



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Departamento de Ciencias Administrativas Económicas y de 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**

**TEMA: Análisis del potencial turístico del Centro de Arte “San Nicolás”, para la creación de un
producto turístico en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.**

AUTORA:

Arias Lema, Odalis Johanna

DIRECTOR:

MSC. Guanoluisa Chuqui, Joffre Ismael

**LATACUNGA
2024**





CAPÍTULO I

Generalidades



CAPÍTULO II

Fundamentación
teórica



CAPÍTULO III

Marco
metodológico



CAPÍTULO IV

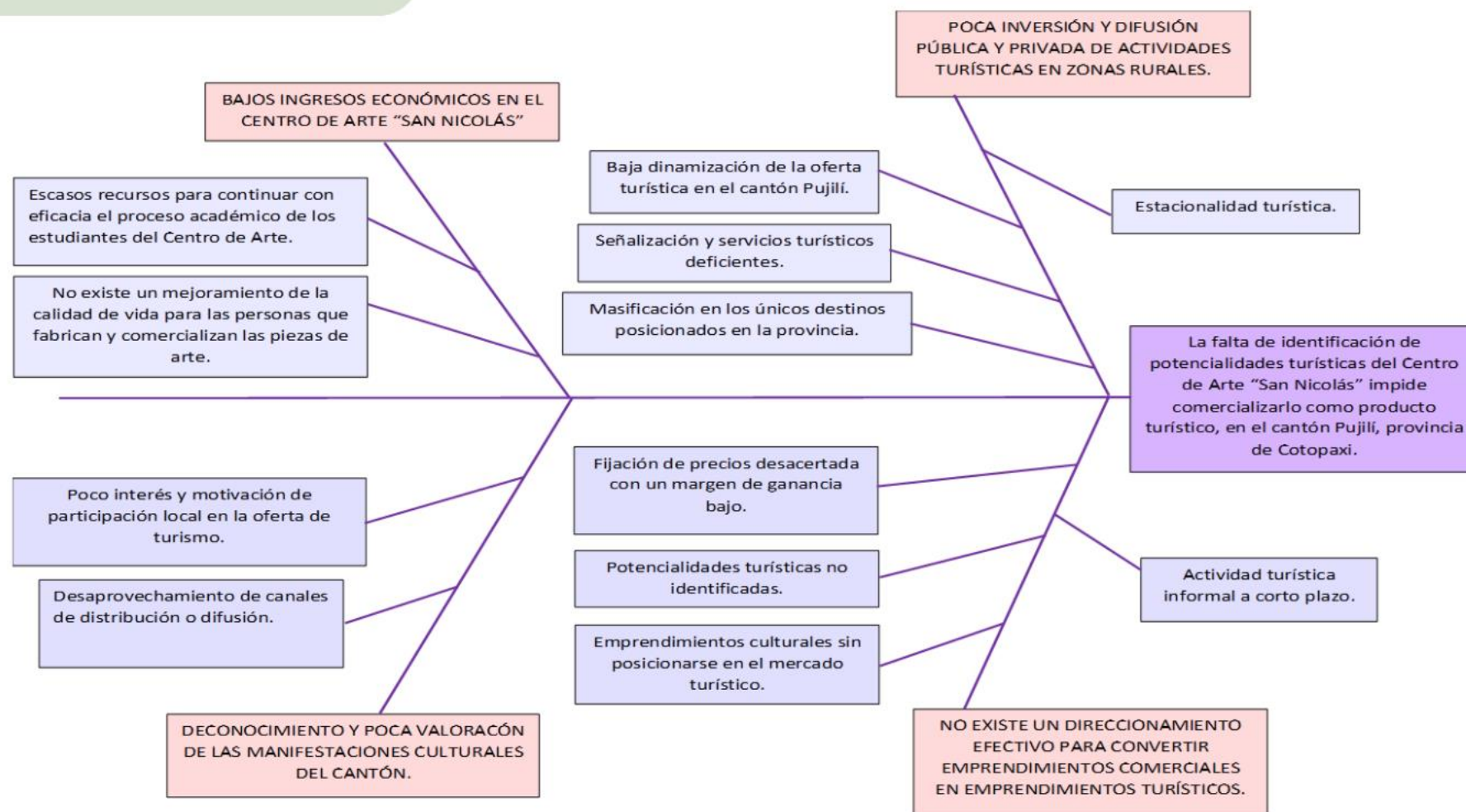
Propuesta





CAPÍTULO I
Generalidades

ÁRBOL DE PROBLEMAS



PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En Ecuador la gestión turística rural generalmente no posee los recursos ni conocimientos de planificación turística, evidenciando la creación de productos turísticos informales a corto plazo, o con un impacto ambiental y social negativo

Quilotoa es un destino turístico imponente del cantón Pujilí, es comunitario y rural, pero su concentración y afluencia no significa una distribución de turistas que diversifique la oferta en el cantón y para otros CTC's de la provincia.

El Centro de Arte "San Nicolás" tuvo relevancia debido a una escuela de arte y obras de ebanistería aclamadas en la provincia, desde hace 3 años se canceló la actividad académica y a pesar de que cuenta con recursos naturales y culturales, no se ha optado por la realización de alguna actividad económica, existen esfuerzos limitados por continuar una labor social para habitantes de la comunidad "San Nicolás de Juigua".

¿De qué forma los recursos y facilidades presentes en el Centro de Arte "¿San Nicolás", generan un producto turístico?





OBJETIVOS

Objetivos Específicos

Objetivo General

Analizar el potencial turístico del Centro de Arte “San Nicolás”, para la creación de un producto turístico en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

1 Establecer las generalidades del objeto de estudio, a través de la determinación de antecedentes, planteamiento y formulación del problema, justificación e importancia y la definición de los objetivos.

3 Identificar el potencial turístico del Centro de Arte “San Nicolás” mediante del análisis de la situación turística y el diagnóstico de las vocaciones turísticas, sus facilidades, limitaciones; y características del mercado.

2 Recopilar información a través de la revisión bibliográfica que permita sustentar teóricamente las variables de la investigación.

4 Diseñar un producto turístico en el Centro de Arte “San Nicolás”, mediante el aprovechamiento de sus potencialidades turísticas.





HIPÓTESIS

H1: Las potencialidades turísticas del Centro de Arte “San Nicolás”, generan un producto turístico en el cantón Pujilí.

H0: Las potencialidades turísticas del Centro de Arte “San Nicolás”, no generan un producto turístico en el cantón Pujilí.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Potencial turístico

VARIABLE DEPENDIENTE: Producto turístico



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



CAPÍTULO II
Marco Teórico

**PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA**

TURISMO

TURISMO SOSTENIBLE

ESPACIO TURÍSTICO

TIPOS DE TURISMO

SISTEMA TURÍSTICO

POTENCIAL TURÍSTICO

**ELEMENTOS DEL
SISTEMA TURÍSTICO**

PRODUCTO TURÍSTICO



TURISMO COMUNITARIO: Un medio para que las poblaciones rurales, indígenas y campesinas aprovechen los recursos de su territorio con autogestión y control de los residentes para construir vías de desarrollo local.

TURISMO RURAL: Interacción, convivencia o presenta algún tipo de acercamiento con comunidades rurales, en contacto con la naturaleza y se comparten costumbres y tradiciones.

Sistema turístico

Varisco & Benseny (2013) analizan el funcionamiento del sistema turístico a partir de la siguiente división de elementos.

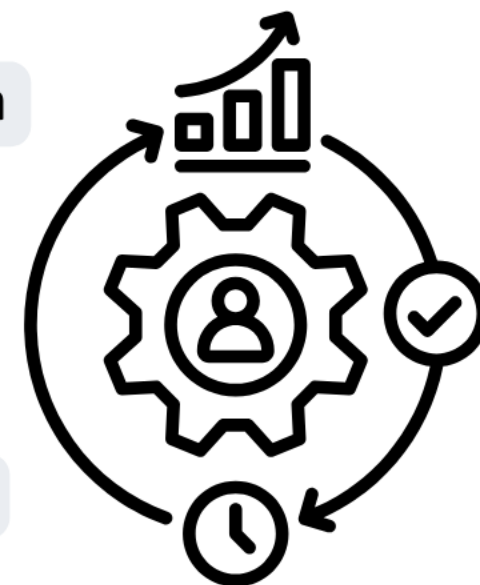
Demanda turística

Oferta turística

Infraestructura

Superestructura

Comunidad receptora





Potencial Turístico

Aborda un grupo de análisis que se compone de la evaluación de aptitudes, de los recursos y del territorio, es la suma de posibilidades que el ambiente natural y social dispone para la actividad turística.

Para evaluar el potencial turístico se pueden aplicar un conjunto de técnicas que considere la ausencia o presencia de componentes y su valoración que pueda conseguir una evaluación de la calidad turística.

Gutiérrez & Pérez (2014)

Producto turístico

Es la oferta de bienes y servicios tangibles y/o intangibles, que resultan de una combinación de los elementos de un sistema turístico. Son la relación entre servicios y equipamientos que satisface las necesidades o deseos de los turistas, son integrados con características diferenciadoras, son perecederos y presentan una inelasticidad de la oferta, pues la demanda turística reacciona ante amenazas rápidamente.

Saravia & Muro (2016)

Nasimba & Cejas (2015)



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

A photograph of a dirt path in a rural setting. In the foreground, a small white dog is walking on the path. In the middle ground, two people are walking away from the camera. One person is wearing a brown hat and a dark jacket, and the other is wearing light-colored pants. The path is surrounded by green grass and trees. In the background, there is a building with a corrugated metal roof. The image is overlaid with a white geometric graphic consisting of several overlapping shapes, including a central cloud-like shape containing text.

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

METODOLOGÍA

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN:

Mixto

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN:

Documental y de campo.

NIVELES DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptiva y explicativa

FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Observación
Ficha de inventario
Encuesta



METODOLOGÍA

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN:

Mixto

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN:

Documental y de campo.

NIVELES DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptiva y explicativa

FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Observación
Ficha de inventario
Encuesta





CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO

- Dimensión sociocultural
- Dimensión económica
- Dimensión ambiental
- Dimensión político-institucional



LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA LA EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Nombre del atractivo: Centro de Formación Integral San Nicolás - Marianistas Latacunga Ecuador. **N°REF:** 009

Ubicación: Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9

Provincia: Cotopaxi **Cantón:** Pujilí

Barrio, sector o comuna: San Nicolás

Distancia desde: Km: 1,5 km **Tiempo estimado:** 20 minutos

Terminal Pujilí

Categoría		Tipo	Subtipo	Clase	Jerarquía (1 a 5)
Manifestaciones culturales	X	Arquitectura	Infraestructura recreativa.	Complementaria.	III
Atractivos naturales					
Productos con identidad territorial (PIT)					

Breve descripción del atractivo: La Unidad Educativa "Hermano Miguel" tiene un proyecto que surge desde la alerta de riesgo de su ubicación territorial en caso de una erupción del volcán Cotopaxi: "El Centro de Formación Integral San Nicolás-Marianistas". La Diócesis de Latacunga cedió alrededor de 3 hectáreas de terreno a la institución para continuar sus estudios en caso de una erupción, sin embargo, el lugar en la actualidad funciona como un espacio recreativo y de investigación agrícola y ganadera para los estudiantes.

Además de las aulas de clase, el lugar cuenta con una zona agronómica y cuidado de animales, y una zona de juegos y recreación.

Zona agronómica: Es posible visitar los huertos de hortalizas (lechuga, papas, habas, entre otros), y las huertas de frutales y aromáticas (limón, claudia, pera, abridor, ~~taxo~~, mora, lima, manzanilla, lavanda, hierba luisa, entre otros). Esta zona también es llamada "Jardín Botánico Bíblico" tras una investigación y tratamiento de 890 especies de flora en manos de la Unidad Educativa Hermano Miguel.

Zona de juegos y recreación: Esta zona cuenta cancha de fútbol, esculturas de piedra, un laberinto

de ladrillos al que lo adornan unas caras de piedra (con rasgos incas), existe un lugar para fogatas es cómodo, grande y está sobre una pintura que indica los puntos cardinales; existe además, un circuito deportivo que cuenta con una red y puente a una altura de 3 metros aproximadamente, una polea o tarabita, llantas para saltar y una infraestructura entubada por la que hay que pasar arrastrándose, resulta divertido a simple vista y los estudiantes de la institución lo aprovechan cada vez que realizan sus actividades académicas en el lugar. Existen 4 caballos aptos para cabalgatas largas (5\$ visita al mirador más cercano) o cortas (2\$ recorrido de 30 minutos en las instalaciones). Se pueden ver dos estructuras con intención de convertirlas en cabañas, son de madera y solamente les falta mobiliaria para ofrecerlas como alojamiento, los servicios básicos se encuentran a 4 metros de las mismas y el espacio cerca de estas estructuras también es apto para zona de camping y picnic.

Es importante mencionar que estas instalaciones le pertenecen a la Diócesis de Latacunga y se encuentran bajo la administración del rector de la U.E. Hermano Miguel, y actualmente se ha comprometido en vincularse a favor del proyecto de turismo comunitario de San Nicolás, Miguel Jami (gestor comunitario) asegura que las instalaciones están a disposición de la actividad turística, ya que parte de la infraestructura fue construida en el Centro de Arte San Nicolás.

Acceso		Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Por camino asfaltado			
Por camino sin asfaltar	X	4	El camino sin asfaltar toma 15 minutos a pie, y 5 minutos en automóvil desde la vía principal (primer orden)
A pie			

Actividades actuales: Juegos y recreación.

Actividades potenciales: Alojamiento, camping, cabalgatas, senderismo, recorridos interpretativos, picnic, fotografía.

Fotografía

Anexo 11





Ficha de inventario de atractivos turísticos de la comunidad de "San Nicolás de Juigua"

Ponderación y jerarquización de atractivos turísticos		
Atractivo	Ponderación	Jerarquía
Hacienda "San Nicolás"	67	III
Capilla "San Nicolás"	73	III
Comunidad "San Nicolás"	59	II
Mirador "La Playa"	71	III
Proceso de Ebanistería, tallado, escultura y pintura-Centro de Arte San Nicolás	68	III
Aguas termales de Aluchán.	55	II
Galería de arte de la Unidad Educativa Padre Antonio Bresciani.	71	III
Realización de licor de capulí "Kapulicello".	73	III
Gastronomía típica de la Comunidad de San Nicolás de Juigua.	68	III
Centro de Formación Integral San Nicolás - Marianistas Latacunga Ecuador.	73	III

Ponderación y jerarquización de atractivos turísticos.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
N	Nombre	Ubicación	Categoría del atractivo	Tipo	Subtipo	Clase	Jerarquía	Características descriptivas
1	Hacienda "San Nicolás"	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/ Vernácula	Central	III	Arquitectura colonial y elementos rústicos, paisajismo. Dificultad: Media
2	Capilla "San Nicolás"	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/ Vernácula	Complementaria	III	Arte religioso y ebanistería. Dificultad: Baja
3	Comunidad "San Nicolás"	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales/Productos con identidad territorial	Acervo cultural y popular	Pueblo y/o nacionalidad (etnografía)	Central	II	Actividades vivenciales, agricultura, cuidado de animales. Dificultad: Media
4	Mirador "La Playa"	Comunidad de Yacubamba, páramo de Quishpicacha, vía Cusubamba	Atractivos naturales	Montaña	Baja Montaña	Complementaria	III	Paisajismo, vista de parcelas geométricas y volcán Cotopaxi en el día, y ciudades iluminadas en la noche. Dificultad: Media
5	Proceso de Ebanistería, tallado, escultura y pintura-Centro de Arte San Nicolás	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros industriales	Complementaria	III	Arte con técnica Italiana y procesos de tallado, escultura y pintura en madera. Dificultad: Baja
6	Aguas termales de Aluchán	Pujilí Vía-Cusubamba, km 30	Atractivos naturales	Acervo Cultural y Popular.	Artesanías y artes	Complementaria	II	Recreación, paisajismo. Dificultad: Media
7	Galería de arte de la Unidad Educativa Padre Antonio Bresciani	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Manantial de Agua Termal Artesanías y artes	Central	III	Muestra de obras de arte de ebanistería, arte religioso. Dificultad: Baja
8	Realización de licor de capulí "Kapulicello".	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros industriales	Complementaria	III	Proceso de realización de un licor sabor a Capulí. Dificultad: Baja
9	Gastronomía típica de la Comunidad de San Nicolás de Juigua	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales/Productos con identidad territorial	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Complementaria	III	Platos típicos de la comunidad de San Nicolás: Chaguarmishki o dulce de cabuya, papas con cuy, choclo con habas y queso, y chicha de Jora. Dificultad: Baja
10	Centro de Formación Integral San Nicolás - Marianistas Latacunga Ecuador	Pujilí, Vía a Cusubamba, Barrio San Nicolás, km 9	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Complementaria	III	Área recreativa con un circuito deportivo, laberinto, área de fogata y camping, cabalgata y espacios verdes. Dificultad: Media



Matriz de Información de la oferta turística de la zona

#	ALOJAMIENTO	# de habitaciones	# de camas	Capacidad máxima	Calidad/Categoría	Precios (rangos)	Ocupación promedio al año	Meses de mayor ocupación	Nombre:	Comida típica	Degustación gastronómica	30 personas	Restaurante	\$3,00 a 10\$	70%	Mayo, Junio, Julio, Agosto, Diciembre.
1	Nombre: Tardes de placer. Clasificación: Hostal Ubicación: Lotización Veintimilla Manzana H	8	8	16	2 estrella	10\$ - 15\$ x hab	80%	Febrero, Junio, Julio, Agosto, Septiembre.	Restaurante La Posada del Danzante	(cuy, hornado, morcilla, locros, bebidas fermentadas, entre otros)	mirador, ambiente cultural.	30 personas	Restaurante 3 tenedores	\$3,00 a 10\$	70%	Mayo, Junio, Julio, Agosto, Diciembre.
2	Nombre: Casa rosada B&B Clasificación: Casa de huéspedes Ubicación: Avenida Velasco Ibarra Pujilí	4	6	12	Única	\$36 por hab	50%	Junio, Julio, Agosto, Diciembre.	Restaurante Prisca Bar-Restaurante	Cocteles, fajitas, papitas con aderezos, burritos, pinchos.	Degustación gastronómica y bebidas alcohólicas.	20 personas	Restaurante 2 tenedores	\$1,00 a \$6,00	60%	Junio, Julio, Septiembre, Agosto, Diciembre.
3	Nombre: El Danzante. Clasificación: Hostal Ubicación: Av. Velasco Ibarra y Rafael Villads.	12	12	24	3 estrellas	15\$ - 20\$ x pax	75%	Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre.	Nombre: Cafelisa. Clasificación: Restaurante. Ubicación: Calles Vicente Rocafuerte y Gabriel García Moreno.	Comida tradicional, bebidas y postres, desayunos continentales. Eventos con música, dj, ambientación y alimentación.	Desayunos, Almuerzos y Cenas. Salón de eventos y recepciones.	200 personas	Restaurante 3 tenedores	\$3,50 a 6\$ habitualmente. Recepciones: 15 x pax.	65% el último año	Enero, Febrero, Junio, Julio, Diciembre.
4	Nombre: El Aliso. Clasificación: Hostal Ubicación: Barrio Rumpamba - 3 de mayo y San Juan - vía al santuario del niño de Isinche.	4	8	12	2 estrellas	\$30 x hab	40%	Junio y Julio.	Nombre: La hueca del cuy. Clasificación: Restaurante. Ubicación: Calles Angelita Muñoz y Rafael Morales.	Locro de papas con cuy, caldo de gallina, cuy asado, yahuarlocco, tortillas de papa con hornado, estofados, desayunos, bebidas.	Degustación gastronómica.	14 mesas con capacidad de 4 personas c/u.	Restaurante 2 tenedores.	\$3 a \$13	80%	Mayo, Junio, Julio, Septiembre, Diciembre.
5	Nombre: Hostal La Mansión Clasificación: Hostal Ubicación: Av. Velasco Ibarra y entrada Guápulo.	8	12	24	2 estrellas	\$10 - \$30 x hab	60%	Junio, Julio, Agosto, Septiembre.	Nombre: Recepciones Sagrada Familia. Clasificación: Servicio de Catering. Ubicación: Calle Juan Salinas, vía San Vicente Centro.	Salones cerrados y al aire libre de eventos y recepciones, dj, música y alimentación.	Catering, música y ambientación, ceremonia planificación de eventos, fotografía.	Salones (300 personas) área campestre (1000 personas)	Alta (buena calidad de servicio y reseñas positivas)	\$12 a \$20 x pax	70%	Enero, Julio, Diciembre.
6	Nombre: Hacienda Hostería Molinos de San Juan Clasificación: Hostería Ubicación: Vía a Isinche Nota: Único establecimiento de análisis que cuenta con piscinas, área de camping, y salones de eventos y recepciones.	6	15	30	3 estrellas	\$15-\$30 x pax (habitaciones) \$5 - \$15 x pax (otros servicios adicionales)	80%	Enero, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Diciembre.	Nombre: Quinta San Luis. Clasificación: Servicio de Catering. Ubicación: Vía Isinche, entrada a Barrio "Jesús de Nazareth"	Salón de eventos y recepciones, y alquiler de áreas verdes (eventos infantiles, sociales, deportivos)	Catering, música y ambientación, planificación de eventos, ceremonia, fotografía.	Salones (200 300 personas) áreas verdes (1000 a 1500 personas)	Alta (buena calidad de servicio y reseñas positivas)	\$10 a 25 x pax	75%	Enero, Junio, Julio, Mayo, Diciembre.
	ALIMENTOS Y BEBIDAS	Productos	Actividades	Capacidad Máxima	Calidad / Categoría	Precios (Rangos)	Ocupación promedio al año	Meses de mayor ocupación								
7	Nombre: La casa del pernil. Clasificación: Restaurante.	Tortillas con hornado, fritada, mote con	Degustación gastronómica, compra de materia	16 personas	Restaurante 1 tenedor.	\$1,50 a \$5,00	70%	Junio, Julio, Agosto, Diciembre								

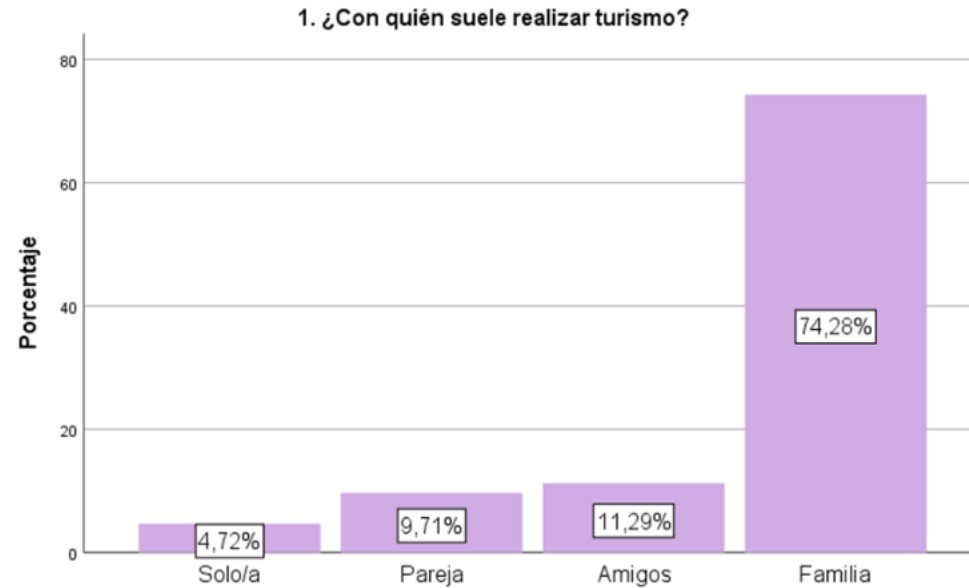


ENCUESTA	
Encuestador/a:	Lugar de aplicación:
Fecha:	N° cuestionario:
Buen día, la siguiente encuesta tiene como objetivo conocer los intereses, motivaciones, tendencias y preferencias turísticas de los visitantes de la zona, la encuesta es anónima y pretende conseguir la creación de un producto turístico en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. De antemano se agradece su colaboración.	
Datos demográficos	2. ¿Cual o cuales de los siguientes atractivos turísticos conoce? (Puede marcar una o más opciones)
a) Nacionalidad	Laguna del Quilotoa <input type="checkbox"/>
Ecuatoriano/a <input type="checkbox"/>	Hacienda San Nicolás <input type="checkbox"/>
Extranjero/a <input type="checkbox"/>	Comunidad de Yacubamba <input type="checkbox"/>
b) Género	Termas de Aluchán <input type="checkbox"/>
Masculino <input type="checkbox"/>	Fiesta del Corpus Christi <input type="checkbox"/>
Femenino <input type="checkbox"/>	Cerro Sinchaguasi <input type="checkbox"/>
LGTBIQ+ <input type="checkbox"/>	3. Marque del 1 al 5 según corresponda, siendo 1 muy importante y 5 nada importante con relación a los motivos por los que le interesa hacer turismo.
c) Edad:	Deportes y actividad física <input type="checkbox"/>
Menos de 18 años <input type="checkbox"/>	Arte y cultura <input type="checkbox"/>
18 años a 24 años <input type="checkbox"/>	Interacción con la naturaleza <input type="checkbox"/>
25 años a 31 años <input type="checkbox"/>	Convivencia rural <input type="checkbox"/>
32 años a 38 años <input type="checkbox"/>	Religión/Creencias <input type="checkbox"/>
39 años a 45 años <input type="checkbox"/>	4. Marque del 1 al 5 según corresponda, siendo 1 muy importante y 5 nada importante de acuerdo con el tipo de actividades turísticas que prefiere.
Más de 45 años <input type="checkbox"/>	Recorridos interpretativos <input type="checkbox"/>
d) Nivel de estudio:	Cabalgata <input type="checkbox"/>
Primario <input type="checkbox"/>	Degustación gastronómica <input type="checkbox"/>
Secundario <input type="checkbox"/>	Galería de arte y/o museos <input type="checkbox"/>
Técnico <input type="checkbox"/>	Parapente <input type="checkbox"/>
Superior <input type="checkbox"/>	5. ¿Le interesa la práctica de turismo dentro de una comunidad rural?
Posgrado <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/>
e) Estado Civil:	No <input type="checkbox"/>
Casado/a: <input type="checkbox"/>	6. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere cuando realiza turismo?
Soltero/a: <input type="checkbox"/>	Camping <input type="checkbox"/>
Divorciado/a: <input type="checkbox"/>	Hotel <input type="checkbox"/>
Unión libre: <input type="checkbox"/>	Hostal <input type="checkbox"/>
Viudo/a: <input type="checkbox"/>	Hostería <input type="checkbox"/>
f) Ingreso mensual:	Glamping (alojamiento al aire libre, con estructura fija, camas y otras comodidades) <input type="checkbox"/>
Menos de \$440 <input type="checkbox"/>	Casa de huéspedes <input type="checkbox"/>
\$450 a \$550 <input type="checkbox"/>	(Alojarse en la casa de una familia de la comunidad)
\$551 a \$651 <input type="checkbox"/>	7. ¿Qué tipo de servicios de alimentos y bebidas es de su preferencia?
\$652 a \$752 <input type="checkbox"/>	Cafetería <input type="checkbox"/>
\$753 a \$853 <input type="checkbox"/>	Restaurant de comida típica <input type="checkbox"/>
\$854 a \$954 <input type="checkbox"/>	Restaurant de comida internacional <input type="checkbox"/>
\$955 a \$1055 <input type="checkbox"/>	Snack bar <input type="checkbox"/>
Más de \$1055 <input type="checkbox"/>	12. ¿Sus viajes son planificados por alguna agencia u operadora turística?
Tendencias, preferencias y motivaciones de viaje.	Sí <input type="checkbox"/>
1. ¿Con quién suele realizar turismo?	No <input type="checkbox"/>
Solo/a: <input type="checkbox"/>	
Pareja: <input type="checkbox"/>	
Amigos: <input type="checkbox"/>	
Familia: <input type="checkbox"/>	
8. ¿Qué tipo de transporte acostumbra a usar cuando realiza turismo?	
Auto propio <input type="checkbox"/>	
Transporte público <input type="checkbox"/>	

Bus de turismo <input type="checkbox"/>	9. ¿Cuál es <u>gasto diario</u> por persona que usualmente destina para realizar turismo en el país?	13. ¿Considera que es importante realizar actividades turísticas que beneficien a comunidades rurales del cantón Pujilí?
Camioneta y/o taxi <input type="checkbox"/>	0 a \$20 <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/>
	\$21 a \$41 <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
	\$42 a \$82 <input type="checkbox"/>	14. ¿Conoce la comunidad de San Nicolás?
	\$83 a \$83 <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/>
	\$84 a \$104 <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
	Más de \$104 <input type="checkbox"/>	15. La comunidad de San Nicolás en el cantón Pujilí busca ofrecer un producto de turismo comunitario ¿Usted estaría dispuesto/a a adquirirlo?
10. ¿A través de qué medio obtiene la mayor información turística para visitar la zona?	Portales web de entes gubernamentales <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/>
Ferias de Turismo <input type="checkbox"/>	Recomendaciones de conocidos <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Televisión <input type="checkbox"/>	Telesociales <input type="checkbox"/>	16. ¿Cuál es el costo que usted está dispuesto a pagar por un servicio turístico (full day) en la comunidad de San Nicolás del cantón Pujilí que incluya: alimentación, transporte, guía, facilidades turísticas y recorridos culturales e interacción con la naturaleza?
Centros de información turística <input type="checkbox"/>	Revistas/periódicos/libros <input type="checkbox"/>	\$45 a \$55 <input type="checkbox"/>
11. ¿Cuál de las siguientes redes sociales usa con más frecuencia?	Instagram <input type="checkbox"/>	\$56 a \$66 <input type="checkbox"/>
Facebook <input type="checkbox"/>	TikTok <input type="checkbox"/>	\$67 a \$77 <input type="checkbox"/>
TikTok <input type="checkbox"/>	YouTube <input type="checkbox"/>	\$78 a \$88 <input type="checkbox"/>
YouTube <input type="checkbox"/>	Twitter <input type="checkbox"/>	\$89 a \$99 <input type="checkbox"/>
Twitter <input type="checkbox"/>	Snapchat <input type="checkbox"/>	\$100 a \$110 <input type="checkbox"/>
Snapchat <input type="checkbox"/>		FIN DE LA ENCUESTA, GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ENCUESTA

ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

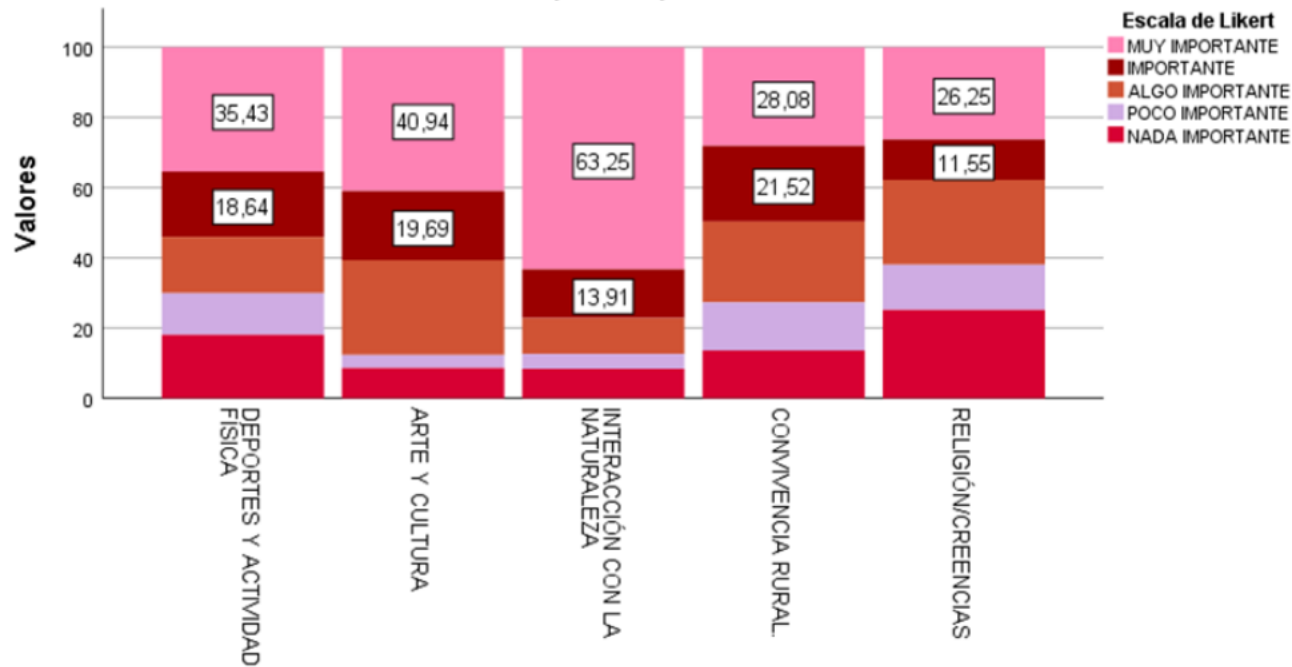


El 74,3% personas encuestadas suelen viajar acompañadas de su familia, el 11,3% viaja con amigos, el 9,7% con su pareja, y el 4,7% acostumbran a viajar solas. La mayoría de encuestados suelen realizar turismo con su familia, lo cual evidencia la presencia de visitantes de diferentes rangos de edades en el mercado turístico de Pujilí debido a actividades de baja dificultad del lugar en el cual se aplicaron las encuestas.



ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

3. Marque del 1 al 5 según corresponda, siendo 1 muy importante y 5 nada importante con relación a los motivos por los que le interesa hacer turismo.

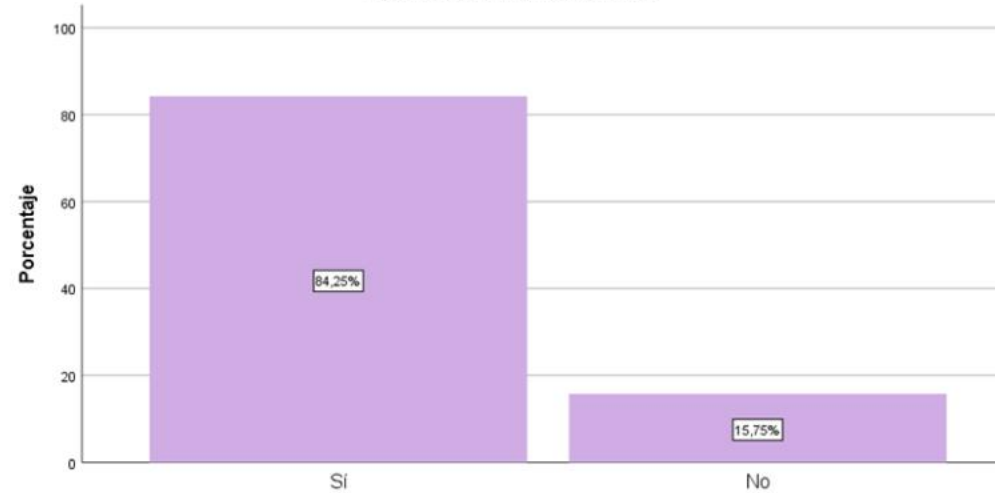


Las encuestas muestran que la mayoría de personas viajan con el motivo de interactuar con la naturaleza mostrando un porcentaje de mayor importancia del 63,25%, seguido de esto se evidencia la importancia del arte y la cultura como motivación de viaje con un porcentaje de aceptación del 40,94%, el deporte y actividades físicas son muy importantes para el 35,43% de las personas encuestadas, seguido de la convivencia rural con un 28,08% y para el 26,25% es muy importante la religión y creencias para viajar. La religión y creencias no resulta como un principal motivo de viaje y presenta el mayor porcentaje de nula importancia al momento de viajar. El objeto de estudio presenta actividades aptas para cada motivación y estos datos ayudarán a delimitarlas de acuerdo con la aceptación presentada, priorizando la interacción con la naturaleza, el arte y cultura y motivando a la convivencia rural, debido a que no presenta un porcentaje desfavorable de importancia.



ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

15. La comunidad de San Nicolás en el cantón Pujilí busca ofrecer un producto de turismo comunitario ¿Usted estaría dispuesto/a a adquirirlo?



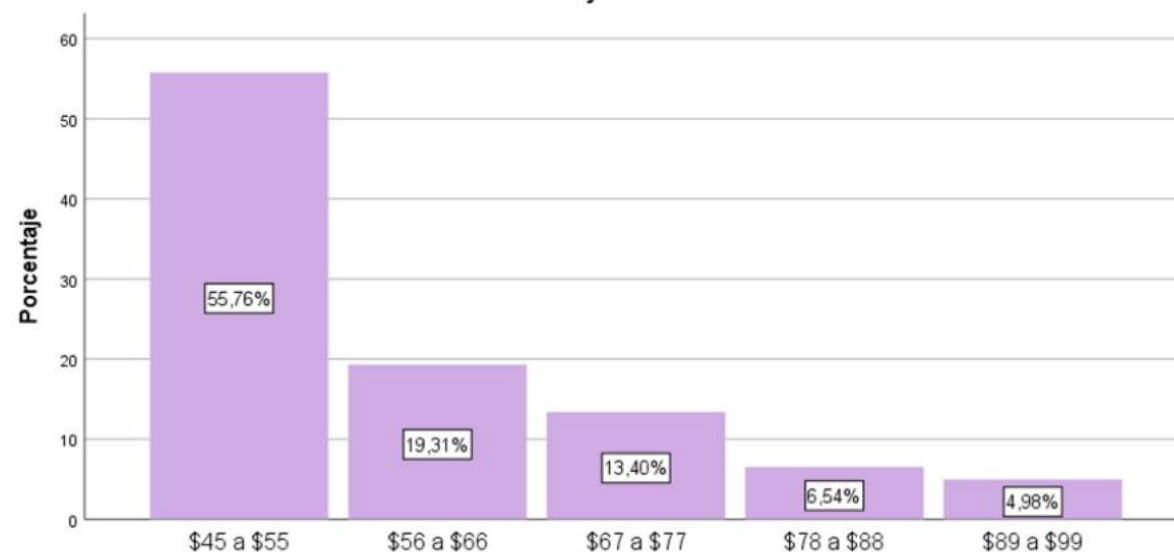
El 84,25% de encuestados están dispuestos a adquirir servicios turísticos bajo el marco de un turismo comunitario, este producto engloba actividades turísticas, servicios de alojamiento y alimentación en la zona rural del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi, mientras que el 15,75% no están dispuestos a adquirirlos.



ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

Análisis: De las personas que respondieron que estarían dispuestos a adquirir servicios turísticos en la comunidad de San Nicolás, el 55,76% aseguraron que pagarían de \$45 a \$55 por persona por un full day, que incluya alimentación, transporte, guía turístico, facilidades turísticas y recorridos culturales y naturales. El 19,31% pagaría de \$56 a \$66, encambio el 13,40% pagaría de \$67 a \$77 y la minoría de encuestados pagaría más de \$77.

16. ¿Cuál es el costo que usted está dispuesto a pagar por un servicio turístico (full day) en la comunidad de San Nicolás del cantón Pujilí que incluya: alimentación, transporte, guía, facilidades turísticas y recorridos culturales y naturales?



FODA: RESULTADO DE ESTRATEGIAS

FO

FO1. Generar un recorrido interpretativo de la galería de arte en la hacienda “San Nicolás”, que explique técnicas y significado de las obras de arte de ebanistería.

FO2. Planificar un itinerario turístico cultural y natural con actividades de dificultad baja y media priorizando al núcleo familiar cómo mercado turístico.

FO3. Motivar a instituciones católicas a visitar y/o realizar ceremonias religiosas en la capilla de San Nicolás para crear posicionamiento.

FO4. Generar actividad turística en “San Nicolás” en dónde se priorice el fortalecimiento de los proyectos de turismo comunitario.

FO5: Crear una oferta turística en dónde se difunda el glamping y camping como alternativas sustentables de alojamiento turístico en espacios verdes.

FO6: a) Generar un acuerdo (Administrador de la hacienda “San Nicolás” – Gestor del proyecto de turismo comunitario “San Nicolás”) para el uso de los comedores de la hacienda y ofrecer el servicio de alimentación.

b) Inducir a la comunidad a la práctica gastronómica con parámetros de seguridad alimentaria y planificación de menús con identidad local.

DO

DO1. Recopilar datos históricos que permitan generar un guión turístico sobre la hacienda de “San Nicolás” y sus recursos culturales adyacentes que fortalezcan el entendimiento de los recorridos interpretativos.

DO2. Identificar una propuesta de valor sobre la cual se construyan itinerarios para la creación de paquetes turísticos en forma de bloque para el disfrute familiar y con un precio determinado.

DO3. Motivar a la Diócesis de Latacunga, voluntarios italianos y a la U.E. Hermano Miguel a generar proyectos de señalética informativa y turística en beneficio del proyecto de turismo comunitario de “San Nicolás”.

DO4: Diseñar un logotipo y slogan para el proyecto de turismo comunitario “San Nicolás” y crear redes sociales (Facebook e Instagram) que proyecten la marca, características del producto turístico y contactos.

DO5: Equipar las estructuras de glamping con camas dobles y ambientación con recursos de arte en madera.

DO6. Promover la gestión de turismo comunitario en “San Nicolás” bajo parámetros de sostenibilidad (ambiental, social y económico), a través de capacitaciones que motiven un turismo responsable.



FA1. Generar un guión turístico que motive a la valorización de obras de arte religiosas mediante la interpretación de su contexto artístico y trabajo humano en la visita de la galería de arte y talleres de ebanistería.

F2-3A2. Identificar tours de dificultad baja y media con el enfoque de motivar la visita de familias, para atraer a personas de todas las edades e implementar medidas de seguridad en el circuito deportivo del Centro de Formación “San Nicolás” (arneses, cinturones, anclajes, y sogas), crear nuevas estructuras y equipar al turista (casco, rodilleras, etc)

F4A3-4. Buscar una alianza con la Dirección de Turismo y Cultura del GAD del cantón Pujilí (seguridad, inventariado, capacitación, y difusión) que generen estrategias que promuevan el desarrollo del proyecto de turismo comunitario de San Nicolás, e incentivar a su legitimación en la actualización del Plan de Desarrollo Turístico 2024-2028.

F5-6A5. Difundir “San Nicolás” como un destino turístico comunitario donde se desarrollan actividades turísticas, de alojamiento (glamping y camping) y alimentación (gastronomía tradicional).

F5-6 A6. Motivar a los pobladores (prioritariamente jóvenes) de la comunidad a dedicarse a la actividad turística. Mientras más servicios turísticos (recreación-alimentación-alojamiento, etc) ofrezca la comunidad de “San Nicolás” existirán más plazas de empleo para residentes de la comunidad, lo que permitirá disminuir los casos de migración y desinterés de desarrollo local.

DA1. Difundir la importancia social de las construcciones y arte religioso de la capilla de “San Nicolás” a través de recorridos interpretativos.

DA2. Motivar a los gestores del proyecto de Turismo Comunitario “San Nicolás” a planificar las actividades turísticas considerando estacionalidad, modificación de itinerarios, fenómenos naturales y sociales, entre otros que puedan alterar lo planificado, asegurando el éxito del proyecto a largo plazo convirtiéndose en un referente de la oferta en el cantón.

D4A4-5. Alcanzar alianzas estratégicas con empresas privadas de turismo en la zona para la difusión y venta del producto turístico.

D5-6A6. Brindar capacitaciones en temáticas relacionadas con gastronomía, hotelería y turismo. Así como el uso de herramientas tecnológicas, dirigido a los actores que se vean interesados en integrar la oferta turística y que pertenezcan a la comunidad “San Nicolás”.

DA



COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La comprobación de la hipótesis se interpreta mediante el valor de significación asintótica (bilateral) de chi cuadrado de Pearson, en este caso resultó un valor menor a 0,05 (0,000) esto muestra el rechazo de la independencia entre variables, lo cual indica que existe relación entre las frecuencias observadas y las esperadas (variable independiente y dependiente), en este sentido se comprueba la afirmación de la hipótesis:

H1: Las potencialidades turísticas del Centro de Arte "San Nicolás", generan un producto turístico en el cantón Pujilí.

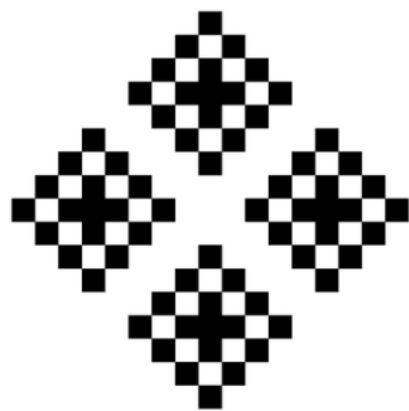
Pruebas de chi-cuadrado						
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	27,857 ^a	3	,000	,000		
Razón de verosimilitud	28,272	3	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher	28,319			,000		
Asociación lineal por lineal	9,529 ^b	1	,002	,002	,001	,000
N de casos válidos	936					

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 41,28.
b. El estadístico estandarizado es -3,087.





CAPÍTULO IV
Propuesta



Centro Cultural Juigua
Cultura Comunitaria Viva "San Nicolás - Ecuador"

“Kaspi: Arte y Vida (full day)”

Recorrido al aire libre de disfrute familiar, visita de huertas, deliciosa gastronomía, museo de arte y circuito deportivo.

Laberintos y mucho más...



PVP=\$40,40

Itinerario “Kaspi: Arte y Vida (2 días 1 noche)”

Recorrido al aire libre para escuelas y colegios, visita de huertas, museo de arte, circuito deportivo y talleres de pintura

Laberintos, camping, fogata y mucho más...



PVP=\$69,40

“Kaspi: Arte y educación”

Recorrido al aire libre para escuelas y colegios, visita de huertas, museo de arte, circuito deportivo y talleres de pintura.

Laberintos y mucho más...



PVP=\$19,40

“Kaspi: Arte y Espíritu”



Retiros espirituales al aire libre, museos y talleres de pintura religiosa. Campamento, eucaristías y espacios de meditación.

Laberintos, fogata y deliciosa gastronomía.



PVP=\$71,40







CONCLUSIONES

- El Centro de Arte “San Nicolás” se ha mantenido inactivo durante 3 años, su contenido artístico y su ubicación en un espacio natural, generó la necesidad de evaluar su potencial turístico con la intención de ofrecer el disfrute de estos, a visitantes de todas las edades con el fin de generar un desarrollo económico local y fortalecer la identidad a través de la valoración y aprovechamiento de los recursos que puedan convertirse en atractivos.
- Las variables Potencial y Producto Turístico se han sustentado teóricamente, pues para el entendimiento del estudio del potencial turístico, principalmente se analizaron los procedimientos de la planificación en el espacio turístico y los elementos que conforman el estudio del potencial, por otra parte, el sistema turístico planteado por Varisco & Benseny, en dónde la interacción de la demanda, oferta, infraestructura, superestructura y comunidad receptora son el pilar para estructurar un producto turístico funcional.
- La identificación de vocaciones turísticas resultó en que el Centro de Arte “San Nicolás es un atractivo complementario que puede agregarse al proyecto sin estructura turística titulado “Centro Cultural Juigua”. Existe la intención de realizar turismo en la comunidad, y este estudio identificó exitosamente 9 recursos (entre ellos el centro de arte), se descartó 1 recurso de jerarquía II (termas de aluchán) y se estructuraron más de 10 actividades en el aprovechamiento de 8 atractivos (antes recursos). La comunidad de San Nicolás se convirtió en el objeto de estudio para identificar las características de la demanda, en donde las principales motivaciones de viaje son: la interacción con la naturaleza y el arte y cultura, entre las actividades preferidas están: la degustación gastronómica, visita de galerías de arte y museos, y recorridos interpretativos. Resulta favorable la aceptación del turismo rural y el glamping como forma de alojamiento por parte de los encuestados, sin embargo los paquetes aún no incluyen este servicio debido a que las estructuras de glamping aún no se encuentran equipadas. Se evidenció que uno de los problemas que afecta al ecosistema natural es la falta de agua de regadío, esto representa una limitación significativa en la preservación de las huertas y jardín botánico bíblico (recursos naturales con potencial identificados)
- Se han generado 4 paquetes turísticos: “Kaspi: Arte y Vida (full day)”, “Kaspi: Arte y Vida (2 días 1 noche)”, Itinerario. “Kaspi: Arte y educación” (Excursión para instituciones educativas (primaria y secundaria), Kaspi: Arte y Espíritu (2 días 1 noche) (Retiro espiritual católico), con precios desde \$9.41 hasta los \$71,34, definidos bajo la identificación de costos variables y costos fijos, margen de utilidad del 30%, los precios de venta al público incluyen todos los servicios incluidos. Para la difusión del producto se diseñó una identidad de marca a través de un logotipo, isotipo y slogan, además se ha entregado a la comunidad un archivo fotográfico y un video promocional para su difusión en redes sociales (Anexo 13).



RECOMENDACIONES

- Gestionar el producto bajo los enfoques de turismo sostenible, estos se encuentran en la fundamentación teórica.
- Se recomienda mantener conversatorios entre los miembros de la comunidad para motivar la participación en la actividad turística, así como también generar mesas de trabajo y directivas para distribuir responsabilidades y aportar soluciones a beneficio del proyecto de turismo comunitario "Centro Cultural Juigua".
- Planificar procesos de mantenimiento preventivo en las estructuras y equipo de seguridad del circuito deportivo del Centro de Formación Integral San Nicolás y realizar retroalimentaciones del servicio mediante encuestas de satisfacción a los clientes.
- Se recomienda y motiva a la comunidad científica a vincular futuras investigaciones proyecto de turismo comunitario del Centro Cultural Juigua, especialmente en el ámbito turístico, económico, y de sistemas de agua regadío (problema que afecta agricultura del lugar); de igual manera, se sugiere generar proyectos de vinculación con la sociedad para institutos y universidades, en beneficio del Centro Cultural Juigua y los habitantes de la comunidad de San Nicolás de Juigua.

