



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

### **CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

#### **MODALIDAD PRESENCIAL**

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención  
del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería.**

#### **TEMA:**

---

**“NIVEL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LAS FIESTAS DEL  
PRÍNCIPE SAN MIGUEL DEL CANTÓN SALCEDO COMO PARTE DE  
LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE  
COTOPAXI”**

---

**AUTORA:** Jácome Galarza Jéssica Patricia

**TUTORA:** Lcda. Mg. Gaviño Ortíz Noemy Hortencia

**Ambato – Ecuador**

**2015**

# **APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

## **CERTIFICA:**

Yo, Lcda. Mg. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz con CC: 1712434412 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema:

**“NIVEL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LAS FIESTAS DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL DEL CANTÓN SALCEDO COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, desarrollado por la Srta. Jéssica Patricia Jácome Galarza estudiante de Licenciatura en Ciencias Humanas y de la Educación, Mención Turismo y Hotelería considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

---

**TUTORA**

**Lcda. Mg. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz**

**CC. 1712434412**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basando en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autora.

---

**Jácome Galarza Jéssica Patricia**

**CC. 050380432-0**

**AUTORA**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORA**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“NIVEL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LAS FIESTAS DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL DEL CANTÓN SALCEDO COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autora y no se utilice con fines de lucro.

---

**Jácome Galarza Jéssica Patricia**

**CC. 050380432-0**

**AUTORA**

## **AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La Comisión de estudio y calificación del Informe de Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema:

**“NIVEL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LAS FIESTAS DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL DEL CANTÓN SALCEDO COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Presentada por la Srta. **Jácome Galarza Jéssica Patricia**, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principio básicos, técnicos y científicos de investigación reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

### **LA COMISIÓN**

.....

**Lcda. Mg. Carmen Vaca**

.....

**Ing. Mg. María Fernanda Viteri**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo investigativo lo dedico a mi inolvidable hermana Evelyn que su pérdida ha sido mi más grande dolor, y se que en el cielo junto a Dios me bendice en todos mis logros, y que en mi corazón siempre vivirá y será mi fuerza para seguir luchando y alcanzando mis metas.

A mis queridos padres que su esfuerzo lucha y perseverancia, son ahora recompensados, que todos los sacrificios tienen grandes frutos, los amo y doy gracias porque aun puedo contar con ellos, y con el tiempo poder brindarles mi ayuda incondicional.

A mi amigo, enamorado y confidente Ricardo que ha sido mi guía para culminar esta primera etapa profesional, que con su paciencia y amor ha sabido ayudarme y aconsejarme en momentos que creía no tener solución.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato y los profesores que con sus capacidades han preparado a los estudiantes con conocimientos técnicos que puedan ayudar en el ámbito profesional.

A mis tutores que con su experiencia y paciencia me han guiado en esta última etapa de mi vida universitaria, y así poder obtener resultados gratificantes.

A las autoridades que conforman el GAD municipal, su ayuda ha sido esencial para la construcción de mi tesis, por su gran información valedera, y conocimientos históricos de gran valor cultural.

Y por último a una persona importante como el pontífice Padre Vaca quien ha aceptado mi tema como ayuda en la participación de las fiestas del Príncipe San Miguel.

Gracias.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN .....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORA .....	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN: .	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I .....	3
EL PROBLEMA .....	3
1.1 Tema de investigación.....	3
1.2 Planteamiento del problema .....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	6
1.2.4 Formulación del problema .....	6
1.2.5 Preguntas directrices .....	7
1.2.6 Delimitación de la investigación .....	7
1.2.6.1 Delimitación del contenido .....	7
1.2.6.2 Delimitación espacial .....	7
1.2.6.3 Delimitación temporal.....	7
1.3 Justificación.....	8
1.4 Objetivos .....	9
1.4.1 General .....	9
1.4.2 Específicos .....	9



<b>CAPÍTULO II</b> .....	10
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1 Antecedentes Investigativos.....	10
2.2 Fundamentación Filosófica .....	12
2.3 Fundamentación Legal .....	13
2.4 Categorías fundamentales .....	16
2.5 Subordinación variable independiente .....	17
2.6 Subordinación variable dependiente .....	18
2.6.1 Fundamentación teórica de la Variable Independiente .....	19
2.6.2.1 Subordinación de la Variable Dependiente .....	30
2.7 Hipótesis.....	32
2.8 Señalamiento de Variables.....	32
<b>CAPÍTULO III</b> .....	33
<b>METODOLOGÍA</b> .....	33
3.1 Enfoque .....	33
3.2 Modalidad Básica de la Investigación.....	33
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	34
3.4 Población y Muestra.....	34
3.4.1 Población.....	34
3.4.2 Muestra.....	35
3.5 Operacionalización de Variables.....	37
3.5.1 Variable Independiente: Posicionamiento Turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel .....	37
3.5.2 Variable Dependiente: Oferta Turística Cultural .....	38
3.6 Plan de Recolección de Información.....	39
3.7 Plan de Procesamiento y Análisis .....	40
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	41
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	41

4.1 Análisis de resultados.....	41
4.2 Análisis cuantitativo.....	41
Desarrollo de la Encuesta.....	46
4.3 Verificación de la Hipótesis.....	63
4.3.1 Planteamiento de la Hipótesis.....	63
4.3.2 Selección del nivel de significación.....	63
4.3.3 Descripción de la Población.....	63
4.3.4 Especificación del estadístico.....	64
4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	64
4.2.6 Calculo de los Estadísticos.....	66
4.2.7 Cálculo del Chi cuadrado.....	66
4.2.8 Toma de Decisión.....	67
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>68</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>68</b>
5.1 Conclusiones.....	68
5.2 Recomendaciones.....	69
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>70</b>
<b>LA PROPUESTA.....</b>	<b>70</b>
6.1 Datos informativos.....	70
6.1.1 Tema de la propuesta.....	70
6.1.2 Entidades Ejecutoras.....	70
6.1.3 Beneficiarios.....	70
6.1.4 Ubicación.....	70
6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución de la propuesta.....	71
6.1.6 Costo.....	71
6.1.7 Sector y tipo del proyecto.....	71
6.1.8 Responsables.....	72

6.2 Antecedentes .....	72
6.3 Justificación.....	72
6.4 Objetivos .....	73
6.4.1 General .....	73
6.4.2 Específicos .....	73
6.5 Análisis de Factibilidad.....	74
6.5.1 Factibilidad técnica .....	74
6.5.2 Factibilidad Económica.....	74
6.5.3 Análisis de impacto ambiental .....	75
6.5.4 Factibilidad Legal.....	75
6.6 Fundamentación .....	76
6.6.1 Fundamentación Teórica.....	76
6.7 Metodología .....	78
6.7.1 Modelo Operativo .....	78
6.8 Desarrollo de la Propuesta.....	80
6.8.1 Análisis del perfil de los turistas en las fiestas del Príncipe San Miguel .....	80
6.8.2 Análisis FODA.....	82
6.8.3 Análisis y formulación de las estrategias .....	88
6.8.5 Administración.....	101
6.8.5.2 Recursos Materiales .....	101
6.8.6 Cronograma.....	102
<b>Bibliografía</b> .....	103
<b>Anexos</b> .....	105

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Población.....	34
<b>Tabla 2.</b> Operacionalización Variable Independiente. ....	37
<b>Tabla 3.</b> Operacionalización Variable Dependiente.....	38
<b>Tabla 4.</b> Plan de Recolección de Información.....	39
<b>Tabla 5.</b> Rango de edad de turistas que visitan el cantón Salcedo .....	41
<b>Tabla 6.</b> Nivel de Escolaridad de turistas del cantón Salcedo .....	42
<b>Tabla 7.</b> Ocupación de turistas del cantón Salcedo .....	43
<b>Tabla 8.</b> Lugar de Procedencia de turistas del cantón Salcedo.....	45
<b>Tabla 9.</b> Fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo .....	46
<b>Tabla 10.</b> Medios Publicitarios de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	48
<b>Tabla 11.</b> Participación en la fiesta del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	49
<b>Tabla 12.</b> Mejorar la publicidad para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo .....	50
<b>Tabla 13.</b> Información turística-cultural de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo .....	51
<b>Tabla 14.</b> Actividades extras además de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo .....	52
<b>Tabla 15.</b> Motivos para conocer el cantón Salcedo .....	53
<b>Tabla 16.</b> Como realizan turismo las personas.....	54
<b>Tabla 17.</b> Calificación que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo .....	55
<b>Tabla 18.</b> Aspectos relacionados con las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo ..	56
<b>Tabla 19.</b> Entrevista.....	57
<b>Tabla 20.</b> Descripción de la Población.....	63
<b>Tabla 21.</b> Frecuencias Observadas .....	64
<b>Tabla 22.</b> Frecuencias Esperadas.....	64
<b>Tabla 23.</b> Grado de Libertad.....	65
<b>Tabla 24.</b> Chi cuadrado esperado .....	66
<b>Tabla 25.</b> Sector y tipo del proyecto.....	71
<b>Tabla 26.</b> Factibilidad Económica. ....	74
<b>Tabla 27.</b> Modelo Operativo .....	79
<b>Tabla 28.</b> Fase 2 <sup>da</sup> , realización del FODA.....	82
<b>Tabla 29.</b> Matriz de relación FA. ....	83
<b>Tabla 30.</b> Matriz de relación DA.....	84
<b>Tabla 31.</b> Matriz de relación DO.....	85
<b>Tabla 32.</b> Matriz de relación FO. ....	86
<b>Tabla 33.</b> Matriz FODA .....	87
<b>Tabla 34.</b> Estrategia FO, Promocionar las fiestas del príncipe San Miguel mediante medios de comunicación. ....	88
<b>Tabla 35.</b> Estrategia FO, Elaborar una guía turística para los visitantes en las fiestas del príncipe San Miguel. ....	89

<b>Tabla 36.</b> Estrategia DO, Promocionar mediante paquetes turísticos a las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi. ....	89
<b>Tabla 37.</b> Estrategia DO, Difundir mediante vallas publicitarias, con información acerca de la fiesta. ....	90
<b>Tabla 38.</b> Estrategia FA, Promocionar mediante artículos publicitarios, durante las fiestas del Príncipe San Miguel. ....	91
<b>Tabla 39.</b> Estrategia FA, Promocionar mediante flyers, dentro de la provincia de Cotopaxi. ...	91
<b>Tabla 40.</b> Paquetes cotizados con TV color canal 36. ....	92
<b>Tabla 41.</b> Paquetes cotizados con Cotopaxi TV canal 17. ....	93
<b>Tabla 42.</b> Presupuesto de estrategias de promoción y ventas. ....	99
<b>Tabla 43.</b> Cronograma de actividades. ....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Árbol de Problemas.....	5
<b>Gráfico 2.</b> Categorías Fundamentales.....	14
<b>Gráfico 3.</b> Subordinación Variable Independiente.....	15
<b>Gráfico 4.</b> Subordinación Variable Dependiente.....	16
<b>Gráfico 5.</b> Rango de edad de turistas que visitan el cantón Salcedo.....	40
<b>Gráfico 6.</b> Nivel de escolaridad de turistas del cantón salcedo.....	41
<b>Gráfico 7.</b> Ocupación de turistas del cantón Salcedo.....	43
<b>Gráfico 8.</b> Lugar de procedencia de turistas del cantón Salcedo.....	44
<b>Gráfico 9.</b> Fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	46
<b>Gráfico 10.</b> Medios publicitarios de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	47
<b>Gráfico 11.</b> Participación en la fiesta del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	48
<b>Gráfico 12.</b> Mejorar la publicidad para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	49
<b>Gráfico 13.</b> Información turística cultural de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	50
<b>Gráfico 14.</b> Actividades extras además de las fiestas del príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	51
<b>Gráfico 15.</b> Motivos para conocer el cantón Salcedo.....	52
<b>Gráfico 16.</b> Como realizan turismo las personas.....	53
<b>Gráfico 17.</b> Calificación que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo.....	54
<b>Gráfico 18.</b> Aspectos relacionados con las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.....	55
<b>Gráfico 19.</b> Representación gráfica de las regiones.....	65
<b>Gráfico 20.</b> Mapa de la provincia de Cotopaxi.....	71
<b>Gráfico 21.</b> Instalaciones de televisión.....	94
<b>Gráfico 22.</b> Instalaciones de radio.....	95
<b>Gráfico 23.</b> Ejemplo en el diario la Hora.....	95
<b>Gráfico 24.</b> Ejemplo en el diario La Gaceta.....	96
<b>Gráfico 25.</b> Guía turística.....	96
<b>Gráfico 26.</b> Paquete turístico.....	97
<b>Gráfico 27.</b> Valla Publicitaria.....	98

<b>Gráfico 28.</b> Artículos de Publicidad.....	99
<b>Gráfico 29.</b> Flyer.....	100

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**Tema:** “NIVEL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LAS FIESTAS DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL DEL CANTÓN SALCEDO COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

**Autora:** Jácome Galarza Jessica Patricia

**Tutora:** Lcda. Mg. Gaviño Ortíz Noemy Hortencia

**Resumen**

El trabajo investigativo se realizó en el cantón Salcedo ya que se deseaba conocer la realidad actual de las fiestas en honor al Príncipe San Miguel, y saber el problema fundamental que se ha generado en la festividad y no sea conocida en la provincia de Cotopaxi, gracias a la investigación dar solución para que exista mayor concurrencia turística, y con este hecho el cantón mejore económicamente, por tanto este análisis se puede dar a entender que es necesario el aporte para el sector. La idea es que Salcedo sea un territorio turístico potencial, que además de ser popular por la gastronomía que son los helados y hornado, también sea en lo tradicional es decir por las fiestas del Príncipe San Miguel, ya que la celebración es muy representativa en el cantón, y por tal motivo es denominado como San Miguel de Salcedo, pero la poca difusión y mala organización ha ocasionado que la fiesta no sea popular entre los cotopaxenses, y por ende Salcedo no sea concurrido entre la población; con el fin de dar a conocer las fiestas, se elaboró un plan de marketing promocional para así posicionar a las fiestas dentro del cantón Cotopaxi, a través de un análisis FODA y la situación actual que presenta la festividad, y con esto encontrar los mejores medios de comunicación para transmitir y así dar a notar la celebración, con información creíble sobre el tema.

**Palabras claves:** investigación, tradicional, gastronomía, plan de marketing, medios de comunicación.



## **INTRODUCCIÓN**

El trabajo de investigación se enfoca al “Nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi”, lo cual se destaca la realización de un proyecto comprendido en seis capítulos que se mencionan a continuación con su respectivo contenido:

### **Capítulo I**

Se enfoca en la problemática que se ha encontrado en el cantón Salcedo a la poca afluencia turística en las fiestas del Príncipe San Miguel; analizando el mismo por medio del planteamiento del problema, la contextualización, el análisis crítico por medio de un árbol de problemas, la prognosis, la delimitación de la investigación, justificación y planteando objetivos general y específicos respectivamente.

### **Capítulo II**

Se compone del marco teórico, el cual menciona los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica; la fundamentación axiológica y fundamentación legal; fundamentos investigativos científicos, explicaciones y análisis de diferentes autores que hablan a cerca de las dos variables y la hipótesis.

### **Capítulo III**

Se encuentra la explicación del tipo de metodología que se utilizará para el análisis y estudio del problema, la operacionalización de variables, las técnicas e instrumentos para recolección, procesamiento y análisis de los datos y resultados.

## **Capítulo IV**

Se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a la población investigada.

## **Capítulo V**

Consta de las conclusiones y recomendaciones que se ha planteado en la investigación, las mismas que conducen a la propuesta.

## **Capítulo VI**

Consiste en la propuesta como una “estrategia del plan de marketing para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel de la provincia de Cotopaxi” además se añade la bibliografía de donde se ha obtenido información científica y finalmente los anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Tema de investigación**

“Nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi”

#### **1.2 Planteamiento del problema**

##### **1.2.1 Contextualización**

**Ecuador** en la última década indudablemente en materia turística ha ido demostrando un crecimiento, que actualmente se ha visualizado de manera ponderada gracias al apoyo por parte de la cartera de Estado pertinente, además por la cosmovisión y diversidad regional, ancestral y cultural que conserva el país, turísticamente se ubicó como la tercera fuente de ingresos no petroleros al primer semestre del año pasado, meta alcanzada a través de proyectos turísticos sostenibles y sustentables en total armonía con la naturaleza.

El Ministerio de Turismo (MINTUR, 2008) en el presente ejecuta un plan que abarca estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional acerca de los recursos y potencial turístico que poseen otros lugares a más de los frecuentemente visitados y conocidos, con el objetivo de buscar el incremento de presencia de excursionistas a estos sitios y dar valor agregado a los servicios turísticos del Ecuador.

De este modo alcanzar los objetivos trazados por el MINTUR y a la vez fortalecer la aptitud a nivel de profesionales que laboran en el turismo y calidad empresarial, para tener un sistema de administración procesal, lo cual permita un mejor servicio a nivel de destino. En cuanto a la oferta turística cultural se menciona que juega un papel importante en el territorio, y con ello se da a conocer el rico patrimonio cultural que comparten las diversas regiones y puedan ser apreciados por todos, de esta manera innegablemente se gestiona el verdadero potencial turístico.

Además se han buscado alternativas y nuevas promociones turísticas que hicieran viable el incremento al turismo, ya que esta actividad se ha convertido en un ingreso económico representativo para diversas provincias, que a la vez los sectores públicos y privados permanecen trabajando para el progreso de los sectores involucrados.

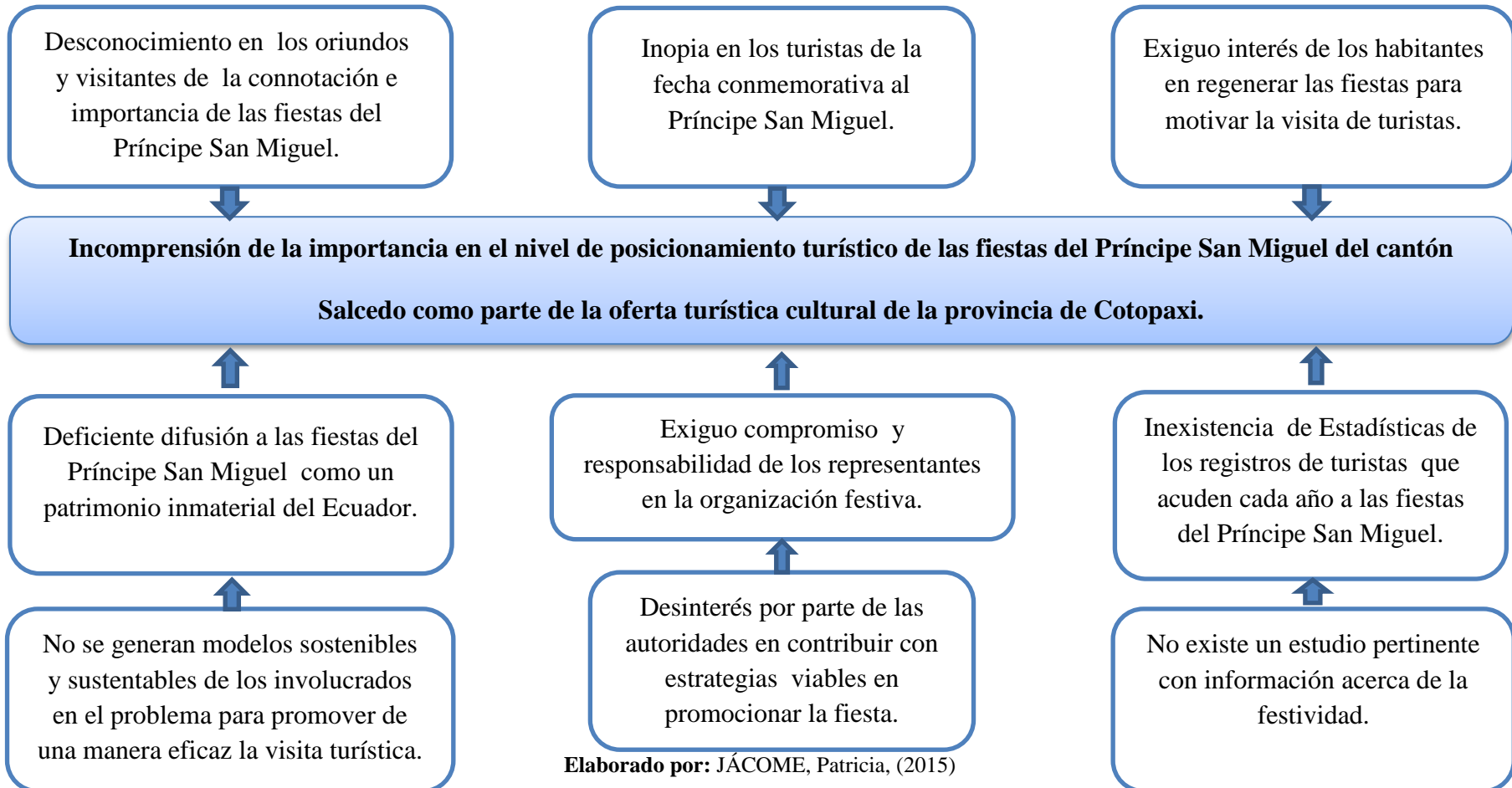
**Cotopaxi** provincia que fue ampliando su fuente turística, se dio a conocer por su peculiar arte, tradición y costumbres, además de los paisajes encantadores e incomparables, la cultura que emana cada cantón en los últimos tiempos se ha convertido en un interesante destino turístico que acrecienta el número de adeptos a estas fiestas únicas; danza y música hace que resalten los valores culturales tanto a nivel nacional como internacional, y con esto se halla posicionada entre los mejores lugares a visitar en Ecuador, que han sido merecedoras de ser acreditadas como verdadera riqueza patrimonial. Como ejemplo la “Mama Negra” en Latacunga y el “Danzante o Corpus Cristi” Pujilí.

**Salcedo** goza de muchos sitios interesantes como; zonas naturales, lugares históricos, fiestas, gastronomía típica, artesanías, folklore, infraestructura hotelera, monumentales haciendas que esconden en los muros secretos con el paso del tiempo, sin embargo estos seductores destinos no alcanzan al número de visitantes anhelado.

La representación cultural más relevante que tiene Salcedo es la Fiesta al Patrono San Miguel Arcángel, la cual si bien es cierto es concurrida pero no en mayor connotación como debería ser una festividad que refleja el verdadero valor cultural de un cantón, y esto es debido a la falta de gestiones que consoliden esta actividad lo cual genera que no exista un posicionamiento turístico que dé a conocer este valor cultural.

## Árbol de Problemas

Gráfico 1. Árbol de Problemas



### **1.2.2 Análisis Crítico**

En varios cantones de la provincia, Cotopaxi y el resto del territorio nacional coexisten muchas tradiciones y fiestas que son desconocidas por falta de propagación a las mismas, el cantón Salcedo conserva la fiesta en honor al Príncipe San Miguel la cual lamentablemente es ignorada por muchos, por tal razón el desoír de esta fiesta produce que esta tradición parte de la cultura de Salcedo no alcance el posicionamiento turístico anhelado; por lo planteado la investigación considera que el problema es originado por varios factores tales como: olvidar el verdadero significado de la fiesta al Príncipe San Miguel, desconocer el origen histórico del cantón Salcedo, despreocupación por parte de las autoridades en ofertar y dar a conocer esta celebración para el desarrollo turístico del sector, lo cual ocasiona falta de interés en los moradores, otro motivo que genera la problemática es no reconocer por los oriundos e invitados que esta fiesta tiene carácter de patrimonio cultural intangible y merece se le otorgue la importancia de la misma connotación.

### **1.2.3 Prognosis**

Debido a la escasa información hacia el problema y sin una manera responsable y comprometida a la realización del trabajo investigativo, sería imposible establecer la oferta turística cultural del cantón Salcedo dentro de la provincia de Cotopaxi, lo que afectaría en la afluencia de visitantes a la celebración de la fiesta del Príncipe San Miguel y consecuentemente perjudicaría en la economía del sector al no integrar el nivel de posicionamiento turístico, no aportaría para considerar a la festividad como patrimonio cultural intangible de la Humanidad.

### **1.2.4 Formulación del problema**

¿Cómo incide el nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi?

### **1.2.5 Preguntas directrices**

- ¿Existe un estudio que identifique los aspectos en las fiestas del Príncipe San Miguel?
- ¿Cuál es la realidad de las fiestas del Príncipe San Miguel?
- ¿Qué alternativas de solución se presentan ante la problemática identificada?

### **1.2.6 Delimitación de la investigación**

#### **1.2.6.1 Delimitación del contenido**

- **Campo:** Turismo
- **Área:** Turismo cultural- religioso
- **Aspecto:** Nivel de posicionamiento turístico- fiestas religiosas

#### **1.2.6.2 Delimitación espacial**

- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** Salcedo
- **Parroquia:** San Miguel.

#### **1.2.6.3 Delimitación temporal**

El proceso de investigación se llevó a efecto durante los meses de Marzo-Septiembre 2015.

### 1.3 Justificación

La investigación por las cualidades y características que posee, aporta a las herramientas necesarias para detectar la problemática y así dar un verdadero **interés** por resolverlo, ofertando turísticamente al cantón Salcedo para el desarrollo económico de la comunidad, proyectando un ambiente de fe dentro y fuera del sector siendo los moradores responsables de motivar a los turistas, observando y viviendo con respeto la festividad en honor al Príncipe San Miguel.

El **impacto** de manera segura es positivo, empezando que el cantón Salcedo es atrayente por su gastronomía como es el hornado y los helados de sabores, es por eso que se quiere evidenciar aún más siendo reconocida por la fiesta en honor al Príncipe San Miguel, y así cause incremento en el número de demandantes anualmente, tomando a los habitantes como responsables de prevalecer esta fiesta.

El trabajo investigativo es **factible** de realizar, puesto que existe la cooperación de ciudadanos y autoridades de Salcedo y lo abala aún más por la disponibilidad de tiempo, recurso humano, económico, tecnológico y bibliográfico, permitiendo realizar el estudio de manera efectiva.

Por la **relevancia social y cultural** que tiene la investigación, su ejecución indudablemente permitirá que los beneficiarios directos sean todo el conglomerado local y en definitiva la sociedad en general.

Salcedo como cantón rico en cultura y tradición tiene disponibilidad de recursos para los turistas, calidad en la estadía. Por tal razón se quiere lucir e invitar a la ciudadanía a formar parte de la herencia religiosa cultural.



## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 General**

- Determinar el nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi, y promover las fiestas dentro del mercado turístico de la zona.

### **1.4.2 Específicos**

- Identificar aspectos relacionados a la estructura de la festividad en honor al Príncipe San Miguel.
- Analizar la realidad actual de las fiestas del Príncipe San Miguel, para efecto del posicionamiento de la oferta turística cultural.
- Considerar una alternativa que permita el posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes Investigativos

Se analizaron las fuentes de información que reposan en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Universidad Técnica de Ambato y se encontraron tres investigaciones que tienen relación directa con el tema de estudio, por lo que se toman en cuenta las conclusiones más relevantes de cada una de estas, así:

**Tema:** “La difusión de documentación histórica y su incidencia en el desarrollo del turismo religioso de las fiestas en honor al Príncipe San Miguel en la parroquia matriz, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi”.

**Autora:** Villacís Soria Mónica Patricia

**Institución:** Universidad Técnica de Ambato

**Periodo:** 2011

**Título:** Lcda. Turismo y Hotelería

#### **Conclusiones:**

- Efectivamente la fiesta en honor al Príncipe San Miguel representa un motivo importante para conseguir el desplazamiento anual de turistas tanto internos como externos, por lo tanto esta fiesta es considerada la mayor del cantón, pese a lo dicho con anterioridad la difusión de la misma sigue siendo escasa.

- El apoyo que los medios de comunicación locales han venido brindando cada año para la difusión de la fiesta en honor al Príncipe San Miguel, ha contribuido de manera positiva, pero resulta un tanto insuficientes. (Villacis, 2011, pág. 85).

Gracias a este aporte investigativo el estudio se pudo realizar a profundidad, con la difusión de la documentación histórica del Príncipe San Miguel como uno de los principales antecedentes investigativos para explorar a fondo sobre el tema y obtener beneficios entre la comunidad del sector salcedence,

**Tema:** “Las fiestas religiosas de la parroquia Pelileo grande y su importancia para el desarrollo turístico del cantón Pelileo durante el período Noviembre 2008 - Abril 2009”.

**Autora:** Heliana Abigail Aucapiña Pillapa

**Institución:** Universidad Técnica de Ambato

**Periodo:** Noviembre 2008 – Abril 2009

**Título:** Lcda. Turismo y Hotelería.

**Conclusión:**

- Mediante la investigación realizada, determina que las fiestas religiosas de la parroquia Pelileo Grande, son importantes para el desarrollo turístico del cantón Pelileo, ya que el visitante se enlaza con un medio natural, cultural y tradicional donde puede apreciar todas las manifestaciones culturales que hacen de este un país multicultural. (Aucapiña, 2008, pág. 52).

Es sin duda de vital importancia contar con la información necesaria, que respalde a la fiesta que se celebra en honor al Príncipe San Miguel, puesto que dependerá en gran parte la afluencia y el desarrollo turístico de la parroquia del cantón Salcedo, donde se lleva a cabo la misma, de esta manera se brindaría al turista información interesante que podría contribuir con el rescate de la identidad cultural característica del cantón o simplemente apoyar la preservación de la ya existente.

**Tema:** “La difusión turística de la fiesta del Corpus Cristi y su incidencia en la afluencia de visitantes a la parroquia de San Andrés del cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua”.

**Autora:** Constante Robayo Diana Carolina

**Institución:** Universidad Técnica de Ambato

**Periodo:** 2011

**Título:** Lcda. Turismo y Hotelería.

**Conclusiones:**

- Con la investigación realizada se determina que mediante un proceso efectivo de difusión turística se puede lograr una mayor afluencia de turistas, ya que es indispensable dar a conocer la riqueza cultural que nuestros pueblos poseen y también se obtendría un aporte positivo con la comunidad, con esto se logrará un intercambio cultural de las diferentes poblaciones involucradas en estos eventos.
- Es importante involucrarse en eventos propios de una comunidad ya que aún se puede notar que existen costumbres únicas que aún conservan, también aprender paso a paso el desarrollo de la ceremonia y la importancia y el significado que para ellos tiene este evento. (Constante, 2011, págs. 70-71).

Posterior al análisis de los antecedentes investigativos, citados en los párrafos anteriores se identificó que la fiesta en honor al Príncipe San Miguel es un acontecimiento que motiva la visita de turistas al cantón Salcedo. Además de destacar la importancia que tiene la fiesta para el aporte cultural de los habitantes del cantón.

## **2.2 Fundamentación Filosófica**

La investigación está enmarcada en un paradigma de carácter crítico-propositivo porque razona una realidad turístico-social, y propone una alternativa para el turismo local del cantón Salcedo.

Como parte del desarrollo investigativo se consideran aspectos sociales y culturales ya que la actividad turística en las fiestas del Príncipe San Miguel tiene importancia directa para los habitantes de la zona.

### **2.3 Fundamentación Legal**

La investigación como uno de los enfoques principales se encuentra la fundamentación legal en el cual consta de los siguientes artículos con estricto direccionamiento al tema investigativo:

#### **Constitución Política del Ecuador**

Decreto Legislativo 0. Registro Oficial 449 de 20 de Octubre 2008. Última Modificación el 13 de Julio 2011. Constitución de la República del Ecuador. Estado Vigente.

#### **Sección Cuarta**

#### **Cultura y Ciencia**

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

**Art. 23.-** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales de ejercerá sin más limitaciones que las que establece la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

## **Sección Octava**

### **Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales**

**Art. 387.-** Será responsabilidad del Estado:

2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kausay.

3. Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos científicos y tecnológicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco de lo establecido en la Constitución y la Ley.

4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.

**Art. 388.-** El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. (Asamblea Constituyente, 2011).

## **Ley de Turismo**

Ley No 97. Registro Oficial Suplemento 733 de 27 de Diciembre 2002. Última modificación el 06 de Mayo 2008. Ley de Turismo. Estado vigente.

### **Capítulo I**

#### **Generalidades**

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicar permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- b)** Garantizar el uso racional de los recursos culturales y arqueológicos de la Nación.
- c)** Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- g)** Fomentar e incentivar el turismo interno. (MINTUR, 2008, págs. 1-2).

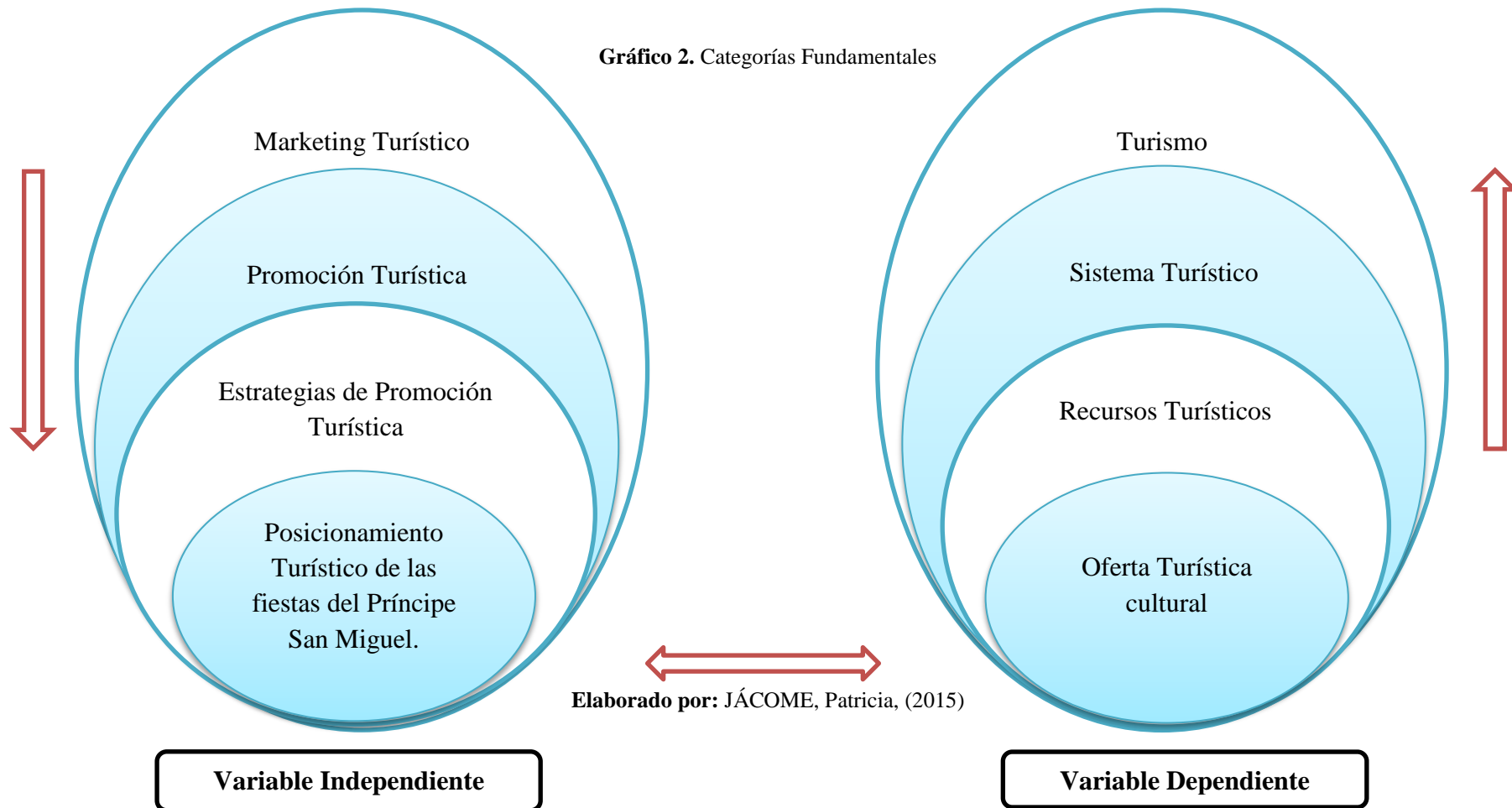
## **Capítulo IV**

### **Del Ministerio de Turismo.**

**Art. 15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

- 7.** Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
- 9.** Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional; (MINTUR, 2008, págs. 3-4).

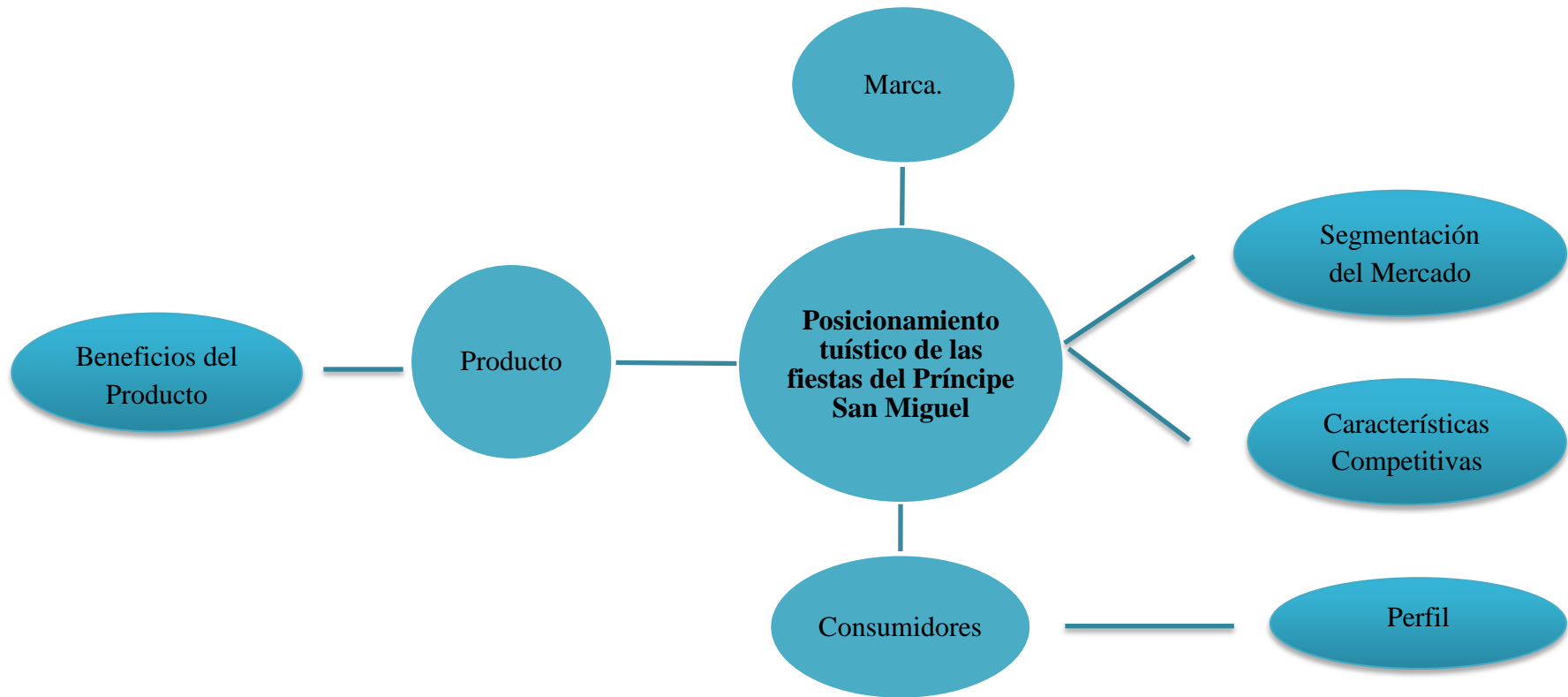
## 2.4 Categorías fundamentales





## 2.5 Subordinación variable independiente

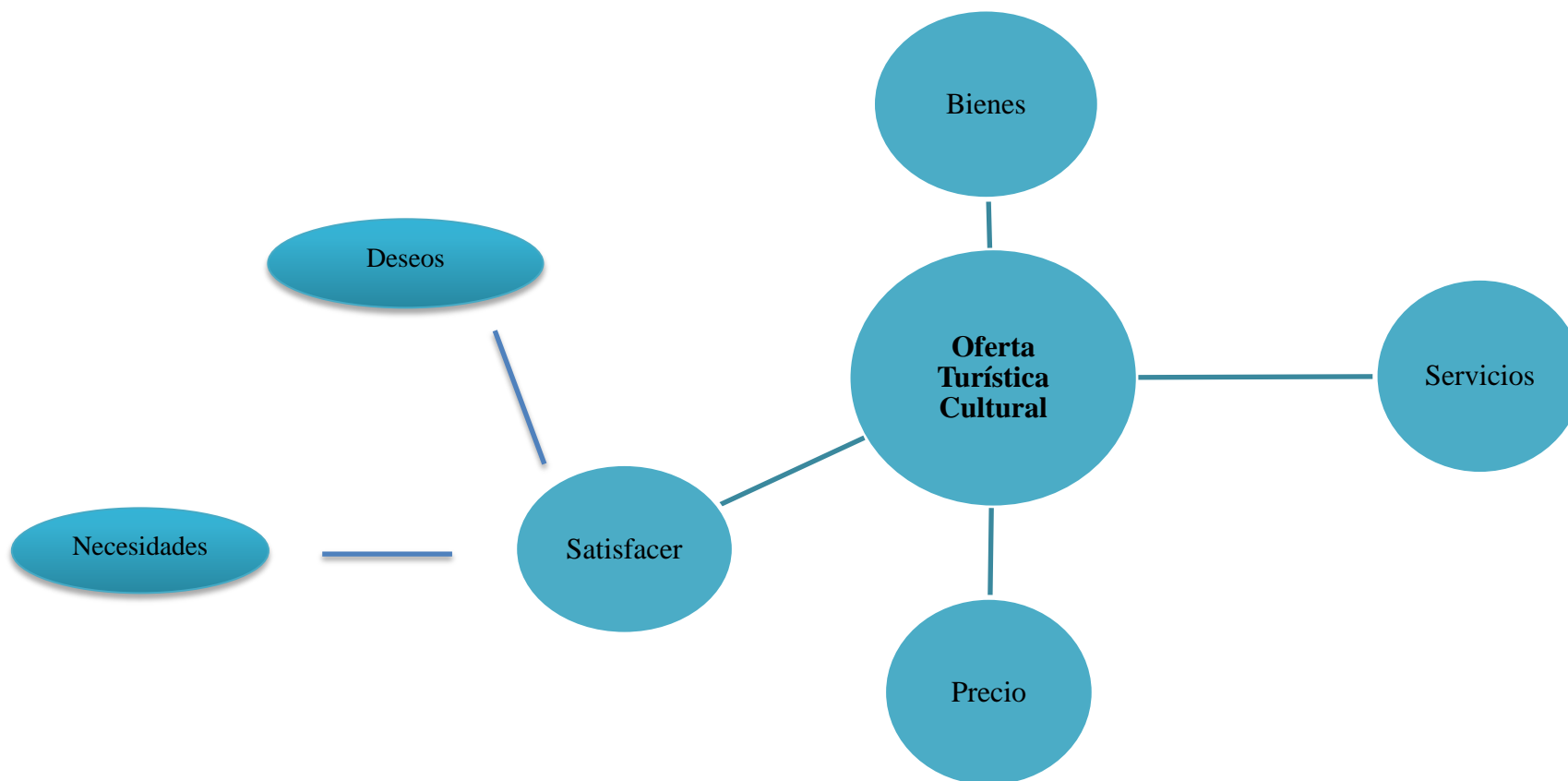
Gráfico3. Subordinación variable independiente.



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015)

## 2.6 Subordinación variable dependiente

Gráfico 4. Subordinación variable dependiente



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

## **2.6.1 Fundamentación teórica de la Variable Independiente**

### **Marketing turístico**

Como un análisis previo el marketing turístico es la satisfacción de las necesidades en los turistas brindando servicios de excelencia y con el tiempo estos se vayan modificando de acuerdo a la demanda turística.

“El marketing turístico es una modalidad dentro del marketing de servicios. El turismo constituye uno de los servicios por excelencia que además, engloba a un conjunto más amplio de servicios” (Vertice, 2008, págs. 3-4).

“El marketing debe tener estrategias de venta de sus productos persiguiendo los siguientes objetivos:

- El producto debe ser intangible.
- Vinculado con el entorno
- La importancia del marketing interno” (Vertice, 2008, págs. 6-7).

El marketing turístico se ha convertido en una de las herramientas más efectivas y de mayor uso en la gestión de un negocio o incluso de un destino turístico. La clave del éxito consiste en identificar que puede ofrecer un destino específico, teniendo en cuenta las tendencias actuales del mercado, o sea, qué busca el turista, que desea conocer, que vivencias, disfrutar sus aspiraciones, sus gustos y preferencias (Ojeda García & Mármol Sinclair, Marketing turístico, 2012, pág. 10).

De tal manera analizando que el marketing es una pieza fundamental en el turismo para generar oportunidades, sensibilizar, motivar, convencer y poner en boca de potenciales usuarios, visitantes o viajeros, se determina que con la realización de un excelente marketing se llegara a que la fiesta del Príncipe San Miguel sea conocido a nivel provincial.

## **Promoción turística**

Como una explicación personal la promoción turística es el destacar un lugar o una tradición como en este caso, para que turistas aprovechen de los beneficios que se da cuando existe una promoción adecuada y responsable hacia los turistas.

La comunicación o promoción es el elemento del marketing-mix vinculado con la comunicación al público objetivo de la existencia de los productos o servicios. Se entiende por mix de comunicación el establecimiento programado de los diferentes instrumentos de la comunicación comercial que una empresa va a utilizar y el grado de cohesión entre ellos. La combinación que otorgue a cada uno de los instrumentos, constituyen su mix promocional. (Ojeda García & Mármol Sinclair, Marketing Turístico, 2012, págs. 97-98).

Juega un papel fundamental la apropiada organización del servicio de información turística. Este servicio va a ser muy importante a la hora del primer contacto del visitante con el destino, y de la realización del mismo, ya que de él puede en ocasiones, depender la fidelización del cliente por la buena imagen y trabajo realizado. (Martínez Ruiz, 2014, pág. 1).

## **Promocionar la idea que siempre se visita al menos dos mundos en Ecuador**

De tal forma de aprovechar el concepto “en donde todo está cerca” y el de la “mega diversidad” del Ecuador como una estrategia comercial importante. Ya sea utilizando una sola motivación principal de producto. (Ejemplo. Turismo Cultural) o utilizando una mezcla de motivaciones, como pueden ser ecoturismo, cultura, urbano y descanso. Lo importante es que se posicione en la mente del visitante que cuando vaya a Ecuador, sea el motivo que sea y la forma que haya elegido, siempre visitará al menos dos mundos.

### **Promoción del compromiso del turismo ecuatoriano con la sostenibilidad:**

En cuanto al Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE), la sostenibilidad debe ser parte del mensaje de comunicación constante, de una forma amena, creíble y relacional con el visitante. Es decir:

**Amena:** sea un concepto próximo, cercano y activo; evitando parecer un concepto académico o científico, o simplemente “verde” y aburrido”

**Creíble:** muestre los esfuerzos de Ecuador por la sostenibilidad aunque aún hayan cosas que no son sostenibilidades en turismo; es decir. Que muestre que se está en el camino de la sostenibilidad y que la industria es consciente de que hay mucho por hacer al respecto. (MINTUR, 2009, pág. 59).

De una manera más clara la investigación realiza un estudio para promocionar al Ecuador, y como un recurso turístico del cantón Salcedo son las fiestas del Príncipe San Miguel ya que es importante para el desarrollo económico de la población y a su vez ayuda como un aporte en las estrategias de promoción para dar a conocer la fiesta en la provincia de Cotopaxi.

### **Estrategias de Promoción Turística.**

Teniendo en cuenta claramente lo que es la promoción, se puede esclarecer que una estrategia es la técnica de como se va realizar la promoción de acuerdo a un estudio turístico hacia las necesidades de los turistas.

“Conectarse con el consumidor es la meta de las estrategias promocionales de relación. Y es una meta que apenas recientemente se aceptó dentro de la industria de la promoción como valiosa y posible de lograr”. (Russell, W.Lane, & Withehill, 2005, pág. 435).

Las estrategias adquieren un papel clave, al servicio de la creación y aplicación de las mejores estrategias de gestión para el logro de los objetivos de las industrias culturales y creativas. La importancia que tiene el visitante cultural hoy, en este tipo de

instituciones, hace necesaria la aplicación de las herramientas de marketing, para satisfacer adecuadamente las necesidades de los mismos, ofreciéndoles productos culturales que se adapten a dichas necesidades. (Cubillo & Blanco, 2014)

### **Estrategia de marketing directo y alternativo, (Relaciones Públicas) RR.PP para turismo.**

En este apartado se establece la estrategia de promoción directa al consumidor final, a los medios, tomando en cuenta las nuevas tecnologías y tendencias, y proponiendo consideraciones para la parte operativa de la siguiente fase.

#### **Estrategia de la marca turística de Ecuador:**

**Mantenimiento de la marca turística de Ecuador:** Existe consenso entre las personas claves, los expertos nacionales e internacionales, el análisis de posicionamiento realizado en la fase 1 de esta consultoría, en que la marca del Ecuador, tiene un buen reconocimiento y notoriedad internacional y que refleja sintéticamente al país turísticamente.

#### **Estrategias de marketing directo y alternativo**

**Promoción y seguimiento activo a través de portales de Internet:** Se recomienda la inclusión del Ecuador en páginas especializadas internacionales, páginas temáticas (por producto), en donde figure el país como líder en esos productos (foros de turismo sostenible, foros de ecoturismo, foros de turismo cultural, en medios de comunicación especializados y generalistas, etc.). (MINTUR, 2009, págs. 60-62).

El realizar estrategias promocionales es fundamental para posicionar un lugar según sus características, es así como el cantón Salcedo se podrá beneficiar gracias a la investigación que se está realizando con la intención de que exista posicionamiento turístico para favorecer a la comunidad salcedence.

## **Posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel.**

Es importante que un destino sea reconocido y para eso debe contar con todos los factores antes mencionados, las fiestas del Príncipe San Miguel es un tema esencial que los habitantes deben tratar de mantener y difundir responsablemente.

Para que un destino o agente tenga éxito debe ser conocido y después disponer de asociaciones positivas con ciertos atributos que le permitan un posicionamiento adecuado. La intensidad de la comunicación potencia el conocimiento, mientras que la favorabilidad y fortaleza de las asociaciones y el carácter único de las mismas favorecen la asociación percibida.

Para el desarrollo de una marca se deben seguir los siguientes pasos:

1. Definir la identidad de marca que parta del análisis de la misión y visión, que incorpore los valores del destino.
2. Posicionamiento de marca
3. Difusión a través de medios tradicionales o nuevos medios, en especial las redes sociales

La marca no puede ser concebida aisladamente sin considerar las marcas rivales. Esa es justamente la razón de ser del posicionamiento. Este concepto se ha ido configurando, inconscientemente, como un proceso secuencial dentro del marketing que culmina en su consideración como elemento central de la estrategia de marketing. No se viene entendiendo solo como un estado, sino como un proceso orientado a conseguir unos objetivos de diferenciación para que el destino sea percibido de modo distinto a su competencia. Ahora bien, mientras que la diferenciación solo pretende elaborar productos diferentes para evitar la competencia, en el posicionamiento se pretende orientar, hacia un punto específico de la mente de los consumidores, la percepción que genera el producto en ellos. Es decir, el posicionamiento del producto llega más lejos que la diferenciación, ya que incorpora un sentido de orientación, en vez de un simple sentido de diferencia. (Flavián & Fandos, 2011, págs. 58-59).

El posicionamiento se construye a partir de tres elementos:

1. Los beneficios que los consumidores esperan del producto
2. La segmentación del mercado para conocer los consumidores que esperan estos beneficios.
3. Las características de los competidores que también pueden facilitar el producto.

El producto turístico debe considerarse como un producto cuyas claves de Marketing están en el posicionamiento y la segmentación bastante alejada esta situación de la real de la mayoría de los productos turísticos.

En efecto, con la etiqueta genérica de “Turismo de masas”, los operadores turísticos de todo tipo han tendido procesos que van precisamente en la dirección contraria: la estandarización y la uniformidad. (De Borja , Casanovas, & Bosch, 2002, págs. 140-141).

### **2.6.1.1 Subordinación de la Variable Independiente**

#### **Marca**

“Es un indicador de los valores de identidad del destino, y su objetivo sería comunicar al turista un estándar de calidad y autenticidad deseado”. (Rodríguez Rodríguez & Martínez Roget, 2009).

#### **Producto**

Es la primera de las variables de marketing-mix. El producto constituye la base de todo el sistema de marketing, por tanto, tener un diseño de producto adecuado es la actividad más importante.

Un producto se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado producto o servicio (o la combinación de ambos) para satisfacer sus deseos o necesidades. La parte tangible la constituye el producto en sí, tal como es ofrecido por los productores. La parte



intangible está vinculada directamente a la percepción que los consumidores-usuarios tienen de los productos- servicios.

Resulta difícil obtener una definición clara de producto turístico, fundamentalmente debido a los siguientes aspectos:

1. Intervienen multitud de componentes en su definición, ya que el producto turístico es la suma de diferentes productos y servicios (alojamiento, transporte, restauración, equipamientos, atractivos, contacto personal, compra de productos locales, que representan los posibles actos de consumo del turista).
2. La compra de un producto turístico es la compra de expectativas y del deseo de satisfacer esas expectativas
3. El producto turístico es intangible, es una experiencia. (Ojeda García & Mármol Sinclair, Marketing Turístico, 2012, págs. 52-53)

## **Consumidores**

Determinan las ventas y beneficios de las empresas con sus decisiones de compra. De ahí que esta se vean obligadas a conocer cuales son los motivos y las acciones que los conducen a adquirir unos productos u otros. Y es que del conocimiento de todo ello dependerá, al menos en parte, la viabilidad de las empresas.

Un aspecto que hay que considerar es la variedad de actividades y papeles que las personas desempeñan como consumidores. De este modo, en la definición de comportamiento de consumidor, se ha considerado que es tanto la persona que paga como al usuario final del producto, si bien el pago y el uso son actividades de índole distinta.

El consumidor o cliente puede desempeñar, al menos, tres papeles o roles diferenciados en una transacción:

1. Comprando los bienes y servicios,
2. Pagándolos, y

3. Utilizándolos o consumiéndolos. (Mollá Descals, Berenguer Contrí, Gómez Borja, & Quintanilla Pardo, 2014, págs. 7-9).

Teniendo en claro el estudio de los diferentes autores se entiende que el turismo es una fuente principal para el Ecuador y es por eso que cada cantón necesita impulsar los recursos que tienen para posicionarse a nivel nacional, y avanzar en mercados internacionales, de este modo el cantón Salcedo precisa entrar en esta fuente turística con el recurso como lo es la fiesta del Príncipe San Miguel.

## 2.6.2 Fundamentación teórica de la Variable Dependiente

### Turismo

Como uno de los temas principales el turismo es la actividad que realiza una persona al trasladarse de un lugar a otro con fines de ocio y diversión, y además conocer nuevas tradiciones.

Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

El **turismo interno** comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un destino distinto al de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior a un año. Este tipo de turismo origina notables beneficios económicos dentro de nuestro país, ya que es un tipo de turismo bastante frecuente.

El **turismo receptor** incluye a los no residentes en un determinado país o región, que viajan a otro país que no es el suyo, por un periodo no superior al año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior, por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico.

El **turismo emisor** engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista

económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de las mismas fronteras. (Cabarcos Novás, 2006, págs. 2-3)

Se tiene que turismo es definido como el fin de viajar y generar ingresos a cambio de brindar servicios eficientes, que de tal manera es necesario contar con un sistema turístico que aporte al desarrollo económico del cantón Salcedo, y de este modo ofrecer calidad al turista.

### **Sistema Turístico**

Es un elemento de acciones y de recursos que interactúan entre sí, para cumplir con el objetivo, como es el promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel, con un estudio técnico.

Se considera como parte del sistema turístico a aquellas personas jurídicas que desarrollen todo el conjunto de actividades destinadas al turista; desenvuelvan también actividades de restauración complementarias de la oferta turística; tengan como misión la organización y comercialización, en general, del conjunto anterior de actividades, bien por cuenta propia o bien por cuenta ajena; suministren información, publicidad y propaganda al turista y ofrezcan servicios de formación a los profesionales del área. (Cabarcos Novás, 2006, pág. 5)

Es claro que el sistema turístico es una de las mayores fortalezas con las que cuenta Ecuador, y nos permite sobresalir en la región sudamericana, tanto comercial como turísticamente, es el contar con buenas instalaciones para ofrecer el acceso a turistas sin ningún inconveniente y puedan disfrutar de los recursos turísticos tanto naturales como culturales.

### **Recursos Turísticos**

Es el conjunto de atractivos del territorio.

Los atractivos y elementos necesarios para disfrutar de un destino turístico capaz de atraer turistas, motivando y determinando su elección.

Los atractivos turísticos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico.

Todos los bienes y servicios que, por medio de la actividad del ser humano y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona.

Por lo tanto, por un lado vamos a tener el bien material o inmaterial potencial. Lo que la (OMT) definió como Patrimonio Turístico, que está a disposición del hombre y que puede ser utilizado para satisfacer las necesidades turísticas. La transformación de este potencial de un lugar determinado unido a infraestructuras y empresas turísticas son elementos de atracción y motivación para los turistas y es lo que produce ese desplazamiento o flujo turístico. Se traduce en diversas actividades turísticas, base de todo el sector turístico. (Rojó Gil & Martínez Leal, 2011, pág. 4).

Recursos Turísticos todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico capaces de atraer por sí mismo visitantes y que hacen posible la actividad turística, satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta.

Por tanto, los recursos turísticos:

- Actúan como soporte de la actividad turística.
- Inciden en la calidad de la oferta.
- Su provisión se debe a la iniciativa privada (los más rentables)
- Y a la iniciativa pública (los más generales y costosos)

Al constituir el recurso turístico la materia prima del turismo, elemento fundamental de la oferta, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la aptitud turística de un territorio. De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos sea una tarea básica en la fase de diagnóstico de cualquier planificación turística. (Arévalo Sánchez, 2010, pág. 13).

## **Criterios de definición de recursos turísticos**

Esta definición requiere para su mejor comprensión varias aclaraciones que pasamos a exponer:

### **Los motivos**

Puede haber tantos recursos turísticos como motivos pueda tener una persona para desplazarse voluntariamente y de modo temporal, a fin de ocupar su tiempo libre, a otro lugar distinto del que reside, por lo tanto, podemos asegurar que, de entrada los recursos turísticos son infinitos y habrán de responder siempre a los cuadros, motivaciones de los turistas. Un monumento, un espacio natural, la posibilidad de presenciar en directo un espectáculo, de cazar, de hacer deporte, o, simplemente, de disfrutar tranquilamente de un buen clima, son recursos turísticos.

### **El disfrute**

Hay recursos que pueden disfrutarse directamente, en el mismo estado en que se presentan, como por ejemplo, disfrutar de un paisaje, tomar el sol en la playa, etc., mientras que otros, la mayoría, necesitan de alguna transformación, visitar ciertos monumentos, asistir a un espectáculo folklórico, etc., siendo en muchas ocasiones los productos turísticos la unión de varios recursos. (Torres Bernier, Esteve Secall, Fuentes García, & Rojo, 2006, págs. 31-32).

Analizando lo importante que son los recursos turísticos, para preservar y conservar los lugares turísticos del cantón Salcedo y además es valioso permitir revalorar las costumbres y tradiciones que fomenta el turismo que a su vez mejora la economía de las personas, así mismo preservar el recurso que se ofrece al turista, porque el turismo no solo es interno sino también externo.

### **Oferta Turística Cultural**

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores de los sectores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

Existen dos tipos de oferta turística: la oferta turística básica y la oferta turística complementaria:

La **oferta turística básica** está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico (agencias de viaje, alojamiento, transportes, etc.).

La **oferta turística complementaria** está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio, etc.). (Cabarcos Novás, 2006, pág. 8)

La oferta turística está integrada por el conjunto de productos y servicios turísticos que las empresas turísticas ofertan en el mercado. La oferta turística está condicionada por las peculiaridades propias de los productos que se intercambian en los mercados turísticos. El producto turístico para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención, con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad. (Publicaciones Vértice S.L, 2008, pág. 43).

### **2.6.2.1 Subordinación de la Variable Dependiente**

#### **Bienes**

**Bienes específicos**: “aquellos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística”

**Productos característicos**: “aquellos que en ausencia del fenómeno turístico desaparecerían por completo su consumo se vería sensiblemente reducido (hoteles, restaurantes, servicios de ocio)”.

**Productos asociados o conexos**: “aquellos consumidos en cantidades significativas por los visitantes, aunque en ausencia de turismo seguirían siendo consumidos por los residentes (taxis, museos, teatros)”.

**Bienes no específicos**: “aquellos no pensados para consumo turístico pero que se ven afectados por el mismo (centros de salud, farmacias, supermercados)”. (Cebrián Abellán, 2008, pág. 142).

## **Servicios**

Los servicios surgen en el sistema económico, porque satisfacen las necesidades de los clientes, mejor de lo que lo harían ellos solos, ya sean individuos u organizaciones.

La primera interpretación del servicio, ha sido, entenderlo como un valor agregado al producto. Luego fue concebido como una utilidad en si misma que en oportunidades, requiere presentarse a través de bienes tangibles y, en otras, por medio de la comunicación cliente-turista.

“Hoy se estima que el servicio es inherente a todos los procesos de intercambio; que es el elemento central de transferencia que se concreta en dos formas: el servicio en sí mismo y el servicio añadido a un producto”. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2007, pág. 18).

## **Precio**

El consumidor de un producto o servicio cultural también debe pagar un precio cuando lo demanda. Desde esta perspectiva, a pesar de su intangibilidad, los servicios que proporcionan los museos a sus visitantes son similares a los demás bienes objeto de demanda individual que se asigna a través del mercado. El gasto del visitante puede considerarse como el sacrificio monetario de tiempo, de oportunidad, de cambio de hábitos o social en que incurrir el público objetivo para conseguir un determinado bien. (Cubillo & Blanco, 2014, pág. 62).

De acuerdo a las referencias investigativas resulta una apropiada aproximación para medir la satisfacción de los consumidores, identificando de forma simple y funcional los puntos fuertes y las áreas a mejorar en determinado servicio que permita identificar algunos de los puntos débiles y fuertes de las Fiestas del Príncipe San Miguel.

## **2.7 Hipótesis**

El desarrollo de la oferta turística cultural de las fiestas del Príncipe San Miguel **SI** incide en el nivel de posicionamiento turístico del cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi.

## **2.8 Señalamiento de Variables**

### **Variable Independiente**

Posicionamiento Turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel.

### **Variable Dependiente**

Oferta Turística Cultural.



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque**

Es importante mencionar que el enfoque de la investigación fue cualitativo porque se encontró una realidad clara con características particulares aportando al cambio de la existencia encontrada y fue cuantitativo ya que se obtuvo datos numéricos para encontrar el nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo.

#### **3.2 Modalidad Básica de la Investigación**

##### **De Campo**

La investigación tuvo lugar en el sitio donde se realizó la observación de los hechos, mediante la técnica de encuestas a través de un cuestionario, con el objeto de hallar respuestas al problema investigativo.

##### **Documental Bibliográfica**

Mediante la investigación documental y bibliográfica, se desarrolló el análisis partiendo de la identificación de diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores como fuentes primarias a cerca del posicionamiento turístico y la oferta turística. De igual manera se analizaron fuentes secundarias como libros.

### 3.3 Nivel o tipo de investigación

#### Exploratorio – Descriptivo

Los niveles en los cuales se enmarca la presente investigación son exploratorio-descriptivos. Se partió del nivel exploratorio ya que se realizó un análisis previo de investigaciones relacionadas con el tema de estudio. De igual manera se llegó al nivel descriptivo ya que partiendo de una selección y estudio de conceptos se abordó a determinar características demográficas, el comportamiento del posicionamiento turístico de las Fiestas del Príncipe San Miguel, se identificó peculiaridades del objeto de estudio a través de la aplicación de encuestas y entrevistas semiestructuradas.

### 3.4 Población y Muestra

#### 3.4.1 Población

La población investigada fue a los turistas de la hostería “El Surillal” porque es un lugar de mayor preferencia entre ellos y además consta de instalaciones que se ajustan al placer turístico, y por tanto fue el sitio perfecto para realizar la muestra para el estudio pertinente.

Por tal motivo el número asciende entre los 1600 visitantes por mes, según la base de datos de la institución.

**Tabla 1.** Población

<b>POBLACIÓN</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>%</b>
Turistas en la Hostería “El Surillal” del cantón Salcedo	1600	100%

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

### 3.4.2 Muestra

La población fue tomada a los turistas que visitan la Hostería “El Surillal”, por lo que la distribución de la muestra fue probabilística regulada y se realizó de manera porcentual y aleatoria. Según “El Surillal” existe un ingreso aproximado de 1600 turistas al mes, dado esto se aplicó la siguiente fórmula.

**Ecuación 1.** Tamaño de la Muestra.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

**n**= Tamaño de la muestra

**Z**= Nivel de confiabilidad (95%) según tabla de valores=1,96

**P**= Probabilidad de Ocurrencia 0,5

**Q**= Probabilidad de no ocurrencia 0,5

**N**= Población

**e**= Error máximo admisible 7% =0,07

**De donde:**

**n**= 175

**Z**= 1,96

**e**= 0,07

**P**= 0,5

**Q**= 0,5

**N**= 1600

**Reemplazando:**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (1600)}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + (1600) (0,07)^2}$$

$$n = \frac{(3,84) (0,25) (1600)}{(3,84) (0,25) + (1600) (0,0049)}$$

$$n = \frac{(0,96) (1600)}{0,96 + 7,84}$$

$$n = \frac{1536}{8,8}$$

$$n = \underline{\underline{174,54}} \Rightarrow \underline{\underline{175}}$$

### 3.5 Operacionalización de Variables

#### 3.5.1 Variable Independiente: Posicionamiento Turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel

Tabla 2. Operacionalización Variable Independiente.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	HERRAMIENTAS
<p>Para que un destino o agente tenga éxito debe ser conocido y después disponer de asociaciones positivas con ciertos atributos que le permitan un posicionamiento adecuado. La intensidad de la comunicación potencia el conocimiento, mientras que la favorabilidad y fortaleza de las asociaciones y el carácter único de las mismas favorecen la asociación percibida.</p> <p>(Flavián &amp; Fandos, 2011, pág. 58)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atributos</li> <li>Comunicación</li> <li>Conocimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cualidad propia de una persona o cosa, especialmente que sea parte esencial de su naturaleza.</li> <li>Intercambio de información entre emisor y receptor con un mensaje de información</li> <li>Experiencia, aprendizaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De acuerdo a su parecer ¿Cuáles son los motivos que toman en cuenta los turistas para viajar y conocer el cantón Salcedo?</li> <li>¿Cómo podría aportar la ciudadanía salcedense al desarrollo de la fiesta?</li> <li>¿Señale uno o varios aspectos con los que Ud. relaciona las fiestas del príncipe San Miguel del cantón Salcedo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta.</li> <li>Entrevista</li> <li>Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuestionario Estructurada</li> <li>Encuesta Semiestructurada</li> </ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

### 3.5.2 Variable Dependiente: Oferta Turística Cultural

**Tabla 3.** Operacionalización Variable Dependiente.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	HERRAMIENTAS
<p>“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores de los sectores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.”</p> <p><b>(Cabarcos Novás, 2006, pág. 8)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes</li> <li>• Servicios</li> <li>• Precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aquellos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística</li> <li>• Los servicios surgen en el sistema económico, porque satisfacen las necesidades de los clientes, mejor de lo que lo harían ellos solos, ya sean individuos u organizaciones.</li> <li>• El consumidor de un producto o servicio cultural también debe pagar un precio cuando lo demanda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles de las actividades descritas le gustaría realizar además de asistir a las fiestas del príncipe San Miguel?</li> <li>• ¿Cómo podría calificar el servicio que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo?</li> <li>• ¿Cuál sería la mejor manera de incrementar turistas en las fiestas en honor al Príncipe San Miguel?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta.</li> <li>• Encuesta</li> <li>• Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario Estructurada</li> <li>• Cuestionario Semiestructurada</li> </ul>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015).

### 3.6 Plan de Recolección de Información

**Tabla 4.** Plan de Recolección de Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
1. ¿Por qué?	Para determinar el objetivo general. (Determinar el nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi, y promover las fiestas dentro del mercado turístico de la zona)
2. ¿De qué personas u objetos?	Turistas
3. ¿Sobre qué aspectos?	Posicionamiento Turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel y Oferta turística cultural.
4. ¿Quién?	Investigadora: Patricia Jácome
5. ¿A quienes?	Turistas del cantón Salcedo (Hostería “El Surillal”)
6. ¿Cuándo?	Marzo-Septiembre 2015
7. ¿Dónde?	Parroquia San Miguel del Cantón Salcedo
8. ¿Cuántas veces?	Una sola vez
9. ¿Qué técnica?	Encuesta/Entrevista
10. ¿Con qué herramienta?	Cuestionario Estructurado

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015).

### **3.7 Plan de Procesamiento y Análisis**

Para el trabajo investigativo se propone el siguiente plan de procesamiento de información con los siguientes pasos:

- Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de ejecución de la encuesta.
- Tabulación de la información recogida.
- Análisis, verificación y comprobación de hipótesis
- Diseño, interpretación y presentación de resultados.



## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de resultados

De acuerdo al resultado de la encuesta aplicada a turistas que visitan el cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi, se analizó la información conforme a datos estadísticos obtenidos.

#### 4.2 Análisis cuantitativo

##### Datos Generales

- **Edad**

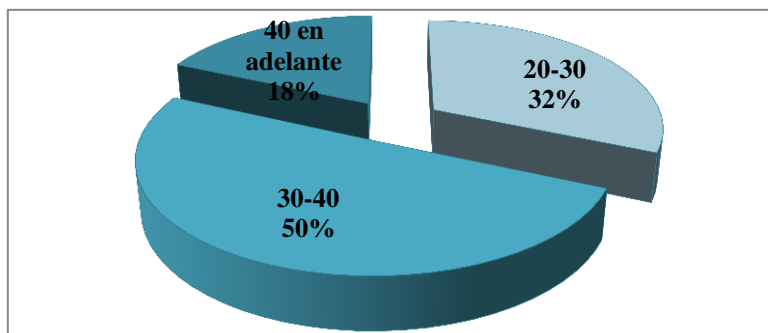
**Tabla 5.** Rango de edad de turistas que visitan el cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
20-30	55	32%
30-40	88	50%
40 en adelante	32	18%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo

**Gráfico 5.** Rango de edad de turistas que visitan el cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015).

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

### **Análisis:**

Del total de turistas encuestados el 50% presenta una edad entre 30 a 40 años, el 32% tiene entre 20 a 30 años y tan solo el 18% con una edad de 40 años en adelante.

### **Interpretación:**

Se determina que la edad con un porcentaje alto se encuentra entre 30 a 40 años, lo que quiere decir que existe mayor inclinación entre este rango, es por eso que se debe tomar mayor interés en los turistas de los otros rangos de edad para así posicionar turísticamente al cantón siendo reconocido por los visitantes en general, y Salcedo sea un punto fuerte en el turismo de la provincia de Cotopaxi.

- **Nivel de Escolaridad**

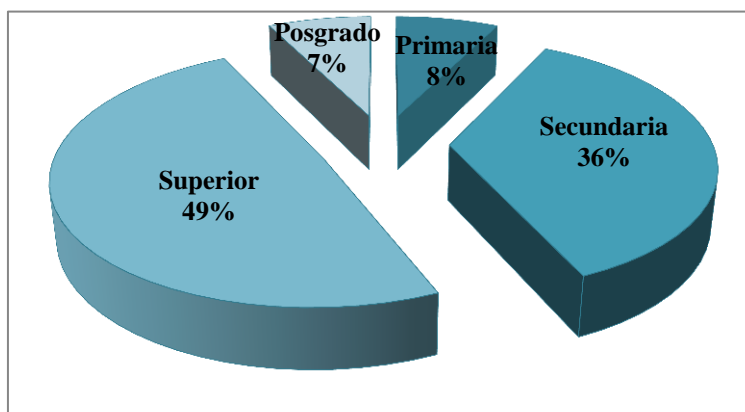
**Tabla 6.** Nivel de Escolaridad de turistas del cantón Salcedo

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Primaria</b>	13	8%
<b>Secundaria</b>	63	36%
<b>Superior</b>	86	49%
<b>Posgrado</b>	13	7%
<b><u>Total</u></b>	<b><u>175</u></b>	<b><u>100%</u></b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 6.** Nivel de Escolaridad de turistas del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

### **Análisis:**

De todos los encuestados según el nivel de escolaridad con el 7% han logrado estudios de posgrado, el 8% han terminado la primaria, el 36% han concluido hasta la secundaria y con un porcentaje mayor esta el 49% que han culminado los estudios superiores.

### **Interpretación:**

Se determina que los turistas con estudios superiores tienden a desplazarse más hacia el cantón Salcedo y realizar turismo, de tal forma se debe aplicar mayor disposición entre los visitantes de otro nivel escolar y que se interesen en viajar al cantón Salcedo y conozcan más de los beneficios que ofrece, llenando las expectativas entre todo el conglomerado para que sea un lugar de mayor concurrencia turística.

- **Ocupación**

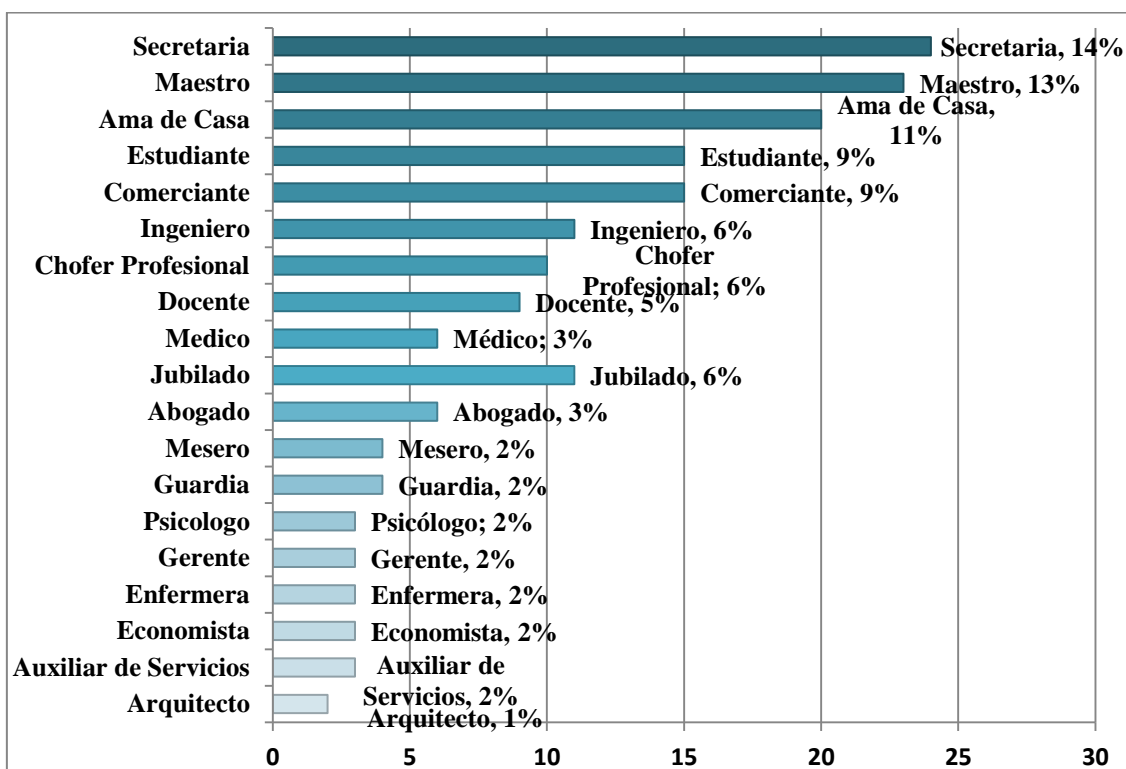
**Tabla 7.** Ocupación de turistas del cantón Salcedo

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Arquitecto</b>	2	1%
<b>Auxiliar de Servicios</b>	3	2%
<b>Economista</b>	3	2%
<b>Enfermera</b>	3	2%
<b>Gerente</b>	3	2%
<b>Psicólogo</b>	3	2%
<b>Guardia</b>	4	2%
<b>Mesero</b>	4	2%
<b>Abogado</b>	6	3%
<b>Jubilado</b>	11	6%
<b>Medico</b>	6	3%
<b>Docente</b>	9	5%
<b>Chofer Profesional</b>	10	6%
<b>Ingeniero</b>	11	6%
<b>Comerciante</b>	15	9%
<b>Estudiante</b>	15	9%
<b>Ama de Casa</b>	20	11%
<b>Maestro</b>	23	13%
<b>Secretaria</b>	24	14%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo

**Gráfico 7.** Ocupación de turistas del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

### **Análisis:**

Del 100% de las encuestas, los turistas con una ocupación como secretaria ocupa el 14%, seguido del 13% que corresponde a maestros en distintas actividades, el 11% representan las amas de casa, el 9% están entre estudiantes y comerciantes, en el 6% constan de ingenieros, choferes profesionales y jubilados, el 5% son docentes, con el 3% los médicos y abogados, el 2% de meseros, guardias, psicólogos, gerentes, economistas, enfermeras y auxiliares de servicio y con el mínimo del 1% es de arquitectos.

### **Interpretación:**

En general las personas con distintas profesiones realizan turismo, esto para Salcedo es un beneficio que lleguen al cantón turistas que trabajan en diferentes áreas, lo que quiere decir que la gente se interesa más, y sean partícipes de las fiestas del Príncipe San Miguel

- **Lugar de Procedencia**

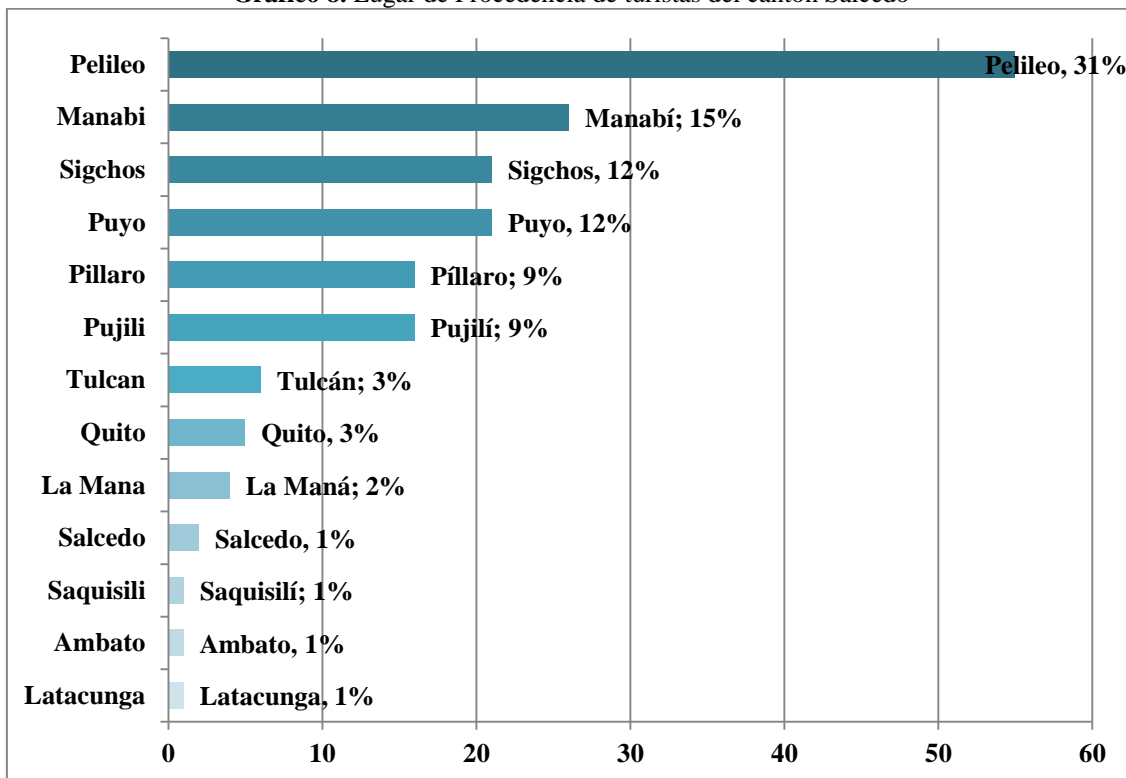
**Tabla 8.** Lugar de Procedencia de turistas del cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Latacunga	1	1%
Ambato	1	1%
Saquisilí	1	1%
Salcedo	2	1%
La Maná	4	2%
Quito	5	3%
Tulcán	6	3%
Pujilí	16	9%
Píllaro	16	9%
Puyo	21	12%
Sigchos	21	12%
Manabí	26	15%
Pelileo	55	31%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo

**Gráfico 8.** Lugar de Procedencia de turistas del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

### **Análisis:**

De todos los encuestados, el mayor número de turistas que viajan a Salcedo son de Pelileo con el 31%, el 15% son Manabitas, los visitantes con el 12% son de Sigchos y Puyo, Píllaro y Pujilí cuenta con el 9%, mientras que Tulcán y Quito pertenecen al 3%, con el 2% son los de La Maná, y por ultimo con el 1% esta Salcedo, Saquisilí, Ambato y Latacunga.

### **Interpretación:**

Del lugar de procedencia Pelileo lidera el turismo en Salcedo, lo cual es importante contar con turistas de otras provincias, para esto es principal dar énfasis a los otros cantones que existe menos apego en hacer turismo, promocionando las fiestas del Príncipe San Miguel dentro de estos lugares, y así el posicionamiento lidere entre la provincia de Cotopaxi.

### **Desarrollo de la Encuesta**

#### **1.- ¿Ud. ha escuchado de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo?**

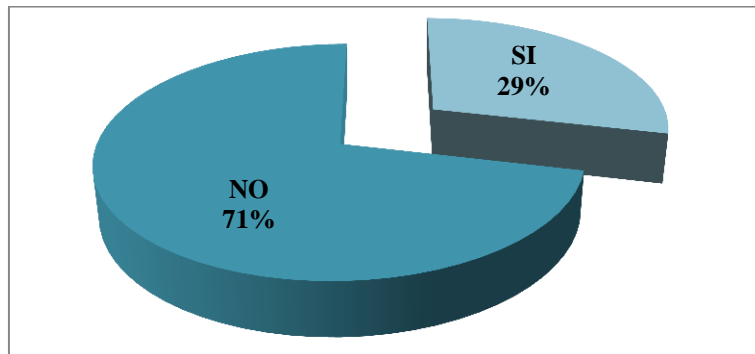
**Tabla 9.** Fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SI</b>	50	29%
<b>NO</b>	125	71%
<b><u>Total</u></b>	<b><u>175</u></b>	<b><u>100%</u></b>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 9.** Fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Del total de encuestados el 29% si ha escuchado de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo y el 71% no ha escuchado acerca de esta fiesta.

**Interpretación:**

Mediante el análisis se pudo mencionar que en su mayoría los turistas desconocen de las fiestas del Príncipe San Miguel y un mínimo porcentaje si saben de aquella fiesta, lo cual es fundamental para entender que los turistas ignoran de esta tradición, y que no ha existido un manejo promocional adecuado de las fiestas alrededor de la provincia de Cotopaxi, y como consecuencia Salcedo no se ha considerado como un sector turístico latente.

**2.- ¿A través de que medio publicitario ha escuchado, observado o leído a cerca de las fiestas del Príncipe San Miguel?**

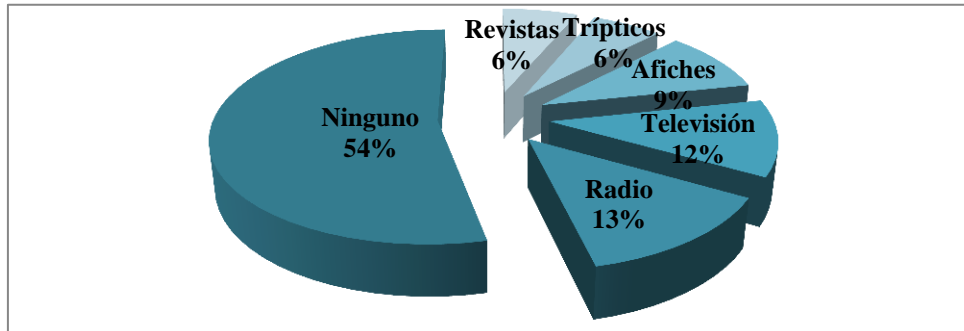
**Tabla 10.** Medios Publicitarios de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Revistas	15	6%
Trípticos	14	6%
Afiches	22	9%
Televisión	27	12%
Radio	31	13%
Ninguno	126	54%
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 10.** Medios Publicitarios de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Del resultado de los encuestados el 6% de los turistas han observado en revistas sobre las fiestas del Príncipe San Miguel y otro 6% lo han visto en trípticos, un 9% en afiches, el 12% en televisión, el 13% han escuchado a través de la radio y el 54% no han observado, escuchado ni leído en ningún medio publicitario.

**Interpretación:**

Los turistas de alguna manera se han informado de las fiestas del Príncipe San Miguel a través de revistas, trípticos, afiches, televisión y radio, pero una gran parte de los visitantes ignora sobre la fiesta que se realiza en el cantón Salcedo, es por eso que debe existir mayor número de medios publicitarios para informar a los turistas.



### 3.- ¿Le gustaría participar de la fiesta en honor al Príncipe San Miguel?

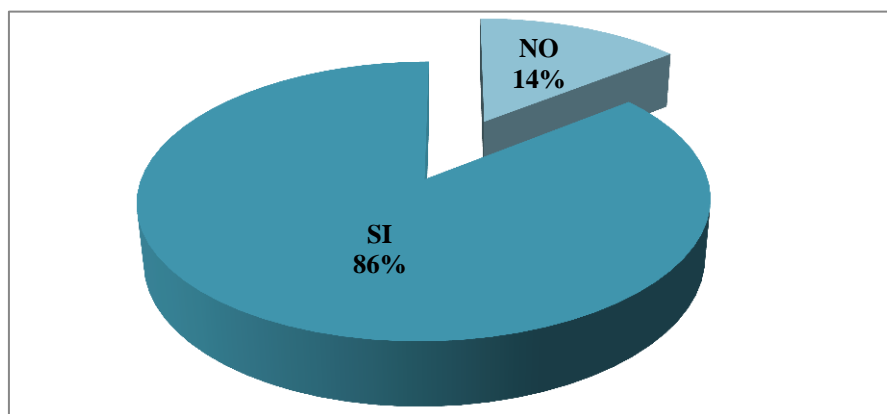
**Tabla 11.** Participación en la fiesta del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	86%
NO	25	14%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 11.** Participación en la fiesta del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

#### Análisis:

Del 100% de encuestados el 86% desea participar en la fiesta del Príncipe San Miguel, mientras que tan solo un 14% no le gustaría hacerlo.

#### Interpretación:

Como evidencia se determina que los turistas quieren conocer de la fiesta y ser partícipes del homenaje al patrono arcángel San Miguel del Cantón Salcedo, y por eso con este gran deseo los turistas se interesen más en saber ¿quién? es este personaje y ¿Por qué? el motivo de la fiesta en su honor, y como misión del pueblo dar a conocer con información básica al turista.

#### 4.- ¿Considera usted que se deba mejorar la publicidad para la promoción de las fiestas del Príncipe San Miguel?

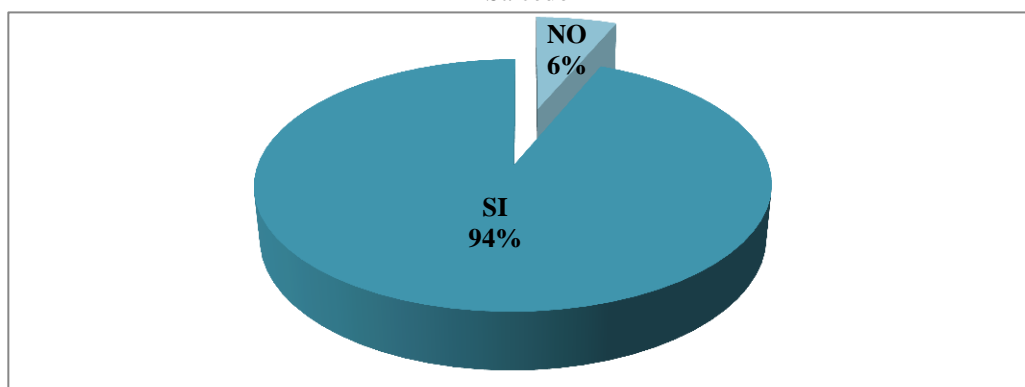
Tabla 12. Mejorar la publicidad para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	164	94%
NO	11	6%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

Gráfico 12. Mejorar la publicidad para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

#### Análisis:

Como resultado de encuestados un 94% cree que es necesario mejorar la publicidad para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel, y un mínimo del 6% piensan que no es necesario aumentar publicidad.

#### Interpretación:

Se determina que los turistas creen indispensable mejorar la publicidad para así dar a conocer y promocionar sobre las fiestas a nivel provincial, es por eso que se debe tomar como un punto favorable para el cantón que tomen interés en mejorar la publicidad, crear ideas innovadoras para que el visitante se sienta atraído hacia la fiesta y así aumente el número de turistas cada año.

**5.- ¿Cree usted que es necesario contar con información turística-cultural acerca de las fiestas del Príncipe San Miguel?**

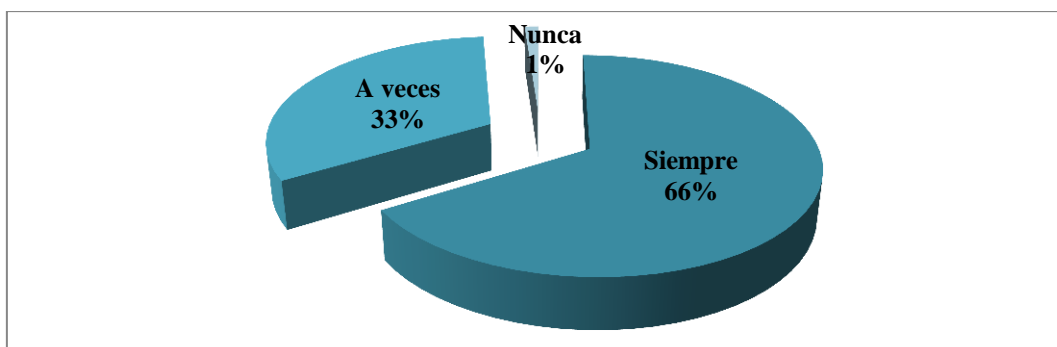
**Tabla 13.** Información turística-cultural de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Siempre</b>	116	66%
<b>A veces</b>	57	33%
<b>Nunca</b>	2	1%
<b><u>Total</u></b>	<b><u>175</u></b>	<b><u>100%</u></b>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 13.** Información turística-cultural de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Del 100% de encuestados, el 66% considera que siempre es necesario contar con información turística-cultural de las fiestas del Príncipe San Miguel, el 33% supone que a veces se deba tener información y el 1% admite que nunca se cuente con información de la fiestas.

**Interpretación:**

Como evidencia se considera necesario contar con información turística-cultural para el beneficio del turista como el poblador, y así emprender información para cuando el turista permanezca en Salcedo pueda conocer más del cantón con sus características y pueda visitar los lugares más representativos.

**6.- ¿Cuáles de las actividades descritas le gustaría realizar además de asistir a las fiestas del príncipe San Miguel?**

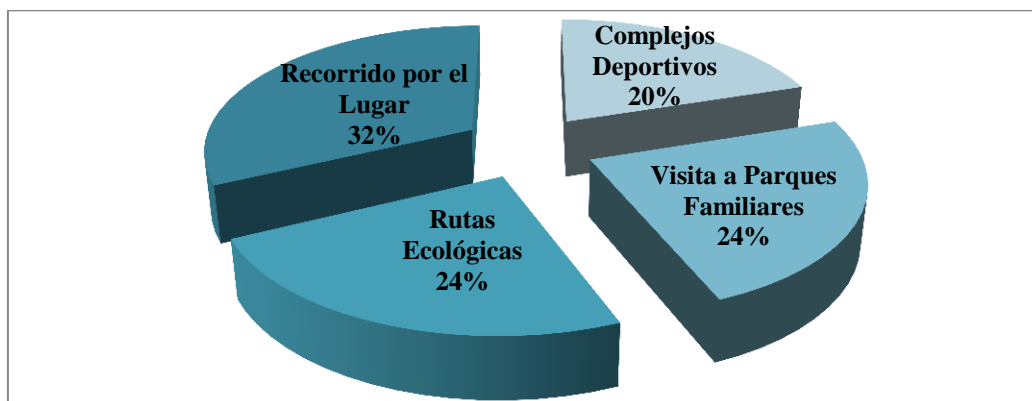
**Tabla 14.** Actividades extras además de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Complejos Deportivos	56	20%
Visita a Parques Familiares	67	24%
Rutas Ecológicas	67	24%
Recorrido por el Lugar	90	32%
<b>Total</b>	<b>280</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 14.** Actividades extras además de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Como resultado de los encuestados, el 32% prefiere realizar un recorrido por el lugar después de asistir a las fiestas del Príncipe San Miguel, el 24% cree interesante conocer las rutas ecológicas que ofrece el cantón Salcedo, el otro 24% quiere visitar parques familiares, y como última alternativa el 20% ir a complejos deportivos.

**Interpretación:**

De todas las opciones que cuenta el cantón a parte de las fiestas del Príncipe San Miguel, consideran necesario conocer las cuatro opciones para realizar turismo, lo cual es positivo para el desarrollo y conocimiento de cada actividad y además es un aporte fundamental para el turismo a nivel de la provincia de Cotopaxi.

**7.- De acuerdo a su parecer ¿Cuáles son los motivos que toman en cuenta los turistas para viajar y conocer el cantón Salcedo?**

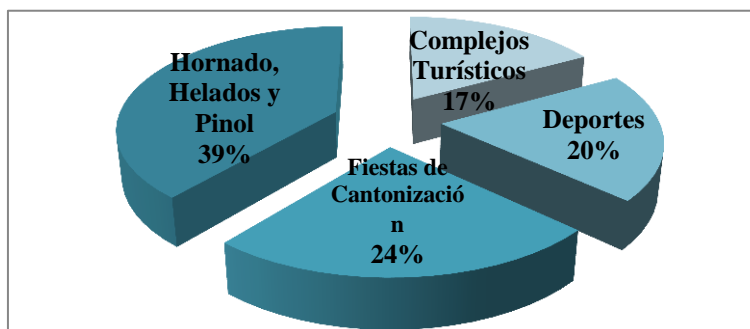
**Tabla 15.** Motivos para conocer el cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Complejos Turísticos	49	17%
Deportes	57	20%
Fiestas de Cantonización	70	24%
Hornado, Helados y Pinol	112	39%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 15.** Motivos para conocer el cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Del total, el 39% de turistas conocen del cantón por el hornado, helados y pinol, el 24% van en motivo de las fiestas de cantonización, el 20% por deportes y el 17% hacen al ir a complejos turísticos.

**Interpretación:**

De los distintos motivos que toman en cuenta los turistas para viajar a Salcedo son muy conocidos y populares, es por eso que se quiere sumar las fiestas en honor al Príncipe San Miguel como una razón más para que exista incremento de visitantes al cantón, y sea un destino popular para los turistas visitar el cantón y encuentren diversión, tranquilidad, gastronomía en un solo lugar.

## 8.- ¿Usted, cuándo realiza turismo, lo hace: ?

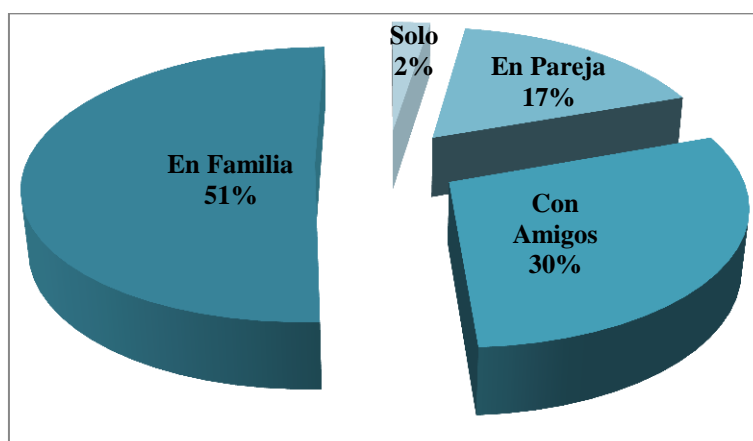
**Tabla 16.** Como realizan turismo las personas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	6	2%
En Pareja	41	17%
Con Amigos	71	30%
En Familia	122	51%
<b>Total</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 16.** Como realizan turismo las personas



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

### Análisis:

Del 100% de encuestados, el 51% realiza turismo en familia, el 30% con amigos, el 17% prefiere ir en pareja, y con un mínimo del 2% elige hacerlo solo.

### Interpretación:

Para realizar turismo las personas sienten un gusto realizarlo en compañía de la familia, amigos y pareja para disfrutar de la fiesta, para esto Salcedo debe contar con varias actividades para que los turistas realicen en grupo o pareja, los niños para sus padres son muy importantes es por eso que los habitantes deben sumar el realizar actividades para que participen los más pequeños, sumando como una actividad extra a Salcedo.

**9.- ¿Cómo podría calificar el servicio que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo?**

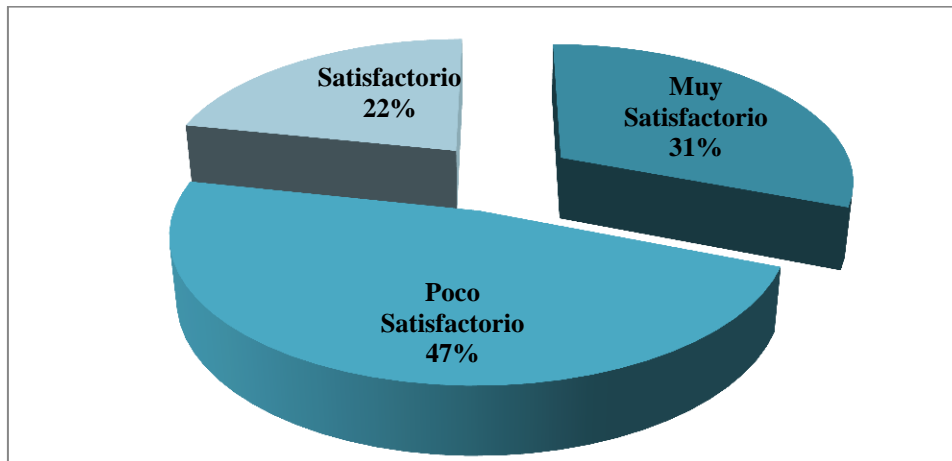
**Tabla 17.** Calificación que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Satisfactorio</b>	54	31%
<b>Poco Satisfactorio</b>	83	47%
<b>Satisfactorio</b>	38	22%
<b><u>Total</u></b>	<b><u>175</u></b>	<b><u>100%</u></b>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 17.** Calificación que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Del total de encuestados, el 47% establece que el servicio que brindan los establecimientos turísticos es poco satisfactorio, el 31% es muy satisfactorio, y con un aproximado del 22% es satisfactorio.

**Interpretación:**

El servicio en los establecimientos turísticos esta entre un nivel medio para los turistas, es decir que se debe tener en cuenta para mejorar y brindar un servicio que satisfaga las necesidades de las personas que llegan al cantón Salcedo para realizar turismo, y sientan que son importantes, al brindar un servicio de excelencia y calidad.

**10.- ¿Señale uno o varios aspectos con los que Ud. relaciona las fiestas del príncipe San Miguel del cantón Salcedo?**

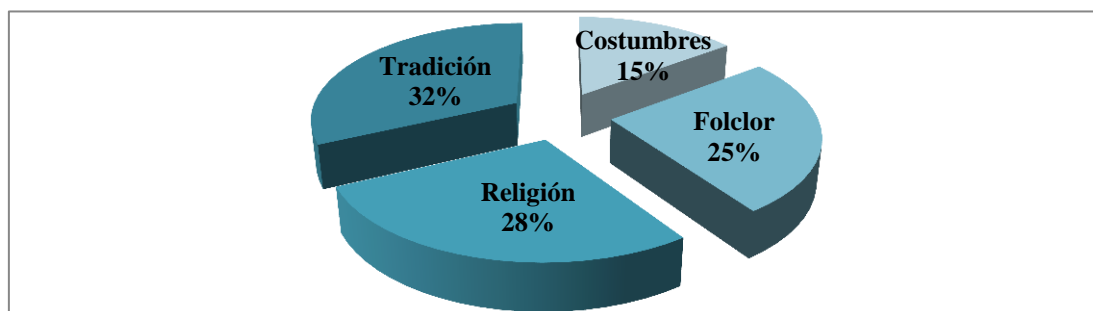
**Tabla 18.** Aspectos relacionados con las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Costumbres	44	15%
Folclor	76	25%
Religión	82	28%
Tradición	95	32%
<b>Total</b>	<b>297</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Gráfico 18.** Aspectos relacionados con las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo



Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

**Análisis:**

Del resultado de los encuestados, el 32% relaciona a la fiesta del Príncipe San Miguel con la tradición, el 28% lo vincula con la religión, el 25% conecta con el folclor, y el 15% piensa que está ligado con la costumbre.

**Interpretación:**

De los diferentes aspectos con los que se relaciona las fiestas están casi ligados con todos al creer que es una tradición del pueblo y está vinculado religiosamente, que además existe el folclor y costumbres que se han creado, para lo cual la fiesta del Príncipe San Miguel es sin duda una actividad promotora para el desarrollo turístico, y saber que es una celebración con características variadas, y como aporte al turismo.



Tabla 19. Entrevista

<b>ENTREVISTA</b>	
<b>Nombre y Apellido:</b> Wilmo Gualpa	
<b>Cargo:</b> Secretario en la Alcaldía del cantón Salcedo	<b>Edad:</b> 50 años
<b>1.- ¿Cómo podría aportar la ciudadanía salcedense al desarrollo de la fiesta del Príncipe San Miguel?</b>	<p>Creo que se puede empezar manifestando dos cosas. La fiesta del Príncipe San Miguel tiene dos componentes básicos; el ámbito religioso que tiene una antigüedad de 435 años, es decir a raíz de la fundación española de San Miguel de Mollehambato cuyo año todavía se discute todavía. No se ha encontrado el año definitivo entre 1573 y 1576. Entonces hay que entender que la fiesta en honor al patrono San Miguel aparece justamente un año después de la fundación española porque es obvio suponer que empezó con la primera celebración de la fundación española, que en el fondo no fue una fundación española común y corriente como se lo quiere ver, sino que más bien es fruto de una decisión adoptada en el virreinato para crear lo que se decía las reducciones de aborígenes que no era otra cosa más que hablando contemporáneamente de generar campos de concentración para que los habitantes de estos pueblos originarios se escapen para evitar la mita, el obraje, la encomienda que eran obligaciones laborales que estaban sujetos en favor de los conquistadores, entonces lógicamente que si concebimos esto, la fiesta original en honor al Príncipe San Miguel, hay que entender que la fiesta como todo proceso humano, social, dinámico, va cambiando con el recurrir del tiempo, de tal manera que no podemos saber como se ha realizado hace recientes años la fiesta , pero si podemos más o menos rastrear lo que nos ha quedado de esta fiesta a fines del siglo XVIII, XIV y XX y esta última etapa que ya llevamos 19 años de tal manera que los registros más confiables que tenemos tratan de la década de 1940 hasta 1960, años posteriores ya no porque entro en fase de decadencia hasta ir desapareciendo, como una expresión de cultura popular, entonces esa manifestación religiosa a la fiesta en honor del Príncipe San Miguel también en su estructura como el aporte de la cultura popular porque existía dos tipos de priostes; el prioste blanco y el prioste natural indio, el prioste blanco no hacia la fiesta, el que hacia la fiesta era el prioste indio, entonces que personajes se fueron incorporando, los personajes de la cosmovisión anterior a la conquista,</p>

hubo una fusión un sincretismo cultural y religioso como ocurrió en la gran mayoría de actividades, de tal manera que por citar algo al paso, en la fiesta de San Miguel por ejemplo en las vísperas se hace el paso de los nacidos son plantas generalmente de maíz o cebada que se pone como homenaje al patrono, pero eso en realidad es un elemento ya viendo en perspectiva un elemento extraño introducido a la fiesta católica que es fruto de las celebraciones de las festividades ancestrales como el Inti Raymi donde se festejaba el ciclo, el inicio de vida y el ciclo de muerte, entonces en función de eso hay muchos personajes, la Mama Negra, el Urcuyaya que es el cerro que engendra, los huacos que son la representación de los shamanes, es una representación de las culturas yumbas y jibaras desde el oriente desde el rio Pastaza, y el rio Ana Tenorio y también por Baeza y Papallacta.

De tal amera que todos estos elementos se han ido incorporando en el tiempo, ahora contextualizado de esa manera recién llegamos a la conclusión que la fiesta de San Miguel es una celebración híbrida, una mezcla, una fusión, que aun ahora no es estática, sino que va cambiando de tal manera que en estos 19 años, se mantuvo la incorporación de dos personajes que ya no son tan nuevos después de 19 años que son el pinolero y el heladero que le dan de alguna manera identidad lo que es el pueblo de salcedo actual, en esa perspectiva lo que habría que señalar es lo siguiente, lamentablemente para poder pedir que la ciudadanía aporte a esta fiesta hay que pedir tres cosas; que sea respetuoso de la tradición para tratar en la medida posible la fiesta se encuentre dentro de los parámetros del pasado y lo que se ha logrado estructurar ahora es decir que los personajes no sufran ni manipulación en sus vestimentas ni en sus interpretaciones así como tampoco que haya ingreso de elementos foráneos, extraños, que no le hacen nada bien, como por ejemplo uno de los personajes son los soldados, la tropa que esta comandado por dos alférez, y evidentemente es la incorporación de los recuerdos, de las guerras, contra guerras que había en ese tiempo, como por ejemplo alguna persona ida decidió incorporar un tanque de guerra, entonces lógicamente ese cambio de tierras un elemento totalmente extraño, puede parecer bonito para el prioste, pero en el fondo es completamente extraño en la fiesta.

Como segundo punto la tergiversación a la jocha, a la celebración propiamente dicha, tampoco es nueva y tampoco nació con esta fiesta, la jocha no es más que la recordación de la celebración inca de la reciprocidad donde el inca reunía a los principales de sus sectores donde iba pidiendo colaboración a cambio de tierras, obsequios, presentes y regalos, entonces esta reciprocidad de yo te doy productos, yo te doy tierra para que trabajes, a cambio tienes que darme apoyo cuando necesite, la jocha va más o menos así porque es un trueque, es un cambio, un préstamo, el prioste va y acude donde su amigo y le pide prestado porque cuando el jochado sea prioste tendrá que devolverle el doble de lo que ha dado de tal manera que para esto siempre habido un ritual, la jocha es ir con productos de la tierra, pero eso se ha cambiado, en definitiva las jochas se han convertido en fiestas chiquitas, el abuso de alcohol, y este abuso se hace también en la fiesta de tal manera que la fiesta en definitiva termina la gente excedida de alcohol, la fiesta pierde su brillo, pierde su color y naturalmente afecta al desarrollo y a ubicarle a la fiesta donde realmente se quiere.

Y la tercera cuestión es lógicamente como se dijo al principio la consecuencia de lo primero es que tratemos de ser en la medida de lo posible fieles especialmente a la vestimenta, porque ya es más que común, ahora hablemos de personajes, la vestimenta del huaco de salcedo es; pantalón moquete que tiene la abertura de los costados del tobillo del disfrazado, por ahí aparece una persona ocurrida que decidió cambiar hace varios años y ponerse unos pantalones noveleros de la década de los 70, sino es un elemento pequeño casi como diríamos una liga amarrada a la pantorrilla del personaje y es de tela blanca y con encajes o antes eran bordados en crolle, ese pantalón negro del disfrazado va acompañado de una camisa blanca y va acompañado de un poncho pequeño color negro así mismo como ribeteado con cintas de colores, utiliza máscara de alambre y el sombrero negro puesto al revés y en la frente un espejo y una capa con cintas de colores que representan el arcoíris, acompañado de la chonta y un cuerno de venado, y hace lo que todo huaco hace, el problema, es que ese personaje que se acaba de describir ha sido tan mal interpretado y tan atacado, que se utiliza el traje como el de Latacunga que nada tiene que ver con el nuestro, puede

	<p>significar lo mismo, pero el traje le hace ser completamente distinto y así se podría hablar de muchos personajes, que la Mama Negra de Latacunga que generalmente una característica de Latacunga es que va cambiando y en cada cruce importante va cambiando de pañolones, en su mano izquierda va llevando la baltazara que es su hija, y la derecha un chisguete que a los curiosos les va bañando con una mezcla con agua y leche, en cambio la Mama Negra de Salcedo es totalmente distinta, porque no lleva su baltazara, pero si lleva es prácticamente solo un accesorio, pero sus hijos verdaderos están en las ancas del caballo, y en la mano izquierda lleva un paraguas y en la mano derecha un palo con dos apetitosos cuyes que va brindando, sacando de sus alforjas y regala a todos sus conocidos en la calle, entonces son elementos que pueden parecer insignificantes pero que cada uno da características principales al personaje, entonces lo que se quiere remarcar, uno entender la fiesta como lo que es una representación religiosa, dentro de una fiesta auténticamente popular híbrida, mestiza, complementaria entre lo religioso, y lo pagano o religioso ancestral, dos evitar que exista intromisiones, e inclusión de personajes que nada tiene que ver con la fiesta, y tres tener mucho cuidado con la utilización de trajes y lo que ya habíamos señalado evitar el uso del alcohol.</p>
<p><b>2.- ¿Ud.Cuál piensa que es la principal causa para que la fiesta no sea conocida dentro de la Provincia de Cotopaxi?</b></p>	<p>El tema es que no ha tenido la comercialización como otras fiestas, y claro que es necesario que la fiesta tome un renombre, tome una connotación provincial, nacional, para que eso permita la llegada de turistas, genere comercio, tener actividad económica, pero si eso va significar, que se desvirtué totalmente, como el Corpus Cristi, el danzante es solo pretexto, porque en esa fiesta hay todo menos el ritual del danzante, de tal manera que en ese sentido, opino que haciendo un proyecto adecuado cultural, el municipio tiene a la fiesta declarada como Patrimonio cultural de la Humanidad, pero es no basta, hay necesidad de hacer una campaña muy severa, muy fuerte, respecto a entender la fiesta y luego involucrar a la gente, y una vez que se tenga eso ahí si hacer una campaña de difusión de la fiesta , utilizar los medios de comunicación, que conozcan la fiesta pero como lo que es, no como lo que quieren ver, de tal forma que en ese sentido, más bien lo que ha faltado es complementar el proceso de la declaratoria de patrimonio cultural del</p>

	Ecuador, y en segundo lugar emprender una verdadera campaña de difusión.
<b>3.- Dentro de la historia del Príncipe San Miguel, ¿desde cuándo se celebra esta fiesta?</b>	<p>Bueno como se dijo al principio es obvio, si es que la fundación española, como dicen algunos autores se realizó el 29 de Septiembre del año 1573 o 1576, es claro suponer que un año después de esa fundación empezó con la celebración, porque antes no lo podían haber hecho, porque no existía no había reducción aborigen de Mollehambato, o fue en 1574 que se empezó a celebrar o de una vez fue en 1577, es decir regresamos al tema, estamos hablando de 435 años de esta fiesta que se está celebrando.</p>
<b>4.- ¿Cómo ha sido el proceso de organización de las fiestas del Príncipe San Miguel desde su iniciación?</b>	<p>Esta fiesta como todas las fiestas religiosas populares, hasta mediados del siglo pasado, tenía una forma habitual donde el cura se encargaba de designar a los priostes para el próximo año, y a partir de ese momento el prioste tenía que emprender toda una serie de actividades, sacrificios que le permita cumplir con esta designación, sabiendo además que dentro de la estructura social de nuestro pueblo el prioste era quien tenía derecho a sentarse en lugares preferenciales en las festividades, algunas actividades de carácter social, y el que no hacia fiesta era a veces hasta denigrado, entonces no tenía lugar para poder celebrar conjuntamente, por eso es que quien iba designado como prioste estaba sujeto a dos cosas, uno la amenaza del castigo divino por no hacer la fiesta, y hasta ahora se puede escuchar que dicen, que el niño es bravo, y entonces por un lado era el temor que se infundo, que le pusieron al indio para obligarle hacer la fiesta, y dos naturalmente como su economía era tan exigua, tenía que buscar ayuda y es por eso que se dio la jocha, de tal manera el pobre tenía que todo el año ir pidiendo el dinero para hacerse acompañar de una pequeña banda con el pingullo, y el tambor, e ir a pedir que le colaboren, esto ya entrando en el siglo XX naturalmente se mantenía de cierta manera, pero esto fue degenerando, porque a vece sucedía que había priostes que habían sido designados a petición de enemigos, con la finalidad de que se endeuden de por vida para que pierdan patrimonio, terreno, casa que les permita pagar la fiesta, esto hizo que vaya decayendo la fiesta, hasta terminarse prácticamente, lógicamente esta fiesta estaba tan arraigada en nuestra población, en nuestra gente , por el respeto a nuestro Padre Dios, el patrono San</p>

	<p>Miguel de Salcedo tiene una característica el salcedense no es que no le guarde cariño, ni respeto, pero es más confianzudo, el salcedense lo llama hasta con apodos como “El Suco”, “El Bermejo”, de tal manera que en ese sentido prácticamente esta manifestación de la fiesta estaba tan arraigada que no podía perderse y Salcedo perdió esta celebración en unos 10 o 12 años si no es más, y el párroco Antonio Vaca género en celebrar al Príncipe San Miguel, pero al se le ocurrió algo fantástico, el volvió de una manera diferente con el priostaje, que sea grupal de tal manera que hoy existe la costumbre que va ya 19 años que representa un prioste con un buen grupo de organizaciones y de población, es decir un representante de los barrios, un representante de los barrios sub urbanos, un representante de los gremios, un representante de las compañías de transporte, etc, de tal manera que en este marco, cada uno de los representantes acuden a sus tocayos, a sus amigos, que les apoyen con la jochas, y así de esta manera se va generando, se va estructurando, lo que va ser la fiesta en el año venidero, esto ha persistido durante 19 años, y eso ha dado lugar a que la fiesta del Príncipe San Miguel sea en realidad una fiesta colectiva donde todo el mundo participe, hace que toda la población este directa e indirectamente vinculada.</p>
<p><b>5.- ¿Cómo cree deberían las autoridades promocionar a las fiestas del Príncipe San Miguel?</b></p>	<p>Debería existir una masiva campaña de difusión que los organismos competentes, estatales, como el Ministerio de Turismo, como el mismo Instituto de Patrimonio Cultural, sean los encargados de dar a conocer y así puedan venir a disfrutar y conocer, que llegue a ser un referente además de lo religioso como un patrimonio cultural.</p>
<p>Gracias al aporte del Sr. Wilmo Gualpa, se pudo realizar una investigación fundamentada en hechos trascendentales de gran valor histórico, y además apporto para identificar las deficiencias que ocurre en el transcurso de la festividad.</p> <p>La entrevista fue valedera ya que la persona entrevistada ha escrito libros acerca de las leyendas sobre el Príncipe San Miguel y otras grandes historias que enriquecen la cultura indígena y religiosa.</p>	

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Entrevista aplicada al secretario de la alcaldía del cantón Salcedo.

### 4.3 Verificación de la Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del trabajo investigativo se utilizó el método estadístico conocido como Chi cuadrado ( $\chi^2$ )

#### 4.3.1 Planteamiento de la Hipótesis

**H<sub>0</sub>.** El nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo **NO** incide como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi.

**H<sub>1</sub>.** El nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo **SI** incide como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi.

#### 4.3.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de  $\alpha=0.01$

#### 4.3.3 Descripción de la Población

La población que se tomó como universo de estudio es a los turistas en la hostería “El Surillal” del cantón Salcedo y que determinó una muestra de 175 visitantes.

**Tabla 20.** Descripción de la Población

MUESTRA	PORCENTAJE
175	100%

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

#### 4.3.4 Especificación del estadístico

Es necesario mencionar que para establecer las categorías, se detallará un cuadro de contingencia de 4 filas por 3 columnas, el cual servirá para establecer las frecuencias esperadas y observadas.

**Tabla 21.** Frecuencias Observadas

	Ítems	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Subtotal
<b>V. Dependiente</b>	<b>Pregunta 3</b>	125	50	-----	175
	<b>Pregunta 4</b>	164	11	-----	175
<b>V. Independiente</b>	<b>Pregunta 5</b>	116	57	2	175
	<b>Pregunta 9</b>	54	83	38	175
	<b>Total</b>	<b>459</b>	<b>201</b>	<b>40</b>	<b>700</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

En base del cuadro expresado se procede a establecer las frecuencias esperadas:

**Tabla 22.** Frecuencias Esperadas

<b>Frecuencias Esperadas</b>	
<b>Opción 1</b>	<b><u>114,75</u></b>
<b>Opción 2</b>	<b><u>50,25</u></b>
<b>Opción 3</b>	<b><u>10</u></b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

#### 4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Para poder establecer las regiones de aceptación o rechazo, es necesario determinar los grados de libertad que se utilizará en la tabla de distribución del Chi cuadrado.



**Tabla 23.** Grado de Libertad

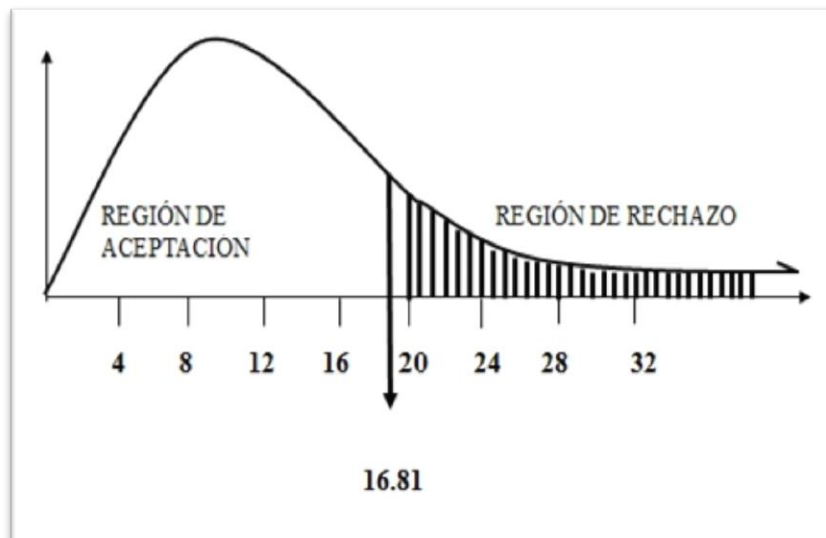
<b>GRADO DE LIBERTAD</b>	
<b>FILAS</b>	<b>COLUMNAS</b>
4	3
4 - 1	3-1
3	2
$3 \times 2 = 6$	
<b>G. L = <u>6</u></b>	
$X^2_T = \underline{16.81}$	

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

Por lo tanto con 6° de libertad, a un nivel de significación de 0,01 el valor de  $X^2_T$  es igual a 16.81; entonces si  $X^2_C \leq X^2_T$  se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ), caso contrario se la rechaza y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

**Gráfico 19.** Representación gráfica de las regiones



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia (2015)

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Salcedo.

#### 4.2.6 Calculo de los Estadísticos

Para realizar el cálculo de lo estadístico, se utilizara la siguiente formula:

**Ecuación 2. Chi Cuadrado**

$$x^2 = \sum \left[ \frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

$x^2$ = Chi cuadrado

$\sum$  = Sumatoria

**O**= Frecuencias Observadas

**E**= Frecuencias Esperadas.

#### 4.2.7 Cálculo del Chi cuadrado

**Tabla 24.** Chi cuadrado esperado

<b>O</b>	<b>E</b>	<b>O-E</b>	<b>(O-E)<sup>2</sup></b>	<b>(O-E)<sup>2</sup>/E</b>
<b>125</b>	114,75	10,25	105,06	0,9156
<b>50</b>	50,25	-0,25	0,06	0,0012
<b>0</b>	10	-10	100	10
<b>164</b>	114,75	49,25	2425,56	21,138
<b>11</b>	50,25	-39,25	1540,56	30,65
<b>0</b>	10	-10	100	10
<b>116</b>	114,75	1,25	1,56	0,0136
<b>57</b>	50,25	6,75	45,56	0,9067
<b>2</b>	10	-8	64	6,4
<b>54</b>	114,75	-60,75	3690,56	32,1617
<b>83</b>	50,25	32,75	1072,56	21,3444
<b>38</b>	10	28	784	78,4
<b><u>700</u></b>	<b><u>700</u></b>			<b><u>X<sup>2</sup>=211,9312</u></b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia (2015)

#### **4.2.8 Toma de Decisión**

**En vista de que  $X^2_C$  es igual a 211,9312 es mayor que  $X^2_T$  16.81;** se rechaza la Hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ): “El nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo **SI** incide como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi”.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

Posterior de haber realizado la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Después de realizar un análisis de los aspectos estructurales en la festividad al Príncipe San Miguel se determinó que no existe un debido interés en realizar las fiestas según un orden estructural adecuado, y esto afecta a la concurrencia de turistas en esa fecha e incluso se logró identificar las actividades preferenciales como un recorrido por la zona, las rutas ecológicas, visita a parques familiares y disfrutar en los complejos deportivos.
- Se determinó que no existe la suficiente publicidad para promover el turismo dentro de la provincia lo que ocasiona que las personas no se enteren de lo que está pasando ni cuando son las fiestas para que puedan asistir.
- Mediante un análisis de los sectores turísticos que existen dentro del cantón se llegó a determinar que existen una variedad de atractivos turísticos los cuales no están siendo bien aprovechados por las autoridades del lugar lo cual está afectando al desarrollo turístico de la misma.

## 5.2 Recomendaciones

- Crear un sistema de ordenamiento que siga la estructura de la fiesta y así se desarrolle con responsabilidad para que el turismo aflore en el cantón y además crear alianzas estratégicas entre la provincia y los sectores hoteleros así también como el Ministerio de turismo para que se den a conocer los principales atractivos turísticos que ofrece Salcedo en las fiestas del Príncipe San Miguel.
- Se debe poner mayor énfasis en dar a conocer las fiestas que se están desarrollando y que la situación turística se maneje dentro del cantón y mejore notablemente trayendo beneficios a las personas de la misma provincia.
- Se considera implementar un plan de marketing dentro de la provincia de Cotopaxi el cual ayude a que la fiesta del Príncipe San Miguel sea más conocida y se logre explotarla de la manera correcta para el beneficio de la provincia de Cotopaxi.

## **CAPÍTULO VI**

### **LA PROPUESTA**

#### **6.1 Datos informativos**

##### **6.1.1 Tema de la propuesta**

“PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR LAS FIESTAS DEL PRINCIPE SAN MIGUEL EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

##### **6.1.2 Entidades Ejecutoras**

- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Cotopaxi.
- Universidad Técnica de Ambato (Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo y Hotelería)

##### **6.1.3 Beneficiarios**

**Directos:** Habitantes del cantón Salcedo

**Indirectos:** Turistas que visitan el cantón.

##### **6.1.4 Ubicación**

La presente propuesta se ejecutó en la:

- **PROVINCIA:** Cotopaxi
- **CANTÓN:** Salcedo
- **PARROQUIA:** San Miguel de Salcedo.

**Gráfico 20.** Mapa de la provincia de Cotopaxi



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

### 6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución de la propuesta

El tiempo estimado de realización es en los meses Julio - Agosto 2015.

### 6.1.6 Costo

El monto estimado para la realización de la propuesta es de \$760.00.

### 6.1.7 Sector y tipo del proyecto

**Tabla 25.** Sector y tipo del proyecto.

Sector	Subsector/tipo	Institución
Social	Desarrollo Urbano Social	GAD Provincial de Cotopaxi

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

### **6.1.8 Responsables**

- **Tutora de la investigación:** Lcda. Mg. Noemy Gaviño
- **Investigadora:** Patricia Jácome

### **6.2 Antecedentes**

De la investigación previamente realizada acerca del posicionamiento de las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi se pudo concluir que este si influye directamente sobre la oferta turística; razón por la que se considera imprescindible la mejoría y la implementación de un plan que haga que se tenga un mejor posicionamiento y se pueda recibir una mayor cantidad de afluentes a este tipo de festividad.

Tomando como antecedentes todo lo que se ha expuesto en los capítulos anteriores del trabajo de investigación, se ha encontrado que se necesita la realización de un plan de marketing el cual ayude a que las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi sea más conocida y por lo tanto tenga más afluencia de turistas de todas partes del país y también extranjeras.

### **6.3 Justificación**

Al momento de hablar del campo de turismo se debe tomar en cuenta que en los últimos años el turismo dentro del Ecuador ha crecido notablemente gracias a un trabajo conjunto entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) provinciales y el MINTUR, teniendo una priorización y un interés para que más gente realice turismo dentro de las provincias y más en las épocas que estas están en fiesta, esto no quiere decir que todo el trabajo lo realice el MINTUR, los GAD deben poner de parte suya para darse a conocer no solo a ellos sino a sus fiestas para que se conviertan en un atractivo turístico.



Es importante saber que mediante la realización de un plan de posicionamiento dentro de la provincia de Cotopaxi para las fiestas del Príncipe San Miguel se va a impulsar no solo el turismo nacional sino también el comercio interno beneficiando de esta manera grandemente a la provincia de Cotopaxi.

La investigación será un referente para otras funciones que se quieran realizar a futuro por otros investigadores ya que abarca todo lo que se necesita saber acerca de posicionar una fiesta y atraer a turistas hacia ella.

Es factible porque se cuenta con el permiso de las autoridades del GAD provincial de Cotopaxi así como también con el apoyo de los habitantes.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 General**

- Desarrollar un plan de marketing para promocionar las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi.

### **6.4.2 Específicos**

- Analizar el perfil de los turistas que asisten a las fiestas del Príncipe San Miguel.
- Determinar mediante una matriz FODA, la situación actual de las festividades.
- Plantear estrategias de marketing para la promoción de las festividades del Príncipe San Miguel.

## 6.5 Análisis de Factibilidad

### 6.5.1 Factibilidad técnica

Técnicamente la propuesta es factible de realizar ya que se cuenta con el apoyo de los directivos de la provincia de Cotopaxi para que se pueda realizar todo lo que sea pertinente dentro de la provincia para impulsar la afluencia de los turistas en las fiestas del Príncipe San Miguel que se celebran cada año dentro de la provincia.

### 6.5.2 Factibilidad Económica

La investigación es factible de ejecutar desde el punto de vista presupuestario ya que se cuenta con un presupuesto tentativo de los gastos a realizarse, los mismos que a continuación se detalla:

Tabla 26. Factibilidad Económica.

<b>Indicadores</b>	<b>Financiamiento</b>	<b>Costo</b>
<b>Fotografías</b>	Autora	\$40.00
<b>Recopilación de información</b>	Autora	\$30.00
<b>Transporte</b>	Autora	\$20.00
<b>Alimentación</b>	Autora	\$60.00
<b>Información digital</b>	Autora	\$50.00
<b>Material escritorio</b>	Autora	\$60.00
<b>Impresiones</b>	Autora	\$400.00
<b>Imprevistos</b>	Autora	\$100.00
<b><u>TOTAL</u></b>		<b><u>\$760.00</u></b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015)

### **6.5.3 Análisis de impacto ambiental**

La propuesta es posible de realizar ya que no compromete dentro de sí, ningún daño en el medio ambiente dentro de la provincia de Cotopaxi; puesto a que no supone de cambios que lo toquen o puedan llegar a desmejorarlo.

### **6.5.4 Factibilidad Legal**

El marco legal además de permitir realizar la investigación, también ampara y estimula el presentar propuestas análogas, en virtud que la Ley Suprema, la Constitución de la República del Ecuador en los artículos 57 y 61 expresan:

## **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

Decreto Legislativo 0. Registro Oficial 449 de 20 de Octubre 2008. Última Modificación el 13 de Julio 2011. Constitución de la República del Ecuador. Estado Vigente.

**Art. 57.-** Se reconoce y garantizará a las comunidades y pueblos de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, el de mantener desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia y tradiciones ancestrales.

**Art. 61.-** Las ecuatorianas y ecuatorianos gozan del derecho de presentar proyectos de iniciativa popular. (Asamblea Constituyente, 2011).

## **6.6 Fundamentación**

### **6.6.1 Fundamentación Teórica**

#### **Estrategia**

Para Chong J. (2009) “las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica la misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada.”

Esto explica que las estrategias son una serie de métodos o herramientas las cuales ayudaran a que la empresa llegue a un objetivo preestablecido y que lo cumple de la mejor manera sin generar demasiados gastos financieros y de tiempo a la organización.

**Análisis FODA (Análisis del Entorno):** El análisis FODA es una herramienta que las empresas y las organizaciones utilizan para tener un mejor conocimiento acerca de cómo está posicionada la empresa dentro de un sector para a partir de aquí poder desarrollar un plan promocional conveniente para la empresa basándose en los resultados que este análisis ha presentado. Las palabras que conforman las siglas FODA son Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que una empresa pueda tener y son estas cosas las que se analizaran para poder saber en qué se está fallando, en que se puede mejorar y que es lo que se debe eliminar para que la empresa pueda crecer cada vez más y más.

**Fase Operativa:** Al realizar el análisis FODA se puede realizar la fase operativa que es en la que se establecen los objetivos estratégicos, acciones a realizar y presupuestos necesarios para llevar a cabo la estrategia. Los objetivos estratégicos se elaboran del análisis del entorno (Oportunidades y Amenazas) y del análisis del entorno (Debilidades y Fortalezas).

**Especialidades publicitarias:** Estos son productos que adquieren las empresas y en las que colocan su logo, nombre, o frase significativa que identifique a la empresa y los cuales serán regalados a los consumidores o usuarios. Entre los objetos que más se utilizan para este fin están incluidos, esferos, calendarios, gorros, llaveros, tazas de té, encendedores, camisetas, fósforos, botellas plásticas con agua, y en los últimos años y en algunas empresas se han implementado también algunos aparatos electrónicos simples pero que sean útiles para las personas como relojes de pared.

### **Empresas turísticas**

La empresa, de acuerdo con la teoría económica tradicional clásica, es la unidad de decisión de la producción, es decir de la oferta, así como los hogares, las economías domésticas, lo son del consumo o la de demanda. El estado y en general la administración pública solo ejerce un papel moderador y árbitro del mercado que a través del juego de la oferta y la demanda establece los precios y asigna de manera eficiente. (Méndez González & Aguado Franco, 2006, pág. 3).

Se puede definir las empresas turísticas como aquellas que de forma profesional, habitual y mediante precio, prestan sus servicios en el ámbito turístico.

El concepto de empresa turística, abierto como consecuencia del gran dinamismo que caracteriza el fenómeno turístico, engloba las empresas que enumeran las distintas leyes de turismo autonómicas y que vienen a coincidir con lo que son las empresas reglamentadas. Al margen de la vía abierta que establecen algunas comunidades autónomas y siempre que se haga reglamentariamente, estas son básicamente las empresas de alojamiento turístico, de intermediación turística, de restauración turística y de información turística. (Pérez Guerra, Ceballos Martín, Llodrá Grimalt, Roca Fernández, & Vilasau Solana, 2006, pág. 15).

Se tiene que empresa turística es definida como el fin de generar ingresos a cambio de brindar servicios eficientes, que de tal manera es necesario contar con empresas competentes que aporten al desarrollo turístico del cantón Salcedo, y de este modo

ofrecer calidad al turista que no siempre estas prestaciones están ligadas con el precio, solo que hay que aprovechar lo que se tiene y explotarlo al máximo.

## **Marketing**

El marketing según, (Monferrer, 2013) “Ideas preconcebidas entorno al concepto de marketing De forma general en la sociedad, el marketing se identifica con una serie de ideas preconcebidas que no se ajustan a la realidad del concepto. Así, por ejemplo: Se piensa que el marketing es sinónimo de conceptos como la publicidad o la comunicación y las ventas. Sin embargo, las ventas y la publicidad, como veremos en capítulos siguientes, no son más que dos de las diversas funciones sobre las que trabaja esta disciplina.”

El marketing es una filosofía sencilla e intuitivamente atractiva que articula una orientación al mercado, (Kotler P., Direccion de Mercadotecnia, 2010) Afirma que:

“En los aspectos social y económico, la razón fundamental de la existencia de una organización consiste en satisfacer los deseos y necesidades del cliente a la par, que se alcanzan los objetivos de esa empresa. Esto se basa en entender que una venta no depende de una emprendedora fuerza de ventas, sino en la decisión del cliente de comprar un producto.”

## **6.7 Metodología**

### **6.7.1 Modelo Operativo**

Para poder realizar el plan de promoción turística enfocado a las fiestas del Príncipe San Miguel en el cantón Salcedo de la Provincia de Cotopaxi, se realizará un plan de acción en el cual se desarrollara las siguientes actividades:

**Tabla 27.** Modelo Operativo

<b>FASE O ETAPAS</b>	<b>METAS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>ANÁLISIS</b>	Analizar el perfil de los turistas que asisten a las fiestas del Príncipe San Miguel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la frecuencia de turistas que acuden a las fiestas.</li> <li>• Analizar el gasto económico que realizan los turistas.</li> <li>• Identificar intereses adicionales que tienen los turistas en las fiestas del Príncipe San Miguel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Humanos</li> <li>• Materiales</li> <li>• Sociales.</li> </ul>	Investigadora	2 semanas
<b>DESARROLLO</b>	Identificar los factores que representan la matriz FODA.	Realizar un análisis FODA de las fiestas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Humanos</li> <li>• Materiales</li> <li>• Sociales</li> </ul>	Investigadora	2 semanas
<b>PLANTEAMIENTO</b>	Establecer estrategias que fortalezcan el turismo en las fiestas del Príncipe San Miguel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la matriz FODA.</li> <li>• Identificar las estrategias necesarias para establecer en las fiestas del Príncipe San Miguel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Humanos</li> <li>• Materiales</li> <li>• Sociales</li> </ul>	Investigadora Autoridades	3 semanas

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

## **6.8 Desarrollo de la Propuesta**

### **PROPUESTA ESTRATÉGICA DEL PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR LAS FIESTAS DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.**

#### **FASE 1.**

##### **6.8.1 Análisis del perfil de los turistas en las fiestas del Príncipe San Miguel**

De acuerdo con la investigación las fiestas del Príncipe San Miguel es un atractivo significativo para el cantón, es por eso que el proponer un plan de marketing con el fin de posicionar las fiestas dentro de la provincia de Cotopaxi, es necesario.

Los turistas necesitan conocer de los recursos que cuenta el Ecuador, y con la promoción correcta e incentivando a que exista mayor turismo, se ha realizado proyectos y planes promocionales, que han conducido a ser reconocidos tanto nacional e internacional.

Salcedo es un lugar conocido en general por la gastronomía, pero en lo tradicional es muy insignificante a pesar de que las fiestas del Príncipe San Miguel consta como Patrimonio cultural intangible de la humanidad, no se ha difundido correctamente esta información, y no se ha dado la apropiada promoción para dicha festividad..

En este tiempo los turista han registrado gran atracción en realizar turismo interno, como en Salcedo se ha generado un avance grande al visitar el cantón por diferentes intereses, como en lo gastronómico, los helados y el pinol, y en lo recreativo los complejos turísticos, etc.

En el factor económico es importante para el sector que cuente con establecimientos acorde a la situación económica de los turistas, presentando servicios de excelencia a bajos precios.



En la investigación se ha analizado que los turistas presentan intereses adicionales, que fácilmente el cantón Salcedo cuenta, y puede sacar beneficios de cada uno de ellos, y así el turismo crece y avanza con nuevos proyectos que fomenten aún más el turismo en el sector.

A continuación para poder conocer los atractivos y deficiencias se desarrolla un análisis situacional de las fiestas del Príncipe San Miguel:

## FASE 2.

### 6.8.2 Análisis FODA

Tabla 28. Fase 2<sup>da</sup>, realización del FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• La fiesta ya está establecida dentro de la provincia hace muchos años por lo cual ya es una costumbre.</li><li>• La fiesta del Príncipe San Miguel está declarada como Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad por la UNESCO en el año 2008.</li><li>• Gran riqueza cultural en las actividades realizadas.</li><li>• La provincia es altamente segura para los turistas y la gente que habita en la misma.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La provincia de Cotopaxi ofrece varias oportunidades turísticas que pueden ser aprovechadas por las personas que asistan a la fiesta.</li><li>• Las fiestas del Príncipe San Miguel son un importante referente para la economía de la provincia de Cotopaxi.</li><li>• Las fiestas del Príncipe San Miguel ofrecen oportunidades de desarrollo comercial a la provincia de Cotopaxi.</li><li>• Mantenimiento de las tradiciones autóctonas del país.</li></ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa implementación de un modelo de marketing.</li><li>• Insuficientes normativas que se rijan a la fiesta.</li><li>• Limitada colaboración por parte de los moradores para que la fiesta sea más conocida.</li><li>• Deficiente asignación de recursos necesarios para la realización de la fiesta por parte del GAD provincial Cotopaxi.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diferentes fiestas que se realizan en otras partes del país son más conocidas que las del Príncipe San Miguel.</li><li>• Las distintas atracciones turísticas ofrecidas por otras provincias son más cotizadas por los turistas debido a que tienden a ser más promocionados.</li><li>• Preferencia por diferentes fiestas que son traídas desde otros países y adoptados a nuestra cultura.</li><li>• Limitada cultura de la afluencia de personas que asisten a la fiesta.</li></ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

En las siguientes matrices FODA se va a encontrar la forma como se formuló las acciones estratégicas y la manera en que se analizó y realizó su priorización.

**Tabla 29.** Matriz de relación FA.

<b>FA</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>A1.</b> Otras fiestas ajenas a la provincia.	<b>A2.</b> Poco impulso por parte de las autoridades de la provincia de Cotopaxi.	<b>A3.</b> Falta de cultura por parte de las personas que asisten a las festividades.	<b>A4.</b> Preferencia por fiestas de otras culturas que se traen y se adoptan por los habitantes ecuatorianos.	<b>A5.</b> La falta de interés del sector por sobresalir.
<b>FORTALEZAS</b>						
<b>F1.</b> La fiesta ya establecida varios años por lo cual es una costumbre de la provincia.						
<b>F2.</b> La fiesta está declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.						
<b>F3.</b> Riqueza cultural en las actividades desarrolladas.					<b>AE</b>	
<b>F4.</b> Provincia segura para los turistas y los habitantes.						
<b>F5.</b> Ubicación accesible para todos.						
<b>F6.</b> Gente amable con los turistas.						
<b>F7.</b> Precios accesibles para las personas que visitan la provincia.						<b>AE</b>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

<b>CUADRO DE LECTURA</b>	<b>F</b>	<b>FORTALEZAS</b>
	<b>A</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<b>AE</b>	<b>ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA</b>

**Tabla 30.** Matriz de relación DA.

<b>DA</b>	<b>AMENAZAS</b>	
	A1. Otras fiestas ajenas a la provincia.	A2. Poco impulso por parte de las autoridades de la provincia de Cotopaxi.
<b>DEBILIDADES</b>		
D1. Escases de un modelo de Marketing.	<b>AE</b>	
D2. No existen normativas que rijan la fiesta.		
D3. Falta de interés por parte de los habitantes de la provincia de Cotopaxi.		
D4. Falta de recursos por parte del GAD provincial de Cotopaxi.		
D5. Débil fuerza de Marketing.		<b>AE</b>
D6. Poco marketing fuera de la provincia.		
D7. Falta de planeación correcta en la realización de la fiesta.		

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

<b>CUADRO DE LECTURA</b>	<b>D</b>	DEBILIDADES
	<b>A</b>	AMENAZAS
	<b>AE</b>	ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA

**Tabla 31.** Matriz de relación DO.

<b>DO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>						
	<b>O1.</b> Mantenimiento de las tradiciones autóctonas	<b>O2.</b> Fiesta reconocida y posicionada dentro del país	<b>O3.</b> Diferentes atracciones turísticas que ofrecer.	<b>O4.</b> Posibilidades de desarrollo comercial.	<b>O5.</b> Existen muchas personas que quisieran ser parte de las fiestas.	<b>O6.</b> Incremento anual representativo de asistencia de gente.	
<b>DEBILIDADES</b>							
<b>D1.</b> Escases de un modelo de Marketing.							
<b>D2.</b> No existen normativas que rijan la fiesta.							
<b>D3.</b> Falta de interés por parte de los habitantes de la Provincia de Cotopaxi.							
<b>D4.</b> Falta de recursos por parte del GAD Provincial de Cotopaxi.							
<b>D5.</b> Débil fuerza de Marketing.							
<b>D6.</b> Poco marketing fuera de la Provincia.				<b>AE</b>			
<b>D7.</b> Falta de planeación correcta en la realización de la fiesta.							<b>AE</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

<b>CUADRO DE LECTURA</b>	<b>D</b>	DEBILIDADES
	<b>O</b>	OPORTUNIDADES
	<b>AE</b>	ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA

**Tabla 32.** Matriz de relación FO.

<b>FO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>O1.</b> Mantenimiento de las tradiciones autóctonas	<b>O2.</b> Fiesta reconocida y posicionada dentro del país	<b>O3.</b> Diferentes atracciones turísticas que ofrecer.	<b>O4.</b> Posibilidades de desarrollo comercial.	<b>O5.</b> Existen muchas personas que quisieran ser parte de las fiestas.	<b>O6.</b> Incremento anual representativo de asistencia de gente.
<b>FORTALEZAS</b>							
<b>F1.</b> La fiesta ya establecida varios años por lo cual es una costumbre de la provincia.							
<b>F2.</b> La fiesta está declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.		<b>AE</b>					
<b>F3.</b> Riqueza cultural en las actividades desarrolladas.							
<b>F4.</b> Provincia segura para los turistas y los habitantes.							
<b>F5.</b> Ubicación accesible para todos.				<b>AE</b>			
<b>F6.</b> Gente amable con los turistas.							
<b>F7.</b> Excelente atención a los turistas.							
<b>F8.</b> Precios accesibles para las personas que visitan la Provincia.							

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

<b>CUADRO DE LECTURA</b>	<b>F</b>	FORTALEZAS
	<b>O</b>	OPORTUNIDADES
	<b>AE</b>	ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA

**Tabla 33. Matriz FODA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<p><b>F1.</b> La fiesta ya establecida varios años por lo cual es una costumbre de la Provincia.</p> <p><b>F2.</b> La fiesta está declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.</p> <p><b>F3.</b> Riqueza cultural en las actividades desarrolladas.</p> <p><b>F4.</b> Provincia segura para los turistas y los habitantes.</p> <p><b>F5.</b> Ubicación accesible para todos.</p> <p><b>F6.</b> Gente amable con los turistas.</p> <p><b>F7.</b> Precios accesibles para las personas que visitan la Provincia.</p>	<p><b>D1.</b> Escases de un modelo de Marketing.</p> <p><b>D2.</b> No existen normativas que rijan la fiesta.</p> <p><b>D3.</b> Falta de interés por parte de los habitantes de la Provincia de Cotopaxi.</p> <p><b>D4.</b> Falta de recursos por parte del GAD Provincial de Cotopaxi.</p> <p><b>D5.</b> Débil fuerza de Marketing.</p> <p><b>D6.</b> Poco marketing fuera de la Provincia.</p> <p><b>D7.</b> Falta de planeación correcta en la realización de la fiesta.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
<p><b>O1.</b> Mantenimiento de las tradiciones autóctonas</p> <p><b>O2.</b> Fiesta reconocida y posicionada dentro del país</p> <p><b>O3.</b> Diferentes atracciones turísticas que ofrecer.</p> <p><b>O4.</b> Posibilidades de desarrollo comercial.</p> <p><b>O5.</b> Existen muchas personas que quisieran ser parte de las fiestas.</p> <p><b>O6.</b> Incremento anual representativo de asistencia de gente.</p>	<p><b>AE-FO1.</b> Promocionar las fiestas del príncipe San Miguel mediante medios de comunicación.</p> <p><b>AE-FO3.</b> Elaborar una guía turística para los visitantes en las fiestas del príncipe San Miguel.</p>	<p><b>AE-DO6.</b> Promocionar mediante paquetes turísticos a las fiestas del Príncipe San Miguel em la provincia de Cotopaxi.</p> <p><b>AE-DO3.</b> Difundir mediante vallas publicitarias, con información acerca de la fiesta.</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<p><b>A1.</b> Fiestas ajenas a la provincia.</p> <p><b>A2.</b> Poco impulso por parte de las autoridades de la provincia de Cotopaxi</p> <p><b>A3.</b> Falta de cultura por parte de las personas que asisten a las festividades.</p> <p><b>A4.</b> Preferencia por fiestas de otras culturas que se traen y se adoptan por los habitantes ecuatorianos.</p> <p><b>A5.</b>La falta de interés del sector por sobresalir.</p>	<p><b>AE-FA4.</b> Promocionar mediante artículos publicitarios, durante las fiestas del Príncipe San Miguel.</p> <p><b>AE-FA5.</b> Promocionar mediante flyers, dentro de la provincia de Cotopaxi.</p>	<p><b>AE-DA1.</b> Implementar paquetes de turismo.</p> <p><b>AE-DA4.</b> Fortalecer los productos ya existentes en las fiestas del Príncipe manteniendo sus niveles de notoriedad e identificación de producto, con el objetivo de rentabilizar al máximo la promoción efectuada durante el último período.</p>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015).

### FASE 3.

#### 6.8.3 Análisis y formulación de las estrategias

#### ESTRATEGIAS FO

**F2.** La fiesta está declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

**O1.** Mantenimiento de las tradiciones autóctonas

**AE-FO1. Promocionar las fiestas del príncipe San Miguel mediante medios de comunicación.**

**Tabla 34.** Estrategia FO, Promocionar las fiestas del príncipe San Miguel mediante medios de comunicación.

Estrategia	Plan de Acción
<b>Promocionar las fiestas del príncipe San Miguel mediante medios de comunicación.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar un análisis FODA de la situación actual de la empresa.</li><li>• Presentar a las autoridades paquetes de promoción en medios de comunicación</li><li>• Aplicar la propuesta planteada.</li></ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

**F5.** Ubicación accesible para todos

**O3.** Diferentes atracciones turísticas que ofrecer

**AE-FO3. Elaborar una guía turística para los visitantes en las fiestas del príncipe San Miguel.**



**Tabla 35.** Estrategia FO, Elaborar una guía turística para los visitantes en las fiestas del príncipe San Miguel.

Estrategia	Plan de Acción
<p align="center"><b>Elaborar una guía turística para los visitantes en las fiestas del príncipe San Miguel.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los lugares turísticos más visitados durante las festividades</li> <li>• Realizar un convenio con los establecimientos turísticos de los lugares más visitados</li> <li>• Elaborar una guía turística la cual pueda ser presentada a las personas que visitan la provincia durante las festividades.</li> </ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

## ESTRATEGIAS DO

**D7.** Falta de planeación correcta para la realización de la Fiesta

**O6.** Incremento anual representativo de asistencia de gente

**AE-DO6. Promocionar mediante paquetes turísticos a las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi.**

**Tabla 36.** Estrategia DO, Promocionar mediante paquetes turísticos a las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi.

Estrategia	Plan de Acción
<p align="center"><b>Promocionar mediante paquetes turísticos a las fiestas del Príncipe San Miguel en la provincia de Cotopaxi.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir Itinerario.</li> <li>• Definir proveedores (proformas, cotizaciones)</li> <li>• Variaciones de la programación: Noches adicionales, descuentos de niños, etc.</li> <li>• Precio de venta al Público</li> <li>• Descripción de itinerario y tarifas.</li> <li>• Inducción al personal sobre el producto final.</li> </ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

**D6.** Poco marketing fuera de la provincia

**O3.** Diferentes atracciones turísticas que ofrecer

**AE-DO3. Difundir mediante vallas publicitarias, con información acerca de la fiesta.**

**Tabla 37.** Estrategia DO, Difundir mediante vallas publicitarias, con información acerca de la fiesta.

<b>Estrategia</b>	<b>Plan de Acción</b>
<b>Difundir mediante vallas publicitarias, información acerca de la fiesta.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elegir colores correctos que sean un referente ante el ojo del turista.</li><li>• Crear la imagen que representa la festividad.</li><li>• Escoger un tipo de letra entendible y de fácil visualización ante el público.</li><li>• Establecer un mensaje corto y llamativo.</li></ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

## **ESTRATEGIAS FA**

**F3.** Riqueza cultural en las actividades desarrolladas

**A4.** Preferencias por fiestas de otras culturas que son traídas y adoptadas por los habitantes ecuatorianos

**AE-FA4. Promocionar mediante artículos publicitarios, durante las fiestas del Príncipe San Miguel.**

**Tabla 38.** Estrategia FA, Promocionar mediante artículos publicitarios, durante las fiestas del Príncipe San Miguel.

Estrategia	Plan de Acción
<p align="center"><b>Promocionar mediante artículos publicitarios, durante las fiestas del Príncipe San Miguel.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los artículos para la publicidad como camisetas, gorras, llaveros, etc.</li> <li>• Diseñar la imagen para los artículos.</li> <li>• Difundir entre los turistas que asisten a la festividad.</li> </ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

**F8.** Precios accesibles para las personas que visitan la provincia

**A5.** Falta de interés del sector por sobresalir

**AE-FA5. Promocionar mediante flyers, dentro de la provincia de Cotopaxi.**

**Tabla 39.** Estrategia FA, Promocionar mediante flyers, dentro de la provincia de Cotopaxi.

Estrategia	Plan de Acción
<p align="center"><b>Promocionar mediante flyers, dentro de la provincia de Cotopaxi.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la imagen que representara las fiestas.</li> <li>• Crear el diseño para la publicidad en la provincia de Cotopaxi.</li> </ul>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

**6.8.4 Plan de Marketing**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN IDÓNEOS.**

- **TELEVISIÓN**

En la provincia de Cotopaxi se cuenta con dos canales de televisión llamados TV COLOR CANAL 36 y COTOPAXI TV CANAL 17 los que poseen paquetes diferentes por lo cual se ha realizado una cotización con ambos canales y se ha obtenido los siguientes paquetes:

**Tabla 40.** Paquetes cotizados con TV color canal 36.

<b>TV COLOR CANAL 36</b>			
<b><u>HORARIO TRIPLE "A"</u></b>	1 PAUTAJE NOTICIERO DE LA MAÑANA		TOTAL: 5 PAUTAJES DIARIOS DE LUNES A VIERNES
	1 PAUTAJE EN EL PROGRAMA DE OPINION HABLANDO CLARO		
	1 PAUTAJE NOTICIERO DE LA NOCHE		COSTO: \$500,00
	1 PAUTAJE PROGRAMA DEPORTIVO MEDIO DIA		
<b><u>HORARIO GENERAL</u></b>	2 PAUTAJES EN LA MAÑANA	07H00/08H00	TOTAL: 5 PAUTAJES DIARIOS DE LUNES A VIERNES.
	1 PAUTAJE EN LA TARDE	13H00	
	2 PAUTAJES EN LA NOCHE	19H00/20H00	COSTO: \$300,00
<b>LA DURACION DEL SPOT SERA DE UN MAXIMO DE 40 SEG.</b>			
<b>LA PRODUCCION DEL SPOT NO TIENE COSTO ALGUNO</b>			
<b>ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA</b>			

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

**Tabla 41.** Paquetes cotizados con Cotopaxi TV canal 17.

<b>COTOPAXI TV CANAL 17</b>					
	PROGRAMA	HORARIO	CUÑAS	TIEMPO	
			POR MES	20"	30"
<b>PAQUETE INFANTIL</b>	SERIES INFANTILES	09H30	44		
	SERIES INFANTILES	15H30	22		
	DIBUJOS ANIMADOS	08H45	16		
	WINNIE POO SERIE (D)	09H30	8		
	CINE INFANTIL (D)	15H30	8		
	<b>TOTAL</b>			<b>98</b>	<b>\$150,00</b>
<b>PAQUETE JUVENIL</b>	ANTES DE SAT MUSIC	14H30	22		
	DESPUES DE SAT MUSIC	16H00	22		
	DESOUES DE TV HOGAR	18H00	22		
	SABADOS		8		
	DOMINGOS		8		
	<b>TOTAL</b>			<b>82</b>	<b>\$150,00</b>
<b>PAQUETE JEFES DE FAMILIA</b>	ANTES DE UNX MEDIO DIA	12H30	22		
	DESPUES DE UNX NOCHE	18H45	22		
	DESOUES DE DPORTV	20H00	22		
	10 SOBRE 10	23H00	22		
	SABADOS		8		
	DOMINGOS		8		
	<b>TOTAL</b>			<b>104</b>	<b>\$220,00</b>

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

Los directivos que representan a la provincia de Cotopaxi escogieron el plan de horario general con respecto a TV COLOR, CANAL 36, y el paquete Juvenil de 30 segundos en el caso de COTOPAXI TV, CANAL 17.

**Gráfico 21.** Instalaciones de televisión



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015)

- **RADIO**

El costo de las cuñas radiales en radio Fm Rumba, radio Centro para la provincia de Cotopaxi los cuales consistirán de:

- 5 cuñas diarias de lunes a viernes durante la programación.
- 5 cuñas diarias en un programa específico.
- 4 cuñas el fin de semana durante la programación.

**COSTO TOTAL: 550,00 MENSUAL**

Cabe señalar que estas cuñas publicitarias se las realizara un mes antes de las fiestas y se mantendrán hasta una semana después de las fiestas.

Gráfico 22. Instalaciones de radio



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015)

- **PRENSA ESCRITA**

Se realizará en los diarios LA HORA y LA GACETA de la provincia de Cotopaxi, en  $\frac{1}{4}$  de página como se muestran los anuncios a continuación:

**Diario la Hora, Cotopaxi.**

Gráfico 23. Ejemplo en el Diario la Hora



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).



**Diario La Gaceta, Cotopaxi.**

**Gráfico 24.** Ejemplo en el Diario La Gaceta





Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

**COSTO TOTAL DE 2 VECES POR SEMANA EN CADA DIARIO: 357,00**

• **GUÍA TURÍSTICA.**

**Gráfico 25.** Guía Turística

<p><b>Hostería los Molinos</b></p> <p>Nuestra Misión es brindar servicios de hospedaje, alimentación, relajación y bienestar con el más alto nivel de profesionalismo, dentro de un entorno natural, matizado por las bondades de las aguas termales y sus excelentes propiedades curativas.</p> <p>A tan solo 15 minutos del Centro Histórico de la ciudad se encuentra Hostería Durán con 35 acogedoras habitaciones en un ambiente que invita al descanso y la relajación. Su ubicación privilegiada le permitirá disfrutar de nuestras piscinas termales; reconfortantes masajes, tratamientos de belleza, entre otros beneficios.</p>  <p><b>Hostería El Surillal</b></p> <p>La diversidad de nuestra gastronomía está plasmada en la carta, inspiradas en especialidades nacionales e internacionales.</p> <p>* Contamos con profesionales reconocidos de la cocina, los que se caracterizan por darle un toque de glamour y buen sabor en cada una de las presentaciones de nuestra variada carta.</p> 	<p><b>Laguna de Yambo</b></p> <p>Es llamada "Laguna Encantada" quizás por sus leyendas; tiene vertientes subterráneas en la parte central de donde nacen sus aguas; se puede observar que la laguna ha crecido en forma espectacular por los nuevos regadíos que se ha implementado en las zonas aledañas.</p> <p><b>Origen</b> Es de origen aluvial además se ha formado debido a la presencia de vertientes subterráneas en la parte central de donde nacen sus aguas son tranquilas de color verde por la cantidad de algas que habitan en el lugar.</p> <p><b>Ubicación</b> Esta situada a 7 kilómetros de La Cabecera Cantonal, en la parroquia Panzaleo; que ocupa la región sur del cantón. Desde la Cabecera Cantonal por la panamericana sur son 15 minutos; y hacia el interior es de media hora.</p> <p><b>Extensión</b> La laguna tiene una extensión 1.100 metros de largo por 290 de ancho.</p> <p><b>Clima</b> El clima es templado, su temperatura oscila entre los 7 a 8 grados centígrados. El agua tiene una temperatura de 10 grados centígrados.</p> 	<p><b>MI LINDO SALCEDO</b></p> <p><i>Salcedo</i></p>  <p><b>ALCEDO</b></p> <p><b>GUIA TURISTICA 2015</b></p>
--	---	--



### Cantón Salcedo

El cantón Salcedo es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la Provincia de Cotopaxi. Su cabecera cantonal es la ciudad de Salcedo, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. Se cantonizó el 19 de septiembre de 1919. Su nombre es en honor al orador Manuel Antonio Salcedo y Legorburú, sacerdote.

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SiiSE), la pobreza por necesidades básicas insatisfechas alcanza al 87,8% de la población total del cantón. La población económicamente activa se estima en 22.181 habitantes (2001). Tierra de Panzaleos, pueblo indomable y sanguinario que por muchos años detuvo la invasión de Tupac-Yupanqui hacia el Reino de Quito.



### Fiestas

Esta fiesta es la más antigua del Cantón, y a sido denominada por los conocedores del folclore como la Fiesta Mayor del Cantón. La fiesta empieza con la designación de los Priostes por parte del Sacerdote, que nombra a personas representativas del cantón, que se han destacado por diversos motivos.

### Artesanías

Entre las artesanías tenemos la pequeña industria de la madera, la hemos tomado con este nombre porque no se ha podido todavía organizar como una gran industria, pero en realidad los artesanos de la madera de nuestro cantón, distribuyen su arte en todo el país.



### Hornado



### Pinol



### Helado de Salcedo



### Lagunas de Anteojos

Las lagunas se ubican en el alto páramo de la Cordillera Central, está formando parte del Parque Nacional Llanganates, el sector que comprende el Cantón Salcedo está constituido por alrededor de 50 lagunas, entre las cuales se destacan por su singular forma las llamadas Lagunas de Anteojos, unidas por un pequeño riachuelo.

**Origen**  
El nombre de Anteojos presumiblemente se debe a una pequeña prolongación que la corta en su parte central, dando la forma semejante a unos anteojos.

**Ubicación**  
Estas lagunas se hallan ubicadas en el kilómetro 32 de la nueva vía Salcedo - Tena a una hora y media de Salcedo.

**Extensión**  
La Laguna de Anteojos tiene aproximadamente 1.100 metros de largo por 290 metros de ancho. Clima en el lugar el clima es agradable, con una temperatura de 7 °C.



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

- **PAQUETE TURÍSTICO**

Gráfico 26. Paquete Turístico

*Atractivos turísticos del*  
**Cantón Salcedo**

### Itinerario Dia 2

- 08:00 Desayuno
- 12:30 Refrigerio
- 13:00 Visita la Laguna de Yambo y Anteojos
- 17:00 Visita a la Parroquia Panzaleo
- 18:00 Tiempo libreen las artesanías
- 18:30 Visita al Parque Central
- 19:00 Retorno

### Itinerario Dia 1

- 08:00 Salida al parque central
- 08:30 Visita a la hostería
- 13:00 Almuerzo
- 15:00 Visita a la fábrica de helados
- 16:00 Paseo en la chiva
- 18:00 Visita a la hostería el surilla
- 19:00 Cena
- 20:00 Noche de farra



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).

- **VALLAS PUBLICITARIAS**

Las que comprenden la colocación en vallas libres dentro de las calles de la provincia de Cotopaxi, al ingreso y salida, utilizando el logo de la fiesta con imágenes de 75 cm de diámetro y altura de 12 metros.

Gráfico 27. Valla Publicitaria



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015).



**COSTO DE AMBAS VALLAS: \$1500,00**

- **ARTÍCULOS DE PUBLICIDAD**

**REGALOS Y PREMIOS AL MOMENTO DE LA REALIZACIÓN DE LOS EVENTOS:** Mediante la realización de llaveros para regalarse durante los eventos.

**RIFAS:** Se venderá boletos a las personas que estén en las fiestas y se realizara las rifas mientras el evento se esté realizando.

### **Presupuesto de Estrategias de Promoción y Ventas**

**Tabla 42.** Presupuesto de estrategias de promoción y ventas.

<b>Medio Publicitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Individual</b>	<b>Costo Total</b>
Camisetas	500	\$3,00	\$1500,00
Gorras	500	\$2,00	\$1000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2500.00</b>

**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015)

Se debe señalar que para los gastos de esta sección se contara con los recursos del GAD provincial de Cotopaxi y del MINTUR.

**Gráfico 28.** Artículos de Publicidad



**Elaborado por:** JÁCOME, Patricia, (2015)

## **PUBLICIDAD EN PUNTO DE VENTA**

Se la considera como la publicidad que se realizará al momento de la realización del evento y los dos últimos días de venta de entradas mediante la puesta de impulsadoras en puertas y puntos de venta.

- **FLYERS**

Gráfico 29. Flyer



Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015)

## **6.8.5 Administración**

Para la implementación de la propuesta se necesitan los siguientes recursos:

### **6.8.5.1 Talento Humano**

- Gobierno autónomo descentralizado provincial de Cotopaxi
- Personal de Apoyo
- Tutora de la investigación
- Investigadora







### **6.8.5.2 Recursos Materiales**

- Copias
- Impresiones
- Equipos de Oficina
- Computadora
- Internet

### 6.8.6 Cronograma

El cronograma de realización de la propuesta que se plantea es el siguiente:

**Tabla 43.** Cronograma de actividades.

N°	Actividades	Meses	
		Julio	Agosto
1	Recolección de información		
2	Procesamiento de la información		
3	Diseño del Modelo Operativo		
4	Realización del Modelo Operativo		
5	Establecer el reglamento		
6	Revisar y aprobar el reglamento		

Elaborado por: JÁCOME, Patricia, (2015)

## Bibliografía

- Aucapiña, E. (2008). *Las fiestas religiosas de la parroquia Pelileo grande y su importancia para el desarrollo turístico del Cantón Pelileo durante el periodo noviembre 2008-abril 2009*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos*. España: Ideas propias.
- Cebrián Abellán, F. (2008). *Turismo Rural y Desarrollo Local*. Sevilla: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Constante, D. (2011). *La difusión turística de la fiesta del Corpus Cristi y su incidencia en la afluencia de visitantes a la parroquia de san Andrés del Cantón Píllaro de la Provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Cubillo, J. M., & Blanco, A. (2014). *Estrategias de Marketing Sectorial*. Madrid: ESIC.
- Martínez Ruiz, E. E. (2014). *Organización del servicio de informacion Turística Local*. Málaga: IC.
- Mollá Descals, A., Berenguer Contrí, G., Gómez Borja, M., & Quintanilla Pardo, I. (2014). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: UOC.
- Ojeda García, C. D., & Mármol Sinclair, P. (2012). *Marketing turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Pavón Ruano, C., & Casimiro-Soriguer Sánchez, J. M. (2014). *Diseño de Productos y Servicios Turísticos Locales*.
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo, Teoría, Clasificación y Actividad*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San José.
- Rodríguez Rodríguez, G., & Martínez Roget, F. (2009). *Nuevos Retos para el Turismo*. España: Netbiblo.
- Rojo Gil, R., & Martínez Leal, B. (2011). *Recursos Turísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Russell, J. T., W.Lane, R., & Withehill, K. K. (2005). *Publicidad*. México: Pearson Educación.
- Vargas Quiñones, M., & Aldana de Vega, L. (2007). *Calidad y Servicio, Conceptos y Herramientas*. Colombia: ECOE.
- Vertice, E. (2008). *Marketing Turístico*. España: Editorial Vertice.
- Villacis, M. (2011). *La difusión de documentación histórica y su incidencia en el desarrollo del turismo religioso de las fiestas en honor al príncipe San Miguel en la parroquia matriz, cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.

## PÁGINAS DE REFERENCIA

Asamblea Constituyente. (13 de Julio de 2011). Obtenido de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Conde, E., Covarrubias, R., & Carreón, A. (8 de Septiembre de 2010). *Tur y Des* . Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/prf.htm>

MINTUR. (Agosto de 2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*. Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

Peréz Guerra, R., Ceballos Martín, M. M., Llodrá Grimalt, F., Roca Fernández, M. L., & Vilasau Solana, M. (2006). *Derecho de las Actividades Turísticas*. Barcelona: UOC. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/321/La%20Empresa%20Turistica.htm>



## Anexos

### Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



Objetivo de la Encuesta: Investigar el nivel de posicionamiento turístico de las fiestas del Príncipe San Miguel del Cantón Salcedo como parte de la oferta turística cultural de la provincia de Cotopaxi. Los datos proporcionados en sus respuestas deben ser reales y fiables, ya que así se podrá dar solución a los problemas encontrados.

Indicaciones: Marque con una X la respuesta de su elección según corresponda. (En ciertas respuestas usted tiene la opción de marcar más de una).

#### DATOS PERSONALES

Edad:

20-30  30-40  40-en adelante

Nivel de Escolaridad:

Primaria:  Secundaria:

Superior:  Postgrado:

Ocupación:

Lugar de Procedencia:

#### DESARROLLO DE LA ENCUESTA

1.- ¿Ud. ha escuchado de las fiestas del Príncipe San Miguel del cantón Salcedo?

SI  NO

2.- ¿A través de que medio publicitario ha escuchado, observado o leído a cerca de las fiestas del Príncipe San Miguel?

Televisión	<input type="checkbox"/>	Revistas	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Afiches	<input type="checkbox"/>
Trípticos	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Le gustaría participar de la fiesta en honor al Príncipe San Miguel?

SÍ  NO

4.- ¿Considera usted que se deba mejorar la publicidad para la promoción de las fiestas del Príncipe San Miguel?

SÍ  NO

5.- ¿Cree usted que es necesario contar con información turística-cultural acerca de las fiestas del Príncipe San Miguel?

Siempre  A veces  Nunca

6.- ¿Cuáles de las actividades descritas le gustaría realizar además de asistir a las fiestas del príncipe San Miguel?

Visita a Parques Familiares  Complejos deportivos   
Recorrido por el lugar  Rutas Ecológicas

7.- De acuerdo a su parecer ¿Cuáles son los motivos que toman en cuenta los turistas para viajar y conocer el cantón Salcedo?

Fiestas de Cantonización  Hornado, helados y pinol   
Deportes  Complejos Turísticos

8.- ¿Usted, cuándo realiza turismo, lo hace: ?

Solo  En pareja   
Con amigos  En familia

9.- ¿Cómo podría calificar el servicio que brindan los establecimientos turísticos del cantón Salcedo?

Muy satisfactorio   
Poco satisfactorio   
Satisfactorio

10.- ¿Señale uno o varios aspectos con los que Ud. relaciona las fiestas del príncipe san Miguel del cantón salcedo?

Religión  Tradición   
Costumbre  Folclore

**ORDENANZA DE DECLARATORIA COMO PATRIMONIO CULTURAL  
INTANGIBLE A LA FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL.**

**EL I. CONCEJO DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO**

**CONSIDERANDO:**

- Que, **la cultura es patrimonio** del pueblo y constituye elemento esencial de su identidad. El Estado promoverá y estimulará la cultura, la creación, la formación artística y la investigación científica;
- Que, los bienes del Estado que integran el **patrimonio cultural** serán inalienables, inembargables e imprescriptibles, y deber y responsabilidad de todos los ciudadanos conservarlo, de acuerdo con lo dispuesto en el Art. 64 y numeral 19 del Art. 97 de la Constitución Política de la República;
- Que, es responsabilidad del Estado **establecer políticas** permanentes para conservar, restaurar, proteger y generar respeto al Patrimonio Cultural Tangible e Intangible, de la riqueza artística, histórica y lingüística y arqueológica de la región así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica, según lo prescribe el Art. 62 de la Constitución Política de la República;

- Que, el I. Concejo dictó la Ordenanza de Patrimonio Cultural que permite inventariar, rescatar, preservar y difundir el patrimonio cultural tangible e intangible del Cantón;
- Que, la Fiesta del Príncipe San Miguel instituida en la localidad es un acontecimiento que forma parte de la identidad cultural de los salcedenses como testimonio único y excepcional de la tradición religiosa popular;
- Que, históricamente, la Fiesta del Príncipe San Miguel, se remonta a la fundación española del pueblo de San Miguel de Mollehambato, ocurrido el 29 de septiembre de 1574, fecha que el santoral católico dedica a San Miguel Arcángel, Príncipe de las Milicias celestiales;
- Que, artísticamente la Fiesta del Príncipe San Miguel es una síntesis centenaria de costumbres y tradiciones que ha pervivido en el tiempo hasta constituirse en un referente histórico, de religiosidad y de identidad del pueblo representado en sus personajes auténticos cuya vestimenta y actuación está claramente definida y constituye una muestra inalienable e irrenunciable de la cultura popular;
- Que, antropológicamente la Fiesta del Príncipe San Miguel se remonta a la época de la colonia y por lo mismo ha seguido un proceso cultural y religioso que ha ido arraigando en el salcedense;
- Que, lingüísticamente la Fiesta del Príncipe San Miguel constituye patrimonio importante de la nación a través del lenguaje corporal a partir del vestuario multicolor y simbólico de sus personajes, de su expresión verbal única;

Que, psicológicamente la Fiesta del Príncipe San Miguel se ha constituido en parte vital de la existencia del habitante de San Miguel de Salcedo, de tal forma que los éxitos o fracasos se miden por la recompensa o el castigo de la divinidad representado en el Santo Patrono, por lo cual jamás se niega a la contribución generosa para la realización de la fiesta a través de la milenaria práctica de la jocha; y,

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el Art. 62 de la Constitución Política de la República, el Art. 11, los numerales 1 y 49 del Art. 63 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal; y, Ordenanza de Patrimonio Cultural,

#### **RESUELVE:**

Expedir la siguiente:

#### **ORDENANZA DE DECLARATORIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE A LA FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL**

Art.1.- Declarar como Patrimonio Cultura Intangible la “**FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL**”, patrono de la Ciudad de Salcedo, la que se continuará representando a través de los personajes propios de este hecho.

No se admitirá por ningún concepto la inclusión de personajes o vestimentas ajenas a la religiosidad y de identidad del pueblo representado en sus personajes auténticos.

Art. 2.- Establecer como fecha de celebración de la **“FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL”**, el 29 de septiembre de cada año.

Art. 3.- Difundir la **“FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL”**, a nivel nacional e internacional como patrimonio cultural intangible.

Art. 4.- Realizar los estudios y gestiones pertinentes que permita que la **“FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL”**, sea declarado patrimonio cultural de la Nación.

Dado en la Sala de Sesiones del Ilustre Concejo, en la Ciudad de Salcedo a los doce días mes de septiembre del 2008.

**Sr. Rodrigo Mata Cepeda**

**Wilmo A. Gualpa C.**

**ALCALDE DEL CANTÓN SALCEDO**

**SECRETARIO DEL I. CONCEJO**

CERTIFICO: Que la presente **ORDENANZA DE DECLARATORIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE A LA FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL** fue discutida y aprobada por el I. Concejo del Gobierno Municipal del Cantón Salcedo en las sesiones ordinarias del jueves veintiocho de agosto y viernes doce de septiembre del dos mil ocho.

**Wilmo A. Gualpa C.**

**SECRETARIO GENERAL DEL I. CONCEJO**

**VICEPRESIDENCIA DEL I. CONCEJO DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO.**- a los dieciséis días del mes de septiembre del dos mil ocho, a las 16h00.- Vistos de conformidad con el Art. 125 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal Codificada, remítase un original y dos copias de la presente **ORDENANZA DE DECLARATORIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE A LA FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL** ante el señor Alcalde para su sanción y promulgación.- Cúmplase.

**Dr. Pablo García B.**

**VICEPRESIDENTE DEL I. CONCEJO**

CERTIFICO:

**Wilmo A. Gualpa C.**

**SECRETARIO GENERAL DEL I. CONCEJO**

**ALCALDÍA DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO.**- En San Miguel de Salcedo a los dieciocho días del mes de septiembre del año dos mil ocho, de conformidad a lo establecido en la Ley Orgánica de Régimen Municipal Codificada, esta Alcaldía sanciona la **ORDENANZA DE DECLARATORIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE A LA FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL**. Las 10h00.-

**EJECÚTESE:**

*Rodrigo Mata Cepeda*

**ALCALDE DEL CANTÓN SALCEDO**

Proveyó y firmó la **ORDENANZA DE DECLARATORIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE A LA FIESTA DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL** que antecede, el señor Rodrigo Mata Cepeda, Alcalde del Gobierno Municipal del Cantón Salcedo, el día jueves dieciocho de septiembre del año dos mil ocho. Las 10h30.-  
CERTIFICO.-

Wilmo A. Gualpa C.

**SECRETARIO GENERAL DEL I. CONCEJO**



## **ORDENANZA DE PATRIMONIO CULTURAL.**

### **EL I. CONCEJO DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO**

#### **Considerando:**

Que, es deber primordial del Estado defender el Patrimonio Natural y Cultural del País, de acuerdo con lo prescrito en el numeral 3 del Art. 3 de la Carta Fundamental del Estado;

Que, es responsabilidad del Estado establecer políticas permanentes para conservar, restaurar, proteger y generar respeto al Patrimonio Cultural Tangible e Intangible, de la riqueza artística, histórica y lingüística y arqueológica de la región así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica, según lo prescribe el Art. 62 de la Constitución Política de la República;

Que, es deber y responsabilidad de todos los ciudadanos conservar el Patrimonio Cultural y Natural del País de acuerdo con lo dispuesto en el numeral 19 del Art. 97 de la Constitución Política de la República;

Que, es función primordial del Municipio promover y apoyar el desarrollo cultural dentro de su jurisdicción, conforme lo previsto en el numeral 4 del Art. 11 y numeral 15<sup>a</sup> del Art. 14 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal;

Que, las entidades que integran el Régimen Seccional Autónomo en este caso la Municipalidad, es una institución del Estado según lo prevé el numeral 4 del Art. 118 de la Carta Magna; y,

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el Art. 228 de la Constitución política de la República y los numerales 1 y 49 del Art. 63 de la Codificación de la Ley Orgánica del Régimen Municipal:

Resuelve:

Expedir la siguiente:

### **ORDENANZA DE PATRIMONIO CULTURAL**

**Art. 1.- Objeto.-** Establecer el marco regulatorio que permita conservar, restaurar, proteger y generar respeto al Patrimonio Natural y Cultural Tangible e Intangible, de la riqueza artística, histórica y lingüística y arqueológica de la región así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica, para las generaciones futuras.

**Art. 2.- Patrimonio Natural.-** El Patrimonio Natural del Cantón Salcedo esta constituido por las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico o medio ambiental.

**Art. 3.- Patrimonio Cultural-** El Patrimonio Cultural tangible e intangible del Cantón Salcedo esta formado por los bienes que la historia ha legado y por aquellos que en el presente se creen y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética; y, los valores y manifestaciones diversas que configuran su identidad.

**Art. 4.- Patrimonio Cultural Tangible.-** Es la expresión de la cultura a través de las realizaciones materiales sean estas muebles e inmuebles.

El Patrimonio Tangible Mueble comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para la ciencia, la historia del arte y la conservación de la diversidad.

El Patrimonio Tangible Inmueble está constituido por las edificaciones, obras de ingeniería, conjuntos arquitectónicos y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales.

**Art. 5.- Patrimonio Cultural Intangible.-** El conjunto de rasgos distintivos, espirituales, intelectuales y afectivos que caracterizan a la sociedad, constituidos por los ritos, mitos, leyendas, fiestas populares, danza religiosas, bailes festivos, música, modismos locales, gastronomía y otros.

**Art. 6.- Inventario.-** El Patrimonio Cultural del Estado será inventariado y declarado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de acuerdo con la Ley para lo

cual la Municipalidad realizará el requerimiento con el debido fundamento; y, el Patrimonio Cultural del Cantón Salcedo será inventariado y declarado por el Ilustre Concejo, con sujeción al Ordenamiento Jurídico y técnico que rige esta materia.

**Art. 7.- Criterios de Selección.-** La Dirección de Planificación conjuntamente con el Departamento de Cultura, realizarán el Inventario del Patrimonio Cultural Local, que será remitida a la Comisión de Cultura, la que remitirá al I. Concejo el estudio correspondiente en el que se puntualice los criterios técnicos de selección, que por su mérito artístico, científico o histórico debe ser declarado como Patrimonio Cultural.

**Art. 8.- Mantenimiento y Conservación.-** Los bienes integrantes del Patrimonio Cultural del Estado deberán ser conservados, mantenidos y custodiados por sus propietarios o, en su caso, por los titulares de derechos reales o por los poseedores de tales bienes.

**Art. 9.- Tipos de intervención.-** En los bienes que consten en el inventario de Patrimonio Cultural se realizará trabajos de preservación, conservación, consolidación, liberación, restauración, restitución, reconstrucción, demolición e integración según se trate de muebles e inmuebles previo las autorizaciones emitidas por el Instituto Ecuatoriano Cultural de la Municipalidad de acuerdo con las Normas Jurídicas que rigen al Patrimonio Cultural.

**Art.10.- Beneficios.-** Los inmuebles declarados Patrimonio Cultural del Estado, gozaran de la exoneración del 50% de los Impuestos prediales y que se tengan

un correcto mantenimiento, de conformidad con lo previsto el Art. 21 de la Ley de Patrimonio Cultural.

**Art. 11. Sanciones.-** Serán impuestas por el Comisario de Construcciones de acuerdo con lo previsto en la Ley de Patrimonio Cultural y su Reglamento de aplicación.

**Art. 12. Fondo de Salvamento.-** Para la conservación, preservación, restauración, expropiación, exhibición y promoción del Patrimonio Cultural de Salcedo, crease el Fondo de Salvamento, que se financiara con:

- El 6 % del Impuesto a la Renta generado en el Cantón conforme lo dispuesto en la Primera Disposición Transitoria de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador.
- Las multas resultado del incumplimiento de la Ley de Patrimonio Cultural su Reglamento y esta Ordenanza.
- Donaciones y legados nacionales o extranjeras.

**Art. 13. Vigencia.-** La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su sanción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en la Sala de Sesiones del Ilustre Concejo, en la Ciudad de Salcedo a los cinco días mes de junio del 2008.

**Sr. Rodrigo Mata Cepeda**

**Wilmo A. Gualpa C.**

**ALCALDE DEL CANTÓN SALCEDO**

**SECRETARIO DEL I. CONCEJO**

CERTIFICO: Que la presente **ORDENANZA DE PATRIMONIO CULTURAL** fue discutida y aprobada por el I. Concejo del Gobierno Municipal del Cantón Salcedo en las sesiones ordinarias del miércoles 28 de mayo y jueves cinco de junio del dos mil ocho.

**Wilmo A. Gualpa C.**

**SECRETARIO GENERAL DEL I. CONCEJO**

**VICEPRESIDENCIA DEL I. CONCEJO DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO.-** a los nueve días del mes de junio del dos mil ocho, a las 16h00.- Vistos de conformidad con el Art. 125 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal Codificada, remítase un original y dos copias de la presente **ORDENANZA DE PATRIMONIO CULTURAL** ante el señor Alcalde para su sanción y promulgación.- Cúmplase.

**Dr. Pablo García B.**

**VICEPRESIDENTE DEL I. CONCEJO**

CERTIFICO:

**Wilmo A. Gualpa C.**

**SECRETARIO GENERAL DEL I. CONCEJO**

**ALCALDÍA DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO.**- En San Miguel de Salcedo a los diez días del mes de junio del año dos mil ocho, de conformidad a lo establecido en la Ley Orgánica de Régimen Municipal Codificada, esta Alcaldía sanciona la **ORDENANZA DE PATRIMONIO CULTURAL**. Las 10h00.-

**EJECÚTESE:**

*Rodrigo Mata Cepeda*

**ALCALDE DEL CANTÓN SALCEDO**

Proveyó y firmó la **ORDENANZA DE PATRIMONIO CULTURAL** que antecede, el señor Rodrigo Mata Cepeda, Alcalde del Gobierno Municipal del Cantón Salcedo, el día martes 10 de junio del año dos mil ocho. Las 10h30.- CERTIFICO.-

Wilmo A. Gualpa C.

**SECRETARIO GENERAL DEL I. CONCEJO.**

## **CARTA DE ACEPTACIÓN**

Mg. Oscar Abril

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

Presente:

De mi consideración

Tengo el agrado de informarle a Usted q la señorita **Jéssica Patricia Jácome Galarza**, portadora de la cédula de identidad N° **050380432-0**, estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo y Hotelería, estudiante de Decimo semestre, se encuentra autorizada para realizar su trabajo de investigación **“NIVEL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LAS FIESTAS DEL PRÍNCIPE SAN MIGUEL DEL CANTÓN SALCEDO COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, para lo cual se facilitara la información necesaria para realizar dicho tema.

Particular que pongo en su conocimiento para fines pertinentes.

Atentamente.

Padre. Antonio Vaca S.

**Párroco del cantón Salcedo**