
Prohibido	<ul style="list-style-type: none"> • Separarse del grupo • Ingerir sustancias psicotrópicas 	No incluye	Kit de bioseguridad personal Lo no detallado en el itinerario

Figura 19

Mapeo de la propuesta de itinerario para el circuito turístico Full Day

**Tabla 42**

Paradas del circuito turístico Full Day

N° de Parada	Puntos geográficos	Localizacion	Kilómetros	Tiempo
1	Inicio del itinerario: Terminal Terrestre Latacunga	Latacunga	0km	0min

N° de Parada	Puntos geográficos	Localizacion	Kilómetros	Tiempo
2	Restaurante "Doña Rosita" en La Victoria	Parroquia: La Victoria	10km	20min
3	La Casa del Danzante	Parroquia: La Victoria	2km	7min
4	Restaurante "Kirutwa Mushuc Wasi Restaurant"	Parroquia: Zumbahua	66km	1h 16min
5	Lugar de artesanias	Parroquia: Zumbahua	2km	7min
6	Mirador de la laguna	Parroquia: Zumbahua		
7	Actividad de Kayak	Parroquia: Zumbahua	7km	1h 30 min
8	Asenso al Mirador de la laguna		10km	2h
8	Fin del recorrido. Retorno al punto de partida: Terminal Terrestre Latacunga - La Victoria	Latacunga	75km	1h 30 min

El circuito turístico Full Day presenta un itinerario que invita a explorar la riqueza geográfica y cultural de Pujilí, comenzando como punto de partida del recorrido en el Terminal Terrestre de Latacunga, este recorrido lleva a los turistas a la parroquia La Victoria, donde el encanto del restaurante "Doña Rosita" despierta los sentidos con delicias culinarias a solo 20 minutos de distancia.

La travesía continúa hacia la emblemática Casa del Danzante, a un corto trayecto de 7 minutos, que ofrece un vistazo a la tradición local. El viaje se adentra en la pintoresca Parroquia de Zumbahua, hogar del exquisito restaurante "Kirutwa Mushuc Wasi" y un punto para apreciar y adquirir artesanías autóctonas en un recorrido de 2 kilómetros.

Seguido de la majestuosidad del Mirador de la Laguna de Quilotoa a 7 kilómetros de distancia. Los turistas pueden sumergirse en una emocionante actividad de kayak, a solo 7 kilómetros más, mientras los más intrépidos se disponen a ascender al Mirador de la Laguna, un desafío de 10 kilómetros con una gratificante vista panorámica.

El retorno al Terminal Terrestre de Latacunga cierra esta experiencia enriquecedora, abarcando 75 kilómetros en aproximadamente 1 hora y 30 minutos, culminando así un día lleno de descubrimientos y vivencias inolvidables. Finalmente, el total de kilometraje del circuito es de 172km.

Tabla 43

Propuesta de itinerario para el circuito turístico 2 días 1 noche

ITINERARIO # 2			
Lugar	Cantón Pujilí	Dificultad	Baja
Modalidad	Guiado	Público	En general
Tiempo estimado	30 horas aprox.	Tipo	Cultural y natural
Hora	Detalle	Actividades	Responsables
07:00 – 08:45	Inicio del itinerario desde el Terminal Terrestre Latacunga - La Victoria	Fotografía de inicio	Guía

ITINERARIO # 2

08:45 – 09:30	Desayuno en restaurante “Mi sazón” en La Victoria	Alimentación	Guía y prestador de servicio
09:30 – 9:45	Viaje hacia el Santuario del Niño de Isinche	Traslado	Guía
09:45 – 10:45	Visita a la iglesia e historia del Niño de Isinche	Recorrido Relato	Guía local
10:45 – 11:30	Transfer a Tigua	Viaje	Guía
11:30 – 12:30	Llegada a Tigua, visita al taller artesanal de pintura	Compra, fotografía, observación	Encargado
12:30 – 13:15	Transfer a Quilotoa	Traslado	Guía
13:15 – 14:00	Check in en el Hotel Runa Wasi Quilotoa	Acomodación en habitaciones	Guía y responsable del acomodo
14:00 – 15:00	Almuerzo en Runa Wasi Quilotoa	Alimentación	Guía y prestador de servicio
15:00 – 17:00	Visita y recorrido al mirador de vidrio del Complejo turístico comunitario Shalala	Caminata, fotografía, observación	Guía local
17:00 – 17:25	Retorno al Hotel Runa Wasi Quilotoa	Retorno	Guía local
17:25 – 18:45	Presentación de danzas ancestrales	Observación, información, fotografía, baile	Guía local, comuneros del lugar

ITINERARIO # 2

18:45 – 19:00	Transfer al restaurante	Alimentación	Guía local y prestador de servicio
19:00 – 20:00	Cena	Alimentación	Guía local y prestador de servicio
20:00 – en adelante	Descanso	--	--
08:00 – 09:00	Desayuno en restaurante del Hotel Runa Wasi Quilotoa	Alimentación	Guía y prestador de servicio
09:00 – 09:10	Viaje hacia el Quilotoa	Traslado	Guía
09:10 – 10:00	Historia del Lugar Visita al mirador de la laguna y lugar de artesanías	Observación, fotografía	Guía local
10:00 – 12:30	Desenso a la laguna y kayak	Fotografías	Guía
12:00 – 13:20	Ascenso de la Laguna	Arribo	Guía
13:20 – 13:30	Traslado al Hotel Runa Wasi Quilotoa	Transfer	Guía
13:20 – 14:20	Almuerzo en Hotel Runa Wasi Quilotoa	Alimentación	Guía y prestador de servicio
14:20 – 15:00	Check out del Hotel Runa Wasi Quilotoa	Entrega de habitaciones	Administración del hotel
15:00 – 17:00	Fin del recorrido. Retorno al punto de partida.	Fotografía de fin	Guía

ITINERARIO # 2			
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Ropa y calzado cómoda • Replante • Protector solar • Agua 	Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Alimentación • Guianza • Entradas a los atractivos
Prohibido	<ul style="list-style-type: none"> • Separarse del grupo • Ingerir sustancias psicotrópicas 	No incluye	<p>Kit de bioseguridad personal</p> <p>Lo no detallado en el itinerario</p>

Figura 20

Mapeo de la propuesta de itinerario para el circuito turístico 2 días 1 noche



Tabla 44*Paradas del circuito turístico 2 días 1 noche*

N° de Parada	Puntos geográficos	Localizacion	Kilómetros	Tiempo
1	Inicio del itinerario: Terminal Terrestre Latacunga	Latacunga	0km	0min
2	Restaurante "Mi sazón"	Parroquia: La Victoria	10km	20min
3	Santuario del Niño de Isinche	Parroquia: Pujilí	10km	18min
4	Tigua taller artesanal de pintura	Parroquia: Tigua	52	1h 10min
5	Hotel Runa Wasi Quilotoa	Parroquia: Zumbahua	27km	41min
5	Mirador de vidrio del Complejo turístico comunitario Shalala	Parroquia: Zumbahua	7km	22min
6	Hotel Runa Wasi Quilotoa	Parroquia: Zumbahua	5km	15min
7	Laguna de Quilotoa	Parroquia: Zumbahua	2km	8min
9	Mirador de la laguna y lugar de artesanías	Parroquia: Zumbahua		
10	Desenso a la laguna de Quilotoa	Parroquia: Zumbahua	7km	1h 30 min
11	Actividad turística kayak	Parroquia: Zumbahua		
12	Ascenso de la Laguna	Parroquia: Zumbahua	10km	2h

N° de Parada	Puntos geográficos	Localizacion	Kilómetros	Tiempo
13	Hotel Runa Wasi Quilotoa	Parroquia: Zumbahua	2km	8min
14	Fin del recorrido. Retorno al punto de partida: Terminal Terrestre Latacunga - La Victoria	Latacunga	75km	1h 30 min

El itinerario del circuito turístico de 2 días 1 noche revela un viaje partiendo desde el Terminal Terrestre de Latacunga, es así como la primera parada, a tan solo 20 minutos, lleva a descubrir los sabores auténticos en el restaurante "Mi sazón" en La Victoria. Continuando el trayecto, se encuentra el encantador Santuario del Niño de Isinche en Pujilí, a una distancia de 10 kilómetros y 18 minutos, una experiencia espiritual enriquecedora. La travesía prosigue hacia Tigua, famoso por su taller artesanal de pintura, a 52 kilómetros y poco más de una hora de distancia.

El viaje continúa hacia el acogedor Hotel Runa Wasi Quilotoa en Zumbahua, a 27 kilómetros, seguido por la vista panorámica desde el Mirador de vidrio del Complejo Turístico Comunitario Shalala, a solo 7 kilómetros. La cercanía con la imponente Laguna de Quilotoa, a 2 kilómetros, invita a contemplar su belleza natural. La experiencia se intensifica con actividades como el kayak y el ascenso a la Laguna, ambas a 7 y 10 kilómetros respectivamente, ofreciendo emociones inigualables.

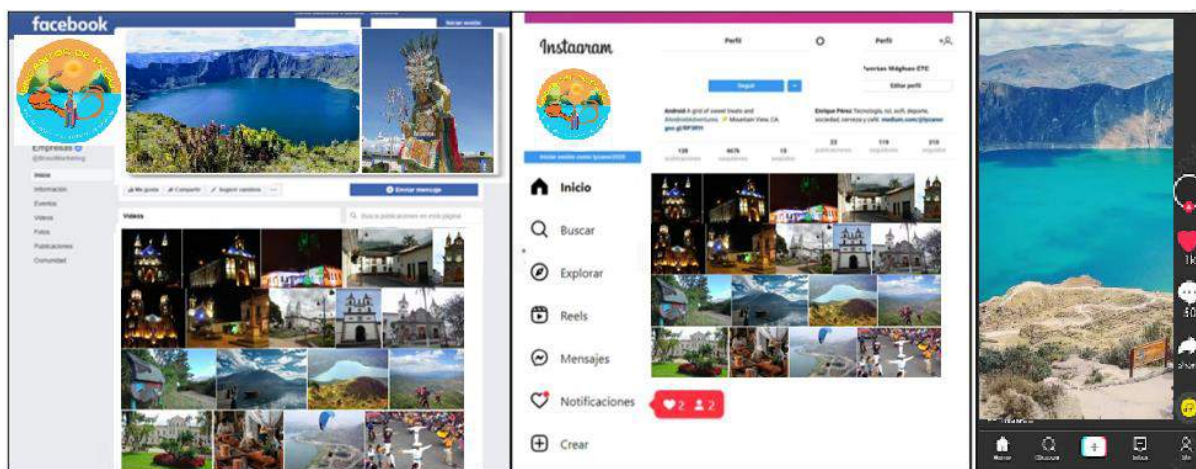
El retorno al Terminal Terrestre de Latacunga tras 75 kilómetros y 1 hora y 30 minutos cierra este viaje, una jornada repleta de descubrimientos y vivencias que perdurarán en la memoria de quienes se aventuren en este circuito. Finalmente, el total de kilometraje del circuito es de 207km.

5. Canales

De acuerdo con el perfil del turista el uso activo de redes sociales como las plataformas de Facebook, Instagram, Tik Tok, son aquellas que en su preferencia van a contribuir a llegar con el producto turístico a la población local, nacional e internacional.

Figura 21

Canales de difusión



A más de estos, los materiales impresos como dípticos de los circuitos turísticos permiten presentar información de manera concisa y organizada. Al doblarse en dos secciones, ofrecen un formato compacto que destaca lo más relevante de los itinerarios desarrollados.

Figura 22

Díptico – Itinerario 1



CONTÁCTANOS

☎ 0959447384

f @encantosdepujilí

Pujilí - Ecuador



Figura 23

Circuito turístico itinerario 1

Figura 24*Díptico - itinerario 2*

CONTÁCTANOS

☎ 0959447384

f @encantosdepujilí

Pujilí - Ecuador



Figura 25

Circuito turístico itinerario 2



6. Recursos claves

En el Modelo Canvas aplicado al producto turístico, los recursos clave se refieren a los elementos fundamentales necesarios para crear, entregar y sostener la propuesta de valor turística. Algunos recursos clave pueden incluir:

- **Físicos:** Infraestructura turística, atractivos turísticos, y equipamiento para actividades turísticas.

- **Financieros:** Capital para inversión en infraestructura y mejoras, fuentes de financiamiento y promoción del producto turístico.
- **Intelectuales:** Alianzas estratégicas con asociaciones con agencias de viajes, empresas de actividades turísticas locales, colaboraciones con entidades gubernamentales, y empresas privadas.
- **Humanos:** Prestadores de servicios.

7. Actividades claves

“Encantos de Pujilí” para los dos circuitos turísticos tiene actividades clave que buscan encaminar acciones específicas necesarias para ofrecer una experiencia única y satisfactoria al turista.

Tabla 45

Actividades claves de los circuitos turísticos

Actividades claves / Circuitos turísticos	
Itinerario 1: Full day	Itinerario 2: Dos días una noche
<ul style="list-style-type: none"> • Visita a la galería • Kayak • Avistamiento de flora fauna (mirador) • Senderismo • Compra de artesanías • Fotografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita y recorrido por Santuario del Niño de Isinche • Visita a la galería • Avistamiento de flora y fauna (mirador) • Acontecimiento programado (danzas ancestrales) • Senderismo • Kayak

8. Socios claves

En este caso los socios clave para el producto turístico pueden variar según la naturaleza específica de los circuitos turísticos o la dinámica del mercado, por lo que, resulta importante establecer relaciones sólidas con ellos para alcanzar el éxito de la iniciativa turística.

Tabla 46

Socios claves de los circuitos turísticos

Socios claves / Circuitos turísticos	
Itinerario 1: Full day	Itinerario 2: Dos días una noche
<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante “Doña Rosita” en La Victoria • Restaurante “Kirutwa Mushuc Wasi Restaurant” • Guía local Quilotoa Jaime Tibán • Guía de viaje Pedro Arias • Comunidad local • Transporte privado 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante “Mi sazón” en La Victoria • Guía local del Santuario del Niño de Isinche Tomás Álvarez • Guía de viaje Pedro Arias • Hotel Runa Wasi Quilotoa • Complejo turístico comunitario Shalala • Guía local Quilotoa Jaime Tibán • Comunidad local (danzantes ancestrales) • Transporte privado

9. Estructura de costos

La fijación de precios es el proceso de establecer un valor monetario o tarifa para que una empresa turística ofrezca a sus clientes. Es una estrategia fundamental en el marketing y en la gestión empresarial en general, ya que el precio determina la percepción de valor, los márgenes de beneficio y la posición competitiva en el mercado del producto turístico.

En este sentido, el costo de los circuitos turísticos se refiere a los gastos asociados a cada itinerario de viaje propuesto. Incluye todos los costos estimados que un turista tendría que cubrir para completar el circuito turístico por el que opte. Esto implica una serie de elementos como costos fijos y variables, número de pax y de días, utilidad, punto de equilibrio y precio de venta al público.

Tabla 47

Costo fijo y costo variable - itinerario 1

ITINERARIO 1			
COSTOS FIJO			
Detalle	V.Unitario	# Pax	V. Total
Alojamiento	\$ -	10	\$ -
Transporte	\$ 10,00	10	\$ 100,00
Guía	\$ 8,00	10	\$ 80,00
Total C.F.			\$ 180,00
COSTOS VARIABLES			
Desayuno	\$ 2,50	10	\$ 25,00
Almuerzo	\$ 4,00	10	\$ 40,00
Entrada al C.T.C. Laguna del Quilotoa	\$ 2,00	10	\$ 20,00
Actividades Turísticas/Kayak	\$ 5,00	10	\$ 50,00
		Total C.V.	\$ 135,00
		Total CV y CF	\$ 315,00

Tabla 48*Costo fijo y costo variable - itinerario 2*

ITINERARIO 2			
Costos fijo			
Detalle	V.Unitario	# Pax	V. Total
Alojamiento	\$ 35,00	10	\$ 350,00
Transporte	\$ 10,00	10	\$ 100,00
Guía	\$ 8,00	10	\$ 80,00
Total C.F.			\$ 530,00
Costos variables			
Desayuno	\$ 2,50	10	\$ 25,00
Almuerzo	\$ 3,50	10	\$ 35,00
Entrada al C.T.C. Shalalá	\$ 2,00	10	\$ 20,00
Cena	\$ 3,50	10	\$ 35,00
Box Lunch	\$ 2,50	10	\$ 25,00
Desayuno / día 2	\$ 2,50	10	\$ 25,00
Entrada al C.T.C. Laguna del Quilotoa	\$ 2,00	10	\$ 20,00
Actividades Turísticas/Kayak	\$ 5,00	10	\$ 50,00
Almuerzo / día 2	\$ 3,00	10	\$ 30,00
Total C.V.			\$ 265,00
Total C.F. y C.V.			\$ 795,00

Tabla 49*Resumen de costos fijos y variables – itinerarios 1 y 2*

Itinerario	Total C.F.	Total C.V.	Valor
Itinerario1	\$ 180,00	\$ 135,00	\$ 315,00
Itinerario 2	\$ 530,00	\$ 265,00	\$ 795,00
Total	\$ 710,00	\$ 400,00	\$ 1.110,00

Tabla 50*Punto de equilibrio y precio de venta al público – Itinerario 1*

ITINERARIO 1		
FIJACIÓN DE PRECIOS		
Detalle	Fórmula	Valor
Imprevistos	$CF+CV*0,15$	\$ 47,25
	$CR=CF+CV+Imprevistos$	\$ 362,25
Punto de Equilibrio	$PE=CR/10$	\$ 36,23
Utilidad	$Utl.=PE*35\%$	\$ 12,68
Valor del Producto Turístico	$VPT=PE+Utilidad$	\$ 48,90

Tabla 51*Punto de equilibrio y precio de venta al público – Itinerario 2*

ITINERARIO 2		
FIJACIÓN DE PRECIOS		
Detalle	Fórmula	Valor
Imprevistos	$CF+CV*0,15$	\$ 119,25
	$CR=CF+CV+Imprevistos$	\$ 914,25
Punto de Equilibrio	$PE=CR/10$	\$ 91,43
Utilidad	$Utl.=PE*35\%$	\$ 32,00
Valor del Producto Turístico	$VPT=PE+Utilidad$	\$ 123,42

Como se puede visualizar en las tablas, el precio de venta al público del primer itinerario que corresponde al circuito turístico Full Day tiene un valor de \$ 48,90, mismo que cubre gastos de alimentación, transporte, guía y actividades turísticas. De igual manera, para el segundo itinerario que corresponde al circuito turístico dos días una noche tiene un valor de \$123,43. Hay que recalcar que, los valores obtenidos son inferiores a los \$150,00 que los turistas han dispuesto en pagar para el producto turístico en el cantón Pujilí.

Conclusiones

Después de finalizar la investigación en el cantón Pujilí, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- Se conoció mediante la revisión de fuentes bibliográficas que el turismo de naturaleza es la práctica de viajar a entornos naturales para disfrutar, apreciar, preservar y conservar el medio ambiente, a su vez tiene un estrecho vínculo con el desarrollo local debido al aprovechamiento de los recursos naturales, generación de oportunidades de empleo, impulso en la conservación del entorno y se fortalece la identidad cultural de la comunidad.
- También, se trabajó en el diseño metodológico con un enfoque mixto, tipo de investigación documental, exploratoria, de campo, correlacional, método deductivo–inductivo, y una encuesta aplicada a 357 turistas que el cantón Pujilí tiene 11 atractivos turísticos que deben ser considerados como destinos (ver tabla 16), además, durante su estancia en el lugar los turistas estiman gastar de \$101 a \$150 dólares alojándose en hoteles, estos datos contribuyeron para el diseño del producto turístico.
- Para medir la correlación de la incidencia del producto turístico en el desarrollo local del cantón Pujilí se usó la prueba del chi cuadrado de Pearson, cuyo resultado de X^2 fue igual a 0,000 siendo inferior a 0,05, lo que conlleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 , es decir que es estadísticamente significativa.
- Finalmente, se diseñó un producto turístico denominado “Encantos de Pujilí” en base al Manual para el Diseño de Productos Turísticos Integrados [IICA] (2015), que incluye dos circuitos turísticos (Full Day valorado en \$48,90 por pax, dos días-una noche valorado en \$123,42 por pax) con su respectivo itinerario, mapa, costos y material publicitario, lo que permite promover una alternativa de desarrollo local que contribuirá a la mejora de la actividad turística en beneficio de la localidad.

Recomendaciones

A partir de las conclusiones, se recomienda:

- Dado el vínculo entre el turismo de naturaleza y el desarrollo local, sería beneficioso para el cantón Pujilí enfocar esfuerzos en la preservación de sus recursos naturales mientras se promocionan como destinos turísticos. Esto puede incluir campañas de concienciación, programas de conservación y capacitación para la comunidad en la prestación de servicios turísticos sostenibles.
- Para maximizar el impacto del producto turístico diseñado, se recomienda establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos, agencias de viaje y plataformas en línea para la comercialización y difusión del producto. Asimismo, considerar la capacitación y certificación de guías turísticos locales para brindar experiencias enriquecedoras a los visitantes.
- El uso de la prueba estadística de chi cuadrado de Pearson resultó muy viable en la demostración de la correlación entre el producto turístico y el desarrollo local, pero sería útil realizar seguimientos periódicos para evaluar continuamente este impacto, empleando indicadores clave que midan el crecimiento económico, la participación comunitaria y la preservación del entorno como resultado directo del turismo.
- Por último, se recomienda mantener una investigación constante y un análisis profundo del mercado turístico permitirá adaptar y mejorar el producto "Encantos de Pujilí", es así como se puede realizar una retroalimentación con los turistas para conocer sus opiniones y sugerencias, lo que ayudaría a ajustar y personalizar aún más los circuitos turísticos para satisfacer las demandas cambiantes del mercado.

Bibliografía

- Albán, J. (2019). *Video documental sobre las representaciones simbólicas del danzante en las octavas de corpus christi de Pujilí*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana .
- Alcázar, Y., & Herrera, M. (2020). Modelo de negocios turísticos para la zona dorada de Ciudad Juárez basado en las experiencias del modelo de Walt Disney. *Revista Turismo Estudios e Prácticas-RTEP/UERN*, 9(1), 1-8.
- Alfaro, A. (2018). Economía, salud, desarrollo humano e innovación en el desarrollo sustentable. *Conocimiento global*, 3(1), 1-9.
- Analuisa, A., García, S., & Paredes, P. (2020). Ensayo para medir el beneficio de la cadena de valor del chocho-Provincia de Cotopaxi. *Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 5(5), 40-61.
- Arcentales, C., & Mero, J. (2020). Influencia de los espacios recreativos en el desarrollo territorial. *Dominio de las ciencias*, 6(2), 525-538.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Lexis.
- Asamblea Nacional. (2019). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización [COOTAD]*. Quito: Lexis Finder.
- Bravo, G., Mayo, M., Cerdeira, A., & Montoa, E. (2018). *Viviendas de uso turístico. Régimen civil, administrativo y fiscal*. España: Reus.
- Caballero, P. (2018). Análisis de factores universales de las actividades físicas en el medio natural/actividades físicas de aventura en la naturaleza: estudio preliminar. *Espiral, Cuadernos del profesorado*, 11(22), 61-68.
- Carbello, E., Betancourt, M., & Carballo, E. (2021). Innovación de productos turísticos en instalaciones hoteleras. Un procedimiento desde los sistemas adaptativos complejos. *Retos de la Dirección*, 15(1), 1-26.

- Cardet, E., Palao, R., & González, y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la Dirección*, 12(1), 1-16.
- Carrera, G., María, L., & Moncayo, M. (2019). Desarrollo local y turismo en Ecuador. VI Congreso Internacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Emprendimiento(1), 1-12.
- Chiaiza, C., & Nasimba, C. (2023). Desarrollo de productos turísticos como gestión del emprendimiento en épocas de incertidumbre en la parroquia La Victoria. *Revista Publicando*, 10(39), 1-30.
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Turismo*. Quito: Lexis.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). *Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Patrimonia Consultures.
- Cuétara, L., Sablón, N., Marquéz, L., & Carta, R. (2022). Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(2), 287-297.
- D'Áquino, M., & Barrón, V. (2020). *Proyectos y metodologías de la investigación*. Argentina: Editorial Maipué.
- Diario Primicias. (10 de noviembre de 2020). *Ingreso de personas a Ecuador cayó un 77% por la pandemia*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ingreso-personas-ecuador-cayo-pandemia/>
- Díaz, M., & Fernández, A. (2020). Gestión de gobierno, educación superior, ciencia, innovación y desarrollo local. *Retos de la Dirección*, 14(2), 5-32.
- Fernández, A. (2022). *Electronic Entertainment Expo (E3). Turismo asociado, repercusiones económicas y análisis comparado en España*. España: Universidad de Sevilla.
- Fernández, M., Cabezas, P., Belloso, C., & Díez, L. (2018). Las recreaciones históricas en Aragón: Análisis y diseño de un producto turístico al servicio del desarrollo local. VI Foro

Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria: Congreso Internacional Destinos Turísticos Inteligentes(1), 247-260.

GAD cantonal de Latacunga. (2020). *Plan de Turismo del cantón Latacunga*. Obtenido de https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf

GAD Latacunga. (2020). *Plan de Turismo*. Latacunga: GAD Latacunga.

GAD Municipal del cantón Pujilí. (2021). *La ordenanza del plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2021-2026 y el plan de uso y gestión de suelo para el cantón Pujilí*. Pujilí: GAD Municipal del cantón Pujilí.

GAD Parroquial La Victoria. (2023). *Artesanías*. Obtenido de <https://lavictoria.gob.ec/cotopaxi/artesantias/>

GAD Parroquial Zumbahua. (2023). *Artesanías de la parroquia*. Obtenido de <https://zumbahua.gob.ec/cotopaxi/artesantias/>

García, J., & Ruiz, R. (2020). ¿ Hacia un turismo más sostenible tras el covid-19? Percepción de las agencias de viajes españolas. *Gran tour, revista de investigaciones turísticas*(21), 1-12.

Garrido, J. (2018). *Diseño de productos turísticos*. Ediciones Paraninfo, SA.

Gisolf, M. (2018). Lo cultural y lo turístico en Guanacaste: ¿ un caso de co-producción o de co-destrucción? *rama. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(1), 1-12.

Gobierno Descentralizado del cantón Pujilí. (2022). *Consulta de demanda de turistas en el cantón*. Pujilí: Departamento de Turismo.

González, M., Álvarez, J., & Azpeitia, L. (2019). Desafíos para el turismo sustentable de base local en Barrancas del Cobre, Chihuahua, México. *El periplo sustentable*(36), 325-371.

Hernando, A. (2019). Guías virtuales versus guías turísticos en la economía del siglo XXI. *Anuario jurídico y económico escurialense*(52), 335-358.

- Iglesias, M. E. (2021). *Metodología de la investigación científica: Diseño y elaboración de protocolos y proyectos*. Buenos Aires: Noveduc.
- IICA. (2015). *Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados*. Santiago de Chile: Subdirección de Productos y Destinos Sustentables SERNATUR.
- Imbaquingo, R. (2022). *Diseño de un producto turístico para el desarrollo local de la comunidad Cariacu cantón Cayambe provincia Pichincha-Ecuador*. Jipijapa: Universidad Estatal del Sur de Manabí.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (10 de enero de 2013). *INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales*. Obtenido de INEC:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>
- Jordá, A. (2019). *Desarrollo local y territorial. Una guía para políticos y técnicos*. España: Letrame Grupo Editorial.
- Lastra, X., & Cabanilla, E. (2020). Impacto del turismo en el desarrollo del Ecuador. reflexiones desde la Academia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(4), 1272-1289.
- Legna, C. (2020). *¿Qué es el desarrollo?* España: Universidad de la Laguna, Servicio de Publicaciones.
- Luaces, A. (2018). *La prueba pericial en el proceso administrativo*. España: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Maldonado, K. (2021). *Estrategia de promoción para el turismo de entretenimiento mediante el uso de realidad aumentada en la ciudad de La Paz*. La Paz: Universidad Mayor Pacensis Andre.
- Martínez, O., & Vargas, T. (2019). Procedimiento para la gestión del proceso de reclutamiento y selección del personal en función del desarrollo local. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(2), 225-242.
- Mazurek, H. (2018). *Espacio y territorio*. Francia: IRD Éditions.

- Membrado, C. (2019). *Privacidad y turismo perfil del turista, Big Data y plataformas colaborativas*. España: Editorial Reus.
- Ministerio de Turismo. (2011). *Reglamento general de actividades turísticas*. Quito: Lexis.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2020). *Producto Turístico*. Quito: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2018). *Manual de señalización turística*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Molina, E., Villagrán, P., Guerrero, F., & Villareal, C. (2021). Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador - 4 mundos. *Turismo y patrimonio*, 17, 121-149.
- Montes, E. (2020). *El Danzante de Pujilí*. Latacuga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Moya, J., & Soto, R. (2019). *Turismo religioso como alternativa para el desarrollo y gestión turística. Caso de estudio provincia de Cotopaxi (Ecuador)*. IV CONGRETUR Impacto del Turismo en el desarrollo del Ecuador .
- Murillo, L., & Hernández, P. (2019). *Lineamientos para el diseño de un producto turístico participativo enfocado en el desarrollo local para el municipio de Tuchín, Córdoba*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Niño, V. (2019). *Metodología de la Investigación: diseño, ejecución e informe (2a. ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Orrala, M. (2019). *Producto turístico cultural como aporte al desarrollo local de la parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Pardo, C. (2019). Marketing turístico: influencia en la definición de enclaves turísticos en el centro histórico de Morelia. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 1-39.
- Paredes et al. (2022). Modelo de Negocios Canvas y Calidad de Servicios en Clientes del Sector Hospedaje de la Región Junín. *Investigación Valdizana*, 16(2), 65-73.

- Parra, D., & Ramírez, J. (2023). *Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Pérez, D., Mitrany, V., & López, E. (2019). Desarrollo local: conceptualizaciones, principales características y dimensiones. *Ciencia Digital*, 3(2), 319-335.
- Pérez, J. (2021). *Aplicación de nuevas tecnologías en el ámbito turístico: principales herramientas y oportunidades de desarrollo*. Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones.
- Pérez, M. (2018). *Propuesta para el desarrollo de un producto de turismo rural en las provincias de Pichincha y Cotopaxi basado en el análisis de los recursos turísticos y operación de la Hostería Papagayo*. Quito : Pontificia Universidad Católica del Ecuador .
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD del Cantón Pujilí. (2020). Obtenido de https://docplayer.es/154910979-Actualizacion-del-diagnostico-del-pdot-del-gobierno-autonomo-y-descentralizado-del-canton-pujili.html#google_vignette
- Quito Turismo. (2020). *Informe técnico impacto pandemia covid-19 en el sector turístico de Quito*. Quito: Quito Turismo.
- Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143.
- Raymi, G. (2023). *Santuario del Niño Isinche en Pujilí*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/cotopaxi/pujili/iglesias-templos/santuario-nino-isinche-pujili-azq903mar>
- Sabando, E., Amat, X., & Ruiz, A. (2022). Turismo y desarrollo local en el litoral ecuatoriano. Potencialidad y límites: Crucita, Ecuador. *ECA Sinergia*, 13(3), 73-85.
- Sánchez, R., & Weikert, F. (2020). *Logística internacional pospandemia*. Santiago de Chile : Naciones Unidas.

- Sánchez, R., Rodríguez, M., & Ricci, A. (2021). Percepción empresarial de la pandemia por COVID-19 y su impacto en el turismo: un análisis cualitativo del destino Extremadura, España. *Estudios Gerenciales*, 37(159), 265-279.
- Sánchez, W. (2019). Digitalización para la comercialización de servicios de hospedaje y turismo. *Nueva Época*(53), 61-80.
- Sancho, A. (2019). *Introducción al turismo*. México: McTrillas.
- Sandoval, D., Ordóñez, O., & Noblecilla, M. (2018). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 14-21.
- Silva, J. (2018). *Diseño de productos turísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Sosa, M., Riquelme, Y., & Diez, O. (2020). Consideraciones sobre el desarrollo local. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 309-315.
- Sosa, M., Riquelme, Y., & Diez, O. (2020). Consideraciones sobre el desarrollo local. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 309-315.
- Urquieta, M. (2020). *La laguna de Quilotoa, en Ecuador: un destino de paz natural*. Obtenido de <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/la-laguna-de-quilotoa-en-ecuador-como-destino-turistico-para-viajar>
- Urreta, E. (2019). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Santiago de Compostela: Paraninfo S.A.
- Vergara, A., & Sorhegui, R. (2020). Factores de desarrollo local desde el enfoque de la gestión organizativa. *Amazonia investiga*, 9(33), 46-50.
- Yépez, J., Cuétera, L., & Chávez, J. (2021). Turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local sostenible en Manabí, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 6(12), 912-935.
- Zaquinaula, M., Morales, D., & Ayala, A. (2020). Perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi. *Revista Recursos Naturales Producción y Sostenibilidad*, 1(1), 61-73.

Anexos