UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

MODALIDAD PRESENCIAL

Perfil del trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciado en Turismo y Hotelería

TEMA

"LA OFERTA TURISTICA Y TURISMO CULTURAL EN SAQUISILI"

Autora: Thalía Mishel Cando Chicaiza

Tutor: Ing. Diego Melo, Mg

Ambato – Ecuador

Marzo, 2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“la oferta turística y Turismo cultural en Saquisilì” de la alumna Thalía Mishel Cando Chicaiza, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, diciembre 2024

EL TUTOR

.....

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

C.C.: 1803017365

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación "**la oferta turística y Turismo cultural en Saquisilì**", como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, diciembre 2024

LA AUTORA



.....

Thalía Mishel Cando Chicaiza

C.C: 0550314983

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, diciembre 2024

LA AUTORA



.....

Thalía Mishel Cando Chicaiza

C.C.0550314983

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema "**la oferta turística y Turismo cultural en Saquisilì**" de Thalía Mishel Cando Chicaiza, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, diciembre 2024

Para constancia firman

_____

Lic. Noemy Gaviño O. Mg
MIEMBRO CALIFICADORA.
C.C.: 1712434412

_____

Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg.
MIEMBRO CALIFICADORA
C.C.: 1802903888

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por la fe y el amor que le tengo

A mi padre por darme un apoyo incondicional y motivarme a seguir esta carrera

A mi madre por darme la oportunidad de estudiar una carrera

A mi hermana por acompañarme en los momentos más difíciles

A mis hermanos por cuidar de mi

A mi hermana Lisseth por darme apoyo mientras estudiaba

A mis abuelitas por cuidar de mi

THALIA MISHEL CANDO CHICAIZA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por acompañarmedurante mis estudios y por la fè que le tengo.

A mi familia por apoyarme en misestudios y darme la oportunidad de llegar a ser una licenciada en turismo y hotelería

A la universidad Técnica de Ambato por abrirme las puertas para prepararme y darme la oportunidad de estudiar una carrera.

Al Ing. Diego Melo por guiarme en el proyecto de tesis.

A la Ing. Mg. María Fernanda Viteri por ser una excelente docente

THALIA MISHEL CANDO CHICAIZA

INDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**

INDICE GENERAL ..... **…vii**

INDICE DE FIGURAS ..... **xi**

INDICE DE TABLAS ..... **vii**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xiii**

ABSTRACT ..... **xiv**

CAPITULO I **1**

MARCO TEORICO **1**

Antecedentes Investigativos 1

Investigaciones antecedentes 1

Teoría, modelo posición filosófica 3

Descripción de variables 4

Oferta turística 4

Categorías de la oferta turística 5

Problemas en la oferta Turística 6

Ventajas 6

Ámbito comercial. 7

Importancia comercial 8

Producto turístico 8

Turismo Cultural 9

Orígenes del turismo cultural 10

Importancia del turismo cultural 12

Principios del turismo cultural 13

Tipologías de turismo cultural 14

Impactos positivos y negativos 15

Saquisilì 16
Historia 16
Fiestas de la santísima Virgen del Quinche 18
Las 7 plazas 18
La plaza Vicente roca fuerte 18
La plaza 18 de Octubre 19
La plaza Kennedy 19
Plaza de rastro 19
Plaza Gran Colombia 19
Plaza San Juan Bautista 20
Plaza Juan Montalvo 20

Objetivos 21

Objetivo general 21

Objetivos específicos 21

CAPITULO II 22

METODOLOGÌA 22

Enfoque 22

Diseño 23
Diseño no experimental transversal 23
Modalidad Cualitativa 23
Investigación de campo 23
Investigación Bibliográfica 24
Muestreo no probabilístico intencional 24

Técnicas e instrumento de investigación. 25
Observación 25
Entrevista 25

Instrumentos 25
Bitácora del fenómeno 25
Ficha A3 de los usos sociales y actos festivos 25

CAPITULO III 27

RESULTADOS Y DISCUSION **27**

3.1 Discusión ficha A 3 32

CAPITULO IV **87**

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **87**

Conclusiones 87

Recomendaciones 88

PROPUESTA **89**

ADMINISTRACIÒN 94

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA **95**

INDICE DE FIGURAS

figura 1 Modelo teórico de enfoque estructural de inskeep..... **3**

Figura 2 Saquisilì Literario..... **17**

Figura 3 mapa del cantón Saquisilì..... **17**

Figura 4: validación de la lista de chequeo validado por licenciada Gisela Landeta **85**

Figura 5: validación de la lista de chequeo validado por Técnico Diego Vargas..... **107**

Figura 6: fotografía con un comerciante de la plaza Gran Colombia..... **109**

Figura 7: fotografía de un comerciante de la plaza Kennedy **102**

Figura 8: fotografía de la plaza Roca Fuerte **102**

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Materiales **22**

Tabla 2 Entrevista a la comerciante Mercedes Rojas **33**

Tabla 3: Entrevista a la comerciante Mercedes Molina **39**

Tabla 4 Entrevista a la comerciante Ilda Oña **45**

Tabla 5: Entrevista a la comerciante Josefina Oña **52**

Tabla 6: Entrevista a la comerciante María Cofre **59**

Tabla 7: Entrevista a la comerciante Mèlida Alomoto **65**

Tabla 8: Entrevista a la comerciante Luz Chicaiza **71**

Tabla 9: Desarrollo propuesta **78**

Tabla 10: diseño de la entrevista **79**

RESUMEN EJECUTIVO

Saquisilí, un cantón de la provincia de Cotopaxi, destaca por su vibrante mercado artesanal, donde los visitantes pueden disfrutar de productos típicos y textiles locales. Además, brinda experiencias culturales únicas, como sus festividades tradicionales que reflejan la riqueza de sus costumbres y tradiciones. Cada plaza tiene su propia identidad y propósito: mientras algunos se especializan en productos agrícolas frescos, otras destacan por textiles, cerámica y productos de cuero. Este flujo constante de comerciantes y compradores se ha convertido a Saquisilí en un punto de encuentro para comunidades de distintas ciudades, además, el cantón cuenta con una oferta complementaria de hoteles y restaurantes que permiten a los turistas disfrutar de una experiencia completa, explorando las plazas y conociendo más sobre su entorno. Para fortalecer esta oferta, se realizó una encuesta a los comerciantes de cada plaza, cuya información será clave para diseñar estrategias de desarrollo. Por otra parte, El turismo cultural se considera una forma de turismo alterno y simbolizala perfección de la comercialización de la cultura, también el turismo Culturales el turismo que evoca la memoria de las personas y su creación, y es una alternativa o complemento al turismo típico es decir que viajamos al pasado debido a que las personas van conservando la cultura desde sus antepasados como es la vestimenta, fiestas, religiones y arte, para ellos se enfocara en las fiestas de la virgen del Quinche, puesto quelos moradores de este cantón tiene un afecto a este santo, es por esta razón que lo celebrancada año y es considerado como una cultura para las personas que viven en este cantón ya que se ha venido realizando desde muchos años atrás, para ello se ha realizado una ficha del INPC, el cual se habla de la localización, descripción, valoración, identificación, portadores, observadores y datos de control.

PALABRAS CLAVES: OFERTA TURISTICA, TURISMO CULTURAL.

ABSTRACT

Saquisilì, a canton in the province of Cotopaxi, stands out for its vibrant artisan market, where visitors can enjoy typical products and local textiles. It also offers unique cultural experiences, such as its traditional festivities that reflect the richness of its customs and traditions. Each plaza has its own identity and purpose: while some specialize in fresh agricultural products, others are known for textiles, ceramics and leather goods. This constant flow of merchants and shoppers has turned Saquisilì into a meeting point for communities from different cities. In addition, the canton has a complementary offer of hotels and restaurants that allow tourists to enjoy a complete experience, exploring the plazas and learning more about their surroundings. To strengthen this offer, a survey was conducted with the merchants of each plaza, whose information will be key to designing development strategies. On the other hand, cultural tourism is considered a form of alternative tourism and symbolizes the perfection of the commercialization of culture, also cultural tourism is tourism that evokes the memory of the people and their creation, and is an alternative or complement to the typical tourism that is to say that we travel to the past because people are preserving the culture from their ancestors such as clothing, festivals, religions and art, For them we will focus on the festivities of the virgin of Quinche, since the inhabitants of this canton have an affection for this saint, it is for this reason that they celebrate it every year and it is considered as a culture for the people who live in this canton since it has been done since many years ago, for this we have made a card of the INPC, which speaks of the location, description, valuation, identification, carriers, observers and control data.

KEYWORDS: TOURISM OFFER, CULTURAL TOURISM.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1. Antecedentes Investigativos

Investigaciones antecedentes

Según **(Santa-Cruz Arévalo et al., 2023),** dice que la oferta turística es cuando ofrece algún producto turístico o servicios que están a disposición del turista en un área determinada para que el viajero pueda disfrutar de los productos que ofrecen, por otra parte, es definirel espacio turístico pues es donde se puede realizar actividades turísticas, en la cual los turistas pueden disfrutar de estas actividades.

La oferta turística combina servicios y productos que se muestran para su consideración para una persona que desea viajar. El objetivo es que el visitante tenga una experiencia inolvidable durante su viaje y disfrute de todos los productos que ofrece el atractivo turístico. **(Naranjo & Martínez, 2022)**

Consecuentemente la oferta turística de la provincia Ayabaca, Piura, se realiza entrevistasa los servidores públicos que trabajan en el área de turismo, la cual muestra que Ayabaca tiene 31 recursos turísticos y atractivos turísticos, la misma que la planta turística que ofrece esta provincia es baja, por otra parte, se da a conocer que las autoridades gubernamentales de los distritos no toman de interés al área de turismo.

Según **(Rivera Mateos & Hernández Rojas, 2019),** la artesanía forma parte fundamental de la oferta turística y del turismo cultural. Muchos turistas adquieren productos artesanales como recuerdos al visitar atractivos turísticos, lo que no solo promueve los valores de la artesanía local, sino que también contribuye a la promoción de los destinos turísticos. De este modo, las artesanías no solo enriquecen el turismo cultural, sino que también brindan a los visitantes una experiencia más completa.

En la oferta turística el visitante persiste más de 24 horas haciendo una pernoctación cambio en el excursionismo el turista esta menos de 24 horas sin hacer pernoctación, en la que los 2 casos son motivados a realizar turismo por realizar la observación de anfibio y reptiles **(Hernández Sánchez & Aguirre Ulloa, 1970).**

Por otra parte **(Arias-Aragonés et al., 2023)**, dice que el turismo cultural es una actividad turística el cual la razón importante para el turista es aprender, conocer, experimentar y probar experienciasde los productos culturales tangibles e intangibles. Los productos se asocian a un conjuntode características singulares de material, espiritual, emocional e intelectual de unapoblación que incluye la arquitectura, el arte, el patrimonio culinario, el patrimonio histórico y cultural, la literatura, la música, las culturas, las creencias y las tradiciones, es poreste motivo que muchas personas les gusta realizar el turismo cultural pues es ahí donde ellos conocen más sobre las culturas y tradiciones que tienen cada pueblo.

Para realizar el turismo cultural primero debe conocer las rutas e itinerarios, las culturas o viajes, para esto se tiene que crear recursos como son: el inventario de la oferta, la rehabilitación de monumentos y ciudades, la elaboración de una infraestructura turística que tenga un buen servicio de transporte, alojamiento y restauración; cabe recalcar que en esta parte entrar la compensación fiscal, la ordenación integral, entre otros.

Según **(Araujo Mamani, 2024),** menciona que la gestión sostenible del patrimonio cultural da a conocer el interés de incluir todos los aspectos como pueden ser materiales o inmateriales, también se da la necesidad de conservar los valores intrínsecos e históricos del patrimonio cultural,dado que si no se conserva estos valores el patrimonio cultural se puede perder. De esta manera, la promoción de la accesibilidad universal se establece como un principio fundamental para garantizar la igualdad de oportunidades para disfrutar de la cultura.

Desde el punto de vista de **(Richards, 2023),** manifiesta que además de las tendencias de consumo, el turismo cultural también se ha beneficiado de la oferta de atracciones y eventos culturales. Sin embargo, en Europa, la promoción del turismo cultural se basa más en la oferta que en la demanda. En la economía moderna, las zonas urbanas son más conocidas por su oferta de hechosculturales y atracciones, ya que las personas de estas áreas prefieren apreciar las culturasy las atracciones.

La política cultural de las ciudades en Europa ha experimentado un cambio en su enfoque,ya que el turismo cultural ha sido impulsado por políticas culturales urbanas que han permitido ampliar la infraestructura de alta cultura y facilitar la entrada a la cultura a través de la ayuda pública. En los años setenta y ochenta, se fomentó la cultura popular con el objetivo de resolver los problemas relacionados con la cultura.

Teoría, modelo posición filosófica

El modelo teórico que se ocupó en la investigación fue Inskeep, el cual se basa en ofrecer una solución para ciertos fundamentos, como los servicios de turismo, tales como el transporte, alimentos o bebidas. **(Oliveira Santos, 2007).** El propósito de este modelo es el acercamiento a la planeación del turismo en la cual se describen los componentes como son: las atracciones turísticas, la acomodación como pueden ser los hoteles, facilidades turísticas y servicios que son los restaurantes, artesanías; los servicios de transporte, la infraestructura, estrategias de marketing, entre otros. Asimismo, el modelo de Inskeep pone en cuenta 3 niveles que son las siguientes: natural, cultural y socio económico que es el centro de este modelo, después encontramos a la industria turística y finalmente tenemos al mercado doméstico e internacional. **(Franco, Giraldo, López, Palmas, 2019)**

Figura 1 Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep



Nota: Modelo de Inskeep que ofrece como los servicios del turismo
Fuente: (de Oliveira Santos, 2007)

1.2 Descripción de variables

Oferta turística

La oferta turística es un conjunto de productos y servicios turísticos que se ofrecen al turista para su consumo, para que el visitante pueda disfrutar mejor del atractivo. Dentrode estos servicios tenemos la naturaleza, la arqueología, las expresiones históricasmateriales e inmateriales que carecen de una tradición exuberante, estos atractivos se convierten en atractivos turísticos al aumentar las instalaciones turísticas, servicios y equipamientos. **(Santa-Cruz Arévalo et al., 2023b)**

En el documento Producto Turístico de Naturaleza para el Desarrollo de Comunidades Rurales en Manabí, Ecuador menciona que la oferta turística se vincula con los servicios como es el alojamiento, el transporte, los servicios de alojamiento, los servicios básicos,las áreas recreativas, alimentos y bebidas, lo que busca que el turista tenga una buena estadía durante su viaje

La oferta turística abarca los elementos turísticos y no turísticos de la planta turística, mientras que la demanda turística se basa en la cantidad de turistas que visitan un atractivo, lo que genera ingresos para el país y la comunidad, en la cual la oferta turísticase encarga de ofrecer diversos servicios al turista y por ende se benefician económicamente**.(Serrano et al., 2019)** Debido a que el turismo genera ingresos para lospaíses y comunidades a través de la oferta turística, la región de Murcia ha tomado en cuenta este tema para prevenir una posible crisis de sol y playa, informando a las administraciones autonómicas y a los municipios para que tomen medidas drásticas sobreeste tema, así poder salvar el turismo de sol y playa de esta región**.(Espejo Marín, 2017)**Es importante destacar que, si no hay oferta turística, los turistas no podrán consumir estos productos, ya que ofrecen al turista una variedad de productos turísticos que permiten a las comunidades mejorar su calidad de vida al generar dinero a través del turismo, para poder tener una mejor demanda turística se necesita realizar los siguientes pasos.**(Hernández Rojas et al., 2017)**

- Los comerciantes deben tener un mejor desempeño y un conocimiento más fácildel sector turístico local.
- Tener un mejor personal de atención al cliente que comprenda los perfiles dedemanda turística.

- Crear la suficiente ciencia de innovación comercial y ofrecer a los visitantes nuevos productos.
- Los restaurantes de cada atractivo turístico deben ofrecer una variedad de platos típicos locales a los visitantes.
- La hotelería debe tener una conexión con el turismo para que los operadores turísticos no se les haga muy difícil al momento de encontrar restaurantes y hotelespara los visitantes.

Categorías de la oferta turística.

La oferta turística de un atractivo se compone de todos los elementos que lo hacen atractivo, en la cual se puede ofrecer al visitante. Esta oferta se compone de todos los servicios y bienes que el visitante consume mientras está en su estancia. El ministerio deturismo clasifica la oferta turística en tres categorías las cuales son las siguientes: **(Ferreiraet al., 2022)**

Categoría A: La "infraestructura de apoyo al turismo", que incluye instalaciones y servicios tanto privados como públicos, debe equilibrar el confort de las personas y, por lo tanto, a los visitantes, como la salud, la comunicación, el transporte, la energía y el suministro de agua.

Categoría B: "Servicios y equipamientos turísticos": Son un conjunto de establecimientos que ofrecen una variedad de servicios para que los visitantes tengan una estancia agradable, como alojamiento, entretenimiento, comida, servicios de transporte, agencias, entre otros.

Categoría C: "Atracciones turísticas" son elementos naturales, sociales y culturales, como lugares, eventos, acciones, personas u objetos que inspiran abandonar su lugar de residencia para vivir experiencias invernales. (Brasil, ministerio do turismo, **2011)**

Es importante destacar el caso de Perú, donde las empresas de servicios turísticos, incluidas agencias de viajes que operan exclusivamente a nivel nacional, ofrecen paquetes adaptados a las necesidades de los turistas según su nivel socioeconómico. En particular, estas agencias promueven una oferta turística accesible para personas de bajos recursos económicos, que representa a una gran parte de la población peruana. Esto ha permitido un desarrollo significativo del turismo social en el país (La Torre García, 2020).

Problemas en la oferta Turística

Es importante señalar que existe un problema en la oferta turística en algunos países debido a la falta de valoración de esta actividad por parte de las autoridades locales. Por ejemplo, en Bolivia, a pesar de contar con un Ministerio de Turismo y Cultura, el turismo no se percibe como una actividad económica significativa. **Según Burga Valdez y Cruzado Cubas (2021)**, muchos países, como Bolivia, no consideran el turismo como una fuente relevante de ingresos, optando por priorizar otras industrias, como la petrolera, en lugar de invertir en el desarrollo turístico. Esta falta de inversión, acompañada de la ausencia de estrategias y planes concretos, limita el crecimiento del turismo y, en consecuencia, restringe su capacidad para contribuir al desarrollo económico.

Es fundamental realizar un diagnóstico para determinar que no es adecuado para crear una oferta turística, tal como sucedió en Zaña, donde realizó un análisis para determinar que no es significativo en una oferta turística, los cuales son los siguientes. **(Cayotopa Ylatoma, 2018)**

- Deficiente uso de las oportunidades turísticas del distrito de Zaña.
- La escasez de capacidad de las administraciones públicas y privadas para implementar una gestión integrada y participativa que fomente el crecimiento del turismo cultural y local.
- La falta de una visión sistémica para la ejecución, planificación, control y mejorar la gestión turística a nivel local.
- Carencias en la cantidad, variedad y calidad de los servicios turísticos locales.

Ventajas

Ahora bien, la oferta turística ayudaría a fomentar nuevas ideas de negocios para las comunidades, así generar una mejor calidad de vida para los que habitan en estos sectores, pues el turismo ayuda a generar dinero por medio de los atractivos, pues muchos turistas pagan por conocer estos lugares en la cual ayudan a las personas que viven en las comunidades a tener una mejor vida**. (Freire Rendón et al., 2017)**

La promoción turística también ayuda a aumentar los ingresos de la población al permitirla creación de artesanías y gastronomía para los turistas, mejorando así la infraestructurade su territorio y mejorando su estatus social. Además, la promoción turística permite quelas personas establezcan negocios en su localidad para poder ofrecer al turista los productos que tienen**. (Hernández Martínez et al., 2024)**. Es importante destacar que es crucial entender la satisfacción de los visitantes para conocer sus necesidades y así

comprender lo que se puede ofrecer al turista. También es necesario informarse de lo quele gusta y le disgusta al visitante al visitar un atractivo, para poder tomar en cuenta estas ventajas y desventajas y así generar nuevos ingresos para las comunidades que reciben turismo. para poder ver esto se necesitaría hacer una encuesta a los turistas y ponerlo en práctica, ya que en muchos lugares que son reconocidos ahora han realizado encuesta para los turistas para saber sus necesidades y así implementar negocios dentro del atractivo. **(Batista Duarte & Brandão Carneiro, 2023)**

Además, se está considerando la creación de un sistema de información turística inteligente para centralizar y distribuir información sobre los servicios turísticos que ofrece el lugar. Este sistema será dirigido a la demanda y su objetivo es que puedan crearsus propios programas turísticos, lo que facilitará a los turistas. Además, se podría capacitar a este sistema para registrar la frecuencia de la demanda de servicios turísticosen diferentes zonas geográficas. **(Martínez et al., 1995)**

Según el análisis de **(Zuloaga Estrada, 2023),** la oferta turística tiene un impacto y preferencia en el mercado, lo que demuestra dos aspectos importantes: la relevancia y el ámbito comerciales.

El objetivo de la oferta turística es mejorar la experiencia del visitante al brindarle servicios como alojamiento, transporte y restauración, entre otros El turismo cultural es el segmento más importante de la oferta turística, ya que es donde se comercializan productos turísticos como artesanías, artes plásticas, patrimonio, etc. Esto también beneficia a las comunidades turísticas al generar ingresos. **(Arias-Aragonés et al., 2023)**

La diversidad de las regiones es una manera de aumentar la oferta, ya que es una forma de crear identidad en cada lugar y fortalecer la imagen del atractivo, atrayendo al visitantea través de una oferta amplia y variada. En el turismo, esta diversidad de elementos distintivos de los territorios es necesaria para mantener la oferta turística y la promoción. Por otro lado, los atractivos turísticos deben promover una variedad de tipos de destinos turísticos y nuevas formas de atraer turistas para que puedan invertir en el desarrollo del turismo, como los recursos naturales y culturales, el mercado turístico, entre otros**. (Calçada de Lamare Leite, 2017)**

Ámbito Comercial.

"En el radio de acción comercial que cada destino LA. tiene entre los operadores europeos." **(Zuloaga Estrada, 2023)**

Importancia comercial

Es la acción en la que los operadores venden a cada destino L.A, en la cual el país más acogido por estos operadores es México, con el 61% de los folletos que muestran esta programación, en la que se pueden aprovechar los recursos naturales y culturales. En segundo lugar, se encuentra Brasil, con el 54% de los operadores turísticos que acogen a este país, en la que se puede ofrecer una gestión adecuada para su comercialización. En tercer lugar, se encuentra el Caribe, con el 53% de los operadores turísticos que acogen a los europeos; Perú ocupa el cuarto lugar con un 37% de los operadores que promocionany venden. Se puede decir que más de la mitad de los operadores venden México, Brasil y Caribe. **(ORTIZ, 2014)**

En el valle de las viñas de Brasil se encuentra una oferta turística que se remonta a la colonización italiana y permite la práctica de conocimientos sobre la siembra y cosecha de uvas, que son tradiciones en este país. A través de esta enseñanza, los turistas pueden aprender sobre que se puede realizar con las uvas, como es por ejemplo el vino, la mermelada, los vinos espumosos, jugos, entre otros. Esto les permite hacer turismo y venderlo al mismo tiempo, la cual sería fascinante para muchas personas aprender a hacerun vino y, sobre todo, conocer y experimentar con el valle de las viñas. **(Ashton et al., 2015)**

Producto turístico

Es complicado hablar del producto turístico debido a que tiene múltiples factores influyentes para el visitante. Por lo tanto, el turista ya tiene una idea de lo que encontraráen los atractivos antes de realizar el viaje, y en ocasiones no se encuentra lo que se esperaba, lo que resulta una decepción para el turista del producto turístico. La oferta turística tiene como objetivo evitar que los visitantes se sientan insatisfechos al visitar losatractivos, por lo que ofrece una amplia gama de productos para asegurar una experienciaagradable durante su viaje. **(Carrasco Santos et al., 2023)** Al ofrecer un servicio, es importante conocer lo que ofrecerá, ya que los servicios turísticos ofrecen una amplia gama de productos para los turistas, por lo que es importante ofrecer un buen producto para que el turista se sienta satisfecho con lo que compra. Los servicios turísticos son importantes porque brindan al visitante la oportunidad de elegir y consumir el mismo producto una y otra vez. **(Grande Torraleja et al., 2023)**

Turismo Cultural

Según **(Santana Talavera, 2003),** afirma que el turismo cultural se desarrolla como una forma de turismo alternativo que se asemeja al consumo de la comercialización cultural. Los fundamentosculturales elegidos se transforman en productos turísticos. Nuevas formas de analizar la autenticidad se descubren durante los procesos de producción de productos culturales, que también muestran la creatividad y el dinamismo de los grupos locales para satisfacerlas demandas; Además, el turismo cultural puede contribuir al desarrollo local y regionaldesde una perspectiva económica, social y cultural, mejorando la educación, la capacitación, la creación de empleo y la generación de ingresos, lo que puede contribuir a la eliminación de la pobreza. **(Toselli, 2006)**

Como afirma **(Elodie et al., 2013)**, el turismo cultural se ha convertido en un desafío para los lugares de destino, ya que es una forma de preservar el patrimonio y fomentar el empleo. Es importante destacar que la definición del turismo cultural es compleja e incluye muchas cosas como la infraestructura de una casa antigua, lasartesanías que presentan los habitantes de cada comunidad, las vestimentas, las fiestas, las tradiciones, entre otros aspectos. **(Moragues, 2006).** El turismo cultural tiene que ver con una gran necesidad de dar a conocer los desafíos de restructurar y expandir su ofertaturística. Debido a que el turismo cultural surge como resultado del mercado turístico, lanecesidad de diversificación y la masiva importancia de la clase media urbana, que estáninteresadas en aprender y conocer algo diferente de la oferta turística masiva, cultural y simbólica.

Conforme **(García Sánchez & Alburquerque García, 2003)** En este punto, es importante considerar las oportunidades que brinda el turismo cultural para ampliar y hacer que la oferta turística tradicional sea más atractiva. Para ello, es necesario considerar los cambios en lapreferencia de los consumidores, ya que los elementos culturales atractivos como el folklore, el patrimonio y los eventos culturales son elementos clave para elentretenimiento, por otra parte, el turismo cultural brinda una oportunidad a las ciudadescon una riqueza patrimonial y cultural para recibir turistas que buscan conocer nuevos sitios y nuevas culturas.

La cultura es un proceso de producción y transmisión que conecta a las personas al mundo simbólico. En otras palabras, se puede decir que el diálogo e intercambio de ideas ayuda

a apreciar los valores y tradiciones del otro, lo que significa que una cultura no puede estar en aislamiento porque puede agotarse. Una cedula de identidad con códigos culturales que se han heredado a través del tiempo y el espacio es la cultura humana de una colectividad histórica. Refleja una estrategia de supervivencia que implica el uso y manejo racional del ecosistema. La cultura es material y espiritual y sirve como base de las relaciones dialécticas entre las personas y su entorno biofísico para garantizar la reproducción. **(Martínez Castillo, 2012)**

Orígenes del turismo cultural

A través del Festival de Edimburgo de 1947 que se concibió la idea del turismo cultural como fenómeno social y motivo de estudio. En aquel momento, Europa, arruinada y dividida por la Segunda Guerra Mundial, empezó a ver en el turismo una pieza clave parala recuperación económica y la reconstrucción durante la posguerra, es así que a través del intercambio cultural, podemos mejorar nuestras comunidades, Debido a que elturismo cultural ya no es muy atractivo para las personas, ya que se ha convertido en un fuerte atractivo para la demanda, la movilidad global de las tendencias indica un crecimiento del turismo y del turismo cultural que generará nuevas demandas del sector. Mientras más visitantes haya para visitar la cultura, más sostenible será el turismo en los destinos culturales. **(Molinero, 2019)**

Desde el punto de vista de **(Luisa & Ponferrada, 2015),** en los años 90, surgieron nuevos tipos de turismo, como el turismo cultural y rural. El turismo nacional, que ya se había experimentado a mediados de los ochenta, es el más importante. El turismo nacional será el más destacado en el siglo XXI, aunque en las primeras décadas de este siglo se ha experimentado una mayor aceptación de otras formas de turismo debido a la crisis económica y financiera que se produjo a nivel mundial desde el año 2007, la cual tuvo un gran impacto en el turismo español.

El turismo cultural se define por la organización mundial del turismo como atractivos de estudio, cultura, arte, monumentos, sitios arqueológicos, peregrinaciones y manifestaciones folclóricas. La literatura turística destaca la alta demanda de turismo cultural, ya sea simbólico o material, especialmente entre personas con educación superior. **(Barretto, 2003)**

El turismo cultural ha aumentado la cantidad de visitas para conocer culturas y compartir experiencias con otras personas. La mayoría de los visitantes culturales no lo hacen por

interés, sino por distracción. El ocio es más importante para el turismo cultural porque es allí donde la persona viaja y conoce, no solo por conocer culturas, sino también para quese pueda distraer y aprender nuevas cosas. La evolución marcada del turismo permite quelas experiencias de los turistas se convirtieran en el centro de la gravedad de la innovaciónde la actividad turística gracias a una economía de la experiencia. El turismo cultural llevaa la revolución y la recuperación de elementos culturales que identifican a la comunidadde un lugar, contribuyendo al cuidado del patrimonio cultural tangible e intangible. **(PradaTrigo et al., 2016)**

Consecuentemente el turismo cultural es dado como una manera de turismo alternativo que representa a la consumación de la comercialización de la cultura, los productos de lacultura llegan a ser ofertados en el mercado turístico. Los productos culturales llegan a interpretar la autenticidad y manifiestan la imaginación de conjuntos locales para acomodarse a las exigencias de la demanda. **(Santana Talavera, 2003)**

El turismo cultural permite organizar y realizar viajes con el fin de conocer nuevas culturas y las diferentes formas de vida que tienes un lugar, el turismo cultural ayuda a que los turistas puedan conocer sus tradiciones, costumbres, su entorno físico, lugares históricos, arquitectónicos, arqueológicos, u otro tipo de cultura, en la cual los aspectos más importantes son 5. **(Miguel Ángel Gómez Borja, 2005)**

- La obligación de viajar de un lugar a otro donde se puede realizar un viaje en circuito.
- Puede ser territorial, por ejemplo, un país o varias ciudades, por ejemplo, un museo.
- La búsqueda de una comprensión de la cultura como una expresión de la identidad y las historias de las comunidades.
- Para conocer los recursos culturales susceptibles, el turismo cultural se basa en la historia o el patrimonio arquitectónico tangible.
- La motivación del visitante varía según su interés en conocer, participar o simplemente visitar. **(Velasco González, 2013)**

Dicho de otra manera, el turismo cultural urbano es uno de los tipos de turismo que estáncreciendo a nivel mundial, ya que muchas personas deciden visitar las culturas de cada lugar, lo que genera una riqueza económica en diferentes lugares. Por otro lado, el turismo

no es tangible a los sitios patrimoniales, sino que se enfoca en unir una actividad con ellos, generalmente en los sitios que son reconocidos como patrimonio de la humanidad y en los que muchas personas acuden a conocer. **(Delgadillo Polanco, 2009)**

Importancia del turismo cultural

El turismo cultural es una parte de la oferta turística ya que ofrece productos para venderal visitante, puesto que se relaciona con la generalización del turismo como una industria importante, pues puede generar empleos que permitan perfeccionar un sistema con estacionalidad, incluyendo atractivos como ruinas, museos, monumentos, rutas de vistasy plazas. **(Caldevilla Domínguez & García García, 2019)**

Por otra parte, la política de Colombia tiene como objetivo fomentar el turismo cultural e incentivar a los visitantes extranjeros y nacionales a conocer las costumbres, tradiciones y el patrimonio material e inmaterial del país, lo que sería beneficioso para las comunidades locales. Además, se presentan incentivos para preservar el patrimonio cultural y apoyar la sostenibilidad de los sectores turísticos y culturales. Esta investigación se lleva a cabo revisando la normativa relacionada con la política del turismo cultural, que describe la geografía, el territorio o el patrimonio natural que componen las expresiones culturales tangibles e intangibles. **(Quintero, 2018)**

Según la Carta Internacional para el Turismo Cultural del ICOMOS de 1999, la globalización desafió los esfuerzos por preservar el patrimonio cultural y obligó a las comunidades afectadas a imputar a la gestión de acuerdo con las normas internacionales.

El turismo cultural permite a los turistas viajar para conocer y experimentar nuevas culturas en diversos lugares, siendo uno de los modelos más antiguos del turismo. Hace siglos, los europeos con mayor riqueza visitaban países para conocer sus historias y adquirir conocimientos educativos, históricos culturales y sociales. **(Prieto Gutiérrez, 2015).** En contraste, se puede afirmar que el turismo no puede existir sin la cultura, ya que cuando se visita un destino turístico, siempre habrá una tradición o cultura presente para exhibir al visitante, ya que el mundo está lleno de tradiciones y costumbres, lo que se conoce como turismo cultural. **(Garrido et al., 2015).**

Es importante mencionar que uno de los beneficios del turismo cultural es que no se puede separar, ya que la cultura depende del turismo o viceversa, lo que da como resultado la restauración de monumentos, la revalorización de un pasado, la preservación de un sitio

y las señas de identidad, lo que impulsa la economía en las poblaciones**. (Ruiz Baudrihaye, 1997)**

Es importante destacar que las catedrales son consideradas como patrimonio cultural o monumento histórico y artístico, por lo tanto, llega a pertenecer al turismo cultural, las catedrales son reconocidas por su infraestructura única, en la cual es llamada la atenciónde los turistas. **(Cerezales, 2014)**

Por otro lado, el turismo cultural de museos se ha convertido en una de las partes más importantes del turismo cultural. Los museos son atractivos por sus exposiciones o arquitectura, llamando la atención a los visitantes por conocer la arquitectura antigua u objetos antiguos que son considerados patrimonio cultural. La cultura se ha convertido en una mercancía que se puede vender y consumir, y se identifica como una simbología de pueblos y épocas, manifestaciones artísticas o históricas. **(Herrero Prieto et al., 2002)**

En el Ecuador el distrito Metropolitano de Quito es reconocido como un destino turístico que tiene una riqueza ancestral, cultural, étnica, natural, patrimonial, e histórica, por lo que en el año 1978 quito fue una de las primeras ciudades que fue reconocida como patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO por su centro histórico cultural, enla cual se planifica un plan estratégico de desarrollo sostenible. **(Cueva Navas et al., 2022)**

Sin embargo, el turismo cultural ofrece una variedad de oportunidades de estudio porque abarca una variedad de campos de estudio. Además, este tipo de turismo tiene el potencialde fomentar y difundir la cultura e historia de cada lugar, generando una actividad que promueve la cultura, El turismo cultural también motiva a los visitantes a viajar y conocer nuevas situaciones y aspectos de la cultura. Por lo tanto, este tipo de turismo debe ser valorado y promovido a las culturas regionales y locales, preservando su patrimonio cultural e histórico. Esto también puede generar oportunidades comerciales, ya que la cultura permite conocer las manifestaciones y costumbres, que son la principal motivación del turismo**. (Cardoso de Santana et al., 2020)**

Principios del turismo cultural

Dado que el turismo cultural ha sido unos de los turismos más visitados por los turistas la carta internacional del turismo cultural de ICOMOS da los siguientes principios, las cuales son las siguientes. **(Barbosa, 2007)**

- Gestionar de manera sostenible la conexión entre los atractivos con patrimonio y el turismo, ya que en una relación dinámica se pueden encontrar valoraciones encontradas.
- El turismo y la conservación del patrimonio cultural deben planificarse para que los visitantes tengan experiencias inolvidables.
- Incluir a los pueblos indígenas a las comunidades, para preservar la cultura y el turismo **(Barbosa, 2007)**
- Favorecer a las comunidades en la conservación del patrimonio y en las actividades del turismo.
- Cuidar y dar a conocer las características que tiene el patrimonio cultural y naturalpor medio de los programas que promociona el turismo.
- Proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona, así como suministrar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad. **(Toselli, 2006)**

Tipologías de turismo cultural

La división conceptual y del turismo cultural ha resultado en la prioridad de que los visitantes consuman ciertos tipos de bienes culturales, de los cuales tenemos los siguientes: **(Recuerdo et al., 2016)**

Arqueológicos: El término "arqueológico" se refiere a aquellos lugares donde se pueden encontrar restos o celebraciones que se remontan a la época prehistórica. Algunos ejemplos de productos culturales arqueológicos incluyen yacimientos, museos y festivales **(Tresserras, 2004).**

Astronómicos: La contemplación del cielo fomenta el conocimiento de la astronomía, las ciencias naturales y la física. donde el turismo astronómico carece de alojamiento e infraestructuras preparadas para el análisis de estrellas. Tenemos el valle del Esquí, San Pedro de Atacama y la isla de la Palma entre ellas **(Gankova, 2022).**

Científico: Se refiere a situaciones o personajes relacionados con la ciencia, como museosy centros de investigación, como futuros cope y la ciudad de las artes y las ciencias **(Castañeda, 2020).**

Gastronómico: Se refiere a productos alimenticios o especialidades culinarias. Uno de los principales motivos de viaje de los turistas es el turismo gastronómico, como cuandose celebran ferias o fiestas en algún lugar **(Jubete, 2018).**

De compras: Esto se relaciona con la distribución de productos que tiene, la venta de productos valiosos o la venta de productos únicos. Este tipo de turistas no solo vienen a comprar sino también a hacer otras cosas (MACHADO).

De formación: Tiene que ver con el turismo educativo. Su objetivo es que el turista aprenda, ya sea en idiomas, ciencias, deportes o cualquier tipo de formación **(Vargas Leira & Lizcano, 2023).**

Industrial: Se enfoca principalmente en visitación de fábricas e instalaciones industrialesen operación.

Etnográfico: También llamado turismo étnico. Esto está vinculado con las costumbres, tradiciones y cultura del lugar que se visita. Encontrarse con personas de otras culturas essu característica principal, normalmente son eventos donde acuden los turistas **(Maza, 2018).**

literario: Está vinculado con eventos, como lugares que son relevantes para la literatura o rutas temáticas.

Urbano: Este se concentra más en las ciudades, donde las iglesias, los edificios con una gran infraestructura, las catedrales y las zonas portuarias son los productos culturales urbanos **(Judd, 2015).**

Itinerante: Son excursiones que se llevan a cabo en un itinerario; la ruta turística es una de las maneras más usuales de esta categoría.

Oscuro: La oscuridad está relacionada con la muerte. Los destinos de turismo cultural son lugares donde ocurrieron eventos históricos relacionados con el sufrimiento, como masacres, desastres o dolor, como los campos de tortura, entre otros.

Impactos positivos y negativos

Una de las desventajas es la posibilidad de que la visita se transforme en una invasión, lo que podría arruinar los monumentos, las costumbres de un pueblo, los elementos medievales o el entorno espiritual, es así que el turismo cultural se terminado en ciertos lugares, pues en los museos siempre están llenos, y las catedrales está llena de gente en la que pueden poner en peligro a l turismo cultural **(Ruiz Baudrihaye, 1997)**

El turismo cultural es un fenómeno que generalmente tiene efectos de diferentes tipos en muchas personas en el mundo. Estos efectos se clasifican en tres categorías: económico, físico y social y cultural. La mayoría de los turistas viajan para conocer nuevas culturas y vivir nuevas experiencias.

En segundo lugar, se destacan los beneficios del turismo cultural, como la preservación del patrimonio, la recuperación de la historia, las festividades, las tradiciones y ceremonias que estaban a punto de desaparecer, y el intercambio cultural entre los visitantes, entre otros. El turismo cultural permite a las personas unirse y conocer la cultura de cada uno, evitando así la pérdida**. (Kravets & De Cornago, 2008)**

Según la Organización Mundial del Turismo (1998, p. 51), dentro de esta es importante delimitarel espacio turístico, se debe considerar que este puede ser real o potencial, es decir, es elterritorio donde pueden realizarse actividades turísticas, donde los turistas pueden llegaro no, esto debido a la inaccesibilidad del lugar, pero si cuenta con el potencial turístico **(Ascón y Argibay, 2020; Boullón, 2006).**

Saquisilí

Historia

El 18 de octubre de 1843 se fundó uno de los cantones de la provincia de Cotopaxi, conocido como Saquisilí. El nombre proviene del quichua, una lengua originaria de los Andes, y su significado es "dejar de" o "encargar algo". Durante la época de la colonización, los españoles implantaron el sistema de cacicazgos, y los jefes de los ayllus locales pasaron a ocupar posiciones de poder. Entre las familias que dieron origen a este cantón destacan los Jachos, los Titusunta y los Yanchapaxi. A pesar de los esfuerzos para obtener la categoría de cantón, fue un proceso dificultoso, y no fue sino hasta 1943 que el Congreso Nacional de Ecuador lo declaró oficialmente como cantón de Cotopaxi (**Cajas, 2017).**

Saquisilí es un cantón que se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi que es reconocido por sus cuatro plazas en la cual personas de diferentes lugares vienen a vender sus productos como son: granos, ropa de todo tipo, vestimentas tradicionales, animales, entre otros productos, muchos turistas tanto al nivel nacional como internacional vienen a realizar turismo en Saquisilí puesto que para los extranjeros les llama demasiado la atención la feria que tiene este cantón.

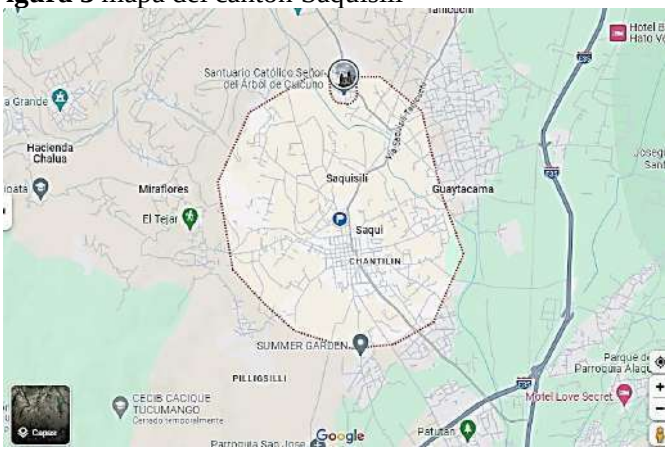
Figura 2 Saquisilí Literario



Nota: el grafico muestra como era antes Saquisilì
Fuente: (Saquisili, s.f.)

Ubicación

Figura 3 mapa del cantón Saquisilì



Nota: la imagen muestra donde está ubicado el cantón Saquisilì
Fuente: (maps, Google, 2024)

Saquisilí se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi**,** este cantón tiene una extensión de 2549,28 km y una altitud de 2.240 a 4.280 msnm, está delimitado al norte, sur y este por Latacunga, al oeste está delimitada con Salcedo y Pujilí, también este cantón cuenta con tres tipos de climas, las cuales son el clima ecuatorial semihúmedo, elclima Ecuatorial Meso térmico de alta montaña y el clima Ecuatorial meso térmico seco**. (Luis, 2019)**

Fiestas de la santísima Virgen del Quinche

En Saquisilí, se celebran festividades en honor a la Virgen del Quinche durante los mesesde enero y febrero. Cada barrio celebra una misa en honor a la Virgen, lo que lleva a la celebración de fiestas en todos los barrios. Además, en todo el cantón se llevan a cabo comparsas con atuendos étnicos ecuatorianos y se ofrecen diversas comidas como ornado, fritada, morocho, pinchos, empanadas de viento, y como bebidas el canelazo, entre otras variedades de comidas. Por otra parte, cada barrio realiza un arreglo floral para su iglesiaen la cual son las personas de estos lugares que donan estos adornos para que la iglesia sevea mejor en sus fiestas y más que todo sea como dar una devoción a este santo. Asimismo, le dan la bienvenida con las bandas a todos los turistas que llegan a estos lugares para que sean bienvenidos y se sientan a gusto y disfruten de las fiestas de la virgen del quinche. **(Villarroel Yanchapaxi, 2015)**

Las 7 plazas

Como se mencionó anteriormente, Saquisilì es un centro de atracción turística debido a que tiene uno de las ferias más grandes del país y atrae a muchos visitantes. En cada plaza presentan un producto diferente para mostrar al turista, como por ejemplo en la plaza de rastro en donde se realiza la compra y venta de animales; después tenemos a la plaza Vicente roca fuerte en la que comerciantes vienen a ofrecer su producto al por mayor; enla plaza 18 de Octubre, esta plaza se caracteriza por vender productos artesanales al turista; en la plaza gran Colombia se caracteriza por la venta de papas al por mayor y menor; en la plaza San juan Bautista se identifica por vender prendas de vestir, ya sea para niño, niña, joven o adulto; en plazoleta Juan Montalvo se caracteriza por la venta dezapatos y dulces; y por ultimo tenemos a la plaza Kennedy que se caracteriza por vendergranos, y productos de primera necesidad **(GADMIC Saquisilì, 2024).**

La plaza Vicente Roca Fuerte

La plaza está ubicada en la intersección de las calles Manabí y Gonzales Suárez. En este lugar, productores locales ofrecen una gran variedad de productos frescos, como mellocos, zanahorias, cebollas, nabos y otras hortalizas. Esta plaza es conocida por reunir a mayoristas que comercializan sus productos directamente, lo que atrae a pequeños comerciantes que compran para revender **(Díaz Pérez, 2024).**

Además del mercado de hortalizas, la plaza también es un punto destacado para el comercio gastronómico. Aquí se pueden degustar los platos típicos de Saquisilí, como papas con librillo, fritada, entre otras delicias que reflejan la rica tradición culinaria de la región.

La plaza 18 de octubre

Esta plaza está ubicada en la calle 24 de mayo y Bartolomé de las casa, esta plaza se caracteriza principalmente por vender artesanías y vestimentas tradicionales; vendedoresde diferentes cantones, parroquias y comunidades llegan a esta lugar para ofrecer sus productos como son: las artesanías, vestimentas tradicionales, productos de belleza, zapatos de todo tipo de marca y también una variedad de comida como son: el ornado, la tripa mishque, la tortilla de papas, pescado frito, entre otros, así mismo en esta plaza ofrecen bebidas como son: el morocho, la Zamora, la colada morada y el chaguarmishque **(Molina, 2021)**.

La plaza Kennedy

Esta plaza es una de las más comerciales de todas las plazas, pues en esta plaza se realiza comercio todos los días, en la cual personas vienen a consumir nuestros productos, como son: la ropa, la comida, los granos y productos de primera necesidad. por otra parte, este lugar es también llamado como la plaza de granos, pues aquí es donde las personas vienena vender los granos de todo tipo, asimismo venden sus platos típicos como es las papas con tortillas, tortillas de maíz, la tripa Misque, el ornado, la guatita entre otros **(Naranjo Mantilla, 2021)**.

Plaza de Rastro

Aquí es donde se realiza la compra y venta de animales, pues en este lugar se encuentra todo tipo de animales como son: la vaca, la oveja, los chanchos, burros, gallinas, perros, entre otros, muchas personas de distintas comunidades viajan para poder vender a sus animales, la cual para el turista es llamativo puesto que cuando visita esta plaza puede encontrar una variedad de animales, por otra parte también venden hierva puesto que las personas que van comprando de paso van comprando comida para ellos **(Chicaiza Noboa, 2020).**

Plaza Gran Colombia

Se encuentra ubicado en la calle García Moreno y Mariscal Sucre que es más conocida como la plaza de papas, pues esta plaza es caracterizada por vender una variedad de papas para cocinar, pues distintas personas acuden a este lugar por comprar este producto, en este lugar también venden pollos para cocinar, pescado, hortalizas, verduras, frutas y diferentes tipos de comidas como son: las tortillas de maíz, la fritada, entre otros.

Plaza San Juan Bautista

Está situado en la calle simón bolívar y Abdón calderón que es llamada por los turistas como la plaza de ropa, ya que en esta plaza se puede encontrar una gran variedad de prendas de vestir ya sea para niño, niña, jóvenes y adultos, personas de distintos lugares llegan a este punto porque aquí se puede encontrar todo tipo de prendas de vestir y al mismo tiempo calzado de zapatos de primera mano, asimismo podemos encontrar lanas para tejer y bisutería **(Pacheco Cajas, 2017).**

Plaza Juan Montalvo

Está situado en la calle 24 de mayo y Barreno, que es también conocido como "la plazoleta de zapatos" esta plaza se caracteriza como ya dijimos por la venta de zapatos, pero también por la variedad de platillos que presenta este lugar como es el encebollado,el ornado, el mote, la tripa mishque las tortillas con carne entre otros, asimismo se realizala compra y venta de dulces **(Chicaiza Noboa, 2020)**.

.

Objetivos

Objetivo general

- Investigar la oferta turística y el turismo cultural en Saquisilí

Objetivos específicos

- Analizar la oferta turística actual de Saquisilí, identificando sus fortalezas, debilidades y oportunidades

Para analizar la oferta turística actual de Saquisilí, se llevó a cabo una serie de entrevistas con los comerciantes de cada una de las siete plazas del cantón. Este proceso permitió recopilar información detallada sobre los productos y servicios que se ofrecen, adoptando un enfoque cuantitativo para evaluar la oferta turística de manera precisa.

Además, se realizará un análisis FODA, con el objetivo de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas con la oferta turística de Saquisilí. Este análisis permitirá establecer estrategias que potencien el desarrollo turístico del cantón, aprovechando sus recursos y mejorando sus áreas de oportunidad.

- Caracterizar el turismo cultural local y la oferta turística de Saquisilí

En el desarrollo de este objetivo se ha procedido a realizar una investigación, en la cual se consideró varios factores como son: los conceptos, las tipologías, las ventajas y desventajas y la importancia dado que se ha realizado esta indagación por medio de artículos científicos, revistas, tesis y sitios web que están enfocados con el turismo cultural y la oferta turística. Por otro lado, se ha tenido que realizar fichas para conocer lareseña histórica, cada que tiempo se realiza este acto festivo, quien está a cargo de este acto festivo entre otros.

- Proponer estrategias para fortalecer el desarrollo sostenible del turismo cultural en Saquisilí.

Por otro lado, en este objetivo es importante realizar una propuesta para fortalecer el desarrollo sostenible del turismo Cultural en Saquisilì la cual se realizará un video promocional para que los turistas conozcan más sobre la cultura y la oferta turística de nuestro cantón.

CAPITULO II

METODOLOGÌA

2.1. Materiales

Se obtendrá algunos materiales que serán fundamentales para la realización del estudio:

Tabla 1 Materiales

MATERIALES	TABLA	VALOR
Institucionales	Universidad Técnica de Ambato GADMIC Saquisilì	$40,00
Tecnológicos	Computador Internet	$10,00 $22,50
Materiales	Materiales de oficina (Resma de papel, Cuadernos, esferos) Suministro de oficina (Copias, papelería)	$14,00 $12,00
Económicos	Humanos- movilización para investigación Alimentación	$ 40,00 $20,00
TOTAL		158.5

Elaborado por: (Cando, 2024)

2.2 Métodos

El método inductivo es una forma de razonar en la que se llega a una conclusión desde lo más determinado a lo más grande. Este método comienza con observaciones específicas para llegar a conclusiones generales, lo que permite realizar observaciones y experimentaciones. **(A. M. López, 2019).** Lo que conlleva a que se pueda realizar una ficha, sobre las festividades de la virgen del quinche así poder conocer la reseña, cada que tiempo se realiza este acto festivo, que función cumple, y sobre todo conocer su origen, así mismo se realizara una entrevista a un comerciante por cada plaza en la cual nos brindara información sobre lo que ofrece cada uno de esto mercados.

Enfoque

El enfoque cualitativo permite recolectar datos de una investigación que no son numéricos, asimismo permiten desarrollar preguntas e hipótesis antes durante y después de la recolección de datos. **(Piña-Ferrer, 2023)** Es por eso que en esta investigación se ha realizado el enfoque cualitativo, en la que se ha realizado fichas sobre el turismo cultural

y también entrevistas a los comerciantes de las plazas para conocer sobre que ofrece a los turistas y a los moradores de este cantón.

Diseño

Diseño no experimental transversal

En un diseño no experimental, las variables dependientes no se toman en cuenta porque ya están presentes, ya que se desarrollan sin influencia directa y se observan cómo estánen su situación natural, Además, este diseño observa y analiza los eventos que ocurren enestas condiciones naturales. Por otro lado, el transversal, se basa en la recolección de datos, tiene como objetivo describir sus variables y analizar su incidencia en cada momento específico. **(Escamilla, 2013)**

Por lo tanto, en este proyecto se ha utilizado el diseño no experimental transversal, puesto que el enfoque que se ha utilizado es cualitativo.

Modalidad Cualitativa

Según **Hamui Sutton y Vives Varela (2021),** la modalidad cualitativa se basa en la recolección de datos a través de la comunicación. Esto implica que, en este tipo de investigación, no se recopilan datos numéricos, sino información descriptiva que busca comprender fenómenos desde una perspectiva interpretativa y profunda.

Para realizar esta modalidad se ha permitido realizar una entrevista a los comerciantes de cada plaza así saber qué es lo que ofrece a los turistas y a los que habitan en este cantón, por otro lado, se ha permitido realizar una ficha sobre las festividades de la virgen del Quinche así saber su origen, entre otras cosas mas

2.3 Tipos de investigación

Investigación de campo

Según **(Crisorio, 2023)** nos dice que la investigación de campo se basa en la recopilación de datos, lo que nos permite obtener información crucial para nuestra investigación, y se proporciona en un entorno natural. Es por esto que en este proyecto se realizó unas entrevistas, así saber qué es lo que ofrece cada una de estas plazas, si los comerciantes de estos lugres se sienten seguros trabajando en estos lugares, por otro lado, se ha realizado una ficha sobre las festividades de la virgen del Quinche, puesto que las personas que habitan en este cantón son devotas a este santo.

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica se basa en buscar información que esté relacionada con nuestro tema a través de revistas, artículos, periódicos u otros tipos de fuentes. así dar una mejor investigación a nuestro trabajo. **(Cruz Quintana, 2019).** Es por esto que en este proyecto se ha realizado este tipo de investigación, pues se ha obtenido información de fuentes como artículos de revistas, periódicos y tesis, lo que nos ha ayudado a obtener información útil sobre el tema que se está tratando y nos ha permitido orientarnos adecuadamente.

2.4 Población y muestra

La población se basa al conjunto de individuos el cual se quiere conocer en la investigación, como puede ser animales, personas, registros médicos, las muestras de nacimiento, entre otros. por otro lado, tenemos a la muestra que es un parte de la poblaciónque se toma para realizar una investigación, en otros términos, la muestra es una parte que representa a la población. Por ende, en la muestra se tiene que dar una fórmula para poder dar a conocer los resultados de la investigación. **(P. López, 2004).**

Se ha realizado el muestreo no probabilístico puesto que está fundada en las cualidades yen la subjetividad, debido que se ha usado a personas que se ha localizado en el momentodel estudio, el cual brindaron información a esta investigación. Se pudo reunir información sobre la oferta turística que está basado en una entrevista hacia los comerciantes de la plaza y el turismo cultural que está sustentado en realizar una ficha sobre las festividades de la virgen del Quinche.

Muestreo no probabilístico intencional

Se utiliza una muestra no probabilística intencional para determinar las características de una población. Esto ocurre cuando la muestra es variable y, por lo tanto, muy pequeña. asimismo, se utiliza este tipo de muestreo no probabilístico como fuente principal de información para la investigación. Para algunas situaciones, este tipo de muestreo puede ser crucial. especialmente cuando se busca a personas con varias características o experiencias relacionadas con un estudio. Asimismo, este tipo de muestreo puede llegar a ser más rápido que otros tipos de muestreos**. (Otzen & Manterola, 2017)**

Se ha elegido este tipo de muestreo puesto que en este proyecto no se va a realizar encuestas sino más bien se realizará una entrevista hacia los comerciantes de las plazas yuna ficha sobre el turismo cultural que se hablará sobre las festividades de la virgen del Quinche.

Técnicas e instrumento de investigación.

Técnica

Observación

La observación es una forma de recopilar información para una investigación porque es una herramienta crucial para cualquier tipo de trabajo. Este método se emplea para llevara cabo estudios de campo, como investigar los comportamientos, comprender las causasy los problemas y conocer las condiciones y necesidades de un grupo en particular. **(Zamberlán et al., 2011)**

Se ha escogido este tipo de técnica de observación, puesto que se ha observado de forma presencial hacia las personas que se van a realizar las entrevistas y así mismo al realizar la ficha.

Entrevista

Según **(Díaz-Bravo et al., 2013)** La entrevista es cuando dos personas interactúan en una conversación en la que uno le hace preguntas mientras que la otra persona tiene que contestar, en el cual se puede llegar a un fin determinado. Este tipo de herramienta es esencial para la investigación cualitativa.

Se ha escogido este tipo de instrumento puesto que se realizará una entrevista a los comerciantes de cada plaza, así poder saber qué es lo que ofrece a los turistas y a las personas que habitan en este cantón, por otra parte, se podrá ver si cuentan con una buena infraestructura cada uno de estos mercados.

Análisis FODA

Según **(Trejo Lozano et al., 2023)** Nos dice que el análisis FODA nos ayuda a conocer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de un mercado, en la cual ayudaraa ver qué ventajas y desventajas tiene la empresa.

Para ello se realizará un análisis FODA actual sobre la oferta turística que tiene el cantón Saquisilì.

Instrumentos

Ficha A3 de los usos sociales y actos festivos

Este tipo de instrumento se ha utilizado para conocer las manifestaciones y festividades culturales del cantón, asimismo se ha utilizado la ficha A3 del instructivo para fichas de

registro e inventario del patrimonio cultural el cual ha sido la escogida para obtener información sobre las festividades de la virgen del quinche, como es su origen, sus saberes, su importancia, sus actores, la tipología y el lugar donde se realiza estasfestividades.

Guía de conversación semiestructurada

Las entrevistas semiestructuradas ofrecen al investigador un amplio margen de flexibilidad para explorar las respuestas de los participantes, manteniendo una estructura básica que guía el flujo de la conversación. Aunque se trata de un diálogo dirigido entre el investigador y el entrevistado, esta metodología permite ajustar las preguntas en función de las respuestas obtenidas, facilitando así la exploración de temas emergentes y permitiendo una conversación más natural **(Lopezosa C, 2022).**

Para ello, se ha llevado a cabo una entrevista con los comerciantes de cada plaza principal de Saquisilí. Estas entrevistas permiten al investigador recolectar información valiosa sobre las experiencias y necesidades de los vendedores, así como entender mejor la dinámica y los productos que se ofrecen en cada plaza A través de preguntas abiertas y flexibles.

Matriz FODA

El estudio FODA es un método empleado para llevar a cabo valoraciones de elementos internos y externos. El desenlace de esta evaluación nos permitirá elaborar estrategias eficaces para emprender un nuevo proyecto o empresa. **(Od. Sarli, 2915)**

Este método nos ayudara para saber las oportunidades y desventajas que tiene el cantón Saquisili.

CAPITULO III
RESULTADOS Y DISCUSION

Para realizar este capítulo se ha tomado en cuenta el método cualitativo, por el cual se ha desarrollado una entrevista hacia los comerciantes de las distintas plazas como son la plaza Kennedy, la plaza el Rastro, la plaza Gran Colombia, la plaza Vicente Rocafuerte,la plaza 18 de octubre, la plaza Juan Montalvo y la plaza San Juan Bautista, así saber queofrece al turista en Saquisilì por medio de estas plazas, así mismo se ha realizado un análisis FODA sobre la oferta turística del cantón Saquisilì Por otra parte, se realizará unas fichas sobre el turismo cultural en el cual se dará a conocer la reseña, en que año serealiza este acto festivo, sus orígenes, entre otros.

Todos estos instrumentos han sido utilizados en el cantón Saquisilì, en el que la entrevistase ha realizado el 16 de mayo a los comerciantes de cada plaza, asimismo se realizó la ficha A3 del INPC el 19 de mayo, cabe recalcar que gracias a la información que brindaron, se ha podido valorar una medida de percepción personal sobre las festividadesde la virgen del Quinche y las 7 plazas.

***Ficha del INPC 1**: Ficha A3 Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos*

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

INPC

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIOCULTURAL INMATERIAL

FICHA DE INVENTARIO
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS

CÓDIGO

05-06-50-MC-02-02-001

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Cotopaxi **Cantón: Saquisilì**

Parroquia: Saquisilì **X** **Urbana** ☐ **Rural**

Localidad: Saquisilì

Coordenadas WGS84 Z17S - UTM : X (Este) -0.836793 Y (Norte) -78.666871 Z (Altitud) 2922,11

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Fotografía tomada durante las comparsas en honor a la virgen del Quinche

Código fotográfico: 05-06-50-MC-02-02-001

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
Festividades de la virgen del Quinche	D1	N/A
Grupo social	**Otra (s) denominación (es)**	
Mestizo	L1	N/A

Breve reseña

La Virgen del Quinche es un santo que muchas personas del cantón Saquisilí han llegado a ser devotos, dado que es un santo queha realizado Milagros, es por esto que los habitantes de este lugar realizan actos festivos en honor a ella, el cual lo celebran a finales de Enero a Inicio de Febrero, en el que hacen comparsas, recibimiento y entrega de la banda, como También arreglos florales en las Iglesias de cada parroquia y barrios, en cada uno de estos lugares realizan la corrida de toros y traen artistas a susbarrios.

4. DESCRIPCIÓN		
Origen		
Las Festividades en Honor a la Santísima Virgen del Quinche se celebra desde hace unos 75 a 80 años atrás aproximadamente, mediante el acta de entrega- donación que reposa en el despacho parroquial, realizada el 02 de febrerode 1851, entre el Sr. devoto Telésforo Salazar, su esposa la Sra. Eloísa Valverde, y el entonces Párroco Dr. Nicolás Cárdenas y a partir del año 1935 se registra las primeras manifestaciones de celebración en honor a los favores recibidos.		
Fecha o período		**Detalle de la periodicidad**
X	Anual	Lo realizan a finales de enero y principios de Febrero
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
	Local	Las fiestas lo realizan en distintas ciudades del país como es en Quito. Por otro lado, que También muchas personas realizan una caminata por devoción a la virgen, el cual se realizacada año.
	Provincial	
	Regional	
X	Nacional	
	Internacional	
Preparativos		**Detalle de actividades**
P1	Invitación	Como las fiesta lo realizan cada año el Alcalde Javier Velázquez junto con el municipio se encarga de invitar a todas las parroquias y comunidades a festejar las fiestas en honor a la virgen de Quinche, es por esto que todos los alrededores de Saquisilí se encargan de realizar fiestas en sus barrios, el cual también invitan a todos los barrios a que acudan a estos actos festivos, por otro lado encogen a un barrio para que sean priostes del cantón También buscan personas que deseen aportar algo para estas festividades como es el arreglo floral, los artistas, lo toros o algo de dinero.
Descripción de la manifestación		
Las festividades de la virgen del Quinche es un acto donde las personas realizan una fiesta en honor a ella cada año, dado que muchos individuos son devotos a ella, porque muchos mencionan que es milagrosa ya que muchosdevotos de este santo han narrado los Milagros que ha hecho. Cuando realizan estos actos festivos toda la gente de Saquisilí se reúne para festejar a la virgen, es por esto queTambién hacen arreglos florales o de frutas en las iglesias de cada barrio, asimismo realizan una pequeña caminata cantándole y adorándole a este santo, por otro lado, en la iglesia la reciben con una banda y hacen unamisa en honor a ella, por otra parte, traen artistas reconocidos al nivel nacional para que los turistas puedan disfrutar de este evento. Cuando hacen la corrida de toros ciertos barrios hacen comida para los invitados y cuando está yendo a culminar estas fiestas buscan personas que puedan donar el otro año como son los toros, artistas, juegos pirotécnicos o los arreglos florales. Y al final realizan una comparsa en el cual participan todoslos barrios, dado que le dan como una despedida a estas fiestas.		
Elementos significativos		
Nombre	**Tipo**	**Detalle del elemento**

E1	Imagen de la virgen del Quinche	Estatua	La estatua es la figura que las personas tienen una devoción y enhonor a esta imagen realizan actos festivos en este cantón
E2	Oralidad	Sacerdote	Se encarga de realizar las misas, y también realiza caminatas cantándole y adorándole a la virgen,
Estructura organizativa			
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura
O1	GADMIC	municipio	Se encarga de realizar las fiestas en honor a la virgen del Quinche, por ende, envía invitaciones a los barrios a que puedan participar en este acto festivo

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Colectividad	GADMIC	Presidente de coda barrio	Saquisilí	Saquisilí

Procedencia del saber		Detalle de la procedencia
X	Padres-hijos	Estos actos festivos se lo han venido realizando hace muchos años atrás, pues sufinalidad es dar como un agradecimiento a la virgen por los Milagros que ha hecho durante todo este transcurso de tiempo.
X	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión
X	Padres-hijos	Se ha venido dando de generación en generación por lo que nuestros antepasados han sido devotos de la virgen y se ha venido dando esta tradiciónhasta ahora.
X	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad
La virgen del quinche es importante para este cantón porque lo consideran como una madre para ellos es poresto que la festejan cada año, el cual lo hacen como agradecimiento a ella.

Sensibilidad al cambio		
	Alta	Si existe sensibilidad de cambio ya que cada barrio lo festejan a su manera, existen barrios que brindan refrigerio a los que vienen a preciar las fiestas de este barrio, mientras que otrosno lo hacen, así mismo hay barrios que no realizan la corrida de toros.
X	Media	
	Baja	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Técnico Diego Vargas	Saquisili	0939847700	Masculino	29

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código / Nombre
N/A	N/A	N/A	N/A

9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio
	05-06-50-MC-02-02-001_1.jpg 05-06-50-MC-02-02-001_2.jpg		
	05-06-50-MC-02-02-001_3.jpg 05-06-50-MC-02-02-001_4.jpg 05-06-50-MC-02-02-001_5.jpg		

10. OBSERVACIONES

Ninguna

11. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora: UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO	
Inventariado por: MISHEL CANDO	**Fecha de inventario: 07/05/2024**
Revisado por: Lic. Diego Melo	**Fecha revisión:11/05/2024**
Aprobado por: Lic. Diego Melo	**Fecha aprobación:16/05/2024**
Registro fotográfico: Cando Chicaiza Thalía Mishel	

3.1 Discusión ficha A 3

Se utilizó la ficha A3 del (INPC) instituto nacional del patrimonio cultural que son los “usos sociales, rituales y actos festivos”, dado que por medio de esta ficha se ha rejuntadoinformación sobre las festividades de la virgen del Quinche que se realizan en el cantón Saquisilí, en cual se encuentra la religión, puesto que las personas de este lugar son devotas a la virgen.

Las festividades en honor a la virgen del Quinche, que tienen lugar en el cantón Saquisilí, constituyen una manifestación cultural y religiosa de considerable importancia para sus habitantes, según la información recopilada a través de la ficha A3 del (INPC), esta celebración congrega a todos los barrios de la localidad en un acto colectivo de fe y devoción.

Inskeep subraya la relevancia de identificar y documentar los recursos culturales como parte integral del proceso de planificación del turismo cultural. La ficha A3 se configura como una herramienta de gran valor que facilita la recopilación de información detallada acerca de las prácticas culturales asociadas a la virgen del Quinche. Esto contribuye a una comprensión más profunda de los elementos simbólicos, sociales y rituales.

Las festividades religiosas poseen un valor espiritual significativo para los habitantes de Saquisilí. Desde la perspectiva de Inskeep es fundamental que estas celebraciones se preserven en constancia con sus orígenes, evitando tanto su comercialización desmesurada como cualquier alteración destinada a atraer turistas.

Análisis de resultados de las variables dependiente (La oferta turística) Entrevista

Tabla 2 Entrevista a la comerciante Mercedes Rojas

	Análisis		**Discusión de los resultados**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Informante A: Su nombre es Mercedes Lupe Rojas Aguiles, tiene una edad de 74 años.	Tiene una manera segura al momento de comunicarse, y le gusta expresarse.	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que se va a realizar la entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre dela plaza?	Es comerciante de la plaza Juan Montalvo	Tiene una conversación abierta al momento de responder la pregunta.	Se realizó esta pregunta para saber en qué plaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Realiza la venta de dulces como son galletas, y todo tipo de dulces	Tiene una buena manera de expresarse	La referencia a **(Zambrano Rodríguez et al., 2021)** en relación con el desarrollo del conocimiento sobre lo que el cliente pide y la importancia de conocer el producto ofrecido es muy relevante en el contexto de la venta de dulces. Aquí se enfatiza la necesidad de entender las expectativas del cliente para poder satisfacerlas adecuadamente y, al mismo tiempo, ofrecer productos que cumplan con esos requisitos. La teoría de Inskeep en el desarrollo turístico se puede aplicar a la venta de dulces al considerar las etapas de concienciación, pre planificación, planificación, implementación y evaluación. En este contexto, Zambrano Rodríguez et al., 2021 subraya que, para atraer y satisfacer a los clientes, es fundamental que el comerciante entienda las necesidades y preferencias del cliente

4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Dice que antes de la pandemia si veníanturistas extranjeros, pero después ya n, debido a la falta de comerciantes en estaplaza	Tiene una manera seguraal momento de comunicarse, y le gusta expresarse.	La referencia a (**González Vázquez & Araujo Vila, 2018)** en el contexto del turismo y la experiencia del turista al visitar un destino es relevante para comprender cómo se relaciona el conocimiento del atractivo y la oferta turística con las expectativas y experiencias de los turistas. Aquí se destaca la importancia de que los turistas conozcan todos los aspectos que ofrece un cantón para llevarse una experiencia completa y enriquecedora al momento de su visita. La teoría de Inskeep sobre la planificación del desarrollo turístico se puede aplicar directamente en este contexto para maximizar la experiencia del turista. Según González Vázquez & Araujo Vila (2018), al visitar un destino, el turista busca no solo las atracciones principales, sino también las experiencias únicas que el lugar tiene para ofrecer. Esto se alinea con las etapas del desarrollo turístico de Inskeep

5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Nos dice que ha sido comerciante de dulces desde niña, ya que su madre solíatrabajar en ese puesto de trabajo.	Su manera de expresarse es segura al momento de contestar la pregunta	Esta pregunta se ha basado en **(Muñoz Arce, 2015**) nos dice que los años de experiencias en untrabajo son fundamentales, ya que se tiene más conocimiento. El caso de la señora Mercedes refleja un tipo de emprendimiento que se transmite de generación en generación. Este tipo de emprendimiento no solo conserva prácticas tradicionales, sino que también fortalece la identidad cultural de una región. por otro lado, Mercedes Rojas ilustra cómo los principios de la teoría de Inskeep pueden aplicarse a través de iniciativas locales que equilibran el desarrollo económico, la preservación cultural y la sostenibilidad. Fomentar este tipo de emprendimientos puede ser clave para lograr destinos turísticos integrados, auténticos
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Nos dice que la infraestructura de estaplaza se encuentra en un estado poco deteriorado.	No se encuentra molesta al momento de responderla pregunta	Según **(Morales A., 2021)** nos dice que al momento de hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo,dado que es lo que le llama más la atención alespectador. Por otro lado, la infraestructura de un atractivo es lo más esencial que se debe tener, en cuenta porque los turistas primero ven como se encuentrael lugar, asimismo es para los comerciantes porque están en un área de trabajo en el cual se deberían de sentir a gusto trabajar en este lugar el cual no es así puesto que la infraestructura de esta plaza no está en un buen estado. Inskeep defiende la implicación directa de la comunidad en la organización y optimización de la infraestructura destinada al turismo. Esto garantiza que los lugares satisfacen las verdaderas necesidades de la comunidad local.
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Nos dice que, si cuenta con baños públicos, así mismo cuenta con agua potable y luz, pero el agua no es tan seguro consumirla para los turistas, por	Tiene una manera de comunicación buena	Para enfocarnos en esta pregunta según **(Tomalá-Parrales, 2023)** nos a dicho que los servicios básicos son servicios que son indispensables para

	otro lado, también cuenta con seguridadcomo es la policía Nacional y la policíamunicipal.		cualquier persona, como es la seguridad, luz, aguapotable, baños y telefonía móvil. La falta de servicios fundamentales en espacios públicos impacta directamente en la calidad de vida de los residentes locales y en cómo los turistas perciben el destino. Esto puede provocar consecuencias económicas perjudiciales y alejar a visitantes. La teoría de Inskeep subraya la relevancia de incorporar los servicios básicos en la organización de infraestructuras para el turismo y la comunidad. Las plazas son lugares donde se entrelazan la actividad comercial y la recreación, por lo que necesitan una organización apropiada para cubrir estas necesidades..
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	los productos que se expenden en estaplaza son: duces, comidas, cosedoras.	Tiene una manera seguraal momento de comunicarse.	La pregunta se realizó gracias al postulado (**Enciclopedia Concepto, 2023)** que nos dice que los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Los artículos comercializados en una plaza suelen representar la identidad cultural de la zona, particularmente en plazas que incorporan alimentos o trabajos artesanales tradicionales. Estos artículos se transforman en un valor añadido para los visitantes. Desde el punto de vista de Inskeep, los productos que se ofrecen en un lugar turístico, como las plazas, se incorporan en la planificación sustentable, dado que constituyen un elemento crucial para la satisfacción del turista y el crecimiento económico de la zona. Los productos no solo satisfacen requerimientos y anhelos a corto plazo, sino que también fomentan el sentimiento de autenticidad y el fortalecimiento cultural de un sitio.

9. ¿Por qué en este cantón se celebra lasfiestas en honor a la santísima virgen delquinche?	No sabe mucho de las fiestas de lavirgen del Quinche porque vive enLatacunga	Tiene una manera de comunicarse segura	De acuerdo al postulado de **(Maldonado Reyes etal., 2020)** nos dice que las festividades son actos culturales en el que el individuo se prepara para festejar o agradecer ya sea algún santo o alguna estatua, esto se da en cada rincón de todos los países puesto que cada barrio o comunidad de cada país tienen unos distintos actos festivos. En este caso en el cantón Saquisilì los habitantes realizan las fiestas en honor la virgen del Quinche, el cual es un personaje importante y valioso para ellos. Las celebraciones en tributo a la Virgen del Quinche no solo fortalecen el fervor local, sino que también atraen turistas que buscan descubrir la abundancia cultural de Saquisilí. Inskeep resalta que estas festividades pueden convertirse en componentes esenciales en la atracción turística, siempre que se administren de forma correcta.
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Nos dice que si cuenta con todos los servicios para que el turista pueda hospedarse y consumir.	Tiene una manera seguraal momento de comunicarse, y le gusta expresarse.	Según **(Benseny, 2006)** nos habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística, para que el visitante se pueda sentir a gusto al momento de tomar un viaje. El hospedaje es un elemento crucial, dado que ofrece un espacio de relajación y confort para los visitantes. Los restaurantes no solo se encargan de proporcionar comida al turista, sino que también constituyen un portal hacia la cultura de la región. De acuerdo con Inskeep, la gastronomía puede convertirse en un atractivo turístico por sí misma, en particular cuando se resaltan los platos tradicionales. Es fundamental el transporte para vincular a los turistas con los lugares que quieren visitar. De acuerdo con Inskeep, la accesibilidad y la infraestructura de transporte son elementos esenciales para asegurar que los visitantes tengan la posibilidad de desplazarse de un lugar a otro.

11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgendel quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que si es considerada como elprincipal patrimonio cultural del cantónSaquisilì	Es segura al momento de hablar.	Esta pregunta se ha enfocado debido **a (França, 2022**) que nos cuenta que El patrimonio cultural son herencias que han dejado nuestros antepasados, el cual han sido transmitidas de generación en generación, estas puedan ser actos festivos, religiosos, políticos, históricos, artísticoso estéticos. El legado cultural intangible, como las celebraciones, tiene un rol crucial en la conservación de las costumbres y principios de una comunidad. De acuerdo con Inskeep, estas prácticas tienen el potencial de transformarse en atractivos turísticos sustentables si se organizan correctamente. Inskeep enfatiza que las celebraciones pueden transformarse en un componente esencial del turismo cultural, captando a turistas interesados en vivencias auténticas. No solo fomenta el patrimonio, sino que además produce ganancias económicas.

Tabla 3: *Entrevista a la comerciante Mercedes Molina*

	Análisis		**Discusión de los resultados con la dialéctica y**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Informante B: Su nombre es Mercedes de Jesús Molina Herrera,tiene una edad de 38 años.	Tiene una manera segura al momento de comunicarse, y le gusta expresarse.	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que se va a realizar la entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre de laplaza?	Es comerciante de la plaza SanJuan Bautista.	Se muestra de una forma segura al momento de responderla pregunta.	Se realizó esta pregunta para saber en qué plaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece alpúblico en general?	Es comerciante de calzado tanto para niño, niñas, jóvenes y adultos	Su forma de comunicarse es una manera clara al momento de responder.	El desarrollo a esta pregunta se debe a **(Rodríguez et a 2021)** subrayan la relevancia de entender correctamente producto que se vende y las demandas del cliente pa poder cumplirlas de manera apropiada. Inskeep propor que, en un lugar turístico, es crucial entender l preferencias y necesidades de los turistas para diseñar ajustar la oferta comercial De acuerdo con Inskeep, es crucial segmentar el mercad turístico para proporcionar productos que sean pertinent e interesantes para distintos grupos.

4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	nos dice que no han venido turistasa visitar esta plaza.	Se muestra segura almomento de comunicarse	Para realizar esta pregunta nos dice **(Araujo Vila, 2018)** Las plazas turísticas, al brindar una variedad de experiencias genuinas, desde la comida hasta la artesanía, pueden brindar a los visitantes una total inmersión en la cultura local. Al fusionar estos conceptos con las teorías de Inskeep en torno a la planificación turística, las plazas pueden ayudar a captar visitantes y brindarles experiencias singulares y recordables que trascienden lo meramente superficial, garantizando de esta manera un efecto positivo en el destino a largo plazo.

5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Son 9 años que la comerciante seha dedicado a la venta de calzado	Tiene una manera de expresión insegura yaque no recuerda muy bien cuanto tiempo a estado trabajando.	Esta pregunta se ha basado en **(Silva Arce, 2015)** fundamenta en el concepto de que los años de experiencia laboral aportan un entendimiento más amplio y una mayor destreza en la labor que se lleva a cabo. Para Mercedes Molina, sus nueve años de trayectoria en la comercialización de calzado han sido esenciales no solo para obtener habilidad en su campo, sino también para asegurar un ingreso constante para su familia. Esta vivencia puede vincularse con las teorías de Inskeep acerca del crecimiento turístico y comercial, en las que la habilidad y la persistencia en un campo laboral son fundamentales para el triunfo y la perdurabilidad del negocio en un entorno turístico.
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Nos dice que la infraestructura noes buena.	Se muestra molesta al momento de responderla pregunta	Según **(Morales A., 2021)** nos dice que al momentode hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo, dado que es lo que le llama más la atención al espectador. La infraestructura de un lugar turístico no solo debe verse adecuadamente, sino también ser operativa y mantenerse adecuadamente para asegurar una experiencia gratificante tanto para los visitantes como para los vendedores. Una localidad turística con una infraestructura apropiada puede captar más turistas, elevar el nivel de vida de los vendedores y favorecer el crecimiento sostenible del lugar. Según Inskeep, la infraestructura de un lugar turístico es un elemento crucial para garantizar una experiencia gratificante tanto para los visitantes como para los vendedores. Una infraestructura apropiada no solo incrementa la percepción y el contento de los turistas, sino que también fomenta la economía local y favorece el crecimiento sostenible del turismo.

7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Nos dice que cuenta con Baños públicos, pero no son adecuados para el turista, asimismo cuenta conluz, aguael cual y seguridad como el la policía nacional y el policía municipal.	Su manera de expresarse es poco satisfecha	Para enfocarnos en esta pregunta según **(Núñez- Parrales, 2023)** nos a dicho que los servicios básicos son servicios que son indispensables para cualquier persona, como es la seguridad, luz, agua potable, baños y telefonía móvil. La seguridad es uno de los servicios fundamentales que Tomalá-Parrales destaca la ausencia de seguridad puede provocar que turistas y residentes se sientan inseguros al llevar a cabo actividades diarias en las plazas, impactando de manera negativa la imagen del destino y la economía local. Inskeep enfatiza que, para el turista, la conexión móvil es crucial, pues facilita la navegación, la búsqueda de información y la comunicación constante. Según Inskeep, los servicios básicos constituyen un pilar esencial para el crecimiento turístico. La seguridad, agua, baños y conexión móvil en las plazas no solo optimiza la experiencia del visitante, sino que también promueve la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo del lugar.

8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	los productos que se expenden es la vestimenta, calzado que son tanto para niños, niñas, jóvenes y Adultos.	Se muestra segura al momento de comunicarse	La pregunta se realizó gracias al postulado **(Rodríguez, 2023)** que nos dice que los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Dada esta pregunta se puede decir que en la Plaza San Juan Bautista se dedica a venta de ropa y calzado que son tanto para jóvenes y niños, por ende, llegan personas de distintos lugares a comprarestos productos. Esto resalta la manera en que la teoría de que los productos son alternativas para los consumidores se vincula directamente con la realidad del mercado en la Plaza San Juan Bautista, donde los individuos pueden seleccionar productos que no solo cubren sus requerimientos de ropa, sino también sus anhelos de estilo.
9. ¿Por qué en este cantónse celebra las fiestas enhonor a la santísima virgen del quinche?	Nos dice que se celebra por devoción a este santo.	Se muestra de manera segura al momento de comunicarse	De acuerdo al postulado de **(Maldonado Reyes et al.,2020)** nos dice que las festividades son actos culturales en el que el individuo se prepara para festejar o agradecer ya sea algún santo o alguna estatua, esto se da en cada rincón de todos los países puesto que cada barrio o comunidad de cada país tienen unos distintos actos festivos. De acuerdo con Inskeep, las comunidades tienen la capacidad de segmentar su mercado de forma más eficaz al reconocer grupos concretos que tienen una afinidad cultural o religiosa compartida. En Saquisilí, las celebraciones en tributo a la Virgen del Quinche no solo cautivan a los residentes del cantón, sino también a individuos de otras zonas y localidades que comparten este fervor. Esto posibilita que la comunidad se centre en un mercado concreto y desarrolle tácticas de mercadotecnia y comunicación que conecten con los valores y convicciones comunes.

10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensausted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si cuenta con todos los servicios de alojamiento, restaurantes, y transporte para que el turista puedahospedarse durante las fiestas de lavirgen del Quinche.	Se muestra segura al momento de comunicarse	Según **(Benseny, 2006**) nos habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística, para que el visitante se pueda sentir a gusto al momento de tomar un viaje. Los servicios de hospedaje, gastronomía y transporte son esenciales en el sector turístico, dado que se relacionan directamente para brindar una experiencia integral y agradable al turista durante su travesía. Estos servicios son fundamentales para asegurar que los visitantes se sientan a gusto y complacidos, facilitándoles el disfrute total de su estancia en un lugar determinado.
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que, si es considerada como el principal patrimonio cultural del cantón Saquisilì, puestoque las personas de este lugar tienen una devoción a ellas, es por ello que realizan las fiestas en honor a este santo.	Tiene seguridad al momento de hablar	Esta pregunta se ha enfocado debido a **(França, 2022)** dice que la festividades y fiestas que veneran a santos o sucesos históricos pueden captar la atención de visitantes interesados en la cultura y costumbres locales. Inskeep también resalta la relevancia de estas celebraciones en el sector turístico, pues no solo potencian la experiencia del turista, sino que también brindan posibilidades para que los visitantes se vinculen con la comunidad y entiendan de manera más profunda sus valores y costumbres. Por ejemplo en un lugar como Saquisilí, donde las celebraciones en tributo a la virgen del Quinche constituyen un elemento cultural esencial estos acontecimientos podrían ser el eje central de la propuesta turística.

Tabla 4 *Entrevista a la comerciante Ilda Oña*

	Análisis		**Discusión de los resultados**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Su nombre es Ilda Angela Oña Chiliquinga, tiene una edad de 47 años	Su manera de expresarse es de una manera alegre	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que se va a realizar la entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Es comerciante de la plaza Gran Colombia.	Muestra seguridad al momento de expresarse.	Se realizó esta pregunta para saber en quéplaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece al públicoen general?	Es comerciante de abarrotes como esla venta de polvos para cocinar, condimentos, entre otras variedades de productos.	Se muestra segura al momento de contestarla pregunta	El desarrollo a esta pregunta se debe **a (Rodríguez et Rojas al., 2021)** Es fundamental entender las necesidades y gustos del cliente al adquirir un producto para asegurar una experiencia gratificante y promover la lealtad del consumidor. Para el comercio de productos de primera necesidad, esta declaración adquiere una mayor importancia, dado que los productos de este sector suelen ser de primera necesidad y, por lo tanto, poseen un mercado extenso y variado. Inskeep destaca la importancia de una oferta diversa que sea capaz de atraer tanto a los locales como a los turistas.

4. ¿Existen turistas internacionalesque visiten esta Plaza?	Nos dice que, si vienen turistas extranjeros a esta plaza, debido a la variedad que ofrece esta plaza, comoson abarrotes, comida, papas , entre otros productos.	Tiene una manera segura al momento deresponder la pregunta.	ealizar esta pregunta nos **dice (González Vázquez & Araujo 2018)** El turismo posee la capacidad de crear nuevas vivencias los turistas al identificar los encantos y particularidades de lugar. Esto hace esencial que los lugares de interés turístico, un cantón con sus plazas y atracciones, ofrezcan una prop integral y bien estructurada que posibilite a los visitantes experiencias enriquecedoras y memorables. uerdo con Inskeep, es necesario promocionar los destinos resalt las experiencias que brindan, más allá de los encantos físicos. implica la puesta en marcha de campañas que destaquen cóm visitantes pueden "vivir" el lugar, desde descubrir los mer locales hasta involucrarse en celebraciones tradicionales.

5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Son 6 años que la comerciante se ha dedicado a la venta de abarrotes,	Tiene una manera dudosa al momento de responder esta pregunta, porque no recuerda bien el tiempoque ha estado trabajando en esta plaza.	Esta pregunta se ha basado en **(MuñozArce, 2015) Los** años de experiencia laboral constituyen un beneficio considerable, dado que posibilitan obtener conocimientos profundos, potenciar habilidades y ajustarse a las exigencias particulares del mercado La vivencia de la señora Hilda no solo favorece a los clientes, sino que también le brinda la oportunidad de funcionar como un enlace cultural, intercambiando datos acerca del origen y relevancia de determinados productos con los visitantes, mejorando de esta manera su experiencia en el lugar de destino.
6. ¿Cómo ve usted la infraestructurade la plaza?	La infraestructura de esta plaza se encuentra en estado de deterioro, loscomerciantes no se sienten satisfechos porque los soles y las lluvias a veces terminan arruinando su producto, asimismo no tienen un techo en el que les pueda proteger delas lluvias y el sol.	muestra una manera seria al momento de contestar la pregunta,ya que no se siente satisfecha por la infraestructura que tiene esta plaza.	Según **(Morales A., 2021)** nos dice que al momento de hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo, dado que es lo que le llama más laatención al espectador. La infraestructura tiene un rol fundamental en la apreciación de los atractivos turísticos y en la vivencia tanto de los visitantes como de los vendedores. Un sitio con una infraestructura adecuadamente conservada no solo atrae a más turistas, sino que también genera un entorno confortable para aquellos que laboran en él. Inskeep resalta que la infraestructura tiene un impact considerable en la percepción inicial que un turista tier de un lugar. Una plaza con pavimentos deteriorado insuficiente señalización o infraestructuras deteriorad puede crear una imagen desfavorable, desanimando los visitantes a explorar más o volver.
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	cuenta con dos baños públicos, perono son adecuados para el turista, porque no tienen un buen mantenimiento, asimismo cuenta con agua potable que no es muy seguro que	baños no tienen un buen mantenimiento	Para enfocarnos en esta pregunta según **(Tomal Parrales, 2023),** los servicios básicos son esenciales e cualquier sitio, particularmente en lugares públic como las plazas, pues aseguran el confort, la protecció

	el turista lo consuma, luzy seguridad como es la policía nacional y la policía municipal.	y la satisfacción de aquellos que los utilizan. I ausencia de estos servicios no solo perjudica experiencia de los visitantes, sino que también repercu en los residentes y comerciantes que se apoyan en esta zonas para sus actividades cotidianas. De acuerdo con Inskeep, la infraestructura fundamental constituye uno de los cimientos para el crecimiento de un destino turístico próspero. Es fundamental proporcionar servicios como agua potable, baños públicos y suficiente iluminación para que los visitantes se sientan a gusto durante su estancia.

8. ¿Qué productos expenden en estaplaza?	los productos que se expenden son abarrotes, comida, carnes para el consumos, legumbre y frutas y sobretodo las papas, los turistas lo conocen más como la plaza de papas, pues aquí ofrecen papas al por mayor y menor, en el cual muchas personas de otros lugares vienen más por comprar este producto.	Al momento de comunicarse mueve sus manos para responder la pregunta.	La pregunta se realizó gracias al postulado **(Enciclopedia Concepto, 2023)** que nos diceque los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Dada esta pregunta es elemental saber que los productos que ofrece en un lugar. En este caso serían las plazas que ofrecen una variedad de cosas como es la comida, legumbres, frutas, abarrotes, entre otros, así el individuo pueda consumir, como ejemplo la plaza Gran Colombia que ofrecen productos como son abarrotes, legumbres, frutas, comidas, papas, productos de aseo y equipos tecnológicos. Inskeep señala que los mercados y plazas son espacios donde los visitantes pueden interactuar con la comunidad local, promoviendo un intercambio económico y cultural. Los productos disponibles funcionan como un canal para este vínculo, ya sea a través de la adquisición de alimentos locales o artículos especializados.

9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a lasantísima virgen del quinche?	Se celebra las fiestas por devoción yfe a la virgen pues ella fue madre deJesús, es por esto que las persona loconsideran como un santo milagroso.	Se siente feliz al momento de contestar esta pregunta porque esdevota a la virgen.	De acuerdo al postulado de **(Maldonado Reyes et al., 2020),** dice que las celebraciones son manifestaciones culturales que manifiestan la identidad, costumbres y principios de una comunidad. De acuerdo con la propuesta, estas festividades buscan venerar o expresar gratitud a una figura de relevancia simbólica, ya sea un santo, una estatua u otro ícono cultural. Inskeep subraya la relevancia de conservar y difundir las celebraciones a las generaciones venideras como un medio para proteger el legado cultural intangible.
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento,transporte y restauración en estecantón?	Si puede ofrecer al turista los servicios de alojamiento, transporte y restaurante, pues en este cantón, tiene una variedad de restaurantes como es comida rápida y algunos platos típicos como son la tortilla depapa y las tortillas de maíz.	Se muestra segura al momento de comunicarse	Según **(Benseny, 2006)** nos habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística, para que el visitante se pueda sentir a gusto al momento de tomarun viaje. La implementación y administración correcta de los servicios de hospedaje, restaurantes y transporte son factores cruciales para asegurar una experiencia turística gratificante y competitiva. De acuerdo con Inskeep, una infraestructura turística eficaz no solo potencia la imagen del lugar, sino que también estimula su economía y robustece su prestigio en el mercado internacional.

11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que si es considerada comoel principal patrimonio cultural del cantón Saquisilì, pues la mayoría de las personas que habitan en este lugar son devotos a este santo.	Tiene seguridad al momento de hablar	Esta pregunta se ha enfocado debido a **(França, 2022)** que nos cuenta que el patrimonio cultural son herencias que han dejado nuestros antepasados, el cual han sido transmitidas de generación en generación, estas puedan ser actos festivos, religiosos, políticos, históricos, artísticos oestéticos. las fiestas son consideradas como patrimonio cultural puesto que las personas realizan estas fiestas en honor a un santo, enel cual se ha ido dando hace años y por ende ha sido transmitida hasta el día de hoy. Inskeep resalta que las celebraciones son manifestaciones auténticas que vinculan a las comunidades con sus orígenes históricos y culturales. Funcionan como un enlace entre generaciones, facilitando que las costumbres se conserven vivas y pertinentes.

Tabla 5: Entrevista a la comerciante Josefina Oña

	Análisis		**Discusión de los resultados**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Su nombre es María Josefina OñaIza, tiene una edad de 65 años	Muestra una manerade nerviosismo al momento de expresarse	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que se va a realizarla entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Es comerciante de la plaza Kennedy.	Tiene una manera segura al momentode responder la pregunta.	Se realizó esta pregunta para saber en quéplaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece al públicoen general?	Es comerciante de comida, y vende pescado frito.	Su manera de expresarse es de una manera humilde.	El desarrollo a esta pregunta se debe a **(Zambrano Rodríguez et al., 2021)**, dice que es importante saber lo que el cliente pide al momento de comprar el producto, es esencial que el comerciante tenga un profundo entendimiento de los productos que ofrece, como en el caso específico de la venta de alimentos, donde la preparación y presentación de opciones como el pescado frito juegan un rol crucial en la experiencia del cliente. Inskeep resalta que los productos, en este escenario culinario, constituyen un componente esencial de la experiencia de turismo, puesto que manifiestan las costumbres y la identidad cultural del lugar. El pescado frito puede ser una especialidad local que capte la atención de turistas que buscan conocer sabores genuinos.

4. ¿Existen turistas internacionalesque visiten esta Plaza?	Nos dice que si viene turistas extranjeros a visitar esta plaza debido a la variedad de productos que ofrece, asimismo esta plaza losturistas como los habitantes de este cantón lo conocen más como la plaza de grano.	Muestra una manerade nerviosismo al momento de expresarse	Para realizar esta pregunta nos dice **(González Vázquez & Araujo Vila, 2018),** cuando los turistas visitan un cantón, deben tener la posibilidad de probar todo lo que el sitio tiene para brindar, desde su cultura y costumbres hasta sus productos autóctonos y lugares de interacción social como las plazas. De acuerdo con Inskeep, esto no solo potencia la vivencia del turista, sino que también fortalece la identidad local y favorece el crecimiento económico y social del lugar. Inskeep indica que cuando los visitantes descubren y aprecian las ofertas locales, como las encuentran en las plazas, esto puede propiciar un importante flujo de ingresos para la comunidad, ya sea mediante la comercialización de productos, la provisión de servicios turísticos o el fortalecimiento de la economía local.

5.	¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Son 35 años que se ha dedicado a vender comida como es el pescado frito, antes se dedicada a vender locro de papa con pescado frito, pero ahora solo se dedica a vender pescado frito.	Tiene una manera de responder humilde.	Esta pregunta se ha basado en **(Muñoz Arce, 2015**), dice que los años de experiencias en un trabajo es fundamentales, ya que se tiene más conocimiento. Inskeep resalta que, en el ámbito turístico, la experiencia del vendedor es vital para proporcionar productos de alta calidad y un servicio al cliente sobresaliente. La vendedora Josefina, con 35 años de trayectoria en la comercialización de alimentos, no solo domina profundamente los gustos y la correcta elaboración de su comida, sino que también entiende las necesidades y gustos de los visitantes y residentes locales.
6.	¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	La infraestructura de esta plaza se encuentra en deterioro porque tiene agujeros el techo, lo que hace que los comerciantes de esta plaza se sientan molestos.	Se muestra molesta al momento de responder la pregunta.	Según **(Morales A., 2021**), al momento de hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo,dado que es lo que le llama más la atención al espectador. Por otro lado, la infraestructura de un atractivoes lo más esencial que se debe tener, en cuentaporque los turistas primero ven como se encuentra el lugar, asimismo es para los comerciantes porque están en un área de trabajo en el cual se deberían de sentir a gusto trabajando en este lugar el cual no es así puesto que la infraestructura de estas plazas noestá en un buen estado. Inskeep indica que el primer impacto que un visitante experimenta al llegar a un lugar es esencial para su experiencia global. La infraestructura apropiada, tales como senderos bien conservados, espacios limpios y accesibles, y servicios públicos de alta calidad, aportan de manera significativa a la buena imagen de un lugar.

7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Nos dice que, si cuenta con Baños públicos para el turista, pues no se encuentra en mal estado los baños de esta plaza, asimismo cuenta con luz, agua potable pero no puede consumir el turista puesto que donde viven ello el agua es más tratada, también cuenta con seguridad como es la policía nacional de la INPC y la policíamunicipal	Cuenta con una manera de expresarse satisfecha	Para enfocarnos en esta pregunta según **(Tomalá-Parrales, 2023)** ha dicho que los servicios básicos son servicios que son indispensables para cualquier persona, como es la seguridad, luz, agua potable, baños y telefonía móvil. Es por esto por lo que es importante tener servicios básicos en todo lugar como por ejemplo las plazas, que es donde distintas personas van a hacer compras o sino realizan un paseo, el cual también se necesita de seguridad, así tanto el turista como los habitantes de ahí. se pueda sentir a gusto al momento de realizar sus compras. Según Inskeep, los servicios básicos son esenciales para cualquier lugar turístico. Su accesibilidad y calidad inciden de manera directa en la experiencia del visitante y en la calidad de vida de los habitantes. Es fundamental asegurar que estos servicios estén accesibles y bien conservados para el desarrollo sostenible y fomentar un turismo responsable y gratificante.

8. ¿Qué productos expenden en estaplaza?	Los productos que se expenden songranos, comida, CD, productos de primera necesidad, legumbres y frutas.	Muestra una manera segura al momento de hablar.	La pregunta se realizó gracias al postulado **(Enciclopedia Concepto, 2023),** dice que los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Dada esta pregunta es elemental saber que los productos que ofrece en un lugar. En este casoserían las plazas que ofrecen una variedad de cosas como es la comida, legumbres, frutas, abarrotes, entre otros, así el individuo pueda consumir, como ejemplo la plaza Kennedy que ofrecen productos como son abarrotes, legumbres, frutas, comidas, papas, productos de aseo y equipos tecnológicos, CD, granos. La disponibilidad de productos variados en las plazas no solo satisface las necesidades y deseos de los consumidores, sino que también crea una experiencia cultural enriquecedora para los turistas. Según la teoría de Inskeep sobre planificación turística, es esencial que las plazas se adapten a las preferencias de los consumidores y ofrezcan una amplia gama de productos que reflejen la cultura local. De esta manera, se puede maximizar la satisfacción del turista y apoyar la economía local al mismo tiempo.

9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a lasantísima virgen del quinche?	Se celebra las fiestan en honor a lavirgen del quinche por devoción, pues nos dice que la virgen es un santo milagroso, es por esto que muchas personas lo tienen mucha devoción.	Muestra seguridad al momento de comunicarse	De acuerdo con el postulado de **(Maldonado Reyeset al., 2020),** dice que las festividades son actos culturales en el que el individuo se prepara para festejar o agradecer ya sea algún santo o alguna estatua, esto se da en cada rincón de todos los países puesto que cada barrio o comunidad de cada país tienen unos distintos actos festivos. Las celebraciones en Saquisilì, dedicadas a la Virgen del Quinche, representan un caso sobresaliente de cómo las costumbres culturales persisten y se pasan de una generación a otra, estas festividades no solo potencian la sensación de comunidad e identidad, sino que también mantienen el legado cultural local y atraen a turistas, generando un efecto beneficioso en la economía local y el sector turístico. De acuerdo con Inskeep, las celebraciones representan una de las principales atracciones para los turistas, pues brindan a los visitantes la oportunidad de vivir de manera directa las costumbres, creencias y modos de vida de las comunidades locales.
10. ¿Para las fiestas de la virgen delquinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en estecantón?	No tiene, mucho conocimiento sobre esta pregunta, porque no vive en Saquisilì, por lo tanto, no sabe si cuenta con alojamiento, y restauración para el turista. .	Se muestra una manera dudosa al momento de responder la pregunta.	Según **(Benseny, 2006),** habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística, para que el visitante se pueda sentir agusto al momento de tomar un viaje. Es por ello que es importante tomar en cuentasi los turistas cuentan con todos estos servicios, dado que el visitante al momento deviajar tiene que descansar por el viaje, alimentase y transportarse para conocer los destinos turísticos. Según Inskeep, los servicios de hospedaje, restaurantes y transporte son fundamentales para el turismo. Es vital que para que un lugar sea atractivo y gratificante para los visitantes, estos servicios estén accesibles y de excelente calidad.

11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que si es considerada como el principal patrimonio cultural del cantón Saquisilì. Es por eso que lo celebran cada año y se ha venido festejando desde hace años las festividades de la virgen del Quinche.	Muestra carisma al momento de comunicarse.	Esta pregunta se ha enfocado debido a **(França, 2022**), cuenta que el patrimonio cultural son herencias que han dejado nuestros antepasados, el cual han sidotransmitidas de generación en generación, estas puedan ser actos festivos, religiosos, políticos, históricos, artísticos o estéticos. las fiestas son consideradas como patrimonio cultural puesto que las personas realizan estas fiestas en honor a un santo, en el cual se ha idodando hace años y por ende ha sido transmitidahasta el día de hoy. Inskeep indica que la planificación turística debe incorporar el patrimonio cultural para generar una experiencia genuina para los turistas. Al identificar y apreciar las celebraciones, tradiciones y costumbres locales, los lugares de interés pueden brindar experiencias singulares que captan la atención de los visitantes interesados en la cultura y en la participación en la vida de la localidad. Por ejemplo, las celebraciones en honor a la Virgen del Quinche en Saquisilì no solo constituyen una significativa manifestación cultural, sino también un punto de interés turístico que ofrece a los turistas una perspectiva detallada de la vida y las creaciones locales.

Tabla 6: Entrevista a la comerciante María Cofre

	Análisis		**Discusión de los resultados**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Su nombre es María Toaquiza Cofretiene una edad de 44 años	Muestra una manera de nerviosismo al momento de comunicarse.	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que seva a realizar la entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Es comerciante de la plaza 18 de octubre.	Su manera de expresarse es clara al momento de responder.	Se realizó esta pregunta para saber en quéplaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Se dedica ala venta de comida comoes la tripa mishque.	Su forma de comunicarse es una manera sencilla.	El desarrollo a esta pregunta se debe a (Zambrano Rodríguez et al., 2021), dice que es importante saber lo que el cliente pide al momento de comprar el producto. Es por ello que es fundamental conocer el producto que ofrece el comerciante en este caso es la venta de comida como es la tripa mishque. Es fundamental entender los gustos del cliente y ajustar las propuestas comerciales en función de estos, como en el escenario de la comercialización de tripa mishque, para triunfar en los mercados locales. No solo asegura que los clientes obtengan productos que satisfagan sus expectativas, sino que también genera una experiencia gratificante y recordable que puede incentivar la repetición de compras y la fidelidad del cliente.

4.	¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Nos dice que si vienen turistas extranjeros a visitar este lugar porque pueden observar las artesanías y la comida que ofrece como es la tripa mishque, el ornado, la colada morada, las tortillas de papas, y las tortillas de maíz.	Mueve las manos al momento de expresarse	Para realizar esta pregunta nos dice **(González Vázquez & Araujo Vila, 2018)**, al momento de que el turista visita un destino hace que pueda conocer lo que ofrece el atractivo y así conocer nuevas experiencias en cada viaje. Es por esto que es importanteque el turista conozca todo lo que ofrece este cantón, así pueda llevarse una nueva experiencia al momento de visitar estasplazas, por otro lado, el visitante podrá
5.	¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Son 20 años que se ha dedicado a laventa de comida como es la tripa mishque	Se muestra segura al momento de contestar la pregunta.	Esta pregunta se ha basado en **(MuñozArce, 2015),** dice que los años de experiencias en un trabajo son fundamentales, ya que se tiene más conocimiento. Para ello la comerciante María Toaquiza Cofre tiene nos dice que se ha dedicado a venta de comida 20 años. María Toaquiza Cofre, al compartir su conocimiento y amor por la cocina tradicional del cantón, puede enriquecer la experiencia del turista y hacer que la gastronomía local sea más accesible y atractiva para los visitantes. Su habilidad para conectar con los turistas a través de la comida local fortalece la oferta turística y promueve un intercambio cultural significativo, alineándose con los enfoques de Inskeep para un desarrollo turístico integrado y sostenible.

6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Se encuentra en mal estado porque no tiene un buen asfaltado y tambiénporque no tiene techo, el cual hace que los productos de los vendedores se dañen por el sol y la lluvia.	No se encuentra molesta al momento de responder la pregunta	Según **(Morales A., 2021),** al momento de hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo, dado que es lo que le llama más laatención al espectador. La observación de Inskeep sobre la importancia de la infraestructura en el turismo resalta la necesidad de una planificación cuidadosa y de inversiones sostenibles para mejorar las condiciones en las plazas y mercados turísticos. Al abordar los problemas de infraestructura, se no solo mejora la experiencia de los turistas, sino que también se apoya a los comerciantes en su trabajo diario, creando un entorno más atractivo y funcional para todos los involucrados.

7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Nos dice que cuenta con 2 baños públicos, pero no son adecuados para el turista, dado que no tiene unbuen mantenimiento.	Cuenta con una manera insatisfecha al momento de responder	Para enfocarnos en esta pregunta según **(Tomalá-Parrales, 2023)**, los servicios básicos son servicios que son indispensables para cualquier persona, como es la seguridad, luz, agua potable, baños y telefonía móvil. Es por esto que es importante tener servicios básicos en todo lugar como por ejemplo las plazas, que es donde distintas personas van a hacer compras o sino realizan un paseo. Inskeep enfatiza que servicios fundamentales como seguridad, electricidad, agua, baños y teléfonos móviles son vitales para el correcto funcionamiento de cualquier lugar turístico. Estos servicios no solo son imprescindibles para las demandas cotidianas de los visitantes, sino que también reflejan la calidad y el grado de progreso del destino. La ausencia de estos servicios puede generar una mala imagen e influir en la elección de los turistas de volver o sugerir el lugar.
8. ¿Qué productos expenden en estaplaza?	Se expenden productos como es la artesanía, comida y ropa, venta de productos naturales, costureros, venta de productos para belleza. .	Se muestra segura al momento de comunicarse	La pregunta se realizó gracias al postulado **(Enciclopedia Concepto, 2023),** enfatiza que los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Dada esta pregunta es elemental saber que los productos que ofrece en un lugar. En este caso serían las plazas que ofrecen una variedad de cosas como es la comida, legumbres, frutas, abarrotes, entre otros, así el individuo pueda consumir, como ejemplo la plaza 18 de octubre que ofrecen productos como son artesanías, comida, ripa, producto de belleza, costureros y

			productos naturales. Por ende, los turistas podrán conocer y apreciar todo lo que tieneesta plaza. Inskeep resalta que una diversidad de productos presentes en un mercado, tales como alimentos, vegetales, frutas, artesanías y otros productos, no solo cubre necesidades fundamentales, sino que también genera una experiencia gratificante para los visitantes.
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a lasantísima virgen del quinche?	Se celebra las fiestan en honor a lavirgen del quinche por fe y devoción, ya que muchas personas dicen que es un santo milagroso.	Tiene una manera segura de hablar.	De acuerdo al postulado **de (Maldonado Reyes et al., 2020),** dice que las festividades son actos culturales en el que elindividuo se prepara para festejar o agradecer ya sea algún santo o alguna estatua, esto se da en cada rincón de todos los países puesto que cada barrio o comunidad de cada país tienen unos distintos actos festivos. En este caso en el cantón Saquisilì los habitantes realizan las fiestas en honor la virgen del Quinche, el cual es un personajeimportante y valioso para ellos. Es por estoque en cada barrio y parroquias dan un homenaje a este santo por medio de las fiestas dando a entender como agradecimiento en el cual se celebran cadaaño. Inskeep nos permite comprender que las celebraciones son un instrumento crucial para mantener y fomentar la cultura, y que influyen tanto en la unión social de una comunidad como en la captación de turistas que buscan vivencias auténticas en sus desplazamientos.

10. ¿Para las fiestas de la virgen delquinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento,transporte y restauración en estecantón?	Si cuenta con todos los servicios para el turista para que pueda hospedarse, transportarse y tambiénalimentarse, dado que existen algunos restaurantes, 2 hoteles, y transporte como es taxi, bus, camionetas, entre otros.	Muestra una manera segura al momento de contestar la pregunta.	Según (Benseny, 2006), habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística, para que el visitante se pueda sentir a gusto al momento de tomar un viaje. Es por ello que es importante tomar en cuenta si los turistas cuentan con todos estos servicios, dado que el visitante al momento de viajar tiene que descansar por el viaje, alimentase y transportarse para conocer los destinos turísticos. De acuerdo con Inskeep, los restaurantes y el transporte son esenciales en la "planta turística", ya que desempeñan un rol vital en la experiencia integral del turista, garantizando que se sienta a gusto y bien cuidado durante su travesía.
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que, si es considerada como el principal patrimonio cultural del cantón Saquisilì, ya quelo celebran cada año una fiesta en honor a la virgen del Quinche.	Muestra seguridad de lo que dice	Esta pregunta se ha enfocado debido a **(França, 2022),** cuenta que el patrimonio cultural son herencias que han dejado nuestros antepasados, el cual han sido transmitidas de generación en generación, estas puedan ser actos festivos, religiosos, políticos, históricos, artísticos oestéticos. las fiestas son consideradas como patrimonio cultural puesto que las personas realizan estas fiestas en honor a un santo, enel cual se ha ido dando hace años y por ende ha sido transmitida hasta el día de hoy. De acuerdo con Inskeep, las celebraciones son un componente esencial del legado cultural ya que vinculan a las personas con sus orígenes, fortalecen su identidad y promueven un vínculo entre las generaciones. Estas festividades no solo sirven para rememorar el pasado, sino también para mantener y fomentar la cultura en el presente y para las generaciones venideras.

Tabla 7: Entrevista a la comerciante Mèlida Alomoto

	Análisis		**Discusión de los resultados con la ɛnéutica**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Su nombre es Mélida Esperanza Alomoto Guamaní, tiene una edad de 46 años	Tiene una forma tranquila cuando se comunica.	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que se va a realizar la entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Es comerciante de la plaza RocaFuerte.	Tiene manera de responder tranquila.	Se realizó esta pregunta para saber en quéplaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Es comerciante de muebles rústicoscomo son: sillas, muebles, mesas y almarios.	Tiene una manera de expresarse segura.	El desarrollo a esta pregunta se debe a **(Zambrano Rodríguez et al., 2021)**, dice que es importante saber lo que el cliente pide al momento de comprar el producto. Es por ello que es fundamental conocer el producto que ofrece el comerciante en este caso es la venta de muebles rústicos. De acuerdo con Inskeep, el secreto para triunfar en la comercialización de productos, como los muebles rústicos, consiste en entender a fondo a los clientes y ajustar la propuesta a sus gustos y requerimientos. No solo contribuye a incrementar las ventas, sino que también robustece los vínculos con los clientes y garantiza la lealtad a largo plazo.

4. ¿Existen turistas internacionalesque visiten esta Plaza?	Nos dice que si vienen turistas extranjeros a visitar este lugar por lavariedad que ofrece, el cual les llama la atención por como ofrecen su producto al momento de vender.	Tiene una forma tranquila cuando se comunica.	Para realizar esta pregunta nos dice (**González Vázquez & Araujo Vila, 2018),** al momento de que el turista visita un destino hace que pueda conocer lo que ofrece el atractivo y así conocer nuevas experiencias en cada viaje. Es por esto que es importanteque el turista conozca todo lo que ofrece este cantón, así pueda llevarse una nueva experiencia al momento de visitar estas plazas, por otro lado, el visitante podrá conocer que platos típicos y la variedad de productos que ofrece en esta plaza. De acuerdo con Inskeep, el secreto para una experiencia turística exitosa en un cantón es brindar al visitante un vínculo genuino con la cultura local, facilitándole no solo observar, sino también involucrarse en la vida local y traer un fragmento de esa vivencia a su hogar.

5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Son 10 Años que ha dedicado a vender muebles rústicos como son muebles, sillas, mesas y almarios.	Tiene una forma tranquila cuando secomunica.	Esta pregunta se ha basado en (Muñoz Arce, 2015), dice que los años de experiencias en un trabajo son fundamentales, ya que se tiene más conocimiento. Para ello la comerciante Mélida nos dice que se ha dedicado a venta de muebles rústicos 10 años el cual puede ofrecer su producto tanto a los turistas como a los habitantes de este cantón. según Inskeep, la experiencia laboral no solo mejora la calidad y la satisfacción de los productos ofrecidos, sino que también permite a los comerciantes como Mélida contribuir al desarrollo económico local y ofrecer una experiencia turística enriquecedora.
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Se encuentra en buen estado puestoque es recién remodelada, el cual tiene un techo que los cubre de las lluvias y el sol.	Se encuentra feliz al momento de responder la pregunta.	Según (Morales A., 2021), dice que al momento de hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo, dado que es lo que le llama más la atención al espectador. Según la idea de Inskeep, la renovación de una plaza no solo potencia la imagen del destino en la mente de los turistas, sino que también robustece la factibilidad comercial para los vendedores. Esto genera un ciclo beneficioso donde una infraestructura bien conservada y apropiada favorece a los turistas y a la comunidad local, potenciando de esta manera la experiencia turística y el bienestar económico y social de la zona.
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Nos dice que si cuenta con baños públicos y que son adecuados para el turista, dado que esta plaza es recién remodelada y por lo tanto los baños se encuentran en buen estado, asimismo cuenta con agua potable, luz y seguridad.	Cuenta con una manera satisfecha al momento de responder	Para enfocarnos en esta pregunta según (**Tomalá-Parrales, 2023),** ha dicho quelos servicios básicos son servicios que sonindispensables para cualquier persona, como es la seguridad, luz, agua potable, baños y telefonía móvil. Es por esto que es importante tener servicios básicos en todo lugar como por ejemplo las plazas, que es donde distintas personas van hacer

			compras o sino realizan un paseo, el cual también se necesita de seguridad, así tanto el turista como los habitantes de ahí. se pueda sentir a gusto al momento de realizar sus compras. De acuerdo con Inskeep, asegurar estos servicios fundamentales es esencial para establecer un ambiente confortable y seguro que capte la atención de más visitantes y promueva una experiencia gratificante y recordable.
8. ¿Qué productos expenden en estaplaza?	Se venden productos como son: muebles, almarios, cocinas, puertas, comida, legumbres y ropa de segunda mano.	Tiene una manera segura al momento dehablar.	La pregunta se realizó gracias al postulado **(Enciclopedia Concepto, 2023),** dice que los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Según Inskeep, los productos disponibles en un destino turístico no solo deben ser atractivos y variados para los turistas, sino también capaces de cumplir con las expectativas de los consumidores en términos de calidad, autenticidad y conveniencia. Las plazas, como la Vicente Rocafuerte, juegan un papel crucial al ofrecer una variedad de productos que no solo satisfacen necesidades y deseos, sino que también fortalecen la conexión cultural entre el turista y el destino. Estos mercados locales no solo son una fuente de ingresos para los comerciantes, sino también una herramienta para la promoción de la cultura local y la sostenibilidad económica.

9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a lasantísima virgen del quinche?	Se celebra las fiestan en honor a la virgen del quinche por costumbre y tradición, puesto que lo realizan cada año y se ha realizado estas fiestas desde hace tiempo.	Tiene una forma segurade lo que hablar	De acuerdo al postulado de **(Maldonado Reyes et al., 2020)**, dice que las festividades son actos culturales en el que elindividuo se prepara para festejar o agradecer ya sea algún santo o alguna estatua, esto se da en cada rincón de todos los países puesto que cada barrio o comunidad de cada país tienen unos distintos actos festivos. Para el cantón Saquisilì, las celebraciones son un ejemplo evidente de cómo las costumbres se pasan de una generación a otra, constituyendo un componente fundamental del legado cultural de la zona. La festividad en honor a la virgen del Quinche, un personaje relevante para los residentes de Saquisilì, demuestra que las celebraciones no solo representan un acto de gratitud, sino también un vehículo para mantener y difundir las creencias y costumbres locales. Cada barrio y parroquia en Saquisilì organiza homenajes a la virgen del Quinche, lo cual se convierte en un acto de conexión con las raíces culturales y religiosas de la comunidad.
10. ¿Para las fiestas de la virgen delquinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en estecantón?	Si cuenta con todos los servicios de alojamiento, transporte y restauración.	Tiene una forma tranquila cuando se comunica.	Según **(Benseny, 2006),** habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística. Es por ello que es importante tomar en cuenta si los turistas cuentan con todos estos servicios, dado que el visitante al momento de viajar tiene que descansar por el viaje. De acuerdo con Inskeep, en el ámbito turístico, lo servicios de hospedaje, gastronomía y transporte so esenciales ya que mejoran la experiencia del turista ofrecer un ambiente confortable y asequible.

11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que si es considerada como el principal patrimonio cultural del cantón Saquisilì, es por esto que cuando son las fiestas de Saquisilì cada barrio realiza una misa en honor a la virgen del Quinche y asimismo realizan fiestas en cada parroquia y barrios de este cantón.	Muestra seguridad de lo que dice	Esta pregunta se ha enfocado debido a **(França, 2022),** cuenta que el patrimonio cultural son herencias que han dejado nuestros antepasados, el cual han sido transmitidas de generación en generación, estas puedan ser actos festivos, religiosos, políticos, históricos, artísticos oestéticos. las fiestas son consideradas como patrimonio cultural puesto que las personas realizan estas fiestas en honor a un santo, enel cual se ha ido dando hace años y por ende ha sido transmitida hasta el día de hoy. La teoría de Inskeep enfatiza que el legado cultural y las celebraciones deben mantenerse y exhibirse de forma que resulten accesibles y atractivos para los visitantes, dado que estos componentes son fundamentales para la identidad local y pueden brindar una experiencia singular y enriquecedora a los turistas.

Tabla 8: Entrevista a la comerciante Luz Chicaiza

	Análisis		**Discusión de los resultados con la ıéutica**
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales **(nombres y apellidos)**	Su nombre Luz América Chicaiza Iza tiene una edad de 46 años	Tiene una forma tranquila cuando se comunica.	La pregunta se ha realizado solo por conocer los nombres de la persona que se va a realizar la entrevista.
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Es comerciante de la plaza el rastro.	Tiene manera de responder tranquila.	Se realizó esta pregunta para saber en quéplaza se está realizando la entrevista.
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Es comerciante de la venta de chanchos.	Tiene una manera de expresarse segura.	El desarrollo a esta pregunta se debe a (**Zambrano Rodríguez et al., 2021),** es importante saber lo que el cliente pide al momento de comprar el producto. De acuerdo con Inskeep, cuando se trata de la demanda de productos en un lugar turístico, resulta vital para los vendedores y proveedores de servicios comprender los gustos y requerimientos de los clientes. Para los vendedores, esto implica ajustarse a las exigencias del mercado, proporcionando productos que no solo sean llamativos y genuinos, sino que también satisfagan las demandas particulares de los clientes.

4. ¿Existen turistas internacionalesque visiten esta Plaza?	Nos dice que si llegan turistas a estaplaza puesto que le llaman la atención ver la fauna que tiene este cantón.	Tiene una forma alegre cuando se comunica.	Para realizar esta pregunta **(González Vázquez & Araujo Vila, 2018)** indica que al momento de que el turista visita un destino hace que pueda conocer lo que ofrece el atractivo y así conocer nuevas experiencias en cada viaje. Es por esto que es importanteque el turista conozca todo lo que ofrece este cantón, así pueda llevarse una nueva experiencia al momento de visitar estas plazas, por otro lado, el visitante podrá conocer que platos típicos y la variedad deproductos que ofrece en esta plaza. De acuerdo con Inskeep, cuando un turista visita un lugar, su experiencia se basa en gran parte en la diversidad de atracciones y servicios que el lugar pueda proporcionar. Los visitantes no solo aspiran a apreciar los paisajes y la cultura de la región, sino también a descubrir y vivir lo que distingue al destino. Esto abarca no solo los encantos naturales y culturales, sino también las propuestas de bienes y servicios locales, tales como los platillos tradicionales y la diversidad de productos a disposición en las plazas y mercados locales.

5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	Son 8 Años que ha dedicado avender chanchos.	Tiene una forma tranquila cuando se comunica.	Esta pregunta se ha basado en **(MuñozArce, 2015)**, dice que los años de experiencias en un trabajo son fundamentales, ya que se tiene más conocimiento. Para ello la comerciante Luz nos dice que se ha dedicado a venta de chanchos 8 años. La experiencia en el comercio contribuye significativamente a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, ya que las comerciantes como Luz pueden ofrecer productos de mejor calidad, asesoramiento experto y un enfoque personalizado para cada cliente, basado en su conocimiento acumulado a lo largo de los años. Según Inskeep, la experiencia laboral es esencial ya que facilita a las personas el desarrollo de un conocimiento profundo y destrezas especializadas en su área de trabajo. Dentro del ámbito del comercio y el turismo, la experiencia no solo implica el entendimiento técnico de un producto o servicio, sino también la comprensión de las necesidades y expectativas del cliente, las dinámicas del mercado y las tácticas eficaces para proporcionar un servicio de calidad.

6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Nos dice que no cuenta con una buena infraestructura por lo que al momento de entrar los carros con los animales no hay mucho espacio parapoder entrar y asimismo salir.	Se encuentra insatisfecha al momento de responder la pregunta.	Según **(Morales A., 2021),** dice que al momento de hablar de infraestructura nos enfocamos más sobre cómo se ve el atractivo, dado que es lo que le llama más laatención al espectador. Por otro lado, la infraestructura de un atractivo es lo más esencial que se debe tener, en cuenta porque los turistas primero ven como se encuentra el lugar, asimismo es para los comerciantes porque están en un área de trabajo en el cual se deberían de sentir a gusto trabajando en este lugar el cual no es así puesto que la infraestructurade estas plazas no está en un buen estado. Además, Inskeep enfatiza que la infraestructura es igualmente crucial para los comerciantes, dado que impacta directamente en su habilidad para funcionar de forma confortable y eficaz en un lugar turístico. Si la infraestructura no se encuentra en óptimas condiciones, puede suponer un reto para los comerciantes en cuanto a seguridad, confort y habilidad para captar visitantes.
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Cuenta solo con un baño, el cual notiene un buen mantenimiento para que el turista pueda entrar, por otro lado si cuenta con agua potable y seguridad,	Cuenta con una manerapoco satisfecha al momento de responder la pregunta.	Para enfocarnos en esta pregunta según **(Tomalá-Parrales, 2023)** da a conocer que que los servicios básicos son servicios que son indispensables para cualquier persona, como es la seguridad, luz, agua potable,baños y telefonía móvil. Según Inskeep, los servicios básicos son esenciales para todo individuo, particularmente en un contexto turístico. Estos servicios abarcan elementos fundamentales tales como protección, abastecimiento de agua, electricidad, acceso a baños y teléfonos móviles.

8. ¿Qué productos expenden en estaplaza?	Se dedican a la venta de animales como son: vacas, ovejas, chanchos,patos, llamas, entre otros.	Al momento de responder esta preguntaes muy clara al momento de hablar.	La pregunta se realizó gracias al postulado **(Enciclopedia Concepto, 2023)** indica que los productos son opciones que está a disposición de las personas, el cual ayuda a satisfacer una necesidad o un deseo al momento de comprar, asimismo puede ser elegido por el consumidor. Señala que los productos son alternativas disponibles para las personas, que contribuyen a cubrir una necesidad o anhelo al realizar una compra, y también pueden ser seleccionados por el consumidor. Dada esta interrogante, es fundamental conocer los productos que proporciona en un sitio. En este escenario, serían las plazas las que proporcionan una diversidad de productos como comida, vegetales, frutas, productos de alimentación, entre otros, permitiendo a la persona consumir. Por ejemplo, la plaza el rastro que permite la venta de animales como el chancho, la vaca, entre otros.
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a lasantísima virgen del quinche?	Se celebra las fiestas en honor a la virgen del quinche por devoción y costumbre, puesto que lo han venidorealizando cada año.	Es clara al momento de expresarse.	De acuerdo al postulado de **(Maldonado Reyes et al., 2020),** dice que las festividades son actos culturales en el que el individuo se prepara para festejar o agradecer ya sea algún santo o alguna

			estatua, esto se da en cada rincón de todoslos países puesto que cada barrio o comunidad de cada país tienen unos distintos actos festivos. En este caso en el cantón Saquisilì los habitantes realizan las fiestas en honor la virgen del Quinche, el cual es un personajeimportante y valioso para ellos. Es por estoque en cada barrio y parroquias dan un homenaje a este santo por medio de las fiestas dando a entender como agradecimiento en el cual se celebran cadaaño. Según Inskeep, las festividades son eventos culturales en los que los individuos se preparan para festejar o agradecer, ya sea a través de la veneración de santos, estatuas u otros símbolos religiosos o culturales.
10. ¿Para las fiestas de la virgen delquinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en estecantón?	Nos dice que no tiene mucho conocimiento sobre esta pregunta, puesto que solo se dedica a vender su producto y sobre todo no vive eneste cantón.	Tiene una forma tranquila cuando se comunica.	Según **(Benseny, 2006)**, habla de los servicios de alojamiento, restaurantes y transporte son los que intervienen en la planta turística, para que el visitante se pueda sentir a gusto al momento de tomarun viaje. Es por ello que es importante tomar en cuenta si los turistas cuentan con todos estos servicios, dado que el visitante al momento de viajar tiene que descansar porel viaje, alimentase y transportarse para conocer los destinos turísticos. De acuerdo con Inskeep, los servicios de hospedaje, gastronomía y transporte son esenciales en el sector turístico ya que desempeñan un rol crucial en la experiencia del turista al realizar su viaje. Estos servicios facilitan que el visitante se sienta cómodo y cuente con todas las facilidades requeridas para descansar, alimentarse y desplazarse de manera sencilla en un destino turístico

11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Nos dice que si es considerada como el principal patrimonio cultural del cantón Saquisilì, ya que se celebra cada año en honor a la virgen del Quinche.	Es alegre al momento de contestar la pregunta.	Esta pregunta se ha enfocado debido a **(França, 2022),** cuenta que el patrimonio cultural son herencias que han dejado nuestros antepasados, el cual han sido transmitidas de generación en generación, estas puedan ser actos festivos, religiosos, políticos, históricos, artísticos oestéticos. las fiestas son consideradas como patrimonio cultural puesto que las personas realizan estas fiestas en honor a un santo, enel cual se ha ido dando hace años y por ende ha sido transmitida hasta el día de hoy. Estas celebraciones no solo sirven para vincular a los individuos con su historia, sino también para fortalecer la identidad cultural y comunitaria. En numerosas situaciones, las celebraciones actúan como un medio para expresar agradecimiento, recordar y festejar acontecimientos históricos importantes.

Análisis FODA

Tabla 9: Preguntas del análisis FODA interno y externo

	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
INTERNO	¿Qué ventaja tiene el cantón Saquisilì en la oferta turística? ¿Qué le distingue a Saquisilì en oferta turística de los otros cantones? ¿Cuáles son los mejores servicios turísticos que ofrece al turista? ¿Cuál es la fortaleza que tiene el cantón Saquisilì para dar un buen servicio al turista?	¿Qué se puede mejorar para que el turista se sienta a gusto en el cantón Saquisilì? ¿Que se debería evitar en la oferta turística del cantón? ¿Existen problemas en los hoteles y restaurantes? ¿Existe transporte para que el turista pueda llegar a un destino turísticos?
	OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
EXTERNO	¿Qué tendencias en oferta turística nos favorecen? ¿Existen Cambios tecnológicos favorables en los alojamientos y restaurantes? ¿Cambios de las infraestructuras de las plazas? ¿Muestran debilidades los otros cantones?	¿A que obstáculos se enfrenta la oferta turística en el cantón? ¿Qué es lo que mejor ofrecen los competidores a los turistas? ¿Existen problemas con los competidores? ¿Existen una baja infraestructura en hoteles y restaurantes?

Tabla 10: Respuesta del análisis FODA interno y externo

	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
INTERNO	- Saquisilì cuenta con diversas zonas comerciales, donde los visitantes pueden encontrar una variedad de productos locales, artesanías y gastronomía tradicional. - Saquisilì se distingue por su diversidad de mercados y plazas que brindan no solo productos esenciales, sino también artesanías, ropa de segunda mano, y productos autóctonos como mobiliario rústico, vegetales y frutas. - La combinación de alojamiento, comida, transporte y actividades de inmersión cultural y aventura posibilita que los visitantes tengan una estancia inolvidable en el cantón. - El atractivo de Saquisilì como lugar turístico se basa en su habilidad para brindar experiencias auténticas, sustentables y asequibles, unidas a la amabilidad y el calor de su comunidad local.	- Optimizar la infraestructura del turismo, incluyendo la condición de las plazas, mercados y vías. - Los competidores que consiguen sobresalir en estas áreas pueden proporcionar una propuesta turística más integral y diversa, captando a un público más extenso y aportando a una experiencia más gratificante para los visitantes. - Si, pueden presentarse diversos inconvenientes en hoteles y restaurantes en el cantón Saquisilí que impactan en la experiencia del visitante y en la calidad del servicio brindado. - Sí, se dispone de transporte para que los visitantes puedan acceder a los lugares turísticos en Saquisilí y sus zonas circundantes. No obstante, la accesibilidad y la diversidad de alternativas de transporte pueden fluctuar en función del lugar concreto que quieran visitar.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNO	- Turismo patrimonial y cultural, acontecimientos y celebraciones, vivencias culinarias y comercio en plazas y mercados.	- La oferta turística en el cantón Saquisilí se enfrenta a varios obstáculos que limitan su desarrollo y la capacidad de atraer a un número mayor de turistas. Estos desafíos incluyen, infraestructura deficiente, desconocimiento de la oferta turística.
	- Si, hay múltiples avances tecnológicos beneficiosos en los establecimientos de hospedaje y restaurantes que pueden favorecer a lugares turísticos como Saquisilí, optimizando tanto la experiencia del visitante como la eficacia de los servicios ofrecidos.	- Infraestructura turística avanzada, diversidad y excelencia en la propuesta culinaria, eficaz promoción del turismo y servicios turísticos integrados.
	- Reparación y mejoramiento de pavimentación, mercado y comercio organizado, seguridad y vigilancia mejoradas.	- Claro, hay varios desafíos que los competidores pueden afrontar, que pueden afectar su habilidad para captar y complacer a los turistas, como la explotación excesiva de recursos turísticos y la competencia con otros lugares de interés turístico.
	- Si como son: falta de señalización y guías de información, escasez de servicios de turismo, dificultades de seguridad y escasa accesibilidad y adaptabilidad para individuos con discapacidades.	- Sí, existen desafíos relacionados con la infraestructura en hoteles y restaurantes en algunos destinos turísticos, y estos pueden afectar negativamente la experiencia del turista

Tabla 11: Ponderación

	FORTALEZAS		**DEBILIDADES**	
INTERNO	- Saquisilí cuenta con diversas zonas comerciales, donde los visitantes pueden encontrar una variedad de productos locales, artesanías y gastronomía tradicional.	3	- Optimizar la infraestructura del turismo, incluyendo la condición de las plazas, mercados y vías.	2
	- Saquisilí se distingue por su diversidad de mercados y plazas que brindan no solo productos esenciales, sino también artesanías, ropa de segunda mano, y productos autóctonos como mobiliario rústico, vegetales y frutas.	3	- Los competidores que consiguen sobresalir en estas áreas pueden proporcionar una propuesta turística más integral y diversa, captando a un público más extenso y aportando a una experiencia más gratificante para los visitantes.	2
	- La combinación de alojamiento, comida, transporte y actividades de inmersión cultural y aventura posibilita que los visitantes tengan una estancia inolvidable en el cantón.	2	- Si, pueden presentarse diversos inconvenientes en hoteles y restaurantes en el cantón Saquisilí que impactan en la experiencia del visitante y en la calidad del servicio brindado.	1
	- El atractivo de Saquisilí como lugar turístico se basa en su habilidad para brindar experiencias auténticas, sustentables y asequibles, unidas a la amabilidad y el calor de su comunidad local.	2	- Sí, se dispone de transporte para que los visitantes puedan acceder a los lugares turísticos en Saquisilí y sus zonas circundantes. No obstante, la accesibilidad y la diversidad de alternativas de transporte pueden fluctuar en función del lugar concreto que quieran visitar.	1

	OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
EXTERNO	- Turismo patrimonial y cultural, acontecimientos y celebraciones, vivencias culinarias y comercio en plazas y mercados.	2	- La oferta turística en el cantón Saquisilí se enfrenta a varios obstáculos que limitan su desarrollo y la capacidad de atraer a un número mayor de turistas. Estos desafíos incluyen, infraestructura deficiente, desconocimiento de la oferta turística.	2
	- Si, hay múltiples avances tecnológicos beneficiosos en los establecimientos de hospedaje y restaurantes que pueden favorecer a lugares turísticos como Saquisilí, optimizando tanto la experiencia del visitante como la eficacia de los servicios ofrecidos.	1	- Infraestructura turística avanzada, diversidad y excelencia en la propuesta culinaria, eficaz promoción del turismo y servicios turísticos integrados.	2
	- Reparación y mejoramiento de pavimentación, mercado y comercio organizado, seguridad y vigilancia mejoradas.	2	- Claro, hay varios desafíos que los competidores pueden afrontar, que pueden afectar su habilidad para captar y complacer a los turistas, como la explotación excesiva de recursos turísticos y la competencia con otros lugares de interés turístico.	3
	- Si como son: falta de señalización y guías de información, escasez de servicios de turismo, dificultades de seguridad y escasa accesibilidad y adaptabilidad para individuos con discapacidades.	2	- Sí, existen desafíos relacionados con la infraestructura en hoteles y restaurantes en algunos destinos turísticos, y estos pueden afectar negativamente la experiencia del turista	2

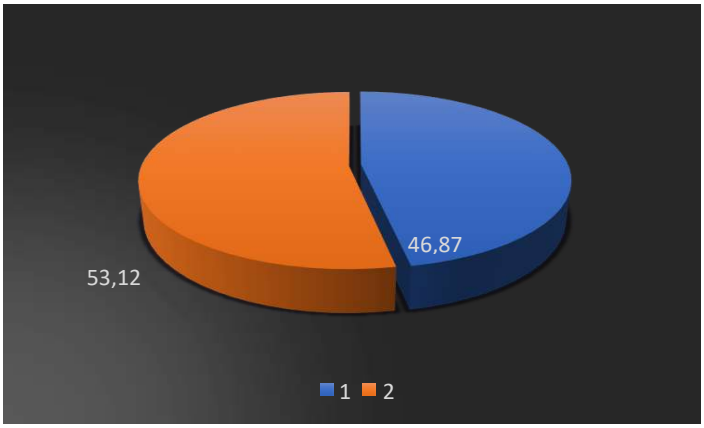
Tabla 12: Respuesta el análisis FODA

CALCULO DE LOS RESULTADOS				
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**	**OPORTUNIDADES**	**AMENAZAS**	**TOTAL**
Saquisilí cuenta con diversas zonas comerciales, donde los visitantes pueden encontrar una variedad de productos locales, artesanías y gastronomía tradicional. (3)	Optimizar la infraestructura del turismo, incluyendo la condición de las plazas, mercados y vías. (2)	Turismo patrimonial y cultural, acontecimientos y celebraciones, vivencias culinarias y comercio en plazas y mercados. (2)	La oferta turística en el cantón Saquisilí se enfrenta a varios obstáculos que limitan su desarrollo y la capacidad de atraer a un número mayor de turistas. Estos desafíos incluyen, infraestructura deficiente, desconocimiento de la oferta turística. (2)	Total=10 (31,25%)
Saquisilí se distingue por su diversidad de mercados y plazas que brindan no solo productos esenciales, sino también artesanías, ropa de segunda mano, y productos autóctonos como mobiliario rústico, vegetales y frutas. (3)	Los competidores que consiguen sobresalir en estas áreas pueden proporcionar una propuesta turística más integral y diversa, captando a un público más extenso y aportando a una experiencia más gratificante para los visitantes. (2)	Si, hay múltiples avances tecnológicos beneficiosos en los establecimientos de hospedaje y restaurantes que pueden favorecer a lugares turísticos como Saquisilí, optimizando tanto la experiencia del visitante como la eficacia de los servicios ofrecidos. (1)	Infraestructura turística avanzada, diversidad y excelencia en la propuesta culinaria, eficaz promoción del turismo y servicios turísticos integrados. (2)	Total=6 (18.75%)

La combinación de alojamiento, comida, transporte y actividades de inmersión cultural y aventura posibilita que los visitantes tengan una estancia inolvidable en el cantón. (2)	Si, pueden presentarse diversos inconvenientes en hoteles y restaurantes en el cantón Saquisilí que impactan en la experiencia del visitante y en la calidad del servicio brindado. (1)	Reparación y mejoramiento de pavimentación, mercado y comercio organizado, seguridad y vigilancia mejoradas. (2)	Claro, hay varios desafíos que los competidores pueden afrontar, que pueden afectar su habilidad para captar y complacer a los turistas, como la explotación excesiva de recursos turísticos y la competencia con otros lugares de interés turístico. (3)	Total =7 (21.87%)
El atractivo de Saquisilí como lugar turístico se basa en su habilidad para brindar experiencias auténticas, sustentables y asequibles, unidas a la amabilidad y el calor de su comunidad local. (2)	Sí, se dispone de transporte para que los visitantes puedan acceder a los lugares turísticos en Saquisilí y sus zonas circundantes. No obstante, la accesibilidad y la diversidad de alternativas de transporte pueden fluctuar en función del lugar concreto que quieran visitar. (1)	Si como son: falta de señalización y guías de información, escasez de servicios de turismo, dificultades de seguridad y escasa accesibilidad y adaptabilidad para individuos con discapacidades. (2)	Sí, existen desafíos relacionados con la infraestructura en hoteles y restaurantes en algunos destinos turísticos, y estos pueden afectar negativamente la experiencia del turista. (2)	Total =9 (28.12%)
Total= 10 (31.25%)	**Total = 6 (18.75%)**	**Total = 7 (21.87%)**	**Total=9 (28.12%)**	**32=100%**

31.25 18.75 21.87 28.12

Figura 4: Análisis FODA



Según el análisis FODA sobre la oferta turística del cantón Saquisilí, se concluye que posee más fortalezas que debilidades para atraer y satisfacer a los visitantes. El 53% de los factores identificados corresponden a fortalezas y oportunidades, destacándose sus diversas zonas comerciales y su notable variedad de plazas que ofrecen productos únicos. Además, servicios como el alojamiento, la gastronomía y el transporte contribuyen a que los turistas disfruten de una experiencia memorable, complementada por la amabilidad de sus habitantes Saquisilí también destaca por su abundancia en turismo cultural, que abarca festejos tradicionales y vivencias gastronómicas singulares. A esto se añaden los progresos tecnológicos aplicados en los establecimientos y las últimas mejoras en los mercados locales.

No obstante, el estudio FODA muestra que el 43% de los elementos están relacionados con debilidades y amenazas. Incluyen la necesidad de perfeccionar la infraestructura turística, los desafíos que imponen competidores sobresalientes, y varios inconvenientes en hoteles, restaurantes y transporte. Además, se detecta una infraestructura insuficiente y una falta de entendimiento general de la propuesta turística del cantón, lo que perjudica su encanto. Además, los competidores poseen infraestructuras más sofisticadas y una amplia variedad culinaria, factores que constituyen un reto para Saquisilí.

3.1 Generación de hipótesis

Como es una investigación cualitativa no se da una hipótesis inicial, sin embargo, se ha procedido a realizar la siguiente hipótesis.

La oferta turística se relaciona con el turismo cultural en Saquisilí

Después de realizar un estudio cualitativo en Saquisilí, que abarcó entrevistas a actores principales, observación participativa y análisis de contenido, se detectaron patrones relevantes que vinculan las particularidades de la oferta turística con los aspectos culturales únicos de la localidad. Los descubrimientos señalan que los principales servicios y productos turísticos, tales como los mercados ancestrales, las exposiciones de artesanía y las celebraciones locales, están fuertemente vinculados a las costumbres culturales y al legado intangible de la zona.

Estos resultados sugieren que la oferta turística de Saquisilí no se limita únicamente a su infraestructura o actividades recreativas, sino que está directamente influenciada por su riqueza cultural. Esto permite plantear la hipótesis de una relación significativa entre la oferta turística del cantón y el turismo cultural, posicionando a Saquisilí como un destino donde la experiencia turística se enriquece con el legado cultural de su comunidad.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Existen diversos postulados sobre la oferta turística, cada uno de ellos se encarga de satisfacer las necesidades del visitante, un ejemplo se enfoca en las 7 plazas.
- Existen diversos postulados que nos habla de la oferta turística pero cada uno llega a una misma conclusión, que nos dice que la oferta turística se encarga de satisfacer las necesidades del visitante, ahora bien, para conocer mejor lo que ofrece Saquisilí se ha enfocado en las 7 plazas, dado que se ha tenido que acudir a estos lugares para conocer lo que puede ofrecer al turista. Se pudo ver que tiene una variedad de cosas por ofrecer al visitante como es comida, ropa, calzado, legumbres. Frutas, artículos de aseo, equipos tecnológicos, artesanías, abarrotes y cultura., por otro lado, este cantón no es peligroso, puesto que la seguridad es segura, el turista puede viajar sin preocupación ni peligro, además la infraestructura de estas plazas no tiene un buen mantenimiento, como también los baños públicos por el cual se ha escuchado las quejas de los comerciantes.
- El turismo cultural es una transcendencia que se va dando de generación en generación, que las personas van acogiendo estas costumbres, como es Saquisilí, donde los habitantes de este cantón le consideran como turismo cultural a las festividades de la virgen del Quinche, todos los barrios de este cantón realizan una fiesta en honor a la virgen, que se da una vez al año y que estas fiestas duren un mes, ya que en cada barrio realizan estos actos festivos. Por otra parte, las personas dan adornos florales a las iglesias para que se vea bien en sus fiestas, realizan la corrida de toros y artistas tanto nacionales como internacionales son contratados para que puedan cantar, así el turista pueda tener una buena experiencia al momento disfrutar de estas fiestas.
- La oferta turística y el turismo cultural se da a conocer por medio de un video promocional, que indica lo que ofrece estas plazas y como celebran las fiestas de la virgen de Quinche, el objetivo de este video es que los turistas tanto a nivel nacional como internacional se interesen por venir a visitar el cantón Saquisilí, ya que tiene muchas cosas por ofrecer

.

Recomendaciones

- Es importante que las infraestructuras de estas plazas sean mejoradas puesto que tiene un mal espectáculo al momento que el turista viene a visitar este cantón, se recomienda que los comerciantes mejoren un poco en la higiene, dado que los visitantes pueden llevarse una mala experiencia del cantón y ya no puedan volver.
- Se recomienda que en las fiestas de la virgen del Quinche los moradores de cada barrio puedan hacer publicidad para que los turistas puedan venir a disfrutar de estas fiestas, que los padres no permitan que se pierda esta tradición que tiene Saquisilí.
- Es fundamental que el alcalde pueda invertir en publicidad para que muchas personas puedan venir a disfrutar no solo de las fiestas sino también de los atractivos turístico que tiene este lugar como son las 7 plazas, la cascada candela fazo, el cerro huingopana, entre otros atractivos, pues ninguno de estos atractivos ha sido explotado al nivel nacional ni al nivel internacional.

PROPUESTA

Título de la propuesta

Diseño de un video promocional de la oferta turística y el turismo cultural en el cantón Saquisilí

OBJETIVOS

Objetivo General

Promocionar la oferta turística y el turismo cultural como motivación turística para el cantón Saquisilí.

Objetivos específicos

Elaborar un guion para construir el video promocional.

Producir contenido audiovisual de la oferta turística y el turismo cultural del cantón Saquisilí.

Manejar herramientas tecnológicas para la elaboración del video promocional.

Justificación

Al culminar la investigación tanto de campo como Bibliográfica se observó que el cantón Saquisilí es promocionado por medio de redes sociales, pero posee pocos videos que promocionen al cantón, es por esto que se propone elaborar un video promocional para que los turistas vengan a visitar Saquisilí, el cual se dará a conocer las 7 plazas y las festividades de la virgen del Quinche, cabe recalcar que en cada una de estas tomas se conocerá lo que ofrece estas plazas, como también lo que celebran en estas fiestas. Este video a elaborar con el fin de que los visitantes conozcan lo que ofrece este cantón.

1 . Desarrollo de la propuestaTabla 13:
Desarrollo propuesta

TEMA: La oferta turística y el turismo cultural en Saquisilì			
ESCENA	NARRADOR	DESCRIPCIÒN	DURACIÒN
INTRODUCCIÒN	Mishel Cando	Saquisilí un cantón que ha sido reconocido por sus 7 plazas y por las fiestas de la virgen del Quinche, te invito a conocer este bello cantón y sus fiestas junto con su gente, te durante el recorrido te enseñare las 7 plazas y las festividades de la virgen del Quinche, acompáñenme.	00:08s - 00:23s
CUERPO DEL VIDEO	Mishel Cando	A unos pasos de la plaza Gran Colombia nos encontramos en la plaza San Juan Bautista	00:52s - 00:59s
	Mishel Cando	A pocos minutos de la plaza San Juan Bautista, nos encontramos con la plaza Kennedy.	01:06min - 01:12min
	Mishel Cando	A dos cuadras de la plaza Kennedy nos encontramos con la plaza Roca Fuerte	01:27min - 01:32min

	Mishel Cando	A 1 km de la plaza central del cantón Saquisilí nos encontramos con la plaza rastro más conocida como la plaza de animales	01:57min - 02:03min
	Mishel Cando	Retornando al centro del cantón Saquisilí nos encontramos nos encontramos con la plaza 18 de octubre	02:05min - 02:10min
	Mishel Cando	Nos encontramos con el ingeniero Manuel Arcos, presidente del comité de fiestas del cantón Saquisilí quien nos hablara un poco sobre las fiestas de la virgen del Quinche que nos	02:20min - 02:30min

	Mishel Cando	¿Por qué se conmemora las festividades de la virgen del Quinche?	02:30min - 02:32min
	Ingeniero Manuel Arcos	Existe un archivo en el despacho parroquial se dice que el 2 de febrero de 1981 isieron la donación de la imagen de la santísima Virgen del Quinche	02:33min - 02:47min
	Mishel Cando	¿en qué fecha se realizan estas festividades?	02:48min - 02:50min
	Ingeniero Manuel Arcos	Vale la pena indicar que nuestras festividades vienen realizándose la segunda semana de febrero de cada año con asumir los priostasgos de diferentes barrios de nuestro querido cantón	02:51min - 03:06min
	Mishel Cando	¿Cómo se celebran las fiestas de la virgen del Quinche?	03:06min - 06:31min

	Ingeniero Manuel Arcos	Aproximadamente duran de 30 dias a 45 dias, el pueblo es eminentemente religioso, eminentemente católico, yo creo que el 98% de ciudadanos lo veneramos a nuestra madre la santísima virgen del Quinche, durante todo este tiempo, la fiesta lo hacemos en cada sector en cada barrio, tomando en consideración primeramente lo que es la parte religiosa acompañado de la parte social, todos los eventos en todos los sectores son de carácter gratuito	03:13min - 03:49min
	Mishel Cando	¿En qué lugar de este cantón se puede encontrar artesanías religiosas?	03:50min - 03:54min
	Ingeniero Manuel Arcos	En las fiestas propias de la festividad vienen diferentes comerciantes y ahí ofrecen estas artesanías, en Saquisilí hay contados sectores donde usted puede adquirir, pero la mayoría viene de afuera en las fiestas principales	03:55min - 04:13min
	Mishel Cando	¿Qué tipo de músicas y Danzas tradicionales se presentan durante las festividades en honor a la virgen del Quinche?	04:14min - 04:19min
	Ingeniero Manuel Arcos	El primero de febrero del 2025 hay la organización de las comparsas de la confraternidad Saquisilense, hay una gran diversidad de comparsas de toda índole y de todas las regiones de nuestro país, donde es admirado por los turistas que viene a gustar de nuestras festividades, hay como unas 60 comparsas que pueden participar de este día especial	04:14min - 04:55min
	Mishel Cando	¿Recomendaría a los turistas que visiten el cantón durante sus festividades?	04:56min - 05:00min

	Ingeniero Manuel Arcos	Les invito a participar de estas festividades, les recibiremos con los brazos abiertos para que vengan a participar a la fiesta especial que es el día domingo, donde se celebra la santa misa en honor a la virgen del Quinche, luego de eso hay una procesión por todas las calles de nuestro cantón donde acudimos todos los que formamos Saquisilí, gente que viene a visitar, gente devota de nuestra santísima virgen del Quinche y los turistas están acompañándonos durante 3 a 4 horas de esta procesión	05:02min - 05:34min
	Mishel Cando	Y como no mencionar a las fiestas de la virgen del Quinche que se da una vez al año, donde todos los habitantes de este cantón realizan estos actos festivos en honor a ella, donde realizan la corrida de toros, conciertos y comparsa.	05:36min - 05:48min
	Mishel Cando	Si quieres pasar la noche en este bello cantón, tranquilo que podrás hospedarte en el hotel colonial, que está ubicado en el centro de Saquisilí	05:51min - 05:58min
	Mishel Cando	También te ofrece restaurantes, donde podrás degustar todo tipo de comida.	06:00min - 06:05min
CIERRE	Mishel Cando	No te pierdas de conocer este hermoso cantón que siempre te esperará con los brazos abiertos.	06:06min - 06:10min

ADMINISTRACIÒN

Los videos fueron grabados por la investigadora, el cual se pudo obtener el material, donde se puede observar lo que ofrece las 7 plazas que tiene el cantón Saquisilí, por otro lado, en el video también se puede apreciar as festividades de la virgen el Quinche que es considerada como una de las principales culturas de este cantón

Cabe recalcar que el video promocional tiene una duración de 7:00 minutos, se ha realizado tomas en cada una de las plazas, para saber que ofrece cada una de ellas, asimismo se ha hecho tomas de las festividades de la virgen del Quinche, donde se puede apreciar las actividades que se realizan en estas festividades en honor a la virgen, por otro lado, también se puede ver donde podría hospedarse el turista y alimentarse.

El video promocional será subido a YouTube, ya que ayudará a que se tenga visitas y por medio de ello las personas puedan conocer lo que ofrece Saquisilì para los turistas y así puedan venir a visitar este cantón.

6. Resultado

https://youtu.be/yRYIp7ilp6I

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Araujo Mamani, N. (2024). Libro verde para la gestión sostenible del patrimonio cultural. Revista PH. https://doi.org/10.33349/2024.111.5551

Arias-Aragonés, F.-J., Batista-Castillo, A., Palmero-Berbena, R., & Hernández-Gómez, K.-A. (2023). Diseño de producto turístico-cultural como estrategia de diversificación de la oferta turística en Cienfuegos-Cuba: la ruta de las artes. Saber, Ciencia y Libertad, 18(1). https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2023v18n1.10017

Ashton, M. S. G., Valduga, V., & Tomazzoni, E. L. (2015). Turismo criativo e desenvolvimento da oferta turística do cluster do Vale dos Vinhedos (RS, Brasil)). Investigaciones Turísticas, 10. https://doi.org/10.14198/inturi2015.10.05

Barbosa, M. E. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. Revista Escuela de Administración de Negocios, 60. https://doi.org/10.21158/01208160.n60.2007.407

Barretto, M. (2003). La delicada tarea de planificar turismo cultural: un estudio de caso con la "germanidad" de la ciudad de Blumenau- SC (Brasil). PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2003(1). https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.005

Batista Duarte, L., & Brandão Carneiro, R. (2023). Análise da oferta turística de Ibicoara (Bahia) nos anos de 2011 a 2021. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, 11(2). https://doi.org/10.32888/cge.v11i2.57766

Benseny, G. (2006). EL ESPACIO TURÍSTICO LITORAL THE TOURISTIC SPACE OF THE COASTAL AREA. Redalyc.

Burga Valdez, L. P., & Cruzado Cubas, C. J. (2021). GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL PARA MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA DEL DISTRITO DE ZAÑA - LAMBAYEQUE. HORIZONTE EMPRESARIAL, 8(2). https://doi.org/10.26495/rce.v8i2.2027

Calçada de Lamare Leite, F. (2017). La diversificación de la oferta turística como alternativa para minimizar la estacionalidad: el caso de los eventos en Balneário Camboriú (Santa Catarina, Brasil). Cuadernos de Turismo, 39. https://doi.org/10.6018/turismo.39.290451

Caldevilla Domínguez, D., & García García, E. (2019). La La importancia del turismo cultural como medio de dignificación del turista y de la industria. Mediaciones Sociales, 18. https://doi.org/10.5209/meso.65117

Cardoso de Santana, J., Bem Maracajá, K. F., & Araújo Machado, P. de. (2020). Turismo cultural y sostenibilidad turística: mapeo del desempeño científico

Carrasco Santos, M. J., Padilla Meléndez, A., & Melgar Madsen, S. (2023). Dark Tourism como innovación en producto turístico. Concepto y casos de estudio. Revista de Estudios Turísticos, 205. https://doi.org/10.61520/et.2052015.1189

Cayotopa Ylatoma, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural, en el distrito de Zaña. UCV HACER, 7(3). https://doi.org/10.18050/revucvhacer.v7n3a8

Cerezales, N. (2014). Une mise en tourisme du patrimoine religieux : Le cycle d'expositions Las Edades del Hombre. Culture & Musées, 23(1). https://doi.org/10.3406/pumus.2014.1770

Crisorio, R. L. (2023). Ciencia e investigación. Perspectivas de Investigación En Educación Física, 2(3). https://doi.org/10.24215/29534372e019

Cruz Quintana, F. (2019). El ISBN y su utilidad para la investigación bibliográfica. Bibliographica, 2(2). https://doi.org/10.22201/iib.bibliographica.2019.2.52

Cueva Navas, A. M., Arrivillaga Henríquez, J., Enríquez Panchi, D., & Garzón Sherdek, K. (2022). Mapeo de Actores del Turismo Residencial en Quito-Ecuador, Ciudad Patrimonio de la Humanidad. El Periplo Sustentable, 43. https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i43.12829

de Oliveira Santos, G. E. (2007). Modelos Teóricos Aplicados al Turismo. Estudios y Perspectivas En Turismo, 16.

Delgadillo Polanco, V. M. (2009). PATRIMONIO URBANO Y TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE MÉXICO: LAS CHINAMPAS DE XOCHIMILCO Y EL CENTRO HISTÓRICO. Andamios, Revista de Investigación Social, 6(12). https://doi.org/10.29092/uacm.v6i12.135

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela- Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación En Educación Médica, 2(7). https://doi.org/10.1016/s2007-5057(13)72706-6

Elodie, M., González-Gallarza Granizo, M., & Fayos Gardó, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11(2). https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.017

Enciclopedia Concepto. (2023). Producto - Concepto, tipos, ejemplos y características. Editorial Etecé.

Escamilla, M. D. (2013). ¿QUÉ ES EL DISEÑO NO EXPERIMENTAL? 16 de Diciembre.

Espejo Marín, C. (2017). La oferta de turismo rural en el Noroeste de la región de Murcia. Geographicalia, 35. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.1997351693

Ferreira, P., Scalco, R., & Martins Fonseca, V. (2022). O Inventário da Oferta Turística como Estratégia de Diálogo com a Comunidade: um Estudo de Caso

sobre o Parque Nacional das Sempre-Vivas e seu Entorno. Biodiversidade Brasileira - BioBrasil, 3. https://doi.org/10.37002/biobrasil.v12i3.1931

França, C. (2022). Património. Cultura. Web. Revista Visuais, 8(1). https://doi.org/10.20396/visuais.v8i1.16571

Freire Rendón, M., Peralta, S., Mendoza, E., & Linzán, J. (2017). Parque temático turístico cultural como alternativa de diversificación de la oferta turística en la ciudad de Santa Elena. Revista Científica y Tecnológica UPSE, 4(1). https://doi.org/10.26423/rctu.v4i1.252

García Sánchez, A., & Alburquerque García, F. J. (2003). El turismo cultural y el de sol y playa: ¿Sustitutivos o complementarios? Cuadernos de Turismo, 11(11).

Garrido, M. A., Sánchez, J. A. L., & Enriquez, A. F. (2015). Rutas turísticos-culturales e itinerarios culturales como productos turísticos: reflexiones sobre una metodología para su diseño y evaluación. Análisis Espacial y Representación Geográfica: Innovación y Aplicación.

González Vázquez, E., & Araújo Vila, N. (2018). Promoción de destinos turísticos a través de las series audiovisuales. El caso de Juego de Tronos. Revista Perspectiva Empresarial, 5(2). https://doi.org/10.16967/rpe.v5n2a5

Grande Torraleja, F.-A., Valejo Martos, M. C., & Moya Puertas, D. (2023). Análisis de las expectativas de la oferta y la demanda relativas a la calidad del servicio en zonas turísticas de interior. Revista de Estudios Turísticos, 154. https://doi.org/10.61520/et.1542002.904

Hamui Sutton, L., & Vives Varela, T. (2021). Trabajo de campo virtual en investigación cualitativa. Investigación En Educación Médica, 10(37). https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2021.37.20271

Hernández Martínez, D., Rios Ramírez, J. A., & Pérez García, M. M. (2024). Las Parrandas del Centro de Cuba: un recurso para la diversificación de la oferta turística y el desarrollo local. Explorador Digital, 8(1). https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v8i1.2844

Hernández Rojas, R. D., Rivera Mateos, M., & Millán Vázquez de la Torre, M. G. (2017). La integración de los productos agroalimentarios de las tiendas "gourmet" en la oferta turística gastronómica de la ciudad de Córdoba. Investigaciones Turísticas, 13. https://doi.org/10.14198/inturi2017.13.09

Hernández Sánchez, D., & Aguirre Ulloa, X. (1970). IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y DE EXCURSIONISMO DE HERPETOFAUNA EN ECUADOR. Tsafiqui, 4. https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v0i4.268

Herrero Prieto, L. C., Sanz Díez, I., & Sanz Lara, J. A. (2002). Turismo cultural de museos: análisis y valoración. Estudios Turísticos, 153.

Kravets, I., & De Cornago, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, 2(2).

La Torre García, M. J. (2020). La oferta turística e incidencia en el turismo social en la ciudad de Trujillo - Perú. YACHAQ, 3(1). https://doi.org/10.46363/yachaq.v3i1.118

López, A. M. (2019). Mi experiencia en el Método Inductivo Intercultural. Articulando e Construindo Saberes, 4. https://doi.org/10.5216/racs.v4i0.59298

López, P. (2004). Población Muestra Y Muestreo. Punto Cero, 09(08).

Luisa, M., & Ponferrada, V. (2015). Evolución del turismo en España: el turismo cultural. International Journal of Scientific Management and Tourism, ISSN-e 2386-8570, ISSN 2444-0299, Vol. 1, Nº. 4, 2015, Págs. 75-95, 1(4).

Maldonado Reyes, A. A., Villar García, M. G., & Mora Castellano, M. del P. A. (2020). Patrimonio Cultural Inmaterial como factor de desarrollo social. I+Diseño. Revista Científico-Académica Internacional de Innovación, Investigación y Desarrollo En Diseño, 15. https://doi.org/10.24310/idiseno.2020.v15i0.10603

Martínez Castillo, R. (2012). Características del turismo entre los pueblos indígenas. Revista Espiga, 11(24). https://doi.org/10.22458/re.v11i24.991

Martínez, M., López, M., & Sarabia, J. M. (1995). EQUILIBRIO OFERTA-DEMANDA TURÍSTICA: UNA RESPUESTA INTELIGENTE. Estudios Turísticos, n.°, 127.

Moragues, D. (2006). Turismo, cultura y desarrollo. In Desarrollo Rural: Vol. segunda ed.

Morales A., P. (2021). Estamos haciendo historia. Revista Intervención, 10(2). https://doi.org/10.53689/int.v10i2.96

Muñoz Arce, G. (2015). Imperialismo profesional y trabajo social en América Latina. Polis (Santiago), 14(40). https://doi.org/10.4067/s0718-65682015000100020

Naranjo, M., & Martínez, M. de los Á. (2022). La Oferta Turística: Precisiones Teóricas para su Análisis. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico.

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. International Journal of Morphology, 35(1). https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037

Piña-Ferrer, L. S. (2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 8(15). https://doi.org/10.35381/r.k.v8i15.2440

Prada Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Córdova, A., & Torres León, L. (2016). Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes: algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). Lurralde: Investigación y Espacio, 39. https://doi.org/10.52748/lurralde.2016.39.38

Prieto Gutiérrez, J. (2015). Turismo cultural: El caso español. Turismo Cultural: El Caso Español, 1(2).

Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. (2022). Revista de Ciencias Sociales. https://doi.org/10.31876/rcs.v28i2.37939

Quintero, O. R. (2018). La Política Pública del Turísmo Cultural en Colombia 1991-2017. Revista Latino-Americana de Turismologia, 4(1). https://doi.org/10.34019/2448-198x.2018.v4.10053

Recuerdo, V. N., Blasco López, F., & García de Madariaga, J. (2016). Marketing del turismo cultural. PH90 Reseñas.

Richards, G. (2023). El Desarrollo del turismo cultural en Europa. Revista de Estudios Turísticos, 150. https://doi.org/10.61520/et.1502001.874

Rivera Mateos, M., & Hernández Rojas, R. D. (2019). Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España). Estudios Geográficos, 79(285). https://doi.org/10.3989/estgeogr.201820

Ruiz Baudrihaye, J.-A. (1997). El Turismo Cultural: Luces Y Sombras. Instituto de Estudios Turísticos Estudios Turísticos, 134.

Santa-Cruz Arévalo, J., Viera-Cánova, J., & Zúñiga-Aguirre, A. (2023a). Oferta turística en la provincia de Ayabaca, Piura – Perú. SUMMA. Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas y Sociales, 15(1). https://doi.org/10.47666/summa.5.1.6

Santa-Cruz Arévalo, J., Viera-Cánova, J., & Zúñiga-Aguirre, A. (2023b). Oferta turística en la provincia de Ayabaca, Piura – Perú. SUMMA. Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas y Sociales, 15(1). https://doi.org/10.47666/summa.5.1.6

Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos, 9(20). https://doi.org/10.1590/s0104-71832003000200003

Serrano, A. L., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca – Ecuador. Siembra, 6(1). https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1718

Tomalá-Parrales, M. (2023). Servicios básicos en el sitio San Juan de la ciudad de Manta: Caracterización y cobertura. Revista Económica, 11(2). https://doi.org/10.54753/rve.v11i2.1827

Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 4(2). https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.012

Trejo Lozano, R., Sánchez Guzmán, A., Pérez Carrizales, J. M., Moreno Cuevas, Z., & González Panzo, B. (2023). Análisis de Factores Internos y Externos Mediante las Herramientas de PESTEL y FODA en una Empresa de Corte Laser en el Estado de Tlaxcala. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(5). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8421

Zamberlán, C., Calvetti, A., Reinstein de Figueiredo, T., Dei Svaldi, J., & Heckler de Siqueira, H. C. (2011). Técnicas de observación y la temática calidad de vida: una revisión integrativa. Enfermería Global, 10(24). https://doi.org/10.4321/s1695-61412011000400021

Zambrano Rodríguez, G. M., Álvarez Pincay, D. E., & Yoza Rodríguez, N. R. (2021). LA IMPORTANCIA DE LA AUDITORIA DE GESTIÓN Y LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y TÉCNICOS, REALIDADES Y PERSPECTIVAS. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria. ISSN 2602-8166*, *5*(3). https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n3.2021.568

Zuloaga Estrada, G. (2023). La Oferta turística latinoamericana en Europa. *Revistade Estudios Turísticos*, *88*. https://doi.org/10.61520/et.881985.498

Franco, Giraldo, López, Palmas , A. I. (06 de 11 de 2019). MODELOS TURÍSTICOS DESDE LA TEORÍA GENERAL DE. Obtenido de MODELOS TURÍSTICOS DESDE LA TEORÍA GENERAL DE:

https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=009020074123067092029084108004089091037009014088040058108071110025083082029094006007011034030127028123 0

Cajas, A. V. (18 de 10 de 2017). *Medium*. Obtenido de Historia de Saquisilì : https://medium.com/%C3%A1ngel-vel%C3%A1squez-cajas/historia-de-saquisil%C3%AD-89f5021db775

CEUPE, B. (s.f.). *¿Qué es la oferta turística?* Obtenido de CEUPE: https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html

Chicaiza, T. M. (2024).

GADMIC Saquisili. (25 de 04 de 2024). Obtenido de GADMIC Saquisili: https://saquisili.gob.ec/turismo/

ISSU. (s.f.). *La oferta turística. Componentes de la oferta turística*. Obtenido de ISSU: https://issuu.com/certiaeditorial/docs/uf0073-primer-

Luis, G. C. (2016). Guanochanga Chipuxi Jorge Luis. Obtenido de “ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”: https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3615/1/T-UTC-

Miguel Ángel Gómez Borja, J. A. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad.* cuenca.

-Molinero*, P. E. (2019). Tendencias del turismo cultural. *pasos revista de turismo ypatrimonio cutural*, 3,9.

Saquisili. (s.f.). Obtenido de https://www.facebook.com/SaquisiliLiterario/: https://www.facebook.com/SaquisiliLiterario/

Velásquez,Olivo, Carvajal, Cando, Edison, Pedro, Franklin, Franklin, Cristina ;. (2021). Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador - 4 mundos.*USMP*.

ANEXOS

ANEXO A. Carta de compromiso

ANEXO 3
FORMATO DE LA CARTA DE COMPROMISO.

CARTA DE COMPROMISO

Saquisilí, 25 de marzo del 2024

Doctor
Marcelo Núñez Espinoza
Presidente
Unidad de Integración Curricular
Carrera de Turismo y Hotelería
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Yo, Ing. Diego Samuel Vargas Vargas en mi calidad de Técnico de Turismo de la Empresa GADMIC Saquisilí, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: " La oferta turística y turismo cultural en Saquisilí propuesto por la estudiante Cando Chicaiza Thalia Mishel, portador/a de la Cédula de Ciudadanía, N° 0550314983 estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.

GAD MUNICIPAL INTERCULTURAL DEL CANTÓN SAQUISILÍ GADMIC saquisilí TURISMO

Ing. Diego Samuel Vargas Vargas.
N°050387708-6
Cell: 0939847700
Turismogadmics.gob.ec

Escaneado con CamScanner

ANEXO B. INSTRUMENTOS

Tabla 8: diseño de la entrevista

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	

1. Datos personales (nombres y apellidos)			
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?			
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?			
4. ¿Existen turistas internacionales que visitenesta Plaza?			
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?			
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?			
7. ¿existen servicios básicos adecuados para losturistas?			
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?			
9. ¿Por qué en este cantónse celebra las fiestas en honor a la santísima virgendel quinche?			
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuentacon todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?			
11. ¿Considera usted quelas fiestas de la virgen delquinche son consideradascomo el principal patrimonio cultural de Saquisilí?			

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIOCULTURAL INMATERIAL

FICHA DE INVENTARIO

A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS

CÓDIGO

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia:	**Cantón:**		
Parroquia:	**X** **Urbana**		**Rural**
Localidad:			
Coordenadas:	**X (Este)**	**Y (Norte)**	**Z (Altitud)**

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL

Descripción de la fotografía:

Código fotográfico:

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
	D1	
Grupo social	**Otra (s) denominación (es)**	
	L1	
Breve reseña		

4. DESCRIPCIÓN					
Origen					
Fecha o período		**Detalle de la periodicidad**			
	Anual				
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		**Detalle del alcance**			
	Local				
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Preparativos		**Detalle de actividades**			
Descripción de la manifestación					
Elementos significativos					
Nombre		**Tipo**	**Detalle del elemento**		
E1					
E2					
Estructura organizativa					
Nombre		**Tipo**	**Detalle de la estructura**		
O1					
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo		**Nombre**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Procedencia del saber		**Detalle de la procedencia**			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión
	Padres-hijos	
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad		
Sensibilidad al cambio		
	Alta	
	Media	
	Baja	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código / Nombre

9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

10. OBSERVACIONES

11. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora:	
Inventariado por:	**Fecha de inventario:**
Revisado por:	**Fecha revisión:**
Aprobado por:	**Fecha aprobación:**
Registro fotográfico:	

Figura 5: *validación de la lista de chequeo validado por licenciada Gisela Landeta*

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Formato de validación del instrumento N°3 lista de chequeo

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere que deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de no ser necesario escriba las observaciones.

ESCALA				
PREGUNTAS	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1. Datos personales (nombres y apellidos)	X			
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	X			
3. ¿Qué productos ofrece a los turistas?	X			
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	X			
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	X			
6. ¿Como ve usted la infraestructura de la plaza?	X			
7. ¿existen servicios básicos para los turistas?	X			

Escaneado con CamScanner

8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	X			
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	X			
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	X			
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	X			

Opinión de aplicabilidad

Aplicable: aplicable después de corregir (x) no aplicable ()

Validada por: Guissela Paulina Landeta Martinez

Especialidad del evaluador: Psicóloga

Lugar del trabajo: GADMIC Saquisilí

Cargo que desempeña: Ejecución de Proceso de Interculturalidad

Fecha: 16/05/2024

Firma:

CS Escaneado con CamScanner

***Figura 6**: validación de la lista de chequeo validado por Técnico Diego Vargas*

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Formato de validación del instrumento N°3 lista de chequeo

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere que deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de no ser necesario escriba las observaciones.

ESCALA				
PREGUNTAS	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1. Datos personales (nombres y apellidos)	/			
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	/			
3. ¿Qué productos ofrece a los turistas?	/			
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	/			
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	/			
6. ¿Como ve usted la infraestructura de la plaza?	/			
7. ¿existen servicios básicos para los turistas?	/			

Escaneado con CamScanner

8. ¿Qué piensa usted sobre las fiestas de la virgen del Quinche?		/		
9. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	//			
10. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisili?	/			

Opinión de aplicabilidad

Aplicable: aplicable después de corregir (/) no aplicable ()

Validada por: Diego Vargas

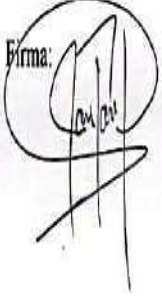
Especialidad del evaluador: Técnico de Turismo

Lugar del trabajo: GADMIC Saquisili

Cargo que desempeña: Técnico de Turismo

Fecha: 16-05-2024

Firma:



Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	[illegible]		
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Plaza Pasto		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	venta de dondas		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Si		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	5 años		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	en mal estado		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Si		
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	venta de ostruchos,		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por devoción		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si cuenta		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si son casi conocidas como patrimonio cultural		

CS Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	Mercedes Lupe Rojas Aguiles (74 años)		
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Juan Montalvo		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Dulces Caramelos y galletas		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Si		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	toda la vida		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Si tiene una buena infra estructura		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Si existe		
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	personas que cogen, dulces y caramelos		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por la devoción y la fe		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si cuenta		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si son con sidendos		

CS Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	Mercedes de Jesus Molina Herrera 58 años		
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	San Juan Bautista		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Venta de cuhada		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	NO		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	9 años		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	en mal estado no hay carecis		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Si existen baños sanitarios		
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	Ropa y Colgado y lana		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por la devo ción a la virge		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si cuenta con todos los servicios		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si porque los personas son devotos a la virgen del quinche		

Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	Ildo Angelo Oña chiliquinga	(47 años)	
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Plaza gran Colombia		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Abarrotes		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Si		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	6 años		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Se encuentra en mal estado		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Algunos		
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	Papas, comida, abarrotes, legumbres, frutas		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por la devoción a la virgen del Quinche y la fé		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si.		

Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	Oña Ju Maria Suselina	(65) años	
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Plaza Lenada		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	puesto de comi (pescado frito)		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Si		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	35 años		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	es mal estado		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	si existen		
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	Comida, granos, legumbres, abarrotes		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por la devoción y la Fe		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si		

CS Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	Mario Tuquinza Cobre (44) años		
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	18 de Octubre		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	Asados, de tripa mishque		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Si		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	20 años		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	mala la infra structura		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Si hay		
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	Ropa nueva comida, artesanias		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por la fe de uno tiene		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si		

CS Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIO

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Análisis			Discusión de los resultados con la dialéctica y hermenéutica
Pregunta	Respuesta	Comunicación no verbal	
1. Datos personales (nombres y apellidos)	Melida esperanza Alomoto Guamán	(46) años	
2. ¿Cuál es el nombre de la plaza?	Nueva fuerte		
3. ¿Qué producto ofrece al público en general?	muebles rusticos		
4. ¿Existen turistas internacionales que visiten esta Plaza?	Si		
5. ¿Cuánto tiempo ha llevado como comerciante?	10 años		
6. ¿Cómo ve usted la infraestructura de la plaza?	Exelente		
7. ¿existen servicios básicos adecuados para los turistas?	Si hay agua servicios	higienicos	
8. ¿Qué productos expenden en esta plaza?	Variedad (muebles, cocinas comida, ollas, legumbres		
9. ¿Por qué en este cantón se celebra las fiestas en honor a la santísima virgen del quinche?	Por la costumbre y tradición		
10. ¿Para las fiestas de la virgen del quinche piensa usted que el turista cuenta con todos los servicios como son alojamiento, transporte y restauración en este cantón?	Si		
11. ¿Considera usted que las fiestas de la virgen del quinche son consideradas como el principal patrimonio cultural de Saquisilí?	Si		

CS Escaneado con CamScanner

EVIDENCIAS

Figura 7: *fotografía con un comerciante de la plaza gran colombia*



Nota: Entrevista al comerciante de la plaza gran Colombia, venta de abarrotes

Figura 8*: fotografía de un comerciante de la plaza Kennedy*



Nota: Entrevista a la comerciante de comida de la plaza kennedy

***Figura 9**: fotografía de la plaza roca fuerte*



Nota: Entrevista a la comerciante de muebles de la plaza Roca fuerte