



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS  
NATURALES**

**CARRERA DE LICENCIATURA ECOTURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**“DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN  
LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

---

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del título de

Licenciada en Ecoturismo

**Autora:**

Moya Moreno Lady Jhomayra

**Tutora:**

Armijos Anjo Sara Alejandra

**LATACUNGA – ECUADOR**

**Febrero-2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

**Moya Moreno Lady Jhomayra** con C.C. **0504377409** declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: Propuesta **“DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo la Ingeniera M.Sc. Sara Alejandra Armijos Ango tutor (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Moya Moreno Lady Jhomayra

Estudiante

C.C: 0504377409



Ing. M.Sc. Sara Alejandra Armijos Ango

Docente Tutor

C.C: 1803993995

## **CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR**

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **Moya Moreno Lady Jhomayra**, identificada/o con C.C. N° 0504377 409, de estado civil soltera y con domicilio ubicado en el Barrio la Calera, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, el Ing. MBA. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de **Licenciatura en Ecoturismo**, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Diseño de una ruta turística y emprendimientos en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico**

Inicio de la carrera: abril 2018 – agosto 2018

Finalización de la carrera: octubre 2022 – marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor: Ing. M.Sc. Sara Alejandra Armijos Ango

Tema: “Diseño de una ruta turística y emprendimientos en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi”

**CLÁUSULA SEGUNDA.** - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación. **CLÁUSULA TERCERA.** - Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.

b) La publicación del trabajo de grado.

c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA. -** El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA. -** El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. -** Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA. -** El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la

resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, 10 de febrero del 2023



Moya Moreno Lady Jhomayra  
**LA CEDENTE**

Dr. Cristian Tinajero Jiménez  
**LA CESIONARIA**

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

**“DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”** de Moya Moreno Lady Jhomayra, de la carrera Licenciatura en Ecoturismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre-defensa.

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Ing. M.Sc. Sara Alejandra Armijos Ango

Docente Tutor

C.C: 1803993995

## AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales: por cuanto, el postulante: Moya Moreno Lady Jhomayra, con el título del Proyecto de Investigación: "Diseño de una ruta turística y emprendimientos en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi". Ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Lector 1 (presidenta)

Lcda. Norma Lucia Benavides Zura Mg

CC: 1002669644



Lector 2

Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza MSc.

CC: 1722220868



Lector 3

Lcd. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Mg

CC: 1802830123

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios por la vida que me ha regalado. A mis padres Arturo Moya y Nelly Moreno ustedes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio, siempre han estado conmigo apoyando en todo momento, me formaron siendo una mujer fuerte llena de principios y valores.

Moya Moreno Lady Jhomayra



## **DEDICATORIA**

A Dios y a mi virgencita del Cisne, a mis padres y mis hermanos Yael y Elvis, a mis Tíos Luis y Martha y para ti Mamita en el cielo.

Moya Moreno Lady Jhomayra

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**TITULO: “DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**Autora:** Moya Moreno Lady Jhomayra

**RESUMEN**

El cantón Latacunga posee importantes atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos que pueden ser utilizados para la creación de rutas turísticas que llamen la atención al turista. Para la realización del primer objetivo se obtuvo un diagnóstico situacional de los atractivos turísticos naturales, culturales y emprendimientos del cantón Latacunga de las parroquias urbanas y rurales se recolectó información de fuentes primarias y secundarias como: Informes estadísticos del departamento de turismo del municipio de Latacunga, Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) tanto como del cantón Latacunga y la provincia de Cotopaxi, artículos científicos, libros, tesis de grado y posgrado; se aplicó encuestas a los turistas para determinar su perfil, se realizó salidas de campo para la obtención del listado de emprendimientos. En el segundo objetivo mediante la elaboración del inventario para la identificación, valoración y clasificación de los atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos del cantón Latacunga se levantó un registro de información mediante las fichas elaboradas por el GAD provincial de Cotopaxi y fichas del Mintur obteniendo un resultado favorable de un total de 10 emprendimientos que están en funcionamiento diario y un registro de 4 atractivos turísticos naturales y culturales, se realizó salidas de campo para las entrevistas a los emprendimientos. Para el cumplimiento del tercer objetivo se aplicó la metodología de SENA que consiste en estructurar técnicamente una ruta turística compuesta en 4 fases; para alcanzar este objetivo se empleó la metodología de SENA compuestas en 4 fases. El nombre de la ruta turística es RUTA VIAJERA MASCHA se obtuvo este nombre porque las personas son emprendedoras y trabajan arduo explotando los recursos de sus tierras que les ofrece en un futuro. Además, se elaboró un itinerario compuesto en 6 paradas con una variedad de actividades turísticas que fueron implementadas en la ruta gracias a los datos obtenidos de las encuestas, para que el turista pueda conocer, practicar y emprender su propio negocio, también se elaboró un guion, tiene también paquetes turísticos, esto con la finalidad de diversificar la oferta turística en el cantón Latacunga.

**Palabras clave:** Ruta, Atractivos natural y culturales, Emprendimientos

# **TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**

## **FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES**

### **THEME: “DESIGN OF A TOURIST ROUTE AND ENTERPRISES OF THE LATAACUNGA CANTON, COTOPAXI PROVINCE”**

**AUTHORA:** Moya Moreno Lady Jhomayra

#### **ABSTRACT**

The Latacunga canton has important natural, cultural and business tourist attractions that can be used to create tourist routes that attract tourists. To carry out the first objective, a situational diagnosis of the natural and cultural tourist attractions and enterprises of the Latacunga canton of the urban and rural parishes was obtained, information was collected from primary and secondary sources such as: Statistical reports from the tourism department of the municipality of Latacunga, Development and Land Management Plans (PDyOT) as well as the Latacunga canton and the Cotopaxi province, scientific articles, books, graduate and postgraduate theses; I know I apply surveys to tourists to determine their profile, field trips were made to obtain the list of enterprises. In the second objective, through the elaboration of the inventory for the identification, valuation and classification of the natural, cultural and entrepreneurial tourist attractions of the Latacunga canton, an information record was raised through the files prepared by the Cotopaxi provincial GAD and Mintur files, obtaining a favorable result of a total of 10 enterprises that are in daily operation and a record of 4 natural and cultural tourist attractions, field trips were made for interviews with the enterprises. For the fulfillment of the third objective, the SENA methodology was applied, which consists of technically structuring a tourist route composed of 4 phases; To achieve this objective, the SENA methodology composed of 4 phases was used. The name of the tourist route is RUTA VIAJERA MASCHA, this name was obtained because the people are enterprising and work hard exploiting the resources of their lands that it offers them in the future. In addition, an itinerary consisting of 6 stops was developed with a variety of tourist activities that were implemented on the route thanks to the data obtained from the surveys, so that the tourist can learn about, practice and start their own business, a script was also developed, also has tourist packages, this in order to diversify the tourist offer in the Latacunga canton.

**Keywords:** Route, Natural and cultural attractions, Enterprises

## INDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	vi
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT .....	xi
INDICE DE CONTENIDO .....	xii
ÍDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. JUSTIFICACIÓN .....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	3
4. PROBLEMÁTICA.....	4
5. OBJETIVOS .....	6
5.1. OBJETIVO GENERAL .....	6
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	7
7. FUNDAMENTACION CIENTÍFICA TÉCNICA .....	8
7.1. Turismo.....	8
7.1.1. Importancia del Turismo .....	9
7.1.2. El sistema turístico .....	9
7.1.3. Estructuración del Turismo .....	13
7.1.4. Recursos y atractivos turísticos.....	13
7.1.5. Clasificación de los Recursos turísticos .....	14
7.1.6. Clasificación de los Atractivos turísticos .....	15
7.1.7. Inventario de Atractivos turísticos.....	16

7.1.8.	Infraestructura .....	17
7.1.9.	Planta Turística .....	17
7.1.10.	Alojamiento .....	19
7.1.11.	Alimentación.....	19
7.1.12.	Recreación .....	19
7.1.13.	Servicios de Apoyo .....	19
7.2.	Ruta Turística .....	20
7.2.1.	Tipos de Rutas Turísticas .....	20
7.2.2.	Características de una ruta .....	21
7.2.3.	Elementos en la elaboración y diseño de una ruta.....	22
7.2.4.	Diseño de rutas turísticas.....	22
7.2.5.	Paquete turístico .....	25
7.3.	Modelo de negocios .....	28
7.3.1.	Negocio .....	28
7.3.2.	El lienzo del modelo de negocio .....	28
7.3.3.	Los 9 bloques de construcción.....	29
7.3.4.	Segmentos de clientes .....	31
7.3.5.	Propuestas de valor .....	32
7.3.6.	Canales .....	33
7.3.7.	Emprendimientos y gestión .....	36
7.3.8.	Emprendimientos turísticos.....	36
8.	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA .....	36
9.	METODOLOGÍA .....	37
9.1.	Protocolo de investigación.....	37

9.1.1.	Investigación bibliográfica.....	38
9.1.2.	Investigación de campo .....	39
9.1.3.	Muestreo no probabilístico por conveniencia .....	40
9.1.4.	Técnicas .....	41
9.1.5.	Encuesta .....	41
9.1.6.	Investigación explicativa .....	42
9.1.7.	Observación directa .....	42
9.1.8.	Entrevista .....	43
9.1.9.	Análisis de los registros.....	43
9.1.10.	Características de un modelo de negocio de Osterwalder CANVAS.....	44
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	45
10.1.	Análisis del diagnóstico situacional del área .....	45
10.1.1.	Datos generales de la provincia de Cotopaxi .....	46
10.1.2.	Datos generales del cantón Latacunga .....	46
10.1.3.	Ubicación geográfica.....	47
10.1.4.	Límites del cantón Latacunga .....	48
	División política del cantón Latacunga.....	48
10.1.5.	Parroquias urbanas y rurales .....	48
10.1.6.	El clima .....	49
10.1.7.	Reseña histórica .....	49
10.1.8.	Atractivo natural.....	51
10.1.9.	Atractivo Cultural.....	53
11.	ESTUDIO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS .....	55
11.1.	Tabulación de encuestas a turistas .....	55

<b>11.2.</b>	<b>Perfil del Turista.....</b>	<b>64</b>
<b>11.3.</b>	<b>Estructuración de los productos turísticos existentes.....</b>	<b>65</b>
<b>11.3.1.</b>	<b>Fase 1: Estructuración de la ruta .....</b>	<b>81</b>
<b>11.3.2.</b>	<b>Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística. ....</b>	<b>84</b>
<b>11.3.3.</b>	<b>Fase 3: Determinación de costos y gastos de operación.....</b>	<b>100</b>
<b>11.3.4.</b>	<b>Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de operación.....</b>	<b>101</b>
<b>12.</b>	<b>IMPACTO .....</b>	<b>103</b>
<b>12.1.</b>	<b>Impacto Técnico.....</b>	<b>103</b>
<b>12.2.</b>	<b>Impacto Social.....</b>	<b>103</b>
<b>13.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>14.</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>105</b>
<b>15.</b>	<b>BLIOGRAFIA .....</b>	<b>106</b>
<b>16.</b>	<b>Apèndice.....</b>	<b>117</b>
<b>17.</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>120</b>

## ÍDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Beneficiarios directos e indirectos .....	3
<b>Tabla 2:</b> Cuadro de actividades .....	7
<b>Tabla 3:</b> Clasificación del turismo por su forma .....	11
<b>Tabla 4:</b> Clasificación por tipo de turismo .....	12
<b>Tabla 5:</b> Clasificación de atractivos .....	13
<b>Tabla 6:</b> Clasificación de los Recursos Turísticos.....	14
<b>Tabla 7:</b> Clasificación de atractivos turísticos.....	15
<b>Tabla 8:</b> Jerarquía de atractivos turísticos según el rango obtenido. ....	16
<b>Tabla 9:</b> Modelos de negocios.....	29
<b>Tabla 10:</b> Tipos de segmentos de clientes .....	31
<b>Tabla 11:</b> Elementos de la propuesta de valor.....	32
<b>Tabla 12:</b> Fases del Canal .....	333
<b>Tabla 13:</b> Relación con el cliente .....	333
<b>Tabla 14:</b> Fuentes de ingresos .....	344
<b>Tabla 15:</b> Recursos Claves .....	344
<b>Tabla 16:</b> Actividades claves .....	355
<b>Tabla 17:</b> Asociación clave .....	355
<b>Tabla 18:</b> Listado de las salidas de campo y Actividades .....	390
<b>Tabla 19:</b> Salidas de Campo.....	400
<b>Tabla 20:</b> Modelo de Negocio de CANVA adaptado a los emprendedores .....	444
<b>Tabla 21:</b> Límites de la Provincia Cotopaxi.....	46
<b>Tabla 22:</b> Datos generales territorio Cantón Latacunga.....	46
<b>Tabla 23 :</b> Establecimientos de alojamientos .....	51
<b>Tabla 24 :</b> Atractivos naturales, culturales y emprendimientos.....	544
<b>Tabla 25:</b> Perfil del turista Nacional .....	64
<b>Tabla 26:</b> Inventario de atractivos turísticos naturales existentes del cantón Latacunga .....	77
<b>Tabla 27:</b> Inventario de atractivos turísticos culturales existentes del cantón Latacunga .....	78
<b>Tabla 28:</b> Inventario de emprendimientos existentes del cantón Latacunga .....	78
<b>Tabla 29:</b> Emprendimientos de la ciudad de Latacunga de acuerdo a la ruta.....	79
<b>Tabla 30:</b> Características de un modelo de negocios de canvas Osterwalder.....	81
<b>Tabla 31:</b> Selección de atractivos y emprendimientos .....	82
<b>Tabla 32:</b> Paradas .....	84
<b>Tabla 33:</b> Medios de transporte para el recorrido.....	86
<b>Tabla 34:</b> Número de paradas .....	87
<b>Tabla 35:</b> Itinerario y programación de actividades por parada de la ruta. ....	89
<b>Tabla 36:</b> Gastos y costos para dos días .....	100
<b>Tabla 37:</b> Calculo tarifa por persona y determinación de beneficio neto .....	102



**Tabla 38:** Cálculo tarifa por persona y determinación de beneficio neto para dos días.103

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Planta turística .....	177
<b>Figura 2:</b> Clasificación de la Planta Turística .....	188
<b>Figura 3:</b> Fases para el diseño de rutas turísticas .....	233
<b>Figura 4:</b> Mapa de la provincia de Cotopaxi.....	45
<b>Figura 5:</b> Ubicación geográfica de Latacunga .....	47
<b>Figura 6 :</b> División política del cantón Latacunga .....	48
<b>Figura 7:</b> Mapa turístico de Latacunga .....	50
<b>Figura 8 :</b> Lugar de procedencia .....	55
<b>Figura 9:</b> Rango de edad .....	56
<b>Figura 10:</b> Género .....	56
<b>Figura 11:</b> Frecuencia la que viaja .....	57
<b>Figura 12:</b> Promedio que dura su viaje .....	57
<b>Figura 13 :</b> Motivos para realizar el viaje .....	58
<b>Figura 14:</b> Grupo habitual que viaja .....	58
<b>Figura 15:</b> Ruta turística de emprendimientos en el cantón Latacunga.....	59
<b>Figura 16:</b> Constancia de un guía turístico en el recorrido .....	60
<b>Figura 17:</b> Servicios a implementarse a la ruta .....	60
<b>Figura 18:</b> Actividades a realizar .....	61
<b>Figura 19:</b> Ruta de emprendimientos turísticos .....	61
<b>Figura 20:</b> Precios adecuados a pagar por una ruta.....	62
<b>Figura 21:</b> Emprendimientos a visitar.....	62
<b>Figura 22:</b> Parroquias.....	63
<b>Figura 23:</b> ¿Qué le llama la atención al visitar los emprendimientos?.....	64
<b>Figura 24:</b> Parque recreacional el Boliche .....	66
<b>Figura 25:</b> Volcán Cotopaxi.....	67
<b>Figura 26:</b> Laguna de Limpiopungo.....	68
<b>Figura 27:</b> Iglesia La Catedral de Latacunga .....	69
<b>Figura 28:</b> Iglesia de San Agustin.....	70
<b>Figura 29:</b> Iglesia de Santo Domingo .....	71
<b>Figura 30:</b> Iglesia la Merced .....	72
<b>Figura 31:</b> Iglesia del Salto .....	73
<b>Figura 32:</b> Iglesia de San Francisco .....	74
<b>Figura 33:</b> Iglesia de San Sebastián .....	75
<b>Figura 34:</b> Mapa de Ruta Turística travesía viajera Mascha .....	83

<b>Figura 35</b> : Inicio: Artesanías del Niágara .....	93
<b>Figura 36</b> : Primera Parada: Emprendimiento Api Loja .....	94
<b>Figura 37</b> : Segunda Parada: Mirador el Calvario.....	95
<b>Figura 38</b> : Tercera Parada: Emprendimiento Mascha Cerveza.....	96
<b>Figura 39</b> : Cuarta Parada: Emprendimiento Creaciones María Dolores.....	97
<b>Figura 40</b> : Quinta Parada: Emprendimiento la Casa de las allullas .....	98
<b>Figura 41</b> : Sexta Parada: Parque Vicente León.....	99

## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título**

Diseño de una ruta turística y emprendimientos en el cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi

### **Lugar de ejecución**

Provincia de Cotopaxi Zona 3

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Facultad Académica:** Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

**Carrera que auspicia:** Turismo

**Proyecto vinculado:** N/A

**Nombres de equipo de investigadores:**

**Tutor:** Ing. Sara Armijos

**Correo electrónico institucional:** sara.armijos@utc.edu.ec

**Alumno:** Lady Jhomayra Moya Moreno

**Correo electrónico institucional:** lady.moya7409@utc.edu.ec

**Área de Conocimiento:** Servicios

**Subárea:** Servicios personales

**Línea de investigación:** Planificación y gestión del servicio sostenible.

**Sublínea de investigación:** Gestión del turismo sostenible

## 2. JUSTIFICACIÓN

La provincia de Cotopaxi tiene una gran riqueza diversa de donde talentos y tradiciones por descubrir las mismas que muchas veces y durante años se ven opacadas por no tener una correcta organización en varios ámbitos políticos, parroquiales y a su vez el conocimiento para emprender como comunidades, parroquias y cantones. Cada una de las parroquias precisa de plan de gestión turística como línea base para emprender, guiarse y de esta manera poder mejorar (Dirección de Turismo, 2020).

La población del Cantón LATACUNGA, según el Censo del 2001, representa el 41,2 % del total de la Provincia de Cotopaxi; ha crecido en el último período intercensal 1990- 2001, a un ritmo del 1,8 % promedio anual. El 64,1 % reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 43,6 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo, está ubicado en la sierra centro del país, tiene potencial para el turismo, ya que posee importantes atractivos y recursos culturales y naturales, pudiendo atender múltiples modalidades de turismo nacional y extranjero. El turismo es una actividad económica que genera empleo directo e indirecto, se distribuye en el territorio y mejora la calidad de vida de sus habitantes (Dirección de Turismo, 2020)

Es importante tener estrategias conjuntas con un objeto de desarrollo turístico común, para que los esfuerzos se consoliden y se apoyen los unos a los otros. Al mismo tiempo, la ordenanza es necesaria para articular todos estos procesos y diseñar el plan estratégico para el turismo que posibiliten los procesos de colaboración y resultados.

Otra de las razones principales del por qué es importante el diseño, de la ruta que embarca a los emprendimientos, es resolver falencias y desarrollar de mejor manera estrategias que permitan a la provincia consolidarse como de las ciudades más importantes en el ámbito turístico, al realizar el trabajo de investigación con el diseño de una ruta turística y emprendimientos en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, permite proporcionar al cantón una opción de aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales servirá para aportar al desarrollo de emprendimientos turísticos innovadores que así provoca un mutuo a los pobladores, que se encuentra en la ruta.

### 3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

**Tabla 1:**

*Beneficiarios directos e indirectos*

<b>Beneficiarios del Proyecto</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Descripción</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
<b>Directos</b>	La investigadora		1	1
	Carrera de en 5 Ecoturismo.	5	5	10
	Emprendimientos			33
	Prestadores de servicios turísticos			219
<b>Indirectos</b>	Habitantes del cantón Latacunga	51,7%	48,3%	170 489
	Turistas Locales y Nacionales.	20%	45%	124 900

*Nota: Beneficiarios del proyecto. Adaptado de (Plan de desarrollo de Latacunga, 2016)*

#### **Directos**

Los beneficiarios directos será la Carrera Ecoturismo con la presente investigación que puede ser un modelo para desarrollar proyectos investigativos, prestadores de servicio turístico que operan en el cantón y emprendimientos en Latacunga.

#### **Indirectos**

Los beneficiarios indirectos Latacunga registra una población tanto en las parroquias rurales y urbanas dentro del cantón con 170489 habitantes: 45% son mujeres y el 20% son hombres, puesto que el Diseño de la ruta turística y emprendimientos de paso a nuevas oportunidades a los habitantes del cantón.

#### 4. PROBLEMÁTICA

Si el Ecuador es conformado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas es importante que estas empresas implementen como parte de su infraestructura al igual que desarrollen hábitos de salubridad en cada área o sector que este se encuentre; es decir y como el plan de reactivación de turismo lo postulaba cada destino en Ecuador debe brindar información, ser flexible, debe ser sustentable, debe tener una responsabilidad con el planeta y sobre todo y más ahora por la escasa llegada de turistas internacionales, debe ser fomentado el turismo nacional y crear este nacionalismo ó preferencia primero por lo nuestro, este es de los principales objetivos planteados por el MINTUR, “Empoderar a la ciudadanía a través de la adquisición de lo nuestro en toda la cadena productiva, estimular el turismo interno a nivel micro, fomentar una industria sostenible en el ámbito económico, socio-cultural y medioambiental basada en una oferta de alta calidad que valoriza el patrimonio natural y cultural de Ecuador.” Cada provincia en el Ecuador está llena de riquezas, tradiciones y mucha cultura que están esperando ser descubiertas y potenciadas (Turismo M. d., 2019)

La provincia de Cotopaxi actualmente y por la pandemia al igual que muchas provincias dentro del país ha perdido gran afluencia de turismo comparada a los años entre el 2018-2019 que tenían un crecimiento turístico del 5% anualmente. Según la investigación hecha de los problemas turísticos en la provincia de Cotopaxi de los principales problemas hallados son la aculturación de las parroquias, la falta de coordinación entre los entes de gobiernos como instituciones, así también la falta de cobertura tecnológica y algo que sucede en varias provincias por falta de leyes organizacionales de trabajo, la comercialización de un mismo producto, en otras palabras, la escasa diversidad comercial

Latacunga está lleno de atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos con un significado único del sitio. Sin embargo, los gobiernos autónomos no le han tomado una gran importancia al a los atractivos para un buen desarrollo y generar una ruta turística. Ya que cuenta con un territorio con potenciales turísticos con diferentes recursos, no se ha optado por desarrollar una ruta turística de emprendimientos que ayude a la economía local de cada uno de los emprendedores y más aún al desarrollo turístico.

La escasa planificación y el estudio de una ruta turística de emprendimientos resulta ser un inconveniente que se ha venido dando desde hace algunos años, ya que no les han dado una importancia a los emprendedores de ofertar sus productos, por lo que no se ha determinado una demanda potencial que sustente la actividad turística en el territorio. Es importante destacar que el diseño de una ruta turística de emprendimientos comprende elementos que son fundamentales para el disfrute de los visitantes, tal es el caso de los servicios que se ofrezcan, las actividades a desarrollarse en cada punto comprendido en la ruta y, por último, los centros de información turísticas que ayuden a los visitantes den a conocer de los emprendimientos que existen en el cantón que ayuden a guiar a los turistas a los puntos de interés deseados.

Cabe recalcar que existe la falta de conocimiento en el área de turismo por parte de los habitantes del Cantón, lo cual no ha permitido que las personas visualicen el gran potencial económico, turístico, social y cultural que podría estar involucrado en cada una de las actividades relacionadas al turismo, sin embargo, también existe factores que están afectando al desarrollo local de cada emprendedor turístico ya que viene hacer un cantón de paso.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

- Diseñar una ruta turística mediante la recolección de información de los diferentes atractivos naturales, culturales y emprendimientos, para el aporte al desarrollo local de actividades turísticas en el cantón Latacunga de la provincia de Cotopaxi.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional del área de estudio, mediante la recopilación de información para determinar el estado actual de los atractivos naturales, culturales y emprendimientos existentes.
- Inventariar los atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos mediante fichas creadas por el GAD provincial para identificar cada una de las características.
- Elaborar la ruta turística de emprendimientos en el cantón empleando la metodología del Sena.



## 6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

**Tabla 2:**

*Cuadro de actividades*

<b>Objetivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metodología</b>	<b>Medios de verificación</b>
Realizar un diagnóstico situacional del área de estudio, mediante la recopilación de información para determinar el estado actual de los atractivos naturales, culturales y emprendimientos existentes.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisión de fuentes primarias y secundarias.</li> <li>2. Salidas de campo.</li> <li>3. Análisis de sitio.</li> <li>4. Diseño y aplicación de encuestas.</li> </ol>	Exploratorio	Realizar un diagnóstico situacional del estado actual.
Inventariar los atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos mediante fichas creadas por el GAD provincial para identificar cada una de las características.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisión del inventario existente.</li> <li>2. Vista insitu.</li> <li>3. Identificación de los atractivos</li> <li>4. Aplicación de las fichas elaboradas por el GAD provincial.</li> <li>5. Diseño y aplicación de las entrevistas</li> </ol>	Exploratorio	Inventario de los atractivos y emprendimientos
Elaborar la ruta turística de emprendimientos en el cantón empleando la metodología del Sena.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estructuración de la ruta.</li> <li>2. Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística.</li> <li>3. Determinación de gastos y costos de la operación.</li> <li>4. Determinación de precios y beneficios netos de operación</li> </ol>	Descriptivo	Diseño de la ruta

## **7. FUNDAMENTACION CIENTÍFICA TÉCNICA**

### **7.1. Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo Organización Mundial del Turismo (2015) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (p. 8).

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado (Metodología Turismo, 2006).

Según Ledhesma (2017) el turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor (p.14).

Además, el turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas (Ledhesma, 2017).

El Plan de Turismo Latacunga de año 2020 menciona que el turismo es un sector de la economía que beneficia de modo directo e indirecto a amplios segmentos de la población, pudiendo ser un factor clave para el desarrollo sostenible e integral del cantón Latacunga; para potencializar la interculturalidad y fortalecer los vínculos complementarios entre lo urbano y lo rural. El cantón Latacunga tiene un futuro en materia de turismo y puede convertir las amenazas en oportunidades, diversificar y ampliar su oferta de productos y servicios turísticos, con base a los factores que hacen única a Latacunga: su ubicación estratégica, la riqueza natural y cultural, la diversidad de atractivos y la amabilidad de su gente. La interculturalidad, como herramienta para el turismo sustentable, es

el valor agregado más importante que pueden tener los productos y servicios turísticos ofertados, ya que ello permite conformar un “turismo con identidad”. (p.6)

### **7.1.1.Importancia del Turismo**

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino (Cuadra, 2016).

Según el Ministerio de Turismo (2018) la importancia de aportar en la construcción de un destino competitivo, sostenible e innovador en la generación de emprendimientos turísticos, sobre todo fortaleciendo la base de desarrollo productivo de este sector, como son las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas, Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores más dinámicos en la economía mundial. En Ecuador, el arribo de turistas creció un 14% en el 2017. El Turismo es un gran generador de empleo y motor de la economía, como pilar de la reactivación económica, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructura y la entrada de divisas al país (p.8-9).

El crecimiento económico que genera el turismo en el lugar tiene un impacto financieramente positivo para los habitantes de la localidad, ya que el turista genera la circulación de efectivo por razones de alojamiento, alimentación, transporte, vestimenta, etc.

### **7.1.2.El sistema turístico**

Para la Organización Mundial del Turismo (2015) la actividad turística es el resultado de una interrelación compleja de varios factores que debemos tomar en cuenta conjuntamente desde una perspectiva sistemática, que se define como un conjunto de elementos interrelacionados entre ellos que tienen una evolución dinámica.

Elementos básicos que están en la actividad turística:

- a) **La demanda:** es el componente más dinámico del sistema e implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que se viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación. Desde un punto de vista socio-económico, la demanda está determinada por la facilidad de acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo y por el deseo de salir de la rutina; la demanda turística se genera cuando la sociedad haya superado, en forma general, un nivel de renta suficiente para cubrir las necesidades básicas. En contrapartida las sociedades con grandes polarizaciones en la concentración de la riqueza generarán una demanda turística limitada o restringida
- b) **La oferta:** es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la plata turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico).
- c) **Espacio geográfico:** Es el lugar físico en donde interactúan la Demanda y la Oferta, además es el lugar en donde se encuentra la población residente, que si bien no se considera un factor importante de cohesión o disgregación.
- d) **Operadores del mercado:** Está compuesta por las empresas y organismos que tiene como objetivo la interrelación entre la Demanda y Oferta; estos operadores del mercado pueden ser las agencias de viaje, compañías de transporte regular, entidades públicas o privadas, que mediante su accionar son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

### **Clasificación y tipos de Turismo**

Para exponer la clasificación y los tipos de turismo se recopiló información de Serra (2020) que expone lo siguiente:

Las dos principales clasificaciones para el turismo. Estas clasificaciones son: por su forma y por su tipo.

**Tabla 3:***Clasificación del turismo por su forma*

<b>Tipo</b>	<b>Interés</b>	<b>Concepto</b>
<b>Ámbito geográfico</b>	a) Doméstico	Aquél turismo que se hace en el lugar o zona de un país en el que se reside.  Al turismo realizado dentro de un mismo país, independientemente de la organización administrativo-política que tenga. En un país diferente al de residencia. Comúnmente usado para referirse a zonas continentales ya establecidas.
	b) Nacional	
	c) Internacional	
	d) Intrarregional	
<b>Por su organización</b>	a) Turismo organizado	Sobre un marco administrativo de tiempos y actividades a realizar.  Aquél turismo que puede o no tener toda una estructura detrás de su realización.
	b) Turismo no organizado	
<b>Por su duración</b>	a) Excursionistas	Viajeros de hasta 24hrs.
	b) Turistas (estancia corta, mediana y larga)	Viajeros de más de 24hrs.
<b>Edad</b>	a) Niños	Aquél que se dirige a cierto tipo de público en específico. Por ejemplo, el turismo sexual.
	b) Adolescentes	
	c) Adultos	
<b>Medio de transporte</b>	a) Terrestre	Según el tipo de transporte utilizado para el desplazamiento, durante el desarrollo del turismo.
	b) Aéreo	
	c) Acuático	
<b>Volumen de ingresos</b>	a) Social	El que inserta al Estado en su papel de promotor turístico
	b) Pasivo	El de mayor renta para el sector turístico.
	c) Selectivo	Aquél en que sólo cierto tipo de personas que, por sus características económicas, se puede dar una especie de turismo elitista.
<b>Escalas de viaje</b>	a) Directo	Cuando se tiene un sólo destino. La duración suele ser más larga que cuando se tiene un destino itinerante.
	b) Itinerante	Dentro del cual se tienen varios destinos ya que, con esta clase de escala de viaje, se distribuye la permanencia en los lugares a visitar.
<b>Otras formas</b>	a) Individual	Estos tipos de turismo, por forma, se explican por la cantidad de personas que realizan el viaje o actividad turística y tiene en cuenta al público que va dirigido.
	b) Grupal	
	c) Familiar	

*Nota: Tipos de turismo y su clasificación por su forma. Adaptado de (Serra, 2020)*

**Tabla4:***Clasificación por tipo de turismo*

<b>Tipo</b>	<b>Concepto</b>	<b>Interés</b>
Turismo de esparcimiento	También denominado turismo tradicional, es aquel que tiene como principal objetivo dos factores importantes: relajación y distracción. Por esta misma razón suele ser un turismo organizado.	Algunas vertientes de este tipo de turismo son sol y playa y turismo de placer
Turismo cultural	A este tipo de turismo suelen acceder personas con un estatus cultural más elevado, pues el fin de este es enriquecer los conocimientos ya adquiridos o adquirir más de ellos en un entorno más sociable y aplicado a las prácticas de ciertas regiones, pueblos o temas.	1.Turismo gastronómico 2.Turismo religioso 3.Turismo estudiantil 4.Otros
Turismo Deportivo	Este tipo de turismo y sus vertientes (o subtipos) tiene como finalidad la realización de actividades deportivas, ya sean realizadas por el/la turista o simplemente para la observación de ciertas prácticas deportivas.	Turismo extremo
Turismo natural	El turismo natural y sus subtipos tiene como finalidad el disfrute, de quien lo realiza, por medio del contacto con la naturaleza. Siendo también temas de preocupación, dentro de las vertientes, los problemas ambientales y ecológicos.	1.Ecoturismo 2.Turismo rural 3.Turismo agropecuario 4.Turismo de aventura 5.Otros
Turismo de reuniones (ahora llamado industria de reuniones)	Suele ser el tipo de turismo con tiempo más limitado pues, este tiene espacio después de la realización de las actividades afines de una empresa (o de trabajo) que, es quien usualmente paga los costos de quienes llevarán a cabo este tipo de turismo. Dentro de sus itinerarios suele añadir reuniones de negocios, convenciones, etc.	Ejemplos de este es el turismo de negocios y el turismo de convenciones.
Turismo de salud	Este tipo de turismo suele llevarse a cabo con fines de salud y médicos de la persona o grupo de personas que lo realiza. Para el caso del turismo médico; incluso, podría añadirse la posibilidad de turismo mortuario.	1.Turismo médico 2.Turismo de bienestar 3.Turismo espiritual

**Nota:** Clasificación, conceptos y definición de los tipos de turismo. Adaptado de (Serra, 2020)

El tipo de turismo aplicado en nuestro proyecto de investigación está ligada directamente al Ecoturismo, ya que se pretende realizar una ruta turística de atractivos naturales, culturales y emprendimientos que sirva de gran interés visual para los visitantes.

### 7.1.3. Estructuración del Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2015) afirman que se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas que permitan el desarrollo turístico según la localidad que preste servicios.

Para Marysela, (2016) el turismo está estructurado en 4 partes que lo describiremos a continuación:

1. Recursos y atractivos turísticos
2. Infraestructura
3. Planta Turística
4. Super Infraestructura

### 7.1.4. Recursos y atractivos turísticos

Los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia localización. Apunta asimismo que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite al destino y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas Navarro, (2015) menciona la siguiente tabla:

**Tabla 5:**

*Clasificación de Atractivos*

	<b>Clima</b>
	Bellezas
<b>Naturales</b>	Parques naturales
	Playas

	Caza
	Pesca
<b>Culturales</b>	Arqueología
	Arte prehispánico
	Arte colonial
	Arte moderno y contemporáneo
	Tradiciones y folklore
	Centro de diversión y esparcimiento
<b>Diversiones</b>	Teatros
	Cines
	Centros nocturnos
	Fiesta brava
	Fiesta charra
	Eventos deportivos
	Hipódromo
<b>Centros de salud, recuperación y descanso</b>	Centros terapéuticos
	Centros y casas de salud

*Nota: Clasificación de los recursos naturales. Adaptado de (Navarro, 2015)*

### 7.1.5. Clasificación de los Recursos turísticos

**Tabla 6:**

*Clasificación de los Recursos Turísticos*

<b>Clasificación formal de los Recursos Turísticos</b>			
<b>Origen</b>	<b>Materialidad</b>	<b>Movilidad</b>	<b>Ejemplo</b>
<b>Natural</b>	Tangible	Mueble	Cóndor, ballena jorobada.
		Inmueble	Laguna Quilotoa, Volcán Cotopaxi
	Intangible		Viento de la Cordillera de los Andes
<b>Cultural</b>	Tangible	Mueble	Tren de los Volcanes
		Inmueble	Basílica del Voto Nacional



	Intangible		Elaboración de Melcochas (Baños), pasillo (música)
<b>Humano</b>	Tangible	Mueble	Baltazar Ushca (Último hielero del Chimborazo), Saraguro, Montubios, etc.
		Inmueble	Momia de guano, Casa de Montalvo.
	Intangible		Memoria de Abg. Jaime Roldós Aguilera Gral. Eloy Alfaro

*Nota:* Se muestra la clasificación de origen, movilidad, materialidad de los recursos turísticos. Adaptado de (Navarro, 2015)

Navarro (2015) adopta la clasificación propuesta por la UNESCO en la Convención para la Protección Mundial Cultural y Natural realizada en 1972 en París; para una mejor comprensión hemos adaptado los ejemplos de los recursos de nuestro país Ecuador.

#### 7.1.6. Clasificación de los Atractivos turísticos

*Tabla 7:*

*Clasificación de atractivos turísticos.*

Clasificación de Atractivo Turístico		
Recurso o Representación	Tipo de atractivo	Ejemplo
<b>Conocido</b>	(Natural y/o Humano)	Pub irlandés, presidente de la República, aura boreal.
<b>Conocido (instrumento) + complementado</b>	Convertido	Sitio arqueológico + instalación (ruta) = parque arqueológico.  Cementerio + relato (audioguía) = cementerio autoguiado.  Río / aventura + actividad (Rafting) = río navegable.
<b>Inexistente</b>	Creado	Festival folclórico, centro de Spa, Disneylandia.
<b>Valor bajo</b>		
<b>No estratégico</b>		

*Nota:* conceptos obtenidos de (Navarro, 2015)

Navarro advierte que el origen de un atractivo turístico, estos no siempre se originan de la conversión de un recurso turístico como podemos observar en la tercera fila de la Tabla 7., ya que la falta o inexistencia de recursos, disponibilidad de recursos de bajo impacto o valoración, han sido motivación principal para poder crear atractivos sin depender principalmente de un recurso previamente de existencia.

### 7.1.7. Inventario de Atractivos turísticos

“El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional” (Ministerio de Turismo, 2017).

Según el Ministerio de Turismo (2017) el procedimiento se desarrolla en dos etapas: Etapa I: Realización del Inventario de Atractivos Turísticos: levantamiento, registro, jerarquización y especialización de atractivos turísticos; y Etapa II: Generación de Espacios Turísticos: identificación de atractivos con potencial para la generación de productos turísticos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos (p,7).

**Tabla 8:**

*Jerarquía de atractivos turísticos según el rango obtenido.*

Rangos	Jerarquía
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

*Nota: datos obtenidos del (MINTUR, 2004)*

Una vez realizado la matriz de las fichas de inventario de atractivos turísticos propuesto por el MINTUR dará como resultado el nivel de jerarquía de cada uno de los atractivos

### 7.1.8. Infraestructura

Según Instituto Distrital de Turismo (2020) la Infraestructura Turística se define como el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad. Entre estas se encuentran rutas de acceso (pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos y terminales), comunicaciones (servicios de telefonía, correo certificado, internet), equipamiento urbano (servicios de agua, alcantarillado, y energía eléctrica).

Según Ramírez (2004) se define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico.

Forman parte de la misma los siguientes:

- **Servicios básicos:** Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- **Transportes:** Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- **Caminos:** Rutas existentes, estado.
- **Servicios:** Comercio, salud, educación, comunicaciones.

### 7.1.9. Planta Turística

Según Turismo Sucre (2017) nos menciona que la actividad turística permite el aprovechamiento económico de los atractivos turísticos, se establece un proceso productivo alrededor de éstos; una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística, lo cual constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes los demandan.

**Figura 1:**

*Planta turística*



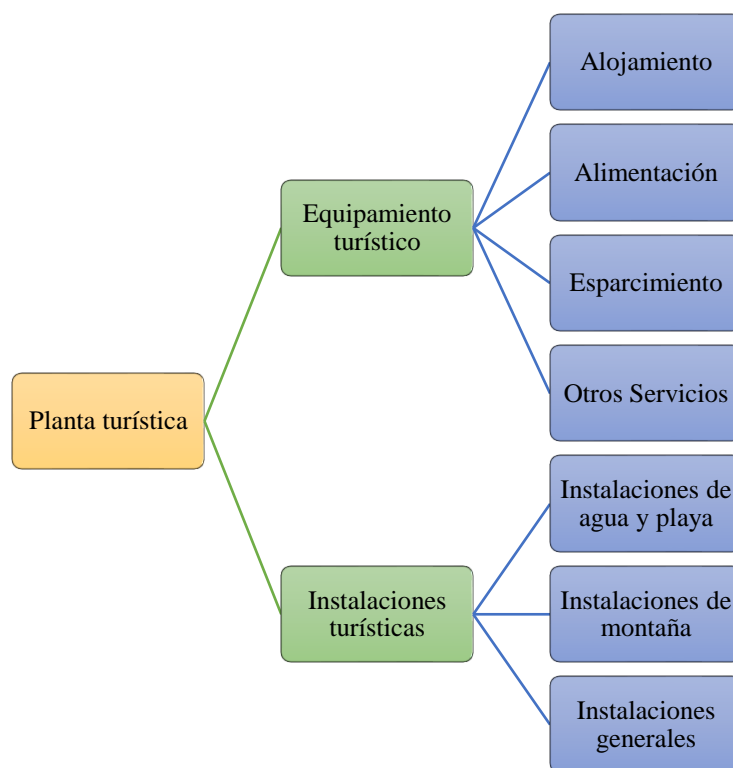
*Nota: Elementos de la planta turística. Extraído de (Turismo Sucre, 2017)*

Esta planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. Fundamentalmente son los siguientes:

- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Recreación
- Servicios de apoyo

**Figura 2:**

*Clasificación de la Planta Turística*



**Nota:** Conceptos de la planta turística. Extraídos de (Turismo Sucre, 2017)

#### **7.1.10. Alojamiento**

El alojamiento se ha transformado de muchas y variadas maneras a través del tiempo, sin embargo, el servicio fundamental es satisfacer las necesidades del viajero, el cual necesita dormir en determinado lugar. Independientemente de la historia que hayan tenido los servicios hoteleros, el alojamiento turístico se concibe a partir de los hoteles fundados por Ritz (Turismo Sucre, 2017).

#### **7.1.11. Alimentación**

El servicio de alimentación constituye un servicio turístico, puesto que está dirigido fundamentalmente al viajero que se aloja en el hotel o que circula por sus áreas con cualquier motivo. Sin embargo, en todos los poblados existen servicios de alimentación llamados restaurantes, que no se consideran como servicio turístico, aunque pueden proporcionar alimentación a los turistas (Turismo Sucre, 2017).

#### **7.1.12. Recreación**

La recreación es lo que constituye básicamente el juego; es tan diversificado y complejo, como complejos y diversificados somos los individuos. Todos tenemos la necesidad de diversión, que es como dicen los norteamericanos refrescar la mente y el cuerpo, sin embargo, satisfacemos esa necesidad con diferentes tipos de recreación de acuerdo con la forma que somos, pensamos o sentimos (Turismo Sucre, 2017).

#### **7.1.13. Servicios de Apoyo**

Se debe tener en cuenta que todo poblado que cuente con un atractivo de cualquier índole, es en sí mismo un destino turístico, el cual requiere de los servicios de apoyo para lograr el funcionamiento adecuado, tanto para la sociedad ahí asentada como para la sociedad que lo visita transitoriamente. Igualmente, aquellos lugares que han sido diseñados como destinos turísticos, deben contar desde un principio con los servicios generales que requiere el turista, no sólo para satisfacer necesidades particulares, sino también para su comodidad y seguridad; servicios de los cuales se beneficiará la población no turística (Turismo Sucre, 2017).

## **7.2. Ruta Turística**

Según Sánchez (2020) las rutas turísticas son consideradas productos turísticos que están basadas en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevarán a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico.

De acuerdo con Rodríguez (2003) la ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir, debe tener un nexo de cohesión común, que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.

Así mismo Villasante (2016) conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia.

Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. menciona (SINAC, 2016).

Mediante el recorrido por las diferentes calles del cantón, se puede llegar a observar el legado cultural, natural, los diferentes emprendimientos formados por personas propias de cada sector, en las cuales se puede admirar, disfrutar y valorar las bellezas naturales, así como los diferentes productos innovadores y llamativos. Permite que el interés crezca por parte de los turistas que visitan cada uno de estos lugares y adquieran experiencias y vivencias auténticas e inolvidables.

La ruta turística a desarrollarse en el cantón Latacunga, permitirá conocer diferentes atractivos culturales y naturales, así como los emprendimientos más innovadores de acuerdo al camino o itinerario realizado para el recorrido y visita de los turistas.

### **7.2.1. Tipos de Rutas Turísticas**

La composición de las rutas turísticas se lleva a cabo sobre la base de las disposiciones teóricas del ámbito del turismo y la hostelería. El orden de creación del producto turístico viene

determinado por las tecnologías del mismo, los principios generales y el algoritmo, a los que se subordina la actividad de cualquier organización turística (Pérez, 2017).

Las rutas turísticas se clasifican en función de su finalidad, lo que supone su división en:

- **Temática:** con una orientación de excursión o conocimientos.
- **Senderismo:** con formas activas de moverse por el territorio.
- **Bienestar:** con el predominio del deporte y el descanso activo.
- **Combinadas:** son las rutas que combinan elementos de todas las rutas anteriores.

### 7.2.2. Características de una ruta

Las características de los itinerarios turísticos son la necesidad de determinar su complejidad. Las rutas turísticas no deberían ser lo suficientemente difíciles para los turistas, muchos de los cuales realizan un viaje por primera vez. Además, los itinerarios deben tener en cuenta los obstáculos naturales que puedan surgir en el camino (Pérez, 2017).

- a) Debe ser estructurada en base a una actividad específica que marque la diferenciación, es decir, debe tener un nexo de cohesión común, siendo el factor clave para generar interés en el turista.
- b) El itinerario turístico debe desarrollarse en base a una red estructurada de vías de comunicación debido a que es prioritario el traslado de los visitantes, en el caso no existir ninguna red o vía, será necesario que los diseñadores de la ruta creen nuevas redes de comunicación.
- c) El itinerario turístico debe tener un punto de partida y con la debida señalización en cada etapa de la ruta, mostrando cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los turistas de este producto ubicarse correctamente en la zona.

Según el SENA (2013) normalmente, las agencias de turismo son las que trazan las rutas turísticas a viajeros basados en un mapa, donde se señalan los distintos destinos, los medios de transporte, el estado de la ruta o rutas, horarios de salida y de arribo, las distancias entre un lugar y otro, los alojamientos y la descripción de los atractivos turísticos que disfrutarán. Algunas rutas

son predeterminadas por las respectivas regiones, exigiendo un esfuerzo conjunto del sector público y privado.

### **7.2.3. Elementos en la elaboración y diseño de una ruta**

Los elementos que debemos considerar en una ruta son las siguientes (MINTUR, 2004).

- a) Selección de la región o zona objeto de estudio.
- b) Recolección de la información: Historia, ubicación geográfica, clima, medios de comunicación)
- c) Selección de los atractivos: Monumentos, iglesias, sitios naturales.
- d) Nombre de la ruta: por ejemplo: Ruta del café, ruta del vino.
- e) Medios de transporte: Terrestre, aéreo y acuático.
- f) Descripción de actividades y puntos de interés a visitar: Museos, parques naturales, monumentos, etc.
- g) Tiempo y duración del recorrido.
- h) Itinerario de la ruta: Horario de salida, horario de llegada, destinos, actividades, entre otros.
- i) Comercialización: Medios utilizados para la promoción de la ruta turística.

### **7.2.4. Diseño de rutas turísticas**

Información obtenida de SENA, (2013) el diseño de una ruta turística debe concebirse como el diseño de un producto turístico en sí o de varios productos turísticos concatenados de forma amena, con calidad y accesibilidad para el turista.

La ruta puede conjugar uno o varios productos turísticos, es por ello que requiere mayor nivel de alcance, y de conjugar la acción de todos los agentes y gestores del turismo que congrega el tema, en términos cualitativos (mayormente culturales) o físicos (geográficos) y operativos (SENA, 2013).

Para diseñar un producto o una ruta temática que sea acorde al turismo de intereses especializados es preciso:

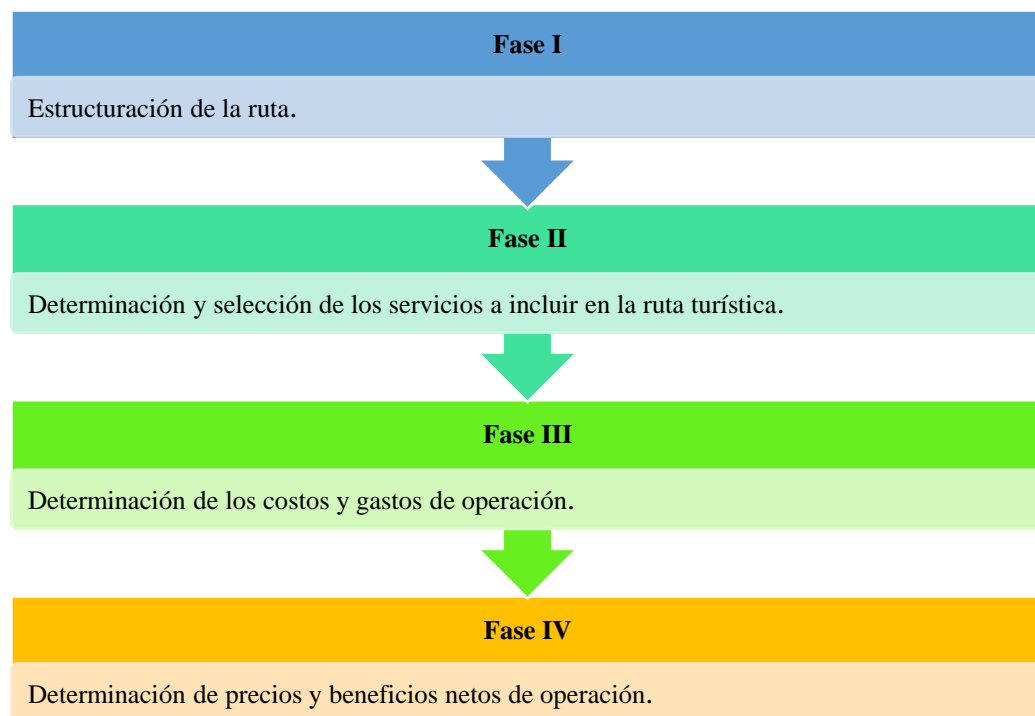


- a) Conocer los tipos de turismo que se pueden desarrollar (las opciones y tipologías que engloba esta oferta).
- b) Analizar las necesidades y tendencias de la demanda, así como los mercados emisores de turismo.
- c) Detectar las oportunidades y avances que presenta la propia oferta turística.

### Metodología para el diseño de la ruta turística por SENA

**Figura 3:**

*Fases para el diseño de rutas turísticas*



*Nota:* Elaborado Moya Lady (SENA, 2013)

#### **Fase 1: Estructuración de la Ruta**

La estructuración de la ruta según (SENA, 2013)

- Realizar un cuidadoso inventario de los atractivos turísticos de la zona.

- Clasificar dichos atractivos, y definir cuál o cuáles de ellos, harán parte de la ruta. De acuerdo con estudios de demanda local e internacional.
- Hacer un diagnóstico de la infraestructura de la zona o región, definiendo sus fortalezas y debilidades. Planes de acción y estrategias a corto y mediano plazo.
- Seleccionar la o las rutas aptas para la zona, los atractivos y el perfil del cliente objetivo.
- Determinación de los puntos de:
  - ✓ Salida
  - ✓ Parada con estancia
  - ✓ Llegada

**Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística.**

- ✓ Transporte
- ✓ Alojamiento
- ✓ Servicios de guías
- ✓ Actividades recreativas
- ✓ Otras Actividades

**Fase 3: Determinación de los costos y gastos de operación.**

- ✓ Costos Fijos
- ✓ Costos Variables.
- ✓ Gastos Generales.
- ✓ Imprevistos.
- ✓ Presupuesto total.

**Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de operación.**

- ✓ Cálculo tarifa por persona.
- ✓ Determinación del beneficio neto.

## **Circuito turístico**

Según SENA (2013) define que es de forma articulada de cada uno de los atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada que facilita el conocimiento turístico del visitante. Es una ruta turística que abarca diferentes atractivos, terminando en el mismo lugar que inicia.

## **Tipos de circuito**

Podemos encontrar dos tipos de circuitos aquellos:

- Circuitos lineales: son aquellos cuyo trazado es rectilíneo, y se realizan paralelamente a algún accidente geográfico de relevancia o a alguna carretera e incorporando sus atractivos.
- Circuitos circulares o triangulares: su trazado depende de la localización de los centros o atractivos turísticos de importancia, donde se unen tramos de distintas carreteras.

### **7.2.5. Paquete turístico**

Según García (2019) el Paquete Turístico. Es una combinación, en un solo precio de: transporte, alojamiento, alimentación y otros servicios ofrecidos al turista para uno o varios destinos. La finalidad es reducir costos; sin embargo, la desventaja es que el turista no puede modificar el itinerario y no puede elegir algo distinto (p,6).

El paquete turístico cuenta con cuatro elementos imprescindibles:

- Centro turístico
- Servicio de alojamiento
- Servicio de transporte
- Servicio de traslado

Incluye todas las necesidades de ocio del visitante: medioambientales, socioculturales, ecológicas, étnicas, socio-demográficas, de infraestructuras, etc. Se trata de un aspecto necesario, ya que resulta impensable organizar un viaje sin un destino: cualquiera que sea la escala individual del usuario, el tour operador está autorizado a adaptarlo a una única variante, ser un destino turístico (Cortés, 2019)

## **Centro turístico**

Según Cortés (2019) el tour operador o el operador turístico tiene la obligación de trasladar al pasajero a un lugar de vacaciones determinado, porque allí se concertará el servicio de transporte, y allí se contratará el hotel. Por ello, si un usuario dice que le interesa visitar un país, hay que dejar claro qué área de este país le puede interesar y, a continuación, hacerle elegir un centro de interés turístico concreto. Debemos recordar, no obstante, el hecho de que incluso en una misma ciudad, existen varios centros turísticos, ya que quedarse en el área urbana, en el parque o en los alrededores, es una de las posibilidades de recreación que no se dan en ningún otro lugar.

## **Servicio de transporte**

Según Cortés, (2019) afirma que los medios de transporte es el avión. Las distancias más cortas pueden conseguirse en tren, autobús o coche. Gran parte del coste que fija el valor de un paquete turístico es el gasto de transporte: mientras más cómodo y veloz sea el trayecto utilizado, mayor será el coste del viaje. En lo que se refiere a los distintos modos de transporte de gran velocidad, hay que destacar que, a pesar de que son costosos en relación con otros medios, también suelen usarse para recorridos cortos, ya que permiten ahorrar tiempo al turista.

## **Servicios de alojamiento**

El alojamiento que se ofrece al viajero en un lugar turístico durante su estancia, depende de la oferta hotelera, del tipo de alojamiento que se ofrezca al turista. Puede tratarse de hoteles, moteles, villas, apartamentos, campings, etc. La oferta de servicios de catering o alimentos no está incluida como un elemento separado en el paquete turístico, porque en el ámbito del sector turístico son parte de los servicios de alojamiento Cortés (2019) menciona.

Las combinaciones de alojamiento y comidas aceptadas en el turismo pueden ser las siguientes:

- Alojamiento + Desayuno
- Media pensión con alojamiento + desayuno + cena
- Pensión completa con alojamiento + desayuno + comida + cena

## **Servicios de traslado**

Según Cortés (2019) nos menciona que el traslado trata del transporte de un pasajero desde el lugar de llegada al país de destino (aeropuerto, puerto, estación de tren) hacia el lugar de estancia (hotel) en el que se quedará y viceversa. Dichos traslados se producen en autobús, a veces en taxi o en limusina si este tipo de traslado está incluido en el paquete turístico o es requerido por el turista.

## **Itinerario turístico**

Según Gastal (2011) un itinerario turístico describe los lugares de interés que deben ser visitados por los turistas. Se puede definir itinerarios específicos para cada tipo de actividad. Por ejemplo, un itinerario gastronómico incluirá los lugares donde se encuentran los platos típicos de la gastronomía regional. Otro ejemplo son los guías de turismo, donde se verifica en una determinada zona turística la indicación de un recorrido donde se definen varios puntos de interés.

## **Guión Turístico**

Material informativo sobre una localidad o producto turístico. Es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar los servicios turísticos a las necesidades de los diferentes segmentos de turistas. Conlleva la elaboración de un estudio previo para identificar el patrimonio turístico y los servicios turísticos (Riux, 2017).

## **Estructura**

### **INICIO**

- Saludo: buenos días, buenas tardes, hola, etc
- Presentación Mi nombre es \_\_\_\_\_
- Bienvenidos a \_\_\_\_\_

## **FINAL**

- Sesión de preguntas y repuestas tratar de ser claro, preciso y siempre pensando en controlar su tiempo.
- Indicar salidas
- Hablarle de otros sitios a visitar en la zona
- Experiencias
- Despedida Esperamos recibir nuevamente su visita
- Deseos que pasen un buen día,
- Gracias por acompañarme
- Repetir nombre les atendió

### **7.3. Modelo de negocios**

#### **7.3.1. Negocio**

Según McLuhan (2016) menciona que transformar una idea de un negocio todavía no es algo común en los países de la región a nivel social hay una elevada inversión del al riesgo y una baja aceptación de emprendedor como un auto clave del desarrollo nacional además los incentivos legales y fiscales y de los servicios para los emprendedores las acciones de formato de la cultura empresarial son importantes en los países de la región cómo contribuyen ir a transformar mentalidades a debate mundial y a motivar a varios jóvenes del emprendimiento al mismo tiempo crea y contribuye al conocimiento sobre el papel crucial del emprendimiento para el desarrollo del país motivando hacia los jóvenes en el país generando abrir nuevas oportunidades de emprendimientos.(p.24)

#### **7.3.2. El lienzo del modelo de negocio**

El punto de partida para cualquier debate, reunión o taller provechoso sobre innovación en modelos de negocio debería ser una visión compartida del concepto de modelo de negocio. Necesitamos un concepto que todos entiendan, que facilite la descripción y el debate, porque es importante partir de la misma base y hablar de lo mismo. La clave es conseguir un concepto simple, relevante y fácilmente comprensible que, al mismo tiempo, no simplifique en exceso el complejo funcionamiento de una empresa (Osterwalder, 2010).

### 7.3.3. Los 9 bloques de construcción

*Tabla 9:*

*Modelos de negocios*

Modelo	Definición
<b>Segmentos de Clientes</b>	Los clientes constituyen el corazón de cualquier modelo de negocio. Sin clientes (rentables), ninguna empresa puede sobrevivir por mucho tiempo. Con el fin de satisfacer mejor a los clientes, una empresa puede agruparlos en distintos segmentos con necesidades comunes, comportamientos comunes.
<b>Propuestas de valor</b>	La propuesta de valor es la razón por la que los clientes recurren a una empresa en lugar de otra. Resuelve el problema de un cliente o satisface una necesidad del cliente. Cada propuesta de valor consta de un paquete seleccionado de productos y / o servicios que satisface los requisitos de un segmento de clientes específico. En este sentido, la propuesta de valor es una agregación, o conjunto, de beneficios que una empresa ofrece a sus clientes.
<b>Canales</b>	Los canales de comunicación, distribución y ventas comprenden la interfaz de una empresa con los clientes. Los canales son puntos de contacto con el cliente que juegan un papel importante en la experiencia del cliente.
<b>Relaciones con clientes</b>	Una empresa debe aclarar el tipo de relación que quiere establecer con cada segmento de clientes. Las relaciones pueden variar de personales a automatizadas. Las relaciones con los clientes pueden estar impulsadas por las siguientes motivaciones.
	Si los clientes constituyen el corazón de un modelo de negocio, las fuentes de ingresos son su compra arterias. Una empresa debe

---

**Recurso claves**

Todo modelo de negocio requiere recursos clave. Estos recursos permiten a una empresa crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con los segmentos de clientes y obtener ingresos. Se necesitan diferentes recursos clave según el tipo de modelo de negocio. El fabricante de microchips requiere instalaciones de producción intensivas en capital, mientras que un diseñador de microchips se centra más en los recursos humanos.

---

**Actividades claves**

Cada modelo de negocio requiere una serie de actividades clave. Estas son las acciones más importantes que debe realizar una empresa para operar con éxito. Al igual que los recursos clave, deben crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con los clientes y obtener ingresos. Y al igual que los recursos clave, las actividades clave varían según el tipo de modelo de negocio. Para el fabricante de software Microsoft, las actividades clave incluyen el desarrollo de software.

---

**Asociaciones claves**

Las empresas forjan asociaciones por muchas razones, y las asociaciones se están convirtiendo en la piedra angular de muchos modelos comerciales. Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos.

---

**Estructura de costes**

Este bloque de construcción describe los costos más importantes incurridos al operar bajo un modelo comercial particular. La creación y entrega de valor, el mantenimiento de las relaciones con los clientes y la generación de ingresos generan costos. Dichos costos se pueden calcular con relativa facilidad después de definir los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave. Sin embargo, algunos modelos comerciales se basan más en los costos que otros. Las llamadas aerolíneas "sin lujos", por ejemplo, han construido modelos de negocios completamente alrededor de Estructuras de bajo costo.

---

*Nota: Modelos y definición de negocios. Adaptado de (Osterwalder, 2010)*



### 7.3.4. Segmentos de clientes

**Tabla 10:**

*Tipos de segmentos de clientes*

<b>Mercado de masas</b>	Los modelos comerciales centrados en los mercados masivos no distinguen entre diferentes segmentos de clientes. Las propuestas de valor, los canales de distribución y las relaciones con los clientes se centran en un grupo grande de clientes con necesidades y problemas muy similares. Este tipo de modelo de negocio se encuentra a menudo en el sector de la electrónica de consumo
<b>Nicho de Mercado</b>	Los modelos de negocio dirigidos a nichos de mercado se adaptan a segmentos de clientes específicos y especializados. Las propuestas de valor, los canales de distribución y las relaciones con los clientes se adaptan a los requisitos específicos de un nicho de mercado.
<b>Segmentario</b>	Esto tiene implicaciones para los demás componentes básicos del modelo de negocio de Credit Suisse, como la propuesta de valor, los canales de distribución, las relaciones con los clientes y los flujos de ingresos. Considere Micro Precisión Sistema, que se especializa en proporcionar soluciones de fabricación y diseño micro mecánico subcontratadas. Atiende a tres segmentos de clientes diferentes: la industria relojera, la industria médica,
<b>Diversificado</b>	Una organización con un modelo de negocio de clientes diversificado atiende a dos segmentos de clientes no relacionados con necesidades y problemas muy diferentes. Por ejemplo, en 2006 Amazon.com decidió diversificar su negocio minorista vendiendo servicios de “computación en la nube”: espacio de almacenamiento en línea y uso de servidores bajo demanda. Por lo tanto, comenzó a atender a un segmento de clientes totalmente diferente, las empresas web, con una propuesta de valor totalmente diferente.
<b>Plataformas de varios lados (o mercados de varios lados)</b>	Algunas organizaciones sirven a dos o más segmentos de clientes interdependientes. Una compañía de tarjetas de crédito, por ejemplo, necesita una gran base de titulares de tarjetas de crédito. y una gran base de comerciantes que aceptan esas tarjetas de crédito.

*Nota: Segmentos de los clientes. Adaptado de (Osterwalder, 2010)*

### 7.3.5. Propuestas de valor

**Tabla 112:**

*Elementos de la propuesta de valor*

<b>Novedad</b>	Algunas propuestas de valor satisfacen un conjunto completamente nuevo de necesidades que los clientes anteriormente no percibían porque no había una oferta similar. Esto a menudo, pero no siempre, está relacionado con la tecnología. Celulares
<b>Actuación</b>	La mejora del rendimiento del producto o servicio ha sido tradicionalmente una forma común de crear valor. El sector de las PC tradicionalmente se ha basado en este factor para llevar al mercado máquinas más potentes. Pero el rendimiento mejorado tiene sus límites. En los últimos años, por ejemplo, las PC más rápidas, más espacio de almacenamiento en disco y mejores gráficos no han logrado producir el crecimiento correspondiente en la demanda de los clientes.
<b>Personalización</b>	Adaptar productos y servicios a las necesidades específicas de clientes individuales o segmentos de clientes crea valor. En los últimos años, los conceptos de personalización masiva y creación conjunta del cliente han ganado importancia. Este enfoque permite productos y servicios personalizados, sin dejar de aprovechar las economías de escala
<b>Terminando el trabajo</b>	Se puede crear valor simplemente ayudando a un cliente a realizar ciertos trabajos. Rolls-Royce entiende esto muy bien: sus clientes de aerolíneas confían completamente en RollsRoyce para fabricar y reparar sus motores a reacción. Este arreglo permite a los clientes concentrarse en el funcionamiento de sus aerolíneas. A cambio, las aerolíneas pagan a Rolls-Royce una tarifa por cada hora en que funciona un motor.
<b>Diseño</b>	El diseño es un elemento importante pero difícil de medir. Un producto puede destacarse por su diseño superior. En las industrias de la moda y la electrónica de consumo, el diseño puede ser una parte particularmente importante de la propuesta de valor.
<b>Precio</b>	Ofrecer un valor similar a un precio más bajo es una forma común de satisfacer las necesidades de los segmentos de clientes sensibles al precio. Pero las propuestas de valor de bajo precio tienen implicaciones importantes para el resto de un modelo de negocio.
<b>Diseño</b>	El diseño es un elemento importante pero difícil de medir. Un producto puede destacarse por su diseño superior. En las industrias de la moda y la electrónica de consumo, el diseño puede ser una parte particularmente importante de la propuesta de valor.
<b>Marca / estado</b>	Los clientes pueden encontrar valor en el simple hecho de usar y mostrar una marca específica. Llevar un reloj Rolex significa riqueza, por ejemplo. En el otro extremo del espectro, los patinadores pueden usar las últimas marcas "underground" para demostrar que están "de moda".

*Nota: Propuesta de los elementos de valor. Adaptado de (Osterwalder, 2010)*

### 7.3.6. Canales

**Tabla 32:**

*Fases del Canal*

Tipos de canales		Fases del canal					
		Fuerza de ventas					
<b>Propio</b>	Directo	Ventas web	Conciencia	Evaluación	Compra	Entrega	Postventa
		Tiendas propias					
		Historias					
<b>Compañero</b>	Indirecto	Compañero					
		Mayorista					

*Nota: Tipos de canales y sus fases. Adaptado de (Osterwalder, 2010)*

### Relación con el cliente

**Tabla 13:**

*Relación con el cliente*

Asistencia personal	Asistencia personal exclusiva	Autoservicio	Servicios automáticos	Comunidades	Creación colectiva
El cliente puede comunicarse con un representante real del servicio de atención al cliente para que le ayude durante el proceso de venta o posteriormente	En este tipo de relación, un representante del servicio de atención al cliente se dedica específicamente a un cliente determinado.	En este tipo de relación, la empresa no mantiene una relación directa con los clientes, sino que se limita a proporcionar todos los medios necesarios para que los clientes puedan servirse ellos mismos	Los servicios automáticos reconocen a los diferentes clientes y sus características para ofrecerles información relativa a sus pedidos o transacciones	Muchas empresas tienen comunidades en línea que permiten a los usuarios intercambiar conocimientos y solucionar los problemas de otros.	Son muchas las empresas que van más allá de las relaciones tradicionales y recurren a la colaboración de los clientes para crear valor

*Nota: Relación con los clientes (Osterwalder, 2010)*

## Fuentes de Ingresos

**Tabla 14:**

*Fuentes de ingresos*

Venta de Activos	La fuente de ingresos más conocida es la venta de los derechos de propiedad sobre un producto físico.
Venta de Activos	Un operador de telecomunicaciones puede facturar a los clientes los minutos que pasan al teléfono.
Cuota de suscripción	Los gimnasios venden a sus miembros suscripciones mensuales o anuales a cambio del acceso a sus instalaciones deportivas.
Préstamo/alquiler/leasing	Esta fuente de ingresos surge de la concesión temporal, a cambio de una tarifa, de un derecho exclusivo para utilizar un activo determinado durante un período de tiempo establecido.
Concesión de licencias	La concesión de permiso para utilizar una propiedad intelectual a cambio del pago de una licencia también representa una fuente de ingresos.

*Nota: Fuentes de ingresos (Osterwalder, 2010)*

## Recursos Claves

**Tabla 15:**

*Recursos Claves*

Físicos	En esta categoría se incluyen los activos físicos, como instalaciones de fabricación, edificios, vehículos, máquinas, sistemas, puntos de venta y redes de distribución. Los minoristas como Wal-Mart y amazon.com dependen en gran medida de los recursos físicos, que a menudo requieren un capital elevado
<b>Intelectuales</b>	Los recursos intelectuales, como marcas, información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos de clientes, son elementos cada vez más importantes en un modelo de negocio sólido. Los recursos intelectuales son difíciles de desarrollar, pero cuando se consiguen pueden ofrecer un valor considerable.

<b>Humanos</b>	Todas las empresas necesitan recursos humanos, aunque en algunos modelos de negocio las personas son más importantes que en otros.
<b>Económicos</b>	Algunos modelos de negocio requieren recursos o garantías económicos, como dinero en efectivo, líneas de crédito o una cartera de opciones sobre acciones, para contratar a empleados clave

*Nota: Recursos claves (Osterwalder, 2010)*

## Actividades claves

**Tabla 16:**

### *Actividades claves*

<b>Producción</b>	Estas actividades están relacionadas con el diseño, la fabricación y la entrega de un producto en grandes cantidades o con una calidad superior.
<b>Resolución de problemas</b>	Este tipo de actividades implica la búsqueda de soluciones nuevas a los problemas individuales de cada cliente.
<b>Plataforma/red</b>	Los modelos de negocio diseñados con una plataforma como recurso clave están subordinados a las actividades clave relacionadas con la plataforma o la red.

*Nota: Actividades claves (Osterwalder, 2010)*

## Asociación Clave

**Tabla 17:**

### *Asociación clave*

<b>Optimización y economía de escala</b>	La forma más básica de asociación o relación cliente-proveedor tiene como objetivo optimizar la asignación de recursos y actividades; no es lógico que una empresa sea propietaria de todos los recursos o realice todas las actividades.
<b>Reducción de riesgos e incertidumbre</b>	Las asociaciones también pueden servir para reducir riesgos en un entorno competitivo donde prima la incertidumbre. Es frecuente que los competidores creen alianzas estratégicas en un área a la vez que compiten en otra.

---

**Compra de determinados recursos y actividades**

Por lo general, las empresas recurren a otras organizaciones para obtener determinados recursos o realizar ciertas actividades.

---

*Nota: Asociación de clave (Osterwalder, 2010)*

### **7.3.7. Emprendimientos y gestión**

Según la Guía emprendimiento y Gestión (2017) menciona que la asignatura de Emprendimiento y Gestión tiene la finalidad de formar jóvenes emprendedores, con un alto nivel de liderazgo, capaces de asumir riesgos, que busquen soluciones efectivas a los problemas de su vida personal y laboral, y que generen fuentes de trabajo para sustentar la economía ecuatoriana en un sistema de producción innovador y de alto valor agregado. La idea central de la asignatura es permitir a las instituciones educativas incorporen proyectos interdisciplinarios, donde los estudiantes puedan tomar contacto con la realidad del entorno, para conocerla, comprenderla e incidir en su transformación. (p.5)

### **7.3.8. Emprendimientos turísticos**

Los emprendimientos turísticos parten de la necesidad de una población o región de satisfacer necesidades de turistas nacionales o extranjeros. El turismo sostenible o turismo sustentable busca minorar el impacto que tienen las actividades turísticas al medioambiente y a las culturas locales de una región (Polanco, 2019)

## **8. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA**

¿Existen atractivos naturales culturales y emprendimientos que puedan formar parte de ruta turística en el cantón Latacunga?

Latacunga se conforma por parroquias urbanas y rurales en la cual se puede observar diversidad de atractivos tanto naturales y culturales lo cual hace llamativo al sector y de la mano potenciar y reactivar el turismo, por otro lado, se tiene los emprendimientos que el propósito es que la ciudadanía tanto propia y extraña conozcan productos propios de Latacunga que con ideas innovadoras que se ha convertido en productos llamativos. Mediante el desarrollo de una ruta turística llegar a fomentar cada uno de estos lugares que tienen historias desde su creación hasta

hoy en día su funcionamiento dando a conocer que Latacunga es un sector turístico que permita desarrollar y potenciar los recursos en la localidad y promover el turismo.

## **9. METODOLOGÍA**

### **9.1. Protocolo de investigación**

Este proyecto se utilizara el método de la investigación cualitativa que según (Bejarano, 2016) afirma “que el método cualitativo se orienta profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de los rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” (pág. 1). Como lo voy a utilizar

Además, recalca que este enfoque define que los investigadores que utilizan el método cualitativo buscan entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica (Guerrero, 2016).

El primer objetivo: que consiste en realizar un diagnóstico situacional del área de estudio, mediante la recopilación de información primaria y secundaria para determinar el estado actual de los atractivos naturales, culturales y emprendimientos existentes: se revisaron los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) tanto del cantón Latacunga y de la Provincia de Cotopaxi, artículos científicos, libros, tesis de grado y posgrado; salidas de campo a los lugares turísticos y emprendimientos ,se realizó encuestas a los turistas que visitan el cantón Latacunga; de tal manera se acudieron a fuentes secundarias como son; información relevante al tema alojado en páginas web, revistas, encuestas y monografías que fue de suma importancia para poder distinguir, explicar y desarrollar conceptos y términos mencionados en este tema de investigación.

Para el cumplimiento de segundo Objetivo: la Validación del inventario de los atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos mediante fichas creadas por el GAD provincial para identificar cada una de las características.se empleó PDyOT, para la identificación, valoración y clasificación de los atractivos turísticos y emprendimientos del cantón Latacunga, según la metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, y la generación de modelos de negocios de Canvas y las fichas del GAD Provincial de

Cotopaxi enfocadas en cada uno de los emprendimientos, en este punto se procedió según el Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos a la Etapa I Elaboración del inventario de atractivos turísticos, Fase I Levantamiento y registro, II Ponderación y Jerarquización y III Sistematización geográfica de las fichas, para el desarrollo de estas fases se acudió a fuentes de información primarias ya que Se realizó el reconocimiento de información mediante la observación directa, entrevistas y finalmente, se complementó con fuentes de información secundarias como son: artículos, páginas web de instituciones públicas como la Secretaria de planificación que tiene alojada los PDyOT vigente tanto del cantón y provincia, así como también del portal web del MINTUR y sitios web que contenían información de los atractivos turísticos, y visita a cada uno de los emprendimientos innovadores turísticos que cuenta en el cantón.

Para la culminación del tercer objetivo Elaborar la ruta turística de emprendimientos en el cantón empleando la metodología del Sena se constituyó técnicamente una ruta turística de emprendimientos, atractivos naturales y culturales en el cantón Latacunga con la finalidad de modelizar la oferta turística en el sector, para alcanzar este objetivo se empleó la metodología de SENA compuestas en 4 fases.

Además, los instrumentos necesarios que se utilizarán son Aplicaciones Informáticas para el diseño de los recursos que se implementaran en la ruta turística de atractivos naturales, culturales y emprendimientos.

### **Objetivo 1**

- Realizar un diagnóstico situacional del área de estudio, mediante la recopilación de información para determinar el estado actual de los atractivos naturales, culturales y emprendimientos existentes.

#### **9.1.1. Investigación bibliográfica**

(Morales, 2008), menciona “La investigación bibliográfica es un procedimiento científico, un proceso sistemático y de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información de los datos en torno a un determinado tema” (p.2).



La recopilación de información del documental bibliográfico se consiguió de los Registros Académicos de las diferentes universidades nacionales y extranjeras como la Universidad Técnica de Cotopaxi , Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL, Universidad Estatal del Sur del Manabí, libros académicos como el Modelo de Canvas, páginas web académicas como Scielo, Google Académico, páginas web o blogs con información turística ,emprendimientos relevante referido al cantón Latacunga, también se obtuvo información adecuada sobre el cantón del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Latacunga y también, inventario de los atractivos turístico naturales, culturales y emprendimientos, de cada fuente referida anteriormente se extrajo lo más detallado e importancia para el análisis del proyecto.

### 9.1.2. Investigación de campo

(Fabbri, 2018) Nos menciona que ‘‘La técnica de campo permite la observación de un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. la información seleccionada se traduce mediante códigos para ser transmitida a alguien’’ (p.2).

Se desarrolló mediante 6 salidas de campo a los diferentes puntos turísticos y emprendimientos; en donde se recopiló información mediante la observación directa, se aplicó las encuestas a los diferentes turistas que visitan los lugares turísticos del cantón Latacunga, también se aplicó entrevistas a personal del GAD Cantonal del área de turismo del Municipio de Latacunga.

**Tabla 18:**

*Listado de las salidas de campo y Actividades*

N°	Fecha de salida	Actividades
1	08-11-2022	Visita a las tiendas Cotopaxi Vive y Kawsay.
2	15-11-2022	Visita a la tienda de emprendimientos del Municipio del cantón Latacunga.
3	24-11-2022	Recopilación de información de los emprendimientos en el departamento de turismo del Municipio de Latacunga.
4	30- 11-2022	Se realizó una visita al departamento de Turismo.
5	15/16/17/15/18/21-012-2022	Se realizó las encuestas a los turistas
6	10/01/2023	Se realizó la vista a los emprendimientos y atractivos naturales y culturales y la recopilación de coordenadas para la generación de la ruta.

### 9.1.3. Muestreo no probabilístico por conveniencia

Según (Ochoa, 2015) nos menciona que es una técnica comúnmente usada consistente en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo, tiene como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico sobre la población (p.2).

Se designó este tipo de muestreo para la investigación de campo, ya que está basado en métodos de observación para obtención de datos cualitativos, además queremos acortar costos y el tiempo en la observación de información necesaria mediante encuestas

**Tabla 19:**

*Salidas de Campo*

<b>Fecha</b>	<b>Actividades</b>
<b>15 de Diciembre del 2022</b>	Realización de encuestas en el Parque Vicente león
<b>16 de Diciembre del 2022</b>	Realización de encuestas en la Plaza del Salto
<b>19 de Diciembre del 2022</b>	Realización de encuestas en el Parque Náutico la Laguna
<b>20 de Diciembre del 2022</b>	Realización de encuestas en la Plaza de Santo Domingo
<b>21 de Diciembre del 2022</b>	Realización de encuestas en la Merced

#### **9.1.4. Técnicas**

La obtención de datos más claros y ordenados se basó en la información bibliográfica como: en documentos y archivos del departamento de turismo del municipio del cantón Latacunga, la matriz de atractivos turísticos del MINTUR con información de la base de datos nacional con metodología año 2004 y Actualización con corte a Septiembre 2021 para el inventario de atractivos turísticos de la zona, también se utilizó información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, PDYOT y de la Provincia de Cotopaxi PDYOT, Alineación 2018 – PDYOT 2025 , en dónde se extrajo únicamente información relacionada con el cantón. También se obtuvo datos más relevantes de las tiendas de Cotopaxi vive y kawsay; páginas web académicas como: Google Académico, Scielo, así como de blogs y portal web de empresas e instituciones públicas e información de emprendedores.

#### **9.1.5. Encuesta**

Anguita, (2013) nos señala que la técnica de encuesta es ampliamente utilizada por medio de un grupo de preguntas como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz (p.1).

Esta técnica fue utilizada a base de preguntas y respuestas, para obtener datos como: su lugar de procedencia, género, edad, con qué frecuencia viaja, cuáles son los motivos de que viaja, si le gustaría realizar una ruta de emprendimientos, que servicios le gustaría que se implementen a la ruta, que actividades le gustaría realizar, que emprendimientos le gustaría visitar, de esa forma se podrá obtener un perfil del turista que permita buscar una solución y elaborar una propuesta para futuros proyectos. Por lo consiguiente, se realizó las encuestas a los diferentes turistas que se encontraban visitando el cantón en cada punto con mayor afluencia de turistas, en una de nuestras salidas de campo, por último, se realizó 100 encuestas, datos que nos permite reconocer el perfil de turista y estructuración de la ruta.

## **Objetivo 2**

- Inventariar los atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos mediante fichas creadas por el GAD provincial y fichas del MINTUR para identificar cada una de las características.

Dentro de la investigación se aplicó las fichas del GAD provincial a emprendedores, atractivos naturales y culturales, para obtener las fichas de inventario de cada uno de los recursos naturales y atractivos turísticos, información muy importante para la actualización de cada uno de los recursos turísticos, emprendimientos involucrados en la ruta que se planea elaborar como final de este proyecto.

### **9.1.6. Investigación explicativa**

De acuerdo con Teodoro (2018) ‘‘La investigación explicativa prueba sus hipótesis a través de los diseños no experimentales y experimentales, En este nivel de investigación la formulación de hipótesis es fundamental, porque sirven para orientar el camino a seguir en la investigación’’ (p.2.3).

A través de la recolección de información documental se encontró que no existe muchas investigaciones acerca de los emprendimientos, ya que no son muy reconocidos no tienen un potencial turístico, falta de apoyo por el GAD cantonal por lo que tuvimos que realizar entrevistas a los principales emprendedores y aplicar un modelo de negocios e innovación de esta manera pudimos obtener información relevante para nuestro estudio.

## **Técnica**

### **9.1.7. Observación directa**

(Teodoro, 2018) Nos menciona que la investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos (p.2).

De esta técnica se da el cumplimiento por medio de salidas de campo, para levantamiento de información a través de la recolección de datos para construir las fichas de atractivos turísticos y emprendimientos con sus respectivos anexos fotográficos.

#### **9.1.8. Entrevista**

Según (Torrecilla, 2009) la entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando.

Estas entrevistas fueron dirigidas a los emprendedores y administradores de los lugares turísticos naturales y culturales, con la intención de recabar información relevante para la elaboración de la ruta turística, diagnóstico situacional del sector, todas las entrevistas formarán parte de un papel muy importante dentro la investigación y ayudara al mismo.

#### **9.1.9. Análisis de los registros**

De igual forma para (López, 2015) el registro de los datos obtenidos en la aplicación de las técnicas de recolección constituye un aspecto importante dentro del trabajo de campo, ya que de estos datos depende la construcción, comprensión o interpretación de la situación en estudio. El registro de datos consiste en almacenar y asegurar la información obtenida de las personas investigadas (p.14).

En base a la ficha elaborada por el GAD provincial y también se utilizó información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón PDYOT 2016-2028, dentro de los documentos mencionados se recopiló la información básicamente necesaria, para realizar la actualización del inventario de cada atractivo natural, cultural y emprendimientos.

Por esta razón se realiza un registro de datos de cada atractivo turístico naturales, culturales y emprendimientos por la realización y la implementación de fichas y salidas de campo para la validar, analizar y actualizar el inventario de los atractivos naturales, culturales y emprendimientos que posee el cantón Latacunga.

**9.1.10. Características de un modelo de negocio de Osterwalder CANVAS**

*Tabla 20:*

*Modelo de Negocio de CANVA adaptado a los emprendedores*

<b>PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>Canales</b>
<p>Novedad <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Mejorar rendimiento <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Personalización <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Diseño <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Accesibilidad <input type="checkbox"/></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiendas físicas <input checked="" type="checkbox"/></li> <li>• Cotopaxi kawsay <input checked="" type="checkbox"/></li> </ul>	<p>1. Información</p> <p>¿Cómo da a conocer los productos y servicios de su emprendimiento?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>2. Evaluación</p> <p>3. ¿Cómo ayuda a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p style="text-align: center;"><b>Segmento del mercado</b></p> <p>Mercado de masas <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Nicho de mercado <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>4. Compra</p> <p>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p style="text-align: center;"><b>Relación con el cliente</b></p> <p>Asistencia personal <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Asistencia personal exclusiva <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Autoservicio <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Servicios automáticos <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Comunidades <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Creación colectiva <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>5. Entrega</p> <p>¿Cómo entrega a los clientes nuestra propuesta de valor?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>6. Postulante</p> <p>¿Qué servicio de atención posventa ofrece?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

*Nota: Propuesta de valor de los modelos de negocio. Adaptado de (Osterwalder, 2010)*

### **Objetivo 3**

- Elaborar la ruta turística de emprendimientos en el cantón empleando la metodología del Sena.

Estructurar técnicamente una ruta turística de atractivos naturales, culturales y emprendimientos en el cantón empleando la metodología del Sena.

La estructuración de la ruta turística se empleó la Metodología propuesta por SENA (2014), que está conformada por cuatro fases que determinara en Fase 1: Estructura de la ruta, Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta, Fase 3: Determinación de los costos y gastos de operación y por último Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de la operación.

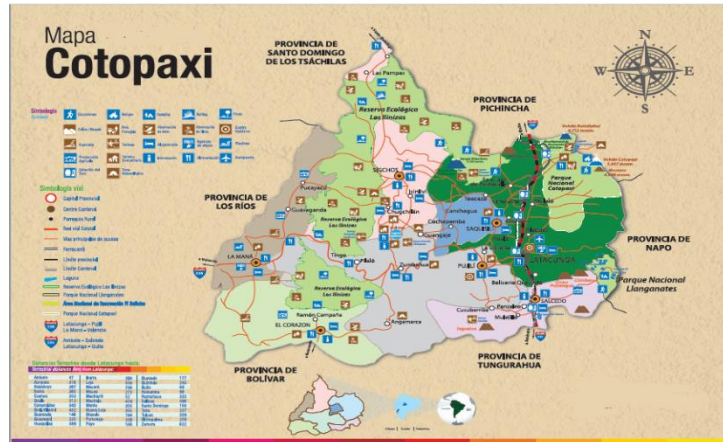
## **10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

### **10.1. Análisis del diagnóstico situacional del área**

La República del Ecuador está constituido por 24 provincias una de ellas la Provincia de Cotopaxi que cuenta con 7 cantones uno de ellos el cantón Latacunga, está localizada al centro-norte del Callejón Interandino de la República del Ecuador.

Figura 4:

Mapa de la provincia de Cotopaxi.



Nota: Mapa tomado de (Unidad de Turismo GAD Municipal de Latacunga., 2021)

### 10.1.1. Datos generales de la provincia de Cotopaxi

Para tener una visión más precisa de su ubicación se describe cuáles son los límites de la provincia de Cotopaxi:

Tabla 21:

Límites de la Provincia Cotopaxi

Provincia	Límites	
Cotopaxi	Norte	Provincia de Pichincha
	Sur	Provincias de Bolívar y Tungurahua
	Este	Provincia de Napo
	Oeste	Provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos

Nota: Conceptos de los límites de la provincia de Cotopaxi. Adaptado de (Unidad de Turismo GAD Municipal de Latacunga., 2021)

### 10.1.2. Datos generales del cantón Latacunga

El Plan de Turismo Latacunga (2020) afirma que la ciudad de Latacunga se ubica hacia el sur del Cantón, a una altitud de 2.850 msnm, sus coordenadas geográficas son 1°1'82" latitud sur



y 78°47'46" latitud oeste. Su territorio forma parte del callejón interandino, enmarcado entre las cordilleras occidental y central de los Andes, que configuran la hoya del río Patate. Sus afluentes, los ríos Cutuchi y Pumacunchi, atraviesan la hoya de norte a sur, para luego dirigirse a la Amazonía.

**Tabla 22:**

*Datos generales territorio Cantón Latacunga*

GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga
Fecha de creación del cantón	183446 habitantes
Extensión	138630,60 has
Límites	Al Norte: Cantón Mejía y Sigchos Al Sur: Salcedo y Pujilí Al este: Archidona y Tena Al Oeste: Saquisilí, Pujilí y Sigchos
Rango latitudinal	Desde los 2680 msnm. 5920, Fuente: IGM (2013), escala 1:50000

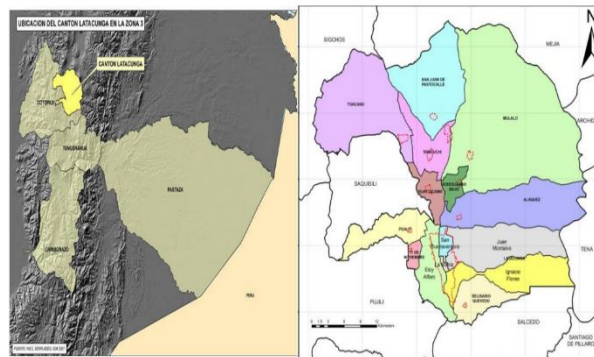
*Nota: Información general del territorio. Adaptado de (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, 2016)*

### 10.1.3. Ubicación geográfica

El cantón Latacunga se encuentra localizado en la provincia de Cotopaxi, en la parte central de la región Sierra del Ecuador. Su territorio forma parte del callejón interandino, enmarcado entre las cordilleras occidental y central de los Andes, que configuran la hoya del río Patate. Sus afluentes, los ríos Cutuchi y Pumacunchi, atraviesan la hoya de norte a sur, para luego dirigirse a la Amazonía. (p.13)

**Figura 5:**

*Ubicación geográfica de Latacunga*



*Nota: Mapas geográficos del Cantón PD y OT*

#### 10.1.4. Límites del cantón Latacunga

- El cantón está limitado con los siguientes cantones y provincias:
- Al norte: con la provincia de Pichincha
- Al sur: con los cantones Salcedo y Pujilí
- Al occidente: con los cantones Pujilí y Saquisilí y Sigchos

#### División política del cantón Latacunga

*Figura 6 :*

*División política del cantón Latacunga*



*Nota:* La figura muestra las parroquias del Cantón Latacunga

#### 10.1.5. Parroquias urbanas y rurales

Dirección de Turismo (2020) afirma que las parroquias rurales, que cuentan con gobiernos autónomos descentralizados parroquiales, en tanto que la ciudad se subdivide en cinco parroquias urbanas, conformadas por diversos barrios. El Cantón está conformado por parroquias urbanas en la ciudad de Latacunga y por parroquias rurales en el resto del Cantón.<sup>8</sup> Las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga son: Eloy Alfaro: (Conocida como San Felipe), Ignacio Flores (Denominada también La Laguna), Juan Montalvo, La Matriz y San Buenaventura. Las parroquias rurales son: Aláquez, Belisario Quevedo, Guaytacama, Joseguango Bajo, Mulaló, Once de Noviembre, Pastocalle, Poaló, Toacaso y Tanicuchí.

Los diferentes bienes históricos, arquitectónicos y culturales han permitido que el cantón se convierta y sea considerado como una ciudad patrimonial, cada una de ellas con fiestas

tradicionales, iglesias, emprendimientos, atractivos naturales, culturales, artesanía, costumbres y tradiciones, las cuales son visitadas por propios y extraños.

#### **10.1.6. El clima**

Properati (2022) nos menciona que los vientos que bajan de los páramos del volcán Cotopaxi se mezclan con los fuertes rayos de sol. Latacunga se caracteriza por tener un clima templado. Las temperaturas rara vez superan los 20 ° C. En esta ciudad de la región central de la sierra ecuatoriana los termómetros tienden a marcar temperaturas alrededor de los 8°C o 12°C.

Plan de desarrollo de Latacunga (2016) según la calidad del suelo y el clima han aportado para que el cantón produzca una biodiversidad de productos de ciclo corto, la producción de pasto también ha contribuido para que el cantón se especialice en la crianza de ganado vacuno convirtiéndose en uno de los mejores de la zona centro, de esto se deriva también la producción de lácteos que aportan al desarrollo de la industria. (p.8)

#### **10.1.7. Reseña histórica**

Plan de Turismo Latacunga (2020) nos menciona que Latacunga, capital de la provincia de Cotopaxi, antiguo tambo de "Tacunga" en tiempos precoloniales tuvo su apogeo en los siglos XV al XVIII, se entrelazaban muchos obrajes y propiedades agrícolas que hacían de su sector un importante y privilegiado sitio para las industrias de aquella época, mismas que tuvieron trascendencia no solo nacional sino en toda la Real Audiencia de Quito.

Se fundó la ciudad el 27 de octubre de 1584, día de San Vicente Mártir, santo de la iglesia católica a quien veneraban los "tacungueños" en una ermita, junto al altar mayor de San Francisco (la primera iglesia de la ciudad). El acto de fundación lo presidió el sevillano Juan Antonio de Clavijo, quien era versado en Jurisprudencia y Cánones, conecedor de la lengua quichua y hombre de ejecutorias en varias ciudades del centro del actual Ecuador. A partir de esta fundación, el mismo Clavijo realizó la señalización para la ubicación de los estamentos civiles, administrativos y religiosos. Latacunga es una de las pocas ciudades de Latinoamérica que aún conserva su primitivo trazado "dameral" (tablero de damas) urbano, donde se han conservado en el mismo sitio las principales edificaciones tanto civiles como religiosas.

Los antiguos planos de la ciudad y los documentos historiográficos pueden testimoniar lo dicho. Lamentablemente el desconocimiento histórico de muchos latacungueños ha hecho que el 27 de octubre pase por desapercibido en la celebración de las fechas históricas importantes de nuestra ciudad.

En la colonia, Latacunga fue muy prodigiosa, se establecieron muchos obrajes y por lo tanto la economía política de la región estaba en auge, el movimiento económico tenía todo el año cifras muy altas, pero, la influencia negativa de la naturaleza hizo que muchas "inversiones" salieran de la ciudad, ya que los movimientos telúricos y las erupciones del volcán Cotopaxi hicieron inclusive que muchos latacungueños migraran hacia otras ciudades del Ecuador. A finales del siglo XVIII, la ciudad tenía cerca de 20 mil habitantes, sin embargo, en el censo ordenado por García Moreno, en 1861 la población urbana de la ciudad apenas llegó a 5 mil habitantes. Latacunga fue elevada a Villa el 11 de noviembre de 1811 y, en la misma fecha 9 años después obtuvo su independencia. (p.18)

Properati (2022) Hoy en día, Latacunga es un centro comercial para agricultores, ganaderos y floricultores. El ímpetu de varias organizaciones sociales, así como de gremios empresariales han logrado hitos para una ciudad denominada pequeña, pues según el último censo cerca de 65 mil personas residen ahí. Tiene un aeropuerto de carga internacional, varios puntos turísticos y fabricadas medianas y pequeñas.

**Figura 7:**

*Mapa turístico de Latacunga*



**Nota:** Mapa turístico cantonal. Extraído de *Latacunga Turismo*

**Tabla 23:***Establecimientos de alojamientos*

<b>Alojamiento</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
<b>QUINTA COLORADA</b>	HOSTERÍA	3 Estrellas	VIA A PUCARA SN TRANSVERSAL	0997656959
<b>GRAN HOTEL JULIO SAMPEDRO</b>	HOTEL	2 Estrellas	BELISARIO QUEVEDO S/N JUAN ABEL ECHEVERRIA	032233823
<b>RITZOR</b>	HOTEL	2 Estrellas	QUITO 19-91 CALIXTO PINO	0998947555
<b>LOS ANDES</b>	HOSTAL	1 Estrellas	Gral. Flavio Alfaro 1-13 Av. Eloy Alfaro	032800386
<b>REFUGIO DE MONTAÑA COTOPAXI CARA SUR</b>	REFUGIO	Categoría única	PRINCIPAL S/N SECUNDARIA	032800423
<b>HOTEL SAN LUIS</b>	HOTEL	2 Estrellas	FLAVIO ALFARO SN AV ELOY ALFARO	0998796987
<b>HOTEL MAKROZ</b>	HOTEL	2 Estrellas	Felix Valencia 856 Quito	0995834148

**10.1.8. Atractivo natural**

En la ciudad de Latacunga los atractivos naturales los cuales comprenden a paisajes, haciendas, áreas naturales, fauna y flora establecidas a recorrer en la ruta turística comprenden los siguientes lugares:

- **Putzalahua:** Es considerado uno de los atractivos naturales más importantes de la provincia, el lugar es conocido también como “Cerro de agua”. Desde lo más alto del cerro se puede observar los volcanes Cotopaxi, Ilinizas, Chimborazo, y el Carihuairazo, a la vez

es considerado el mirador de Latacunga. El cerro se caracteriza por una cobertura vegetal variada, así como la fauna en la cual se pueden observar diversidad de animales desde búhos hasta conejos. El deporte extremo que se puede realizar es el ciclismo.

- **Parque Náutico La Laguna:** El lugar se formó debido al agua de las vertientes que fue recolectando en el sitio de manera natural. Considerado un lugar de distracción familiar y a la vez los fines de semana tiene elevado movimiento comercial. Se puede observar en el centro del parque una Laguna en la cual se realizan paseos en botes. A los alrededores se encuentran los espacios verdes con diversidad de vegetación y animales tales como las aves que habitan en los árboles.
- **Piedra Chilintosa:** Es conocida como el estrato del volcán Cotopaxi fruto de la erupción ocurrida el año de 1877 la cual destruyó todo a su paso para acentuarse en el lugar. Es una roca la cual tiene un dibujo de la imagen de la Virgen de la Merced, protectora del lugar que cada año en el mes de septiembre realizan peregrinaciones.
- **Hacienda Tilupulo:** Lugar importante ante la gesta libertadora de Latacunga en las cual se albergó a los patriotas. Se puede observar variedad de atractivos como el reloj del sol, purificador de agua, el calabozo, el pozo, el eucalipto entre otros atractivos los cuales contiene la hacienda.
- **Pesca deportiva San Nicolas:** Ubicada en un lugar alejado de la ciudad en la cual se observa paisajes y respira aire puro. Las actividades a realizarse son la pesca de truchas las cuales son preparadas y degustadas por el turista. A los alrededores existen juegos, zonas de deporte.

El objetivo del turismo natural comprende a conectarse con la naturaleza, conocer la diversidad de flora y fauna existentes en el entorno. A la vez contribuye y es fundamental para el desarrollo de planes de conservación y protección del medio ambiente natural, debido que es un

recurso económico importante, que genera ingresos a los pobladores de las diferentes zonas en las cuales existen los atractivos naturales.

El viajar y conocer la naturaleza y lo que contiene es calidad de vida de tal forma lograr satisfacer las expectativas del turista a conocer y participar en las diferentes actividades que conlleva el recorrido por el cerro, laguna, hacienda, pesca deportiva y una leyenda que es la piedra Chilintosa.

#### **10.1.9. Atractivo Cultural**

En el ámbito cultural podemos apreciar cada una de las iglesias del cantón con diferentes estilos arquitectónicos con una importancia de identidad que se diferencia en cada uno de los atractivos culturales, es fundamental para la sociedad que pueda conservar cada una de las costumbres, tradiciones que posee cada uno de los barrios, parroquias.

En la ciudad podemos apreciar la iglesia de la catedral construida con piedra pómez única en el mundo se observa arte reflejado en la fe de los latacungueños.

- **Iglesia de Santo Domingo:** Construida junto al convento con la advocación a San Jacinto fue testigo de la gesta independentista de los valerosos latacungueños esta iglesia aún sigue siendo administrada por los dominicos, su estructura fue diseñada por la escuela quiteña.
- **Casa de los marqueses:** Construida en la primera mitad de siglo XVIII fue propiedad de los Miraflores construida de base de piedra pómez, refleja el estilo de vida de la nobleza que la edificó y habitó en varias de las bóvedas que existen en este conjunto arquitectónico.
- **Iglesia de la Merced:** Con la llegada de la orden mercedaria en el siglo XVII en la ciudad de Latacunga donde habitualmente es el santuario de la virgen de la merced más conocida

como la protectora del volcán, en su interior existen varias obras de arte que se ve reflejado la historia mercedaria

- **Iglesia de San Felipe:** Estilo moderno, que se ve hermosa en la noche por su iluminación, les invito a conocerla por medio de esta foto y a visitarla, es una muestra de las iglesias de Ecuador.

**Tabla 24:**

*Atractivos naturales, culturales y emprendimientos*

Nombre	Tipo	Ubicación
Cerro Putzalagua	Natural	Parroquia Belisario Quevedo
Canastos de carrizo	Emprendimiento	Niágara
Parque Náutico la laguna	Natural	Parroquia Ignacio Flores
Llacta Yacu	Emprendimiento	Barrio Laguna
Api Loja	Emprendimiento	Barrio Santan
Toms Industria	Emprendimiento	Barrio Santan
Maska Cerveza	Emprendimiento	Barrio el Calvario
Mirador	Natural	Barrio el Calvario
Creaciones María Dolores	Emprendimiento	Barrio la Merced
Iglesia la catedral	Cultural	Parroquia la Matriz
Iglesia de Santo Domingo	Cultural	Parroquia la Matriz
Plaza de Santo Domingo	Cultural	Parroquia la Matriz
Casa de los Marqueses	Cultural	Barrio la Merced
Iglesia la Merced	Cultural	Barrio la Merced
Pesca deportiva	Natural	José Guango
Piedra Chilintosa	Natural	Mulalo
Hacienda de Tilipulo	Natural, Cultural	Barrio Tilipulo
Ruta de la Machica	Emprendimiento	Barrio Brazales
Iglesia San Felipe	Cultural	Parroquia Eloy Alfaro
AGAVEC S	Emprendimiento	Barrio San Felipe
Casa de las allulas	Emprendimiento	Barrio la Estación



Dicha ruta turística permitirá conectar un destino de interés con otro, de acuerdo al punto de inicio y llegada de tal forma se dará paso al movimiento comercial y el crecimiento económico para cada zona que contribuya al conocimiento cultural para las diferentes personas que las lleguen a visitar.

## 11. ESTUDIO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS

Para el levantamiento de información se realizó 6 visitas de campo a todos los lugares turísticos del cantón Latacunga, especialmente los lugares con mayor afluencia de turistas por su alto nivel de comercialización, ya que en varias ocasiones que se realizó las visitas para el levantamiento de información en los distintos lugares turísticos de Latacunga existe poca o nula demanda de turistas; se aplicó una encuesta a turistas, los datos obtenidos serán analizados a continuación:

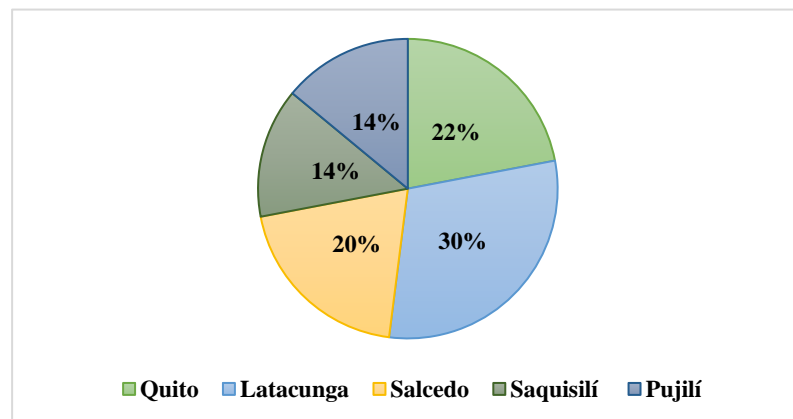
La ruta turística de emprendimientos busca llenar la satisfacción de sus turistas, brindando los mejores servicios y experiencias, que hoy en día las personas buscan.

### 11.1. Tabulación de encuestas a turistas

#### 1. Lugar de procedencia

*Figura 8 :*

*4 Lugar de procedencia*



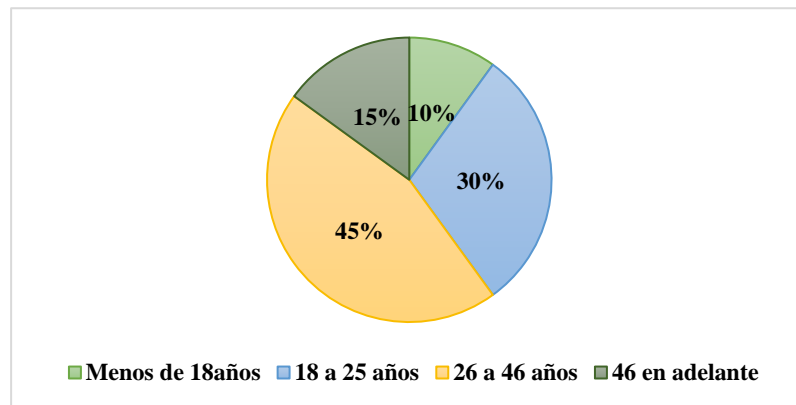
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Se pudo evidenciar del 100% de turistas que nos visitan en el cantón Latacunga, con el 30% son ciudadanos del mismo cantón, con el 22% son turistas de la ciudad de Quito, para Salcedo representa el 20% y el porcentaje con un 14% representa tanto a Saquisilí y Pujilí.

## 2. Rango de edad

**Figura 9:**

*Rango de edad*

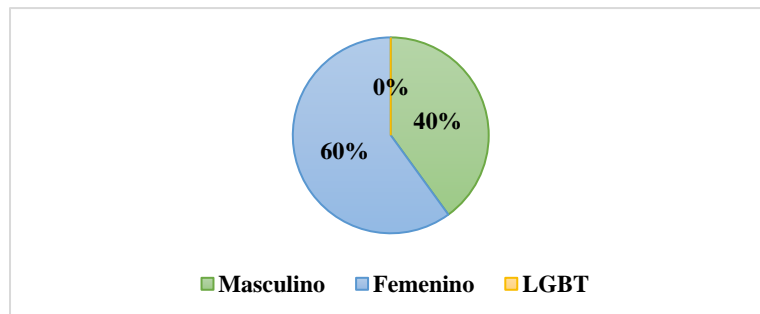


*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Se puede observar dentro de un rango de edad entre de 26 a 46 años, con un 30% las personas que están en un rango de edad de 18 a 25 años, seguido con un 15% pertenece a un rango de edad de menores de 18 años y para finalizar con un 10% pertenece a personas de 46 años en adelante.

## 3. Género

**Figura 10: Género**



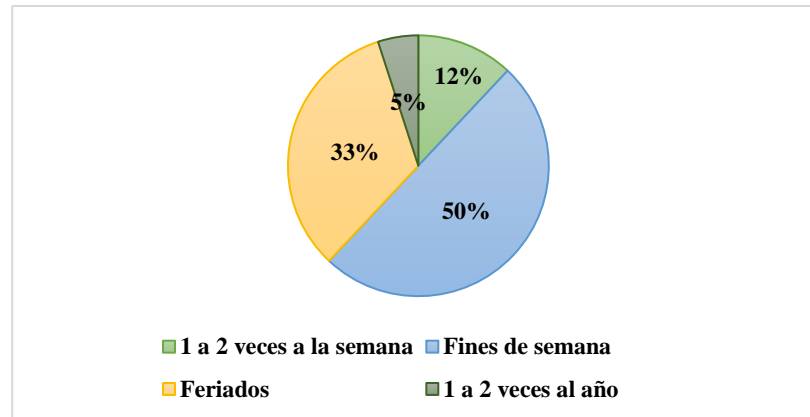
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Con el 60% el género femenino, un 40% al género masculino. Se observa que más de la mitad de los turistas quienes se encontraron en los lugares son mujeres, con el 0% el género LGBT

#### 4. Con que frecuencia viaja

**Figura 11:**

*Frecuencia la que viaja*



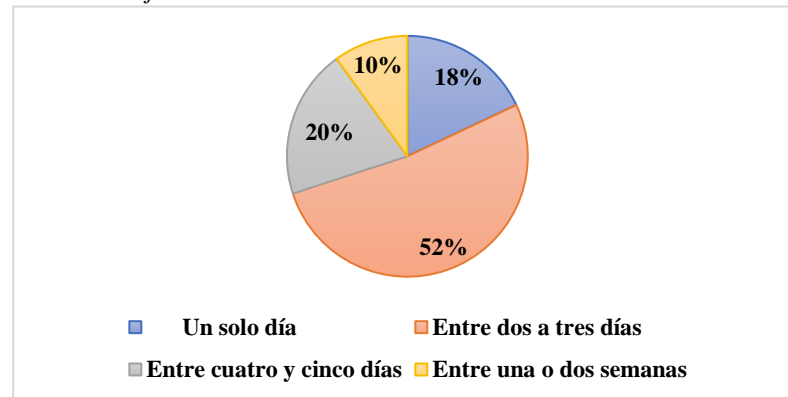
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

El porcentaje mayor con el 50% viajan los fines de semana, con el 33% viajan los feriados, el 12% una a dos veces por semana y con el 5% viajan dos veces al año.

#### 5. Promedio que dura sus viajes

**Figura 12:**

*Promedió que dura su viaje*



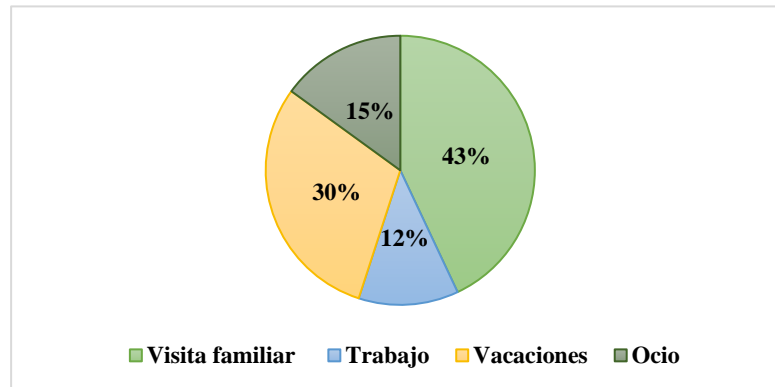
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Se pudo evidenciar que el 52% viaja entre dos a tres días, el 20% viaja entre cuatro a cinco días, un solo día correspondiente al 18% y el 10% viajan entre una a dos semanas.

## 6. Los motivos para realizar su viaje

**Figura 13 :**

*Motivos para realizar el viaje*



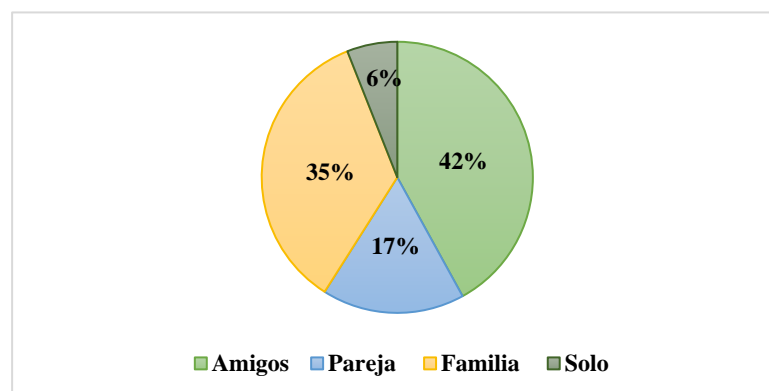
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Se ha identificado los motivos de viaje que corresponden a un 43% de visita familiar, un 30% viajan de vacaciones, un 15% viajan de ocio y finalmente con un 12% viajan por trabajo.

## 7. El grupo habitualmente que usted viaja

**Figura 14:**

*Grupo habitual que viaja*



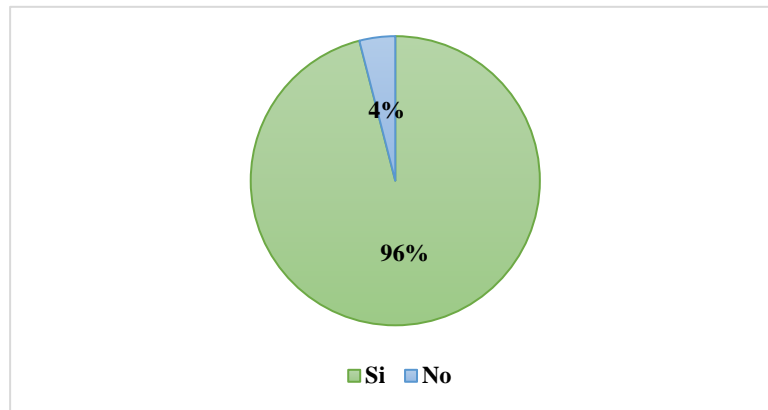
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Se pudo evidenciar de las personas encuestadas el porcentaje mayor de grupo de viaje de amigos es de 42%, seguido del 35% con la familia, un 17% con pareja y finalmente un 6% solo.

### 8. Le gustaría que se realice una ruta turística de emprendimientos en el cantón Latacunga

*Figura 15:*

*Ruta turística de emprendimientos en el cantón Latacunga*



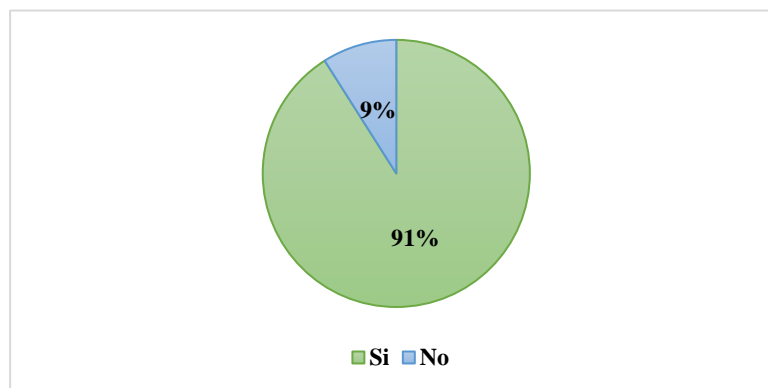
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Con un mayor porcentaje correspondiente al 96% le gustaría que se realice una ruta de emprendimiento y para las personas que no les gustaría que se realice esta ruta representa el 4%.

### 9. Existencia de un guía turístico para el recorrido

*Figura 16:*

*Constancia de un guía turístico en el recorrido*



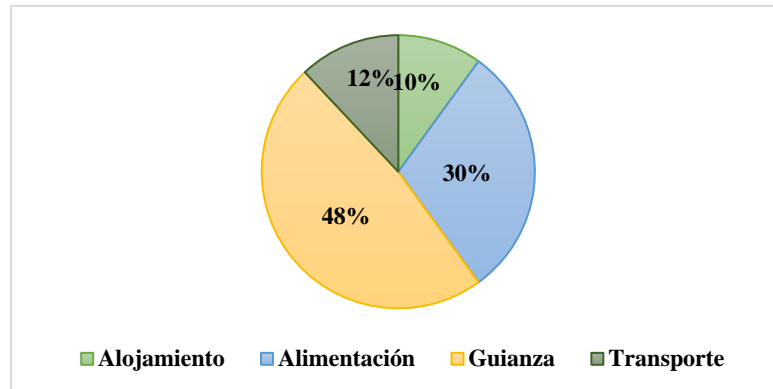
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Con un 91% se considera importante la existencia de una guía turística, mientras con un 9% las personas que no requieren un guía turístico para este recorrido.

## 10. Servicios que le gustaría que se implementen

**Figura 17:**

*Servicios a implementarse a la ruta*



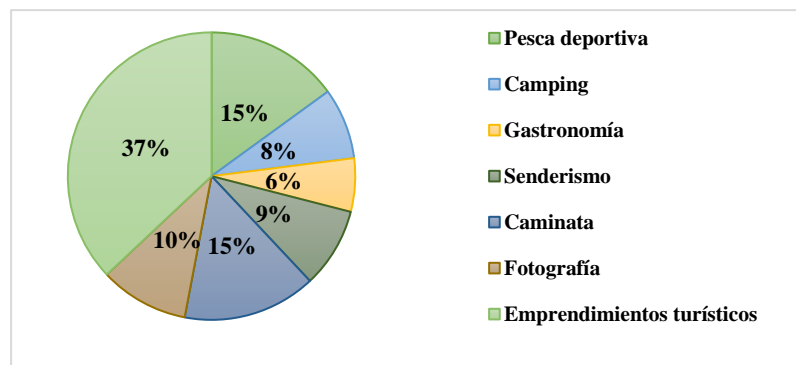
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Con un porcentaje mayor representa el 48% como opción a implementarse guianza, para alimentación un 30%, transporte un porcentaje del 12% y finalmente para alojamiento el 10%.

## 11. Que actividades le gustaría realizar

**Figura 18:**

*Actividades a realizar*



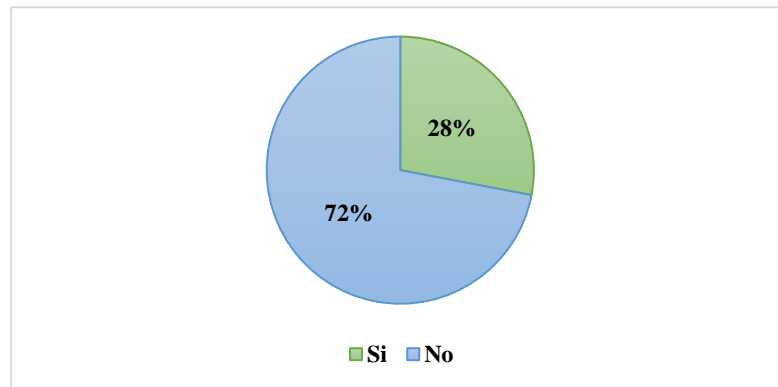
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Para los emprendimientos un 37%, la caminata un 15% de igual manera la pesca deportiva, el 10% la fotografía, un 9% senderismo, para camping un 6% y para gastronomía un 8%.

## 12. Ha realizado alguna vez una ruta de emprendimientos turísticos

**Figura 19:**

*Ruta de emprendimientos turísticos*



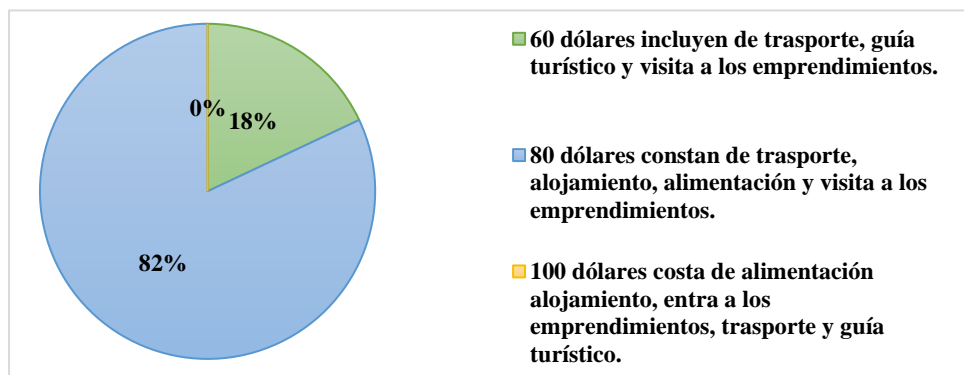
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Con un 72% correspondiente al no ha realizado una ruta de emprendimientos y un 28% perteneciente al si ha visitado alguna vez una ruta de emprendimientos.

## 13. Qué precio es adecuado para pagar un paquete turístico

**Figura 20:**

*Precios adecuados a pagar por una ruta*



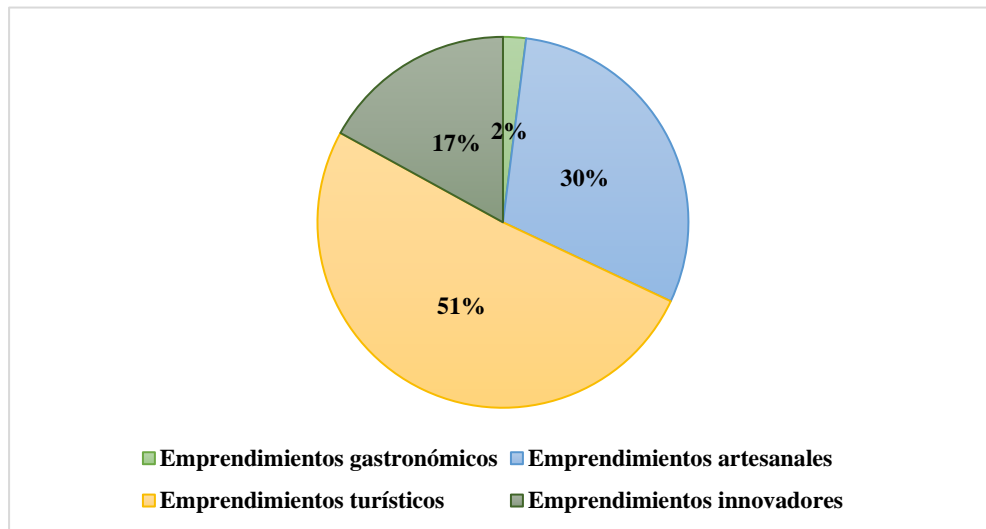
*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas ante el precio adecuado a pagar por una ruta turística se ha tomado en cuenta que el 82% el cual representa al valor a pagar por paquete turístico de 80 dólares, mientras que el 18% corresponde a 60 dólares y para 100 dólares un 0%.

#### 14. Emprendimientos que gustaría visitar

**Figura 21:**

*Emprendimientos a visitar*

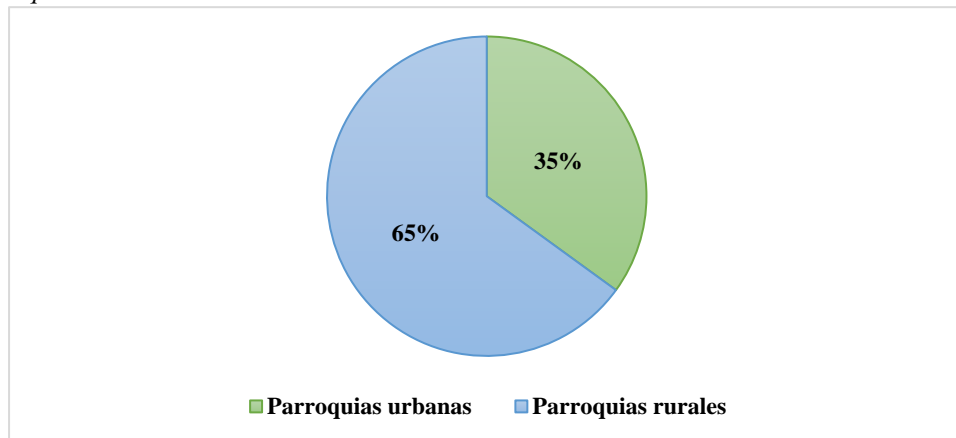


*Nota. Elaborado Moya Lady (2023)*

Los turistas encuestados a que emprendimientos visitar, decidieron con un 51% los emprendimientos que les gusta visitar son turísticos seguido con el 30% son emprendimientos artesanales, con un 17% de emprendimientos innovadores y finalmente son emprendimientos gastronómicos con el 2%.

#### 15. Parroquias que le gustaría visitar del cantón Latacunga



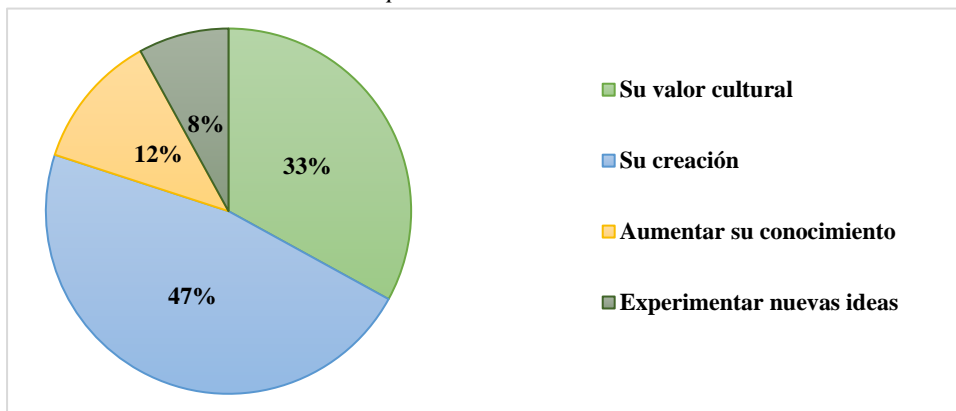
**Figura 22:***Parroquias*

**Nota.** Elaborado Moya Lady (2023)

De acuerdo con las encuestas realizadas el 65% corresponde a las parroquias urbanas, mientras que las visitas a las parroquias rurales tienen un porcentaje de 35%.

## 16. Qué le llama la atención a visitar una ruta de emprendimientos en el cantón

### Latacunga

**Figura 23:***Qué le llama la atención al visitar los emprendimientos*

**Nota.** Elaborado Moya Lady (2023)

Finalmente, con la última pregunta encuestada del 100% se obtuvo un porcentaje de 47% son personas que les llama la atención es la creación, con un 33% el valor cultural, seguido con el 12% desean aumentar su conocimiento y por último con el 8% desean experimentar nuevas ideas para la visita de la ruta.

## 11.2. Perfil del Turista

En el perfil del turista se recopiló información de variables que permiten analizar y entender de mejor manera los hábitos, costumbres, preferencias en sus actividades que realizan, la disponibilidad de dinero para gastar en actividades de ocio y alojamiento entre otras características, que son necesarias para la creación de una ruta turística de atractivos naturales, culturales y emprendimientos.

El siguiente perfil se construyó de acuerdo a los datos obtenidos por la técnica de la encuesta y la tabulación.

**Tabla 25:**

*Perfil del turista Nacional*

<b>Perfil del turista</b>	
<b>Lugar de origen</b>	Latacunga, Quito, Salcedo, Pujilí, Saquisilí
<b>Edad</b>	18 a 46
<b>Sexo</b>	Femenino y Masculino
<b>Frecuencia la que viaja</b>	1 a 2 veces a la semana, Fines de Semana, Feriados y 1 a 2 veces al año.
<b>Motivos para realizar el viaje</b>	Visita familiar, Trabajo, Vacaciones y Ocio.
<b>Servicios a implementarse a la ruta</b>	Alojamiento, Alimentación, Guianza y Transporte.

**Nota:** Perfil del turista **Fuente:** encuestas aplicadas en las encuestas

De acuerdo con la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los turistas que nos visitan en el cantón Latacunga, son de Quito, Salcedo, Pujilí y Saquisilí entre ellos hombres y mujeres, la duración de su visita va entre un día su mayor afluencia son los fines de semana y feriados. El motivo por el cual viajan es por visita familiar finalmente le gustaría realizar una ruta de emprendimiento y consideran importante un guía turístico.

### **11.3. Estructuración de los productos turísticos existentes**

Dentro del cantón Latacunga existen diferentes rutas culturales, naturales y senderos en los cuales se han integrado diferentes atractivos, las mismas que se encuentran publicadas en la página web, debemos recalcar que estas rutas se encuentran mencionadas mas no, posee ninguna evidencia fotográfica o algún otro registro técnico que pueda satisfacer las necesidades de los turistas. Las razones por la cual se considera las rutas existentes en el proyecto de investigación son para el levantamiento de información de las rutas que existen dentro del cantón Latacunga , dado que se realizó una visita al departamento de turismo del municipio de Latacunga , nos supo manifestar que las rutas simplemente son nombradas y no contiene una información concreta que permita ayudar la investigación, también nos supo manifestar que no existen rutas de emprendimientos en la ciudad, por ende, LA RUTA VIAJERA MASCHA se traspasa por las rutas ya reconocidas por turistas y esto permitirá dar a conocer que exista esta ruta que no se encuentran en promoción que simplemente son rutas nombradas.

A continuación, daremos a conocer rutas turísticas naturales y culturales existentes en el cantón, con la información tomada de otras fuentes:

#### **Ruta del Libertador en Cotopaxi**

**Localidad:** Se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, en el cantón Latacunga.

**Vías de acceso:** Se puede dirigir por la panamericana E35.

**Duración de la ruta:** Al redero de 4 a 6 horas.

**Recursos turísticos:** Parque recreacional el boliche, Laguna de Limpiopungo, Parque Nacional Cotopaxi, Laguna del Yambo

**Clima:** 10° a 17 C, temporalmente fuertes vientos, poca humedad.

**Figura 24:**

*Parque Recreacional el Boliche*



*Nota: Señalética del parque nacional Boliche. Extraído de (viajando)*

## Descripción

- El Área Nacional de recreación y educación ambiental El Boliche, posee características ecológicas, biológicas y paisajísticas sobresalientes; aquí la grandiosidad de la naturaleza es manejada para beneficio de la sociedad ecuatoriana y mundial.
- Conocido por su plantación de pinos y cipreses, que cubre 200 hectáreas y ha reemplazado casi por completo al páramo. Los primeros árboles fueron sembrados en 1928 en lo que era la hacienda Romerillos.
- Se ubica en el nudo de Tiopullo, límite de las provincias de Pichincha y Cotopaxi, a 60 km al sur de Quito, y 30 km al norte de Latacunga,
- Para los amantes del deporte aventura existen muchas alternativas en torno a la naturaleza de esta región.
- Fue creada el 26 de julio de 1979.

**Figura 25:**

### *Volcán Cotopaxi*



*Nota: Imagen del volcán Cotopaxi. Extraída de(viajando)*

### **Descripción**

- El Parque Nacional Cotopaxi es uno de los más visitados y seguramente donde muchas personas tocan por primera vez la nieve.
- En la parte central se encuentra el Cotopaxi, uno de los volcanes más activos y altos del mundo, junto a Galápagos, el mayor símbolo de nuestra geografía natural reconocida en el mundo entero.
- Fue creado el 11 de agosto de 1975, primer Parque Nacional en territorio continental, y segundo Parque Nacional del Ecuador.
- Pese a la gran altura el Parque cuenta con numerosas especies de mamíferos y aves.
- Cotopaxi, *Cutugphaxsi* o *Kutupaxi*; proviene de dos palabras, *kutu*, que significa "cuello" en idioma cha'palaachi, y *phaxi*, que significa "luna" en idioma aimara. En conjunto

Cotopaxi significa “Cuello de Luna”. Existen otras acepciones para la primera parte como *kutuq*, que significa "garganta inflamada" en quechua.

**Figura 26:**

*Laguna de Limpiopungo*



*Nota: Imagen de la laguna de Limpiopungo. Extraída de (Viajandox)*

### **Descripción**

- La laguna de Limpiopungo es un lugar destinado al turismo naturalista directo, en el lugar es posible realizar caminatas y disfrutar de la flora y fauna asociada; pero los cauces naturales han sido alterados, lo que le llevaría a la laguna a disminuir su caudal; el mismo que se ha mantenido gracias a la lluvia.
- Desde la Laguna es posible observar las huellas que han dejado las antiguas erupciones volcánicas del majestuoso Cotopaxi; misma actividad que ha dado lugar a la formación de la Laguna de Limpiopungo.
- Se encuentra ubicada a 20 km de la ciudad de Latacunga y a 8 km de la población de San Juan de Pastocalle. El acceso no es muy dificultoso, existe una vía de segundo orden que lleva a las faldas del volcán y necesariamente cruza cerca de la laguna.

- Limpiopungo significa "Puerta o lugar limpio", libre de cenizas, lahares y rocas volcánicas.

### **Rutas de las iglesias**

**Localidad:** Se encuentra en el cantón Latacunga.

**Vías de acceso:** Vías principales de la ciudad de Latacunga.

**Duración de la ruta:** 3 a 4 horas como mínimo.

**Recursos turísticos:** Iglesias de la ciudad

**Clima:** 12°C

*Figura 27:*

*Iglesia La Catedral de Latacunga*



*Nota: Imagen de la Iglesia ubicada en Latacunga. Extraída de (viajandox)*

### **Descripción**

La construcción es de estilo románico, en su interior existe un altar trabajado en piedra pómez, posee obras artísticas e imágenes coloniales; en el torreón se aprecia un corrillón, conjunto de campanarios que anuncian las horas y las eucaristías realizadas. Es una de las edificaciones

emblemáticas de la ciudad y representa el símbolo evidente de fe de los Latacungueños. La Catedral fue el centro de la campaña de los Agustinos para el adoctrinamiento y la evangelización que cubrió sitios nativos como: Sigchos, Angamarca, Pangua, Poaló, Cusubamba, San Agustín del Callo (Rueda, 2020).

**Figura 28:**

*Iglesia de San Agustín*



*Nota: Imagen obtenida en la noche en la provincia de Latacunga. Extraída de viajandox*

### **Descripción**

La evangelización Agustina cubrió los sitios nativos (antiguamente Panzaleos) de: Sigchos, Angamarca, Pangua, Pilaló, además de Cusubamba, Salachí, San Agustín de Callo. El templo, centro de la campaña de evangelización y adoctrinamiento católico para la ciudad era el más grande para las reducciones nativas (asentamientos obligatorios para aprender el catecismo y cumplir el trabajo obligado, pago de tributo al Estado Colonial y sus delegados). Fue construido sobre un plano general de tres naves, en dirección norte - sur ubicación respetada hasta la actualidad (Rueda, 2020).



**Figura 29:**

*Iglesia de Santo Domingo*



*Nota: Imagen .Extraída de (viajandox)*

**Descripción:**

La edificación data del siglo XVII modificada en su forma original a causa de diferentes sismos ocurridos en la ciudad. El templo está construido sobre un plano de cruz latina, con su estilo románico, que destaca su estructura por la nave central y los brazos abovedados. El templo representa a la etapa de la conquista y evangelización de las órdenes religiosas de la sierra central y la etapa de la independencia. Fue el sitio de reunión y lucha de los patriotas para realizar el primer grito de independencia (11 de noviembre de 1820). Todas las iglesias se pueden visitar y admirar desde afuera y adentro, indistintamente de la religión que se tenga, porque el arte de estas construcciones se puede apreciar de todos modos (Rueda, 2020).

**Figura 30:**

*Iglesia la Merced*



*Nota: Imagen tomada en las fiestas de la merced. Extraída de (viajandox)*

**Descripción:**

Se encuentra entre las calles Juan Abel Echeverría, Manuel de Jesús Quijano y Ordóñez. Desde el año de 1640, existió una capilla en el mismo lugar que hoy existe la Iglesia, está construida sobre un plano de Cruz Latina, de una sola nave con dos cruceros, que destaca su estructura por la nave central y realza una artística cúpula. En el terremoto de 1949, cayó la torre sobre la puerta principal, la que fue reemplazada con una torre que no tenía las mismas características. Fuente (Dirección de Turismo G (Rueda, 2020).

**Figura 31:**

*Iglesia del Salto*



*Nota: imagen de la parte interna de la capilla de la iglesia. Extraída de (viajandox)*

**Descripción:**

Construida en 1.768, pero el terremoto de 1797 deterioró gravemente la capilla y se la reconstruyó con dimensiones más reducidas, y que a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, se convirtió en una iglesia de una sola nave y torres gemelas en un sentido norte-sur. La tradición señala a una acción milagrosa, como el punto de inicio de una advocación a la Virgen, y consecuentemente a la instalación de un sitio adecuado para tal fin. Así se procedió en la lógica de la religiosidad popular, a edificar en ese punto una modesta capilla denominada "Nuestra Señora del Salto", la que poco a poco se convirtió en sitio obligado de romería. Se encuentra entre las calles Juan Abel Echeverría y Antonio Clavijo, junto a la plaza del mismo nombre (Rueda, 2020).

**Figura 32:**

*Iglesia de San Francisco*



*Nota: La iglesia de San Francisco rinde culto a la Inmaculada Concepción. Extraída de (viajandox)*

**Descripción:**

Se encuentra entre las calles General Manuel Maldonado y Manuel de Jesús Quijano y Ordóñez. Retornando nuestra mirada a los Franciscanos, diremos que para 1600 en que se inició la construcción del templo, había un cuarto especial para el culto a la Inmaculada Concepción. En 1693, urbanizado el barrio San Francisco y concluida la iglesia, en su interior el millonario Ruiz de Rojas "levantó capilla propia para venerar a la Inmaculada". Por el terremoto de 1698 tan solo quedaron los cimientos originales y la reconstruida cúpula (Rueda, 2020).

**Figura 33:***Iglesia de San Sebastián*

*Nota: Construida por la congregación de los Dominicos. Extraída de (viajandox)*

### **Descripción:**

Ubicada entre las calles Juan Abel Echeverría, Josefa Calixto Pino e Isla San Bartolomé. Con normas renacentistas que propugnaban la presencia de paredes "limpias" luminosas con cierto significado, subsiste el decorado geométrico (Rueda, 2020).

### **Objetivo 2**

Inventariar los atractivos turísticos naturales, culturales y emprendimientos mediante fichas creadas por el GAD provincial para identificar cada una de las características

Para alcanzar este objetivo se recopiló información mediante uso de las fichas elaboradas por el GAD provincial de Cotopaxi, sobre el Inventario de Atractivos Turísticos naturales y culturales y emprendimientos para identificar cada una de sus características, además, se realizó un modelo de negocios de CANVAS y un cuadro comparativo de los atractivos turísticos que se encuentra mencionados anteriormente tanto en páginas oficiales de los gobiernos locales y nacionales, así como también páginas especializadas en rutas y atractivos turísticos.

La primera fuente consultada fue el listado de inventario de atractivos turísticos y emprendimientos que se encuentra en la base de datos del departamento de turismo del municipio del cantón Latacunga, también se recopiló información estadística de los emprendimientos registrados últimamente a raíz de la pandemia hasta la actualidad.

Además, se recopiló información alojada en el Plan De Turismo Latacunga-2020-2025, de igual manera en plan de desarrollo y ordenamiento territorial provincial este Cotopaxi 2025, se extrajo datos sobre los atractivos turísticos que se menciona en el PDOT 2020 GAD Cantonal de la Latacunga y en el departamento de turismo vigentes respectivamente y que únicamente se mencione en su apartado dedicado al Tema de Turismo y emprendimientos.

**Tabla 26:**

*Inventario de atractivos turísticos naturales existentes del cantón Latacunga*

<b>Fuente</b>	<b>N°</b>	<b>Atractivos turísticos naturales</b>
<b>Plan de Turismo Latacunga 2020</b>	1.	Parque de la familia Belisario Quevedo
	2.	Monumento al fiscal
	3.	Cerro Putzulahua
	4.	Cerro Morurco
	5.	San Agustín de callo
	6.	El boliche
	7.	Piedra Chilintosa
	8.	Cerro el Morro
	9.	Bosque de Polylepis
	10.	Tejar Miraflores
	11.	Laguna colaya
	12.	La Borreguera
	13.	Nevados Ilinizas
	14.	Cascada de Cunucyacu
	15.	Laguna verde

Finalmente, se recopiló información en las tiendas de emprendimientos de la prefectura de Cotopaxi y el municipio del cantón Latacunga

**Tabla 47:**

*Inventario de atractivos turísticos culturales existentes del cantón Latacunga*

<b>Fuente</b>	<b>N°</b>	<b>Atractivos turísticos culturales</b>
<b>Plan de Turismo - Latacunga 2020</b>	1.	Parque Vicente León
	2.	Parque Náutico la Laguna
	3.	Iglesia el Salto
	4.	Iglesia La Merced
	5.	Iglesia de San Sebastián
	6.	Iglesia y Convento de Santo Domingo
	7.	Iglesia de San Francisco
	8.	Edificio Municipal
	9.	La gobernación
	10.	Iglesia la Catedral
	11.	Hacienda de Tilipulo
	12.	Molinos de Monserrath
	13.	Casa de los Marquezes
	14.	Iglesia de San Agustín
	15.	Iglesia de San Felipe

**Tabla 28:**

*Inventario de emprendimientos existentes del cantón Latacunga*

<b>Fuente</b>	<b>N°</b>	<b>Emprendimientos</b>
<b>Plan de Turismo Latacunga 2020</b>	1.	HARIKA
	2.	CALACA
	3.	JABONES ISOLDA TRISTAN
	4.	TOTORAS
	5.	CERVEZA ZARUKO

6.	DUWI FRUTTA
7.	FABRICA DE IDEAS
8.	FROBUN
9.	AGAVEC'S
10.	MARIA MERCEDES JARROS
11.	MASHCA CERVEZA
12.	TEJIDOS
13.	UKU
14.	MASHUKITA
15.	MARIA DOLORES CERAMICA

**Tabla 29:**

*Emprendimientos de la ciudad de Latacunga de acuerdo a la ruta*

<b>Nombre del emprendimiento</b>	<b>Representante</b>	<b>Descripción</b>
<b>HARIKA</b>	ADRIAN CRUZ	Elaboración de la machica y licor
<b>CALACA</b>	ALEJANDRO MONCAYO	Cerámicas
<b>JABONES ISOLDA TRISTAN</b>	ANDREA ALARCO	Elaboración de jabones
<b>TOTORAS</b>	BLANCA TAIPE	Canastas de Totora
<b>CERVEZA ZARUKO</b>	CESAR UVIDA	Cervezas artesanales
<b>DUWI FRUTTA</b>	ARIANA TAPIA	Pastelería
<b>FABRICA DE IDEAS</b>	EFRAIN MOLINA	Elaboración de Tejidos
<b>FROBUN</b>	FELIX ROCHA	Trabajos manuales de fomix
<b>AGAVEC'S</b>	ENMA CAIZA	Productos en base del penco
<b>MARIA MERCEDES JARROS</b>	LUIS QUISPHE	Elaboración de tasas con diseños personalizados
<b>MASHCA CERVEZA</b>	JORGE QUINTANA	Cervezas artesanales
<b>TEJIDOS</b>	KARINA RIERA	Tejidos personalizados
<b>MASHUKITA</b>	MARCIA ESPINIZA	Cartas de turismo
<b>MARIA DOLORES CERAMICA</b>	MARIA DOLORES SALGO	Ceramicas de la mame Negra
<b>CARETAS DE MADERA</b>	MARTHA TOAQUIZA	Caretas de madera
<b>FOMIX</b>	ROXANA TARCO	Trabajos de fomix personalizados
<b>CHOCOLATES HUMA</b>	KAREN BAQUERO	Chocolates
<b>LLACTAYACU LICOR</b>	ING.WALTER NAVAS	Licor de café



Actualmente en Latacunga existe diversidad de emprendimientos creativos, innovadores, llamativos y talentosos, los cuales permiten al emprendedor satisfacer sus necesidades económicas a través del ingreso y ganancia que llegue a generar el negocio. La creación de los negocios con ideas sostenibles, haciendo uso de materia prima propio de cada sector, es de vital importancia debido que aportan de manera positiva al crecimiento de la ciudad en el ámbito turístico, a la vez son generadoras de fuentes de empleo e inciden en la mejora de la calidad de vida de los moradores.

En la ciudad la variedad de emprendedores ubicados tanto en el sector urbano como rural corresponden a API LOJA como producto principal la miel, La casa de las allullas se asentó como unos de los primeros emprendimientos de la ciudad, Canastos de carrizo con diferente tejido de acuerdo a la utilización de cada producto. Mashca cerveza como materia prima es la cebada tostada.

La ruta de la machica da a conocer brinda un recorrida desde la siembra de la cebada hasta la obtención del producto terminado, AGAVEC S brinda productos en base de la cabuya, Lacta Yaco ofrece licores que se obtiene a base de café, Creaciones María Dolores elaboración de cerámicas en base a las fiestas tradicionales de Latacunga, Toms Industria elabora cocinas haciendo uso de los tanques de combustible, Jabones Isolda elabora productos artesanales a base de glicerina y plantas medicinales, por parte de los Latacungueños son poco conocidos y peor aún los turistas.

Esto se debe al poco interés por parte de los GAD tanto provincial como cantonal, ya que no fomentan la promoción de los productos ofertados por los emprendedores, es por ello que se da la crisis de visita y en ocasiones los negocios toman la decisión de cerrar y el producto con gran futuro desaparece.

### **Interpretación:**

Se puede ver que el inventario de atractivo turístico naturales, culturales y emprendimientos que maneja el Ministerio de turismo, así como el Gobierno provincial de Cotopaxi, el Departamento de Turismo del Municipio de Latacunga.

El GAD cantonal de Latacunga, registra páginas de información turística mencionando 15 atractivos naturales, culturales y de emprendimientos la información que difunden solamente

contiene generalidades y ninguna información técnica necesaria para elaborar rutas turísticas de emprendimientos u otro derivado de esta actividad.

Finalizando, la información recabada con visitas de campo a cada uno de los lugares de nuestra ruta turística de atractivos naturales, culturales y emprendimientos, en donde se levantó información actualizada mediante las fichas técnicas de inventario de atractivos turísticos y emprendimientos elaborada por el GAD Provincial de Cotopaxi.

De lo que se pudo realizar esta actividad se encontró los más relevantes e innovadores atractivos turísticos naturales, culturales y emprendimientos existentes, ya que nuestra ruta tiene como objetivo dar a conocer emprendimientos y atractivos turísticos de innovación e incentivación a cada turista que nos visitan a emprender su propio negocio.

**Tabla 30:**

*Características de un modelo de negocios de canvas Osterwalder*

<b>Emprendimientos</b>	<b>Producto</b>	<b>Cuadrantes del modelo de negocio</b>
<b>Api Loja</b>	Miel de Abeja, Polen, Sera	Novedad del producto
<b>Toms Industria</b>	Carrocerías	Mejorar el rendimiento
<b>Carrizos del Niágara</b>	Canastas, aventadores, roperos	Personalización del producto
<b>Llactayaku</b>	Licor de Café	El producto se puede adquirir mediante tiendas físicas
<b>Mashca Cerveza</b>	Cervezas artesanales	Creación personalizada
<b>Agave's</b>	Galletas de miel, shampoo	Novedad

<b>Ruta de la Machica</b>	Machica	Asistencia personal exclusiva
<b>Creaciones María Dolores</b>	Cerámicas de la mama negra	Novedad del producto
<b>La Casa de las Allullas</b>	Allullas, empanadas, queso de hoja	El producto es reconocido por la calidad y tradición.

*Nota: Elaboración de Moya Lady (2023)*

Se aplicó el modelo de CAVNAS de Osterwalder que ayuda a presentar de una forma más clara y estructurada cada emprendimiento mediante sus cuadrantes de negocios, para poder seleccionar los principales emprendimientos que sobresalen y tengan mayor innovación, creatividad al momento de elaborar y la comercialización de los productos al turista.

### **Objetivo 3**

**Elaborar la ruta turística de emprendimientos en el cantón empleando la metodología del Sena.**

Para el diseño de la ruta turística se aplicó la metodología propuesta por SENA (2014) que contiene 4 fases.

#### **11.3.1. Fase 1: Estructuración de la ruta**

##### **Inventarios de atractivos turísticos de la ruta turística.**

La importancia de este paso se realizó previamente ya que para la ejecución del objetivo 2 de este proyecto se realizó un inventario de los atractivos turísticos naturales, culturales y emprendimientos que pertenecen a la zona de la ruta de nuestra propuesta, que enlistaremos a continuación:

**Tabla 31:***Selección de atractivos y emprendimientos*

CANASTOS DE CARRIZOS	EMPREDIMIENTO
API LOJA	EMPREDIMIENTO
MASCHA CERVEZA	EMPREDIMIENTO
PARQUE VICENTE LEON	ATRACTIVO NATURAL, CULTURAL
CREACIONES MARIA DOLORES	EMPREDIMIENTO
LA CASA DE LAS ALLULLAS	EMPREDIMIENTO

**Selecciona la ruta apta para la zona, los atractivos****Asignación del nombre**

La ruta que recorre los principales atractivos turísticos naturales, culturales y emprendimientos tendrá el nombre de RUTA VIAJERA MASHCA que su traducción directa va enfocada en los emprendedores laticungueños que cada día se han sobre saliendo con un trabajo arduo explotando cada recurso que brinda las tierras que les ofrece un futuro. Además, se recorrerá los principales atractivos turísticos y emprendimientos.

Figura 34:

Mapa de Ruta Turística travesía viajera Mascha



La ruta cuenta con 7 paradas a atractivos naturales, culturales y emprendimientos con una duración de 4 horas y una distancia de 13km, el acceso vial a cada uno de estos puntos, se encuentra en buenas condiciones.

## Descripción de la Ruta Turística

La ruta turística planteada por este proyecto de investigación tiene como objetivo mostrar los atractivos turísticos naturales, culturales y emprendimientos.

*Tabla 32:*

*Paradas*

<b>Hora</b>	<b>Punto</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Atractivo Turístico</b>
<b>9.00 a 9.30 AM</b>	Primera Parada	El Niagara	Canastos de carrizos
<b>9.35 a 10.00 AM</b>	Segunda Parada	Parroquia Ignacio Flores, Barrio Santan	API Loja
<b>10.05 a 10.30 AM</b>	Tercera Parada	Parroquia La Matriz, Barrio El Calvario	Mirador, Mascha Cerveza
<b>11.00 a 11.30 AM</b>	Cuarta Parada	Parroquia La Matriz, Barrio La Merced	Creaciones María Dolores
<b>11.30 a 12.00 AM</b>	Quinta Parada	Parroquia La Matriz, Barrio La Estación	La casa de las Allullas
<b>12.00 a 12.30 PM</b>	Sexta Parada	Parroquia La Matriz, Barrio Centro9	Parque Vicente León, Iglesia la Catedral

*Nota: Elaboración por Moya Lady (2023)*

### 11.3.2. Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística.

Los servicios que se considera disponible según la ubicación de cada punto de recorrido de nuestra ruta se describirán de la siguiente manera:

### **Transporte**

El transporte adecuado para la realización de la ruta turística se lo realiza sin parada alguna, cabe recordar que estos tramos no cuentan con transporte público que garantice la llegada al punto destinado de la ruta, se recomienda tomar en consideración esta parte, ya que podría ser necesario el uso de otro medio de transporte que no pertenezca al transporte de servicio público.

Se pudo evaluar mediante las salidas de campo la distancia y tiempo de un atractivo hacia el otro, por lo que los tiempos estimados podrían variar según el estado del clima, estado de vial u otro previsto alcance que se presente en el transcurso del recorrido.

### **Alojamiento**




Se han identificado los principales establecimientos hoteleros los más adecuados para la ruta se obtuvo un inventario de hoteles existentes en el cantón Latacunga proporcionado por el ministerio de turismo, se encuentran al 100% de sus funciones, ya que debido a la pandemia por el COVID-19 y sus variantes, hubo una restricción de movilidad y el sector turístico tuvo un impacto negativo provocando la suspensión o cierre definitivo de algunos establecimientos de alojamiento.

Se han identificado 10 establecimientos con tipo de alojamiento que se encuentra ubicado dentro de la ciudad de Latacunga los más cercanos al sitio turístico, se ha identificado un establecimiento designado para la ruta.

### **Alimentación**

Se pudo identificar un establecimiento de alimentación en el centro de la ciudad con los platos tradicionales del Cantón Latacunga como son las chugchucas Doña Rosita.

**Tabla 33:***Medios de transporte para el recorrido*

<b>Transporte de Servicio</b>	<b>Costo</b>	<b>Imagen</b>
<b>Buses de turismo</b>	10 dólares	
<b>Hotel Cotopaxi</b>	15 dólares	
<b>Chugchucaras Rosita</b>	8 dólares	

*Nota: Elaboración de Moya Lady (2023)*



## Paquete Turístico

El paquete turístico según (MARIN, 2019) expone los siguientes es una combinación, en un solo precio de: transporte, alojamiento, alimentación y otros servicios ofrecidos al turista para uno o varios destinos. La finalidad es reducir costos; sin embargo, la desventaja es que el turista no puede modificar el itinerario y no puede elegir algo distinto.

En el paquete turístico se realiza para dos días, donde en el primer día no incluyera el alojamiento, en el paquete de dos días se incluye alojamiento y otras actividades complementarias. Además, se estructura en base a la metodología de Servicio Nacional de Aprendizaje.

## Programación - Itinerario

La ruta contará con un itinerario que se lo desarrollará en el transcurso de 2 días, se expondrá los detalles de cada actividad y parada. En las siguientes tablas se detallarán el itinerario, actividades y descripción.

### Full Day

**Tabla 34:**

*Número de paradas*

N°	Punto	Atractivos Turísticos
1	Primera Parada	Artesanías el Niagara
2	Segunda Parada	Api Loja
3	Tercera Parada	Mirador el Calvario, Mascha Cerveza
4	Cuarta Parada	Creaciones María Dolores
5	Quinta Parada	Casa de las allullas
6	Sexta Parada	Parque Vicente León

*Nota: Elaboración de Moya Lady*

**EL TOUR INCLUYE:**

- ✓ Transporte Turístico
- ✓ Box Lunch
- ✓ Agua
- ✓ Almuerzo
- ✓ Parqueadero
- ✓ Botiquín de primeros auxilios
- ✓ Alojamiento
- ✓ Entrada a los emprendimientos

**EL TOUR NO INCLUYE**

- ✓ Desayunos
- ✓ Meriendas
- ✓ Compras por los clientes
- ✓ Entrada a las vistas adicionales
- ✓ Propinas

**EQUIPAMIENTO REQUERIDO**

- ✓ Ropa cómoda
- ✓ Zapatillas
- ✓ Protector solar
- ✓ Bufanda
- ✓ Chompa
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Zapatos cómodos
- ✓ Toma todo
- ✓ Celular

**Tabla 35:***Itinerario y programación de actividades por parada de la ruta.*

Ubicación	Parada	Actividad	Duración de la actividad
Sector el Niagara Artesanías de Carrizo	Primera Parada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> </ul>	20min
Parroquia Ignacio Flores Barrio Santan, Emprendimiento Api Loja	Segunda Parada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra</li> <li>• Observación directa</li> <li>• Fotografía</li> </ul>	20min
Parroquia La Matriz, Barrio El Calvario, Emprendimiento Mascha cerveza	Tercera Parada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación Directa</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> </ul>	20min
Parroquia La Matriz, Barrio La Merced, Emprendimiento Creaciones María Dolores	Cuarta Parada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	20min
Parroquia la Matriz, Barrio La Estación, Emprendimiento La casa de las allullas	Quinta Parada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación directa</li> <li>• Compras</li> <li>• Alimentación</li> </ul>	20min
Parroquia la Matriz, Parque Vicente León	Sexta Parada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vista Cultural</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	20min

*Nota:* Elaboración de Moya Lady**Guión turístico****Recomendaciones:**

- ✓ Llevar ropa cómoda
- ✓ Zapatos adecuados para caminatas

- ✓ Hacer silencio durante las explicaciones
- ✓ Tener un buen comportamiento
- ✓ En caso de emergencia llamar al 991
- ✓ Pedir primeros auxilios al guía

### **Lo que no debe hacer**

- ✓ No ingerir bebidas alcohólicas durante el recorrido
- ✓ No separarse del grupo
- ✓ No arrojar basura
- ✓ No tocar durante el recorrido nada
- ✓ No fumar
- ✓ No hacer bulla
- ✓ No tocar ninguna planta
- ✓ No utilizar el celular durante la explicación

Antes de comenzar pedimos a Dios que nos guie nuestro recorrido y se recomienda ponerse los cinturones de seguridad, y cualquier pregunta o inquietud que tenga me la sepan comunicar.

### **Encabezado**

Buenos días soy Lady, seré su guía durante el recorrido de la ruta VIAJERA MASCHA del día de hoy. La duración de nuestro recorrido será de 4 horas.

Durante el trayecto se podrá visualizar una variedad de paisajes que posee el Cantón Latacunga incluyendo atractivos naturales, culturales y emprendimientos existentes.

En el transcurso del recorrido realizaremos 6 paradas en las cuales se dará a conocer la historia del Cantón Latacunga además del proceso de la elaboración de cada emprendimiento seleccionado en la ruta como: fabricación de la miel, allullas, cerámicas, cervezas artesanales, canastos hechos en carrizo y atractivos naturales y culturales que son considerados muy importantes para el cantón por lo que es necesario recomendar lo siguiente:

- No arrojar basura
- Escuchar la indicación del guía encargado
- No alejarse del grupo
- Cualquier duda hacerla saber al guía

## **Primera Parada**

### **Artesanías del Niágara**

Tras 40 años en el negocio, doña Emma Tarco es conocida por sus artesanías elaboradas con carrizo. Ubicada cerca del intercambiador de la avenida Unidad Nacional en Latacunga, Emma da gusto a sus clientes elaborando artesanías a medida y bajo pedido, brindando así la oportunidad de elegir el diseño y tamaño de su preferencia.

Un oficio heredado de sus padres, le ha permitido a Emma trabajar con sus hijos y esposo, quienes le colaboran y por el momento, éste se ha convertido en el negocio que mantiene a la familia.

Cuando recuerda sus primeros pasos en la artesanía se llena de nostalgia, puesto que durante varios años ha trabajado en esta profesión con la que ha educado a sus hijos y ha sido un pilar fundamental para su familia.

Esta hábil artesana teje la fibra para mantener la tradición del pueblo. Antes lo hacía con sus hijos. Ellos se ubicaban alrededor para ayudar y cumplir con los pedidos. En el sitio se puede encontrar distintos productos como: cunas de bebé, canastos para la ropa, camas para perros y gatos, canastos y artesanías hechas con barro.

Estas artesanías se las puede obtener a todo precio, por ejemplo, hay canastos desde un dólar, adornos desde dos dólares de acuerdo al gusto del cliente se pueden optar por una gama de colores. La ventaja del carrizo es que permite diseñar y elaborar productos de larga duración y son amigables con el medio ambiente.

## **Segunda Parada**

### **Api Loja**

Este emprendimiento fue desarrollado gracias al apoyo de Cotopaxi Vive que impulsa a los emprendimientos a que comercialicen sus productos a propios y extraños dentro y fuera de la

Provincia de Cotopaxi, la representante Sandra Tarco ha podido sobresalir con su pequeño emprendimiento ahora cuenta con un recorrido a visitantes a cada una de sus colmenas y observación directa de la elaboración de la miel, shampoo, barras energizantes, polen, será entre otros productos que comercializan

### **Tercera Parada**

#### **Mirador el Calvario y emprendimiento de cerveza artesanal**

El mirador el calvario es uno de los atractivos naturales que es visitado por turistas nacionales y extranjeros contiene una gran historia cultural por la virgen de la Merced que se encuentra ubicado en este lugar, en las fiestas de la Mama Negra rinden homenaje a la virgen con sus loas cada uno de sus personajes.

La cerveza Mascha es un emprendimiento que se encuentra ubicado junto al mirador del Calvario comenzó con el apoyo de la tienda municipal de emprendimientos y Cotopaxi vive a raíz de la pandemia es un producto artesanal de diversos sabores que se fabrica por manos laticungueñas.

### **Cuarta Parada**

#### **Creaciones María Dolores**

En este emprendimiento se encuentran artesanías elaboradas en cerámica o barro, alfarería en general, encontrando artículos como ollas, macetas, alcancías, cerámicas de la Mama Negra, adornos y muchos objetos más, este emprendimiento tiene ayuda por el departamento de turismo del GAD cantonal.

### **Quinta Parada**

#### **Casa de las Allullas**

La Casa de las Allullas es un negocio familiar enmarcado en mantener y cuidar las tradiciones culinarias de Latacunga desde 1961. El padre de Luis García, propietario del negocio, es quien inicia este legado que tiene ya a tres generaciones trabajando en la elaboración y comercialización de allullas, donde podemos degustar de las tradicionales gastronomías del cantón.

## Sexta Parada

### Parque Vicente León

El parque Vicente León lleva el nombre del Ilustre benefactor Latacungueño hombre de extraordinario patriotismo, tiene forma octogonal que en sus inicios debió haber sido la plaza central del diseño urbanístico de la ciudad, lugar donde se desarrollaban las actividades militares religiosas y políticas de la ciudad naciente, actualmente es un parque remodelado en su diseño original pues consta de diferentes trabajos donde se puede observar que el zócalo es de piedra andesita blanca de cantera, lo que le da una sobria elegancia, conjuntamente al cercado de hierro forjado que circunda al parque.

## CONCLUSIÓN FINAL

Bueno señores este ha sido un día lleno de aprendizaje espero haya sido de su agrado, agradecerles por su tiempo y paciencia, desearles el mejor de los éxitos en sus días, espero volver a verlos en una próxima oportunidad. ¡Recuerden que el Catón Latacunga no solo de paso “Latacunga tiene mucho más por ofrecer y muestra de ello fue la ruta turística y emprendimientos que recorrimos hoy muchas gracias!

### Descripción de los atractivos y número de paradas.

*Figura 35 :*

*Inicio: Artesanías del Niágara*



*Imagen 1: Artesanías de carrizo*

Inicio de ruta desde el sector el Niágara, al sur de la ciudad de Latacunga donde se aprecia artesanías de carrizo donde Emma Tarco realiza a medida y bajo pedido, brindando así la oportunidad de elegir el diseño y tamaño de su preferencia, esta hábil artesana teje la fibra para mantener la tradición del pueblo. Antes lo hacía con sus hijos. Ellos se ubicaban alrededor para ayudar y cumplir con los pedidos. En el sitio se puede encontrar distintos productos como: cunas de bebé, canastos para la ropa, camas para perros y gatos, canastos y artesanías hechas con barro.

### **Ubicación**

Ubicada cerca del intercambiador de la avenida Unidad Nacional en el sector el Niágara al sur de la Ciudad en la Parroquia Ignacio Flores.

### **Activiades**

- ✓ Fotografía
- ✓ Compra

#### ***Figura 36 :***

*Primera Parada: Emprendimiento Api Loja*



***Imagen 2: Api Loja***



Api Loja un emprendimiento que empezó a raíz de la pandemia elaborando con su primer producto la miel que es cien por ciento pura y natural, ahora cuentan con un recorrido a las colmenas y 7 productos que están siendo comercializados al público.

### **Ubicación**

Está ubicado en la Parroquia Ignacio Flores en el Barrio Santan junto al Coliseo del Barrio.

### **Actividades**

- ✓ Caminata
- ✓ Fotografía
- ✓ Compras

#### ***Figura 37:***

*Segunda Parada: Mirador el Calvario*



***Imagen 3: El Calvario***

El Mirador el Calvario es para los habitantes del Cantón Latacunga, en Cotopaxi, un sitio emblemático. En él se erige una estatua de una virgen y se puede apreciar parte de la ciudad desde las alturas. Cuando son las fiestas tradicionales de la "Mama Negra", tanto en septiembre como en noviembre, es donde finalizan casi todas las comparsas que desfilan con alegría

## Ubicación

Está ubicado en la Parroquia La Matriz en el Barrio El Calvario

## Actividades

- ✓ Fotografía
- ✓ Observación directa

### *Figura 38:*

*Tercera Parada: Emprendimiento Mascha Cerveza*



*Imagen 4: Mashca Cerveza*

El emprendimiento surgió en tiempo de pandemia, donde comercializan y tienen espacios para el consumo de cervezas, ofreciendo también recorridos por las instalaciones mirando el proceso de elaboración del producto.

## Ubicación

Está ubicado en la Parroquia La Matriz en el Barrio el Calvario

## Actividad

- ✓ Fotografía
- ✓ Compras

## Observación directa

### *Figura 39: Cuarta Parada:*

*Emprendimiento Creaciones María Dolores*



*Imagen 5: Creaciones María Dolores*

En este emprendimiento se encuentran artesanías elaboradas en cerámica o barro, alfarería en general, encontrando artículos como ollas, macetas, alcancías, cerámicas de la Mama Negra, adornos y muchos objetos más.

## Ubicación

Se encuentra ubicado en la Parroquia la Matriz en el Barrio de la Merced en la calle Félix Valencia

## Actividades

- ✓ Fotografía
- ✓ Recorridos
- ✓ Compras

**Figura 40:**

*Quinta Parada: Emprendimiento la Casa de las allullas*



**Imagen 6:** *La Casa de las allullas*

La Casa de las Allullas es un negocio familiar enmarcado en mantener y cuidar las tradiciones culinarias de Latacunga desde 1961. El padre de Luis García, propietario del negocio, es quien inicia este legado que tiene ya a tres generaciones trabajando en la elaboración y comercialización de allullas.

**Ubicación**

Se encuentra ubicado en la Parroquia La Matriz en el Barrio la Estación Frente a la parada del Tren, Av. Marco Aurelio Subía

**Actividades**

- ✓ Observación directa
- ✓ Fotografía
- ✓ Compra

**Figura 41 :***Sexta Parada: Parque Vicente León***Imagen 7:** Parque Vicente León, Municipio de Latacunga, Iglesia la Catedral

El parque Vicente León lleva el nombre del Ilustre benefactor Latacungueño hombre de extraordinario patriotismo, tiene forma octogonal que en sus inicios debió haber sido la plaza central del diseño urbanístico de la ciudad, lugar donde se desarrollaban las actividades militares religiosas y políticas de la ciudad naciente, actualmente es un parque remodelado en su diseño original pues consta de diferentes trabajos donde se puede observar que el zócalo es de piedra andesita blanca de cantera, lo que le da una sobria elegancia, conjuntamente al cercado de hierro forjado que circunda al parque.

**Ubicación**

Se encuentra ubicado en la Parroquia La Matriz en las Calles Sánchez de Orellana & P. Salcedo

**Actividad**

- ✓ Observación directa
- ✓ Recorrido dentro del Municipio y la Iglesia La Catedral

### 11.3.3. Fase 3: Determinación de costos y gastos de operación

Se determina los costos y gastos donde se calculó PAX para 10 personas, donde los cálculos se lo realizo por persona lo que es el transporte, almuerzo, botella de agua, box lunch se lo identifica como costos fijos, también se lo realizo costos variables considerando que cada atractivo mantiene precios variados en guía, parqueadero, visita a diferentes emprendimientos, de la misma manera se incluye los imprevistos de 5% que será utilizado en casos de emergencia. Una vez calculado costos fijos, costos variables, gastos generales e imprevistos como resultado se obtiene el presupuesto total.

Tabla 36:

RUTA "VIAJERA MASCHA "			
FULL DAY			
			# DE PERSONAS
			10
			1 PAX
FULL DAY			
PARADA 1	ARTESANIAS EL NIÁGARA		
	Transporte	100.00	10.00
	Botella de agua	6.50	0.65
PARADA 2	EMPRENDIMIENTO API LOJA		
	Guía; Incluye recorrido al emprendimiento	30.00	3.00
	Recorrido de flora y fauna	10.00	1.00
PARADA 3	MASCHA CERVEZA, MIRADOR EL CALVARIO		
	Guía	20.00	2.00
	Compra de cerveza	30.00	3.00
PARADA 4	CREACIONES MARÍA DOLORES		
	Guía; Incluye recorrido al emprendimiento	20.00	2.00
	Box Lunch	30.00	3.00
PARADA 5	LA CASA DE LAS ALLULLAS		
	Guía; Incluye el recorrido del emprendimiento	20.00	2.00
	Botella de Jugo	6.50	0.65
	Compra de allullas	20.00	2.00
PARADA 6	PARQUE VICENTE LEÓN		
	Guía	20.00	2.00
	Recuerdo del recorrido de la ruta	50.00	5.00
	<b>SUBTOTAL</b>		<b>36.30</b>
	<b>Imprevistos 5%</b>		<b>1.81</b>
	<b>Precio Neto Por Persona</b>		<b>38.11</b>
	<b>Comisión 30%</b>		<b>11.43</b>
	<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>		<b>\$49.54</b>

*Gastos y costos para dos días*


<b>Full Day</b>	<b>\$49.54</b>	<b>\$4,95</b>
<b>Costo</b>	<b>\$38.11</b>	<b>\$3,81</b>
<b>COSTO INCLUIDO GUIA 10 PAX</b>		<b>\$41,92</b>
<b>PRECIO DE VENTA INCLUIDO GUIA 10 PAX</b>		<b>\$54,49</b>

*Nota: Elaboración de Moya Lady***11.3.4. Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de operación**

En esta fase se determinó precios y beneficios netos que saldrá a la venta al público. se indica en la tabla precio neto por persona incluido el imprevisto que se lo realizo el cálculo por persona, pero para obtener ganancias se aumenta una comisión del 30% que se determina el beneficio neto. El precio del PAX al público se lo indica una vez verificado e integrado todo lo que son costos fijos (Transporte, botella de agua, almuerzo, y actividades), costos variables, gastos generales (subtotal), imprevistos 3%, comisión 30%, presupuesto total, calculo tarifa por persona y determinación del beneficio neto. Una vez calculado el PAX sale a la venta

**Tabla 37:**

Calculo tarifa por persona y determinación de beneficio neto

Ruta "VIAJERA MASCHA"			
	HAB DBL	Suplemento sencillo	
	10 personas	2 PAX	
<b>PAQUETE</b>			
<b>Dia 1</b>			
<b>Parada 1</b>	<b>ARTESANÍAS EL NIÁGARA</b>		
	Transporte	60.00	6.00
	Botella de agua	6.50	0.65
	Detalle	30.00	3.00
<b>Parada 2</b>	<b>Emprendimiento API LOJA</b>		
	Servicio de Guía	30.00	3.00
	Detalle	10.00	1.00
<b>Parada 3</b>	<b>EMPRENDIMIENTO MASCHA CERVEZA</b>		
	Servicio de guía	20.00	2.00
	Detalle	30.00	3.00
	Box lunch	20.00	2.00
	Alojamiento	150.00	15.00
<b>Dia 2</b>			
<b>Parada 4</b>	<b>CREACIONES MARÍA DOLORES</b>		
	Trasporte	50.00	5.00
	Servicio de guía	20.00	2.00
<b>Parada 5</b>	<b>LA CASA DE LASS ALLULLAS</b>		
	Servicio de guía	20.00	2.00
	Detalle	20.00	2.00
<b>Parada 6</b>	<b>PARQUE VICENTE LEÓN</b>		
	Servicio de guía	50.00	5.00

**Tabla 38:**



*Cálculo tarifa por persona y determinación de beneficio neto para dos días.*

<b>Subtotal</b>	516.5	54.65
<b>Imprevistos 5%</b>	25.82	2.73
<b>Precio neto por persona</b>	542.32	57,38
<b>Comisión 30%</b>	162.69	17,21
<b>Precio de venta por persona</b>	705.1	74.59
<b>TOUR DOS DIAS</b>	\$74.59	
<b>Costo</b>	\$74.59	
<b>Costo incluido guía 10 PAX</b>	\$705.1	
<b>Precio de venta incluido guía 10 PAX</b>	\$705.1	

## 12. IMPACTO

### 12.1. Impacto Técnico

Esta ruta está compuesta por 6 paradas tomando en cuenta como referencia la metodología propuesta por SENA, y se pretende servir como una herramienta para futuras investigaciones, porque posee información actualizada y datos muy relevantes de acuerdo a las entrevistas y encuestas que se realizó a turistas y a los emprendimientos esto nos ayudó para la recolección de información para sus futuras planificaciones en base a rutas de atractivos y emprendimientos.

### 12.2. Impacto Social

Los recursos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos que posee el cantón Latacunga, principalmente los que están conformados en la ruta de este proyecto, tendrán un impacto social muy positivo para los emprendedores ya que mostrara un arribo a turistas tanto nacionales como extranjeros permitirá que las autoridades le den un poco de importancia a esos lugares ya que son generadores económicos y sociales que arriban al turismo para la población. Finalmente, los ciudadanos podrán hacer uso de esta ruta y practicar el turismo de emprendimientos e innovación de estos lugares generando empleos y creatividad para los visitantes y puedan implementar a crear su propio negocio.

### 13. CONCLUSIONES

- ✓ El diagnóstico situacional de los lugares turísticos del cantón Latacunga se obtuvo a través de fuentes de información primaria como secundaria, que aportó para obtener un panorama de la situación actual del cantón que está conformada por 5 parroquias urbanas y 10 rurales, con una población de 170 489 habitantes, con respecto a la materia comercial del turismo y sus componentes información socio cultural, económica que cuenta con el 50% de la población se dedica a actividades como la agricultura y ganadería, y ambiental, estos procesos fueron importantes para lograr conocer y priorizar los diferentes factores que influyen en los turistas que según datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a los turistas se obtuvo un perfil con el 96% de las personas que les gustaría asistir en una ruta de emprendimientos pertenecen a un rango de edad de 20 a 25 años de edad y están distribuidos de manera casi equitativa representados en 40% hombres y 60% mujeres, además la población encuestada consideraba que es necesario tener guías capacitados y calificados así como considera la importancia de que sean nativos.
- ✓ El inventario de los recursos turísticos del cantón Latacunga, vigente contaba con 21 atractivos turísticos naturales, culturales y de emprendimientos debidamente registrados en el departamento de turismo del municipio del cantón Latacunga, Mientras que la investigación de este proyecto se actualizó mediante la recolección y levantamiento de datos por medio de las fichas técnicas del GAD Provincial de Cotopaxi y fichas del Mintur, así como también de información obtenida de fuentes secundarias como son los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón y provincia al que pertenece, dando como resultado el registro de emprendimientos y atractivos naturales y culturales.
- ✓ La estructuración y diseño de la Ruta Turística TRAVESIA VIAJERA MASCHA del cantón Latacunga, mediante la metodología del SENA se realiza cuatro fases que se identifica de la siguiente manera: Fase 1: Estructura de la ruta, ; Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística; Fase 3: Determinación de los costos y gastos de operación ; Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de operación, esto determina que el turista tenga una diversidad de actividades que pueda realizarlo en el transcurso del recorrido que cuenta con 6 paradas estratégicas y de conocimiento, esto es

porque dispone de un itinerario con una amplia variedad de actividades turísticas que fueron planteadas en la ruta gracias a los datos obtenidos de las encuestas, proyectando un perfil del turista que tiene la intención de quedarse uno o dos días, pero sin embargo la organización de cada uno de los actores que están involucrados en el proceso, dependerá el éxito de esta ruta turística.

#### **14. RECOMENDACIONES**

- ✓ La información de este proyecto de investigación es muy importante por lo tanto se sugiere que pueda que esta ruta turística de emprendimientos puede ser implementada por el departamento u organización responsable del área de turismo del municipio de Latacunga que servirá como material de apoyo para futuras investigaciones que tengan un carácter académico o comercial.
- ✓ Se recomienda remitir y dar por conocimiento la actualización de los atractivos turísticos que integran la Ruta Turística TRAVESIA VIAJERA MASCHA, a las entidades encargadas de registrar los atractivos turísticos para por medio de la gestión administrativa - publica pueda ingresar en un nuevo inventario y obtener ya información más detallada.
- ✓ Se recomienda que la información obtenida en el inventario de atractivos turístico y de emprendimientos pueda ser utilizada para futuras investigaciones y proyectos tanto de turismo como de emprendimientos para otra materia que tenga vínculos con la información recolectada de este proyecto de investigación, así como también la información propuesta tanto en la Ruta Turística de atractivos naturales ,culturales y de emprendimientos como cada uno de sus itinerarios, información de gastos y costos.

## 15. BLIOGRAFIA

Altimira, R., & Muñoz, X. (14 de Mayo de 2007). *El turismo como motor de crecimiento*.

Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-ElTurismoComoMotorDeCrecimientoEconomico-2267966.pdf

Amaya, A. B. (6 de Febrero de 2009 ). *Paquete Turístico*. Obtenido de

<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/825/1/07145.pdf>

Anguita, J. C. (18 de Marzo de 2013). *La encuesta como técnica de investigación*. Obtenido de

<https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Bejarano, M. A. (15 de Febrero de 2016). *La Investigación Cualitativa*. Obtenido de

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaInvestigacionCualitativa-5920538.pdf

Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República*

*del Ecuador*. Quito: Lexus. Obtenido de

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Cortés, D. (2019). *LOS 4 ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE UN PAQUETE TURÍSTICO*.

Obtenido de <https://www.cesuma.mx/blog/los-4-elementos-fundamentales-de-un-paquete-turistico.html>

Cuadra, S. M. (18 de Mayo de 2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo*

*económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>

- Díaz, G. (19 de Marzo de 2017). *Turismo y desarrollo local*. Obtenido de <http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=49>
- Diego, N. (17 de Septiembre de 2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Dirección de Turismo. (3 de Abril de 2020). *PLAN DE turismo*. Obtenido de [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)
- Eduturismo*. (s.f.). Obtenido de <https://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>
- Eduturismo*. (s.f.). Obtenido de <https://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>
- Fabbri, M. S. (1 de Abril de 2018). *Las técnicas de investigación: la observación*. Obtenido de <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Gambarota, D. (1 de Febrero de 2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- García, M. (21 de Marzo de 2019). *PAQUETES TURISTICOS*. Obtenido de [https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6021/Martha\\_examen\\_titulo\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6021/Martha_examen_titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gastal, S. (6 de Diciembre de 2011). *Nueva visión sobre los itinerarios turísticos*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000600012#:~:text=Los%20itinerarios%20tur%C3%ADsticos%20son%20planeados,un%20camino%20para%20ser%20recorrido.](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000600012#:~:text=Los%20itinerarios%20tur%C3%ADsticos%20son%20planeados,un%20camino%20para%20ser%20recorrido.)

*Glosario de Términos Turísticos.* (29 de Enero de 2021). Obtenido de

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/GLOSARIO-TURISMO-2020.pdf>

Guerrero, A. (15 de Enero de 2016). *La Investigación Cualitativa.* Obtenido de

<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaInvestigacionCualitativa-5920538.pdf>

Guía emprendimiento y Gestión. (25 de Enero de 2017). *Contribución de la asignatura de*

*Emprendimiento y Gestión.* Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Guia-de-implementacion-del-Curriculo-de-Emprendimiento-y-Gestion-BGU.pdf>

Instituto Distrital de Turismo. (2020). *Infraestructura turística.* Obtenido de

<https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica#:~:text=La%20Infraestructura%20Tur%C3%ADstica%20se%20define,utiliza%20C%20para%20impulsar%20su%20actividad.>

Latacunga, D. d. (17 de Noviembre de 2022). *Listado de emprendimientos* . Latacunga, Cotopaxi, Ecuador .

Latacunga, G. A. (4 de abril de 2020). *Plan de Turismo.* Obtenido de

[https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)

Latacunga, M. d. (7 de Noviembre de 2020). *Plan de turismo Latacunga.* Obtenido de

[https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)

Ledhesma, M. (18 de Enero de 2017). *Periodismo-turístico-muchos-principios*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/01/Periodismo-tur%C3%ADstico-muchos-principios-y-algunos-finales-de-Miguel-Ledhesma-PDF.pdf>

Ley del Turismo. (29 de Diciembre de 2014). *Ley del Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (21 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Quito: Fielweb. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

López, O. (24 de Marzo de 2015). *TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2833/283321886011.pdf>

Manterola, T. O. (24 de Marzo de 2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

MARIN, J. (21 de Marzo de 2019). *PAQUETES TURISTICOS*. Obtenido de [https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6021/Martha\\_examen\\_titulo\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6021/Martha_examen_titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Marysela, M. (28 de Junio de 2016). *Turismo y producto turístico*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Mcluhan, M. (2016). *Ideas Redes Impacto Global*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books/about/Estudios\\_del\\_Centro\\_de\\_Desarrollo\\_Startu.htm](https://books.google.com.ec/books/about/Estudios_del_Centro_de_Desarrollo_Startu.htm)

l?id=AWIKDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\_read\_button&hl=es&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Menendez, R. (16 de Julio de 2018). Obtenido de

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1295/1/UNESUM-ECU-ECOTURISMO-22-2018.pdf>

*Metodología Turismo*. (15 de Agosto de 2006). Obtenido de

[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo\\_cyd.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf)

Ministerio de Turismo. (27 de Diciembre de 2017). *Guia Metodologica Inventario Atractivos*.

Obtenido de

[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia\\_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf)

Ministerio de Turismo. (18 de Agosto de 2018). *Guia del emprendedor turistico*. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>

*Ministerio del Turismo*. (28 de Agosto de 2018). Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>

MINTUR. (2004). *Rangos de jerarquización*. Obtenido de

[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia\\_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf)



- Morales, O. A. (5 de Agosto de 2008). *FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL*. Obtenido de [http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/16490/fundamentos\\_investigacion.pdf;jsessionid=91BCA60BA2B57094CF59ECCFCDC8EE0F?sequence=1](http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/16490/fundamentos_investigacion.pdf;jsessionid=91BCA60BA2B57094CF59ECCFCDC8EE0F?sequence=1)
- Morillo, M., & Marysela, C. (28 de Junio de 2016). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Navarro, D. (17 de Septiembre de 2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Ochoa, C. (29 de Mayo de 2015). *Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>
- Organización Mundial del Turismo. (19 de Noviembre de 2015). *INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Osterwalder, A. (2010). *Generacion de modelos de negocios* . Obtenido de [https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-de-Negocio-2010.en\\_.es\\_.pdf](https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-de-Negocio-2010.en_.es_.pdf)
- Patrimonio Cultural*. (13 de Enero de 2009). Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/garcia\\_g\\_da/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_da/capitulo2.pdf)
- Pérez, D. C. (7 de Marzo de 2017). *Tipos de rutas turísticas* . Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/categories/mba-empresa.html>

Pineda, A. (Diciembre de 2019). *Revista interamericana de ambiente y turismo*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-235X2019000200162#:~:text=El%20sistema%20tur%C3%ADstico%20est%C3%A1%20compuesto,el%20desarrollo%20local%20en%20los](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2019000200162#:~:text=El%20sistema%20tur%C3%ADstico%20est%C3%A1%20compuesto,el%20desarrollo%20local%20en%20los)

Plan de desarrollo de Latacunga. (13 de Enero de 2016). Obtenido de [https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT\\_Latacunga\\_2016-2028.pdf](https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf)

*Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. (13 de Enero de 2016). Obtenido de [https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT\\_Latacunga\\_2016-2028.pdf](https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf)

*Plan de turismo Latacunga*. (7 de Noviembre de 2020). Obtenido de [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)

*Plan de Turismo Latacunga*. (7 de Noviembre de 2020). Obtenido de [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)

*Plan Nacional de Buen Vivir*. (s.f.). Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Ecuador%20Plan%20Nacional%20del%20Buen%20Vivir.pdf>

PlanDeTurismoLatacunga-2020. (3 de Abril de 2020). *PlanDeTurismoLatacunga*. Obtenido de [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC\\_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1\\_compressed-1.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf)

Polanco, D. (18 de Diciembre de 2019). *Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/246/2461061006/html/index.html#:~:text=El%20emprendimiento%20forma%20parte%20del,e1%20destino%20puedan%20ser%20competitivos>.

*Properati*. (2022). Obtenido de <https://www.properati.com.ec/guia-de-ciudades/latacunga>

Quintero, E. (12 de 12 de 2016). *SENA*. Obtenido de [https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)

Quintero, R. (12 de 12 de 2016). *SENA*. Obtenido de [https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)

Ramírez, R. C. (19 de Marzo de 2004). *Infraestructura Turística*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>

Reglamento General de Actividades Turísticas. (16 de Septiembre de 2011). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: Lexus. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>

Riux, A. (2017). *Guion Turístico*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/236942388/Guion-turistico#>

Rodriguez, A. (22 de Marzo de 2011). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Obtenido de

[https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3195/1/Nuevas\\_perspectivas\\_entender\\_emprendimiento.pdf](https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3195/1/Nuevas_perspectivas_entender_emprendimiento.pdf)

Rodríguez, M. (18 de Febrero de 2003). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA*. Obtenido de [https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/el\\_diseno\\_de\\_ruta\\_y\\_metodologia\\_a\\_seguir.html](https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/el_diseno_de_ruta_y_metodologia_a_seguir.html)

Rueda, D. (3 de Diciembre de 2020). *PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7245/1/MUTC-000735.pdf>

Sánchez, E. L. (3 de Diciembre de 2020). *Ruta Turística*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>

Santana, A. (23 de Marzo de 2015). *El turismo cultural. ¿Un negocio responsable?* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713897001.pdf>

SENA. (20 de Mayo de 2013). *DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS*. Obtenido de [https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=fee7b522b8&attid=0.1&permmsgid=msg-a:r-120054364626133358&th=185ca98b76b88068&view=att&disp=inline&realattid=f\\_kqv71nxc2&sadbat=ANGjdJ898xvqVn\\_VSmFEY0IZJEUJTY1x9-hzmShbcNcNXcSnsyCAPn6F](https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=fee7b522b8&attid=0.1&permmsgid=msg-a:r-120054364626133358&th=185ca98b76b88068&view=att&disp=inline&realattid=f_kqv71nxc2&sadbat=ANGjdJ898xvqVn_VSmFEY0IZJEUJTY1x9-hzmShbcNcNXcSnsyCAPn6F)

Serra, P. F. (24 de Noviembre2020 de 2020). *Clasificación y tipos de turismo*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/clasificacion-y-tipos-de-turismo/>

Serrano, H., & Zarza, M. (7 de Agosto de 2013). *Turismo cultural, transiciones en género y su prospectiva*. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-

TurismoCulturalTransicionesEnTerminosDeGeneroYSuPr-4549404.pdf

*Sinac*. (2016). Obtenido de

[https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)

SINAC. (2016). *Definiciones*. Obtenido de

<https://www.sinac.go.cr/ES/atc/Paginas/definiciones.aspx>

Teodoro, N. (21 de Junio de 2018). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de

<https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

Torrecilla, J. M. (4 de Junio de 2009). *La entrevista*. Obtenido de

[http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)

Turismo Sucre. (5 de Junio de 2017). *La Planta Turística*. Obtenido de

<http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/la-planta-turistica.html>

Turismo, M. d. (28 de Agosto de 2018). *Guía del emprendedor turístico*. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>

Turismo, M. d. (2019). *Plan Estratégico Institucional*. Obtenido de

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>

Villadiego, G. B. (12 de 12 de 2016). *Diseño de rutas turísticas*. Obtenido de

[https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)

Villasante, W. M. (26 de Marzo de 2016). *DEFINICIÓN RUTA TURISTICA*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>

Villasante, W. (24 de Noviembre de 2016). *Turismo*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>



### *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”** presentado por: **Moya Moreno Lady Jhomayra** egresada de la Carrera de: **Licenciatura en Ecoturismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,



CENTRO  
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes

**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**

CC: 0502666514

**Apéndice 2. Hoja de visa del equipo de investigadores**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**DATOS INFORMATIVOS DEL PERSONAL DOCENTE**

**DATOS PERSONALES**

**APELLIDOS:** Armijos Ango

**NOMBRES:** Sara Alejandra

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1803993995

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:**

31/10/1987

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Pasaje Velastegui y Av. Manuelita Sáenz

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032587277

**TELÉFONO CELULAR:** 0992734236

**EMAIL INSTITUCIONAL:** sara.armijos3995@utc.edu.ec

**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A

**# DE CARNET CONADIS:** N/A

**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

<b>NIVEL</b>	<b>TITULO OBTENIDO</b>	<b>FECHA DE REGISTRO</b>	<b>CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT</b>
<b>TERCER</b>	Ingeniera en Administración y Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras	2011-08-25	1042-11-1082092
<b>CUARTO</b>	Master Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	2017-02-07	724195638

**PUBLICACIONES RECIENTES**

<b><u>Autor/ Coautor de artículo indexado</u></b>	<b><u>Nombre del Artículo</u></b>	<b><u>Nombre de la revista</u></b>	<b><u>Lugar (País- ciudad)</u></b>	<b><u>Fecha de la publicación</u></b>
Coautor	Marketing Digital: el futuro del comercio y de la percepción humana	Revista Científica Dominio de las Ciencias	Ecuador	Octubre-diciembre 2021
Coautor	Transición digital del Turismo, una revisión literaria del mercado actual	Revista Científica Dominio de las Ciencias	Ecuador	Octubre-diciembre 2021

**HISTORIAL PROFESIONAL**

**FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales –

**Ecoturismo ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios: 81 Servicios personales-

**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** Abril – agosto 2019





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Moya Moreno

**NOMBRES:** Lady Jhomayra

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0504377409

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:**

12/12/1997

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Barrio La Calera

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032271454

**TELÉFONO CELULAR:** 0995636342

**EMAIL INSTITUCIONAL:** lady.moya7409@utc.edu.ec

**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A

**# DE CARNET CONADIS:** N/A




**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**






NIVEL	INSTITUCION
PRIMARIO	Unidad Educativa Elvira Ortega
SECUNDARIO	Unidad Educativa Primero de Abril
TERCER	Universidad Técnica de Cotopaxi





## 17. ANEXOS



 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Api Loja			N° DE FICHA: 1	
REPRESENTANTE: Sandra Tarco				
DIRECCIÓN: Barrio Santan Parroquia Ignacio Flores				
UBICACIÓN: A una cuadra del coliseo		COORDENADAS GPS		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		8 AM a 6PM de lunes a viernes bajo reservación		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL	Emprendimiento	X
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR ½: - 0997064745 -		CONVENCIONAL: X	
	CORREO: <a href="mailto:sandraelisabeth1984@hotmail.com">sandraelisabeth1984@hotmail.com</a>			
	PÁGINA WEB: X			
	REDES SOCIALES:	FACEBOOK: Api loja		
	INSTAGRAM: X			
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
FOTOGRAFÍAS				
				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:				
<p>Ofrece un recorrido guiado como es la producción de la miel y elaboración de productos en base de la miel el manejo de las colmenas, charlas, preparación de turrone, café, champú entre otros productos.</p> <p>Sus precios varían depende el paquete contratado y el producto que requiere.</p>				




 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPREDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Carrizos el Niagara			N° DE FICHA: 3	
REPRESENTANTE: Emma Tarco				
DIRECCIÓN: Parroquia Ignacio Flores sector el Niágara				
UBICACIÓN: Feria Artesanal del Niágara		COORDENADAS GPS		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		Lunes a domingo de 8Am a 5 pm		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL		Emprendimientos <input checked="" type="checkbox"/>
ALTITUD:		TEMPERATURA:		
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR ½: - 0987950660 -		CONVENCIONAL: x	
	CORREO: NO			
	PÁGINA WEB: NO			
	REDES SOCIALES:	FACEBOOK: NO		
	INSTAGRAM: NO			
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
<b>FOTOGRAFÍAS</b>				
				
<b>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:</b>				
Ofrece un recorrido donde se indica como es la elaboración de cada una de las canastas y otros productos que se realiza el diferente tejido que se le aplica, este tiene un costo de 3 dólares				

 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: LLACTAYACU LICOR			N° DE FICHA: 4	
REPRESENTANTE: Ing Walter Navas				
DIRECCIÓN: San Carlos Parroquia Ignacio Flores				
UBICACIÓN: Junto al Parque		COORDENADAS GPS		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		Bajo reservaciones		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL	Emprendimientos	X
ALTITUD:		TEMPERATURA:		
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR ½: - 0985935715 -		CONVENCIONAL: X	
	CORREO: Llatayacugamil.com			
	PÁGINA WEB: NO			
	REDES SOCIALES:	FACEBOOK: Llatayaculicor		
		INSTAGRAM: NO		
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
FOTOGRAFÍAS				
				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:				
<p>Ofrece un recorrido de la producción del licor en base de café como es el procedimiento de este producto una breve explicación de cómo fue fundado y nace en base de la pandemia este emprendimiento su costo es de 3 dólares con una degustación del producto.</p>				



 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPREDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mashca Cerveza			N° DE FICHA: 5	
REPRESENTANTE: Jorge Quintana				
DIRECCIÓN: Barrio el Calvario				
UBICACIÓN: Junto a las gradas que se dirige al mirador		COORDENADAS GPS		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		Bajo reservacion		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL	Emprendimientos	X
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR ½: - 0983486122 -		CONVENCIONAL:	
	CORREO: mashcacerveza Hotmail.com			
	PÁGINA WEB:			
	REDES SOCIALES	FACEBOOK: mascha cerveza		INSTAGRAM:
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
FOTOGRAFÍAS				
				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:				
<p>Ofrece un recorrido hacia el área de producción          La historia de como empanzo este emprendimiento          Sus precios dependen del producto          Su costo es de 5 dólares e incluye una cerveza</p>				

 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Agavec's			N° DE FICHA: 6	
REPRESENTANTE: Emma Caiza				
DIRECCIÓN: Calle Simón Rodríguez y Paraguay				
UBICACIÓN: San Felipe		COORDENADAS GPS		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		8AM a 5Pm bajo reserva		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL	Emprendimiento	X
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR ½: - 0987409631 -		CONVENCIONAL: X	
	CORREO: agavecs@gmail.com			
	PÁGINA WEB: X			
	REDES SOCIALES:	FACEBOOK: @agavecs		
		INSTAGRAM: @agavecs		
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
FOTOGRAFÍAS				
				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:				
<p>El emprendimiento comienza desde el año 2017 del mes abril, con los primeros productos, la, miel, el vino, el shampo y las bebidas, con la colaboración de fomento productivo y exposición de Cotopaxi kawsay, el desarrollo de este emprendimiento va progresando con los productos nuevos, dando la promoción a otros lugares.</p> <p>El producto es desarrollado durante 5 meses de fermentación, ya sea de miel, chaguarmishque y gelatina de maracuyá, y después el producto de coloca en los envases de la botella.</p>				



<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPREDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Ruta de la Machica			N° DE FICHA: 7	
REPRESENTANTE: Fredy Molina				
DIRECCIÓN: 300m de la Iglesia de Brazales				
UBICACIÓN: Barrio Basales		COORDENADAS GPS		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		Previa a reservación los fines de semana 10am		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL	Emprendimientos	X
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR ½: -0992899824 -		CONVENCIONAL: 03225106	
	CORREO: rutadelamachica@gmail.com			
	PÁGINA WEB: NO			
	RED ES SOCIALES:	FACEBOOK: Ruta de la Machica INSTAGRAM: @rutadelamachicaecuador		
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
FOTOGRAFÍAS				
				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:				
El proyecto denominado la Ruta de la Máchica está liderado por Freddy Molina, quien aprovechó una casa de 66 años de antigüedad que heredó de su abuelo, Enrique Corrales. Junto a su madre, Rosa Corrales, y su amiga chef, Silvana Álvarez, diseñaron un recorrido que dura más de dos horas.				

 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>			
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Creaciones María dolores		<b>N° DE FICHA:</b> 8	
<b>REPRESENTANTE:</b> Maria Dolores Salgado			
<b>DIRECCIÓN:</b> Fernando Sanches de la Orellana y Juan Abel Echeveria			
<b>UBICACIÓN:</b> La Merced		<b>COORDENADAS GPS:</b> 17M 765401 9897003	
<b>HORARIOS DE ATENCIÓN:</b>		8:00am - 5:00pm de lunes a viernes	
<b>TIPO DE ATRACTIVO:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> NATURAL	<input type="checkbox"/> Emprendimiento
<b>CONTACTOS</b>	<b>TELÉFONO CELULAR 1/2:</b> - 0984979885		<b>CONVENCIONAL:</b>
	<b>CORREO:</b> <a href="mailto:ceramicamariadolores@gamil.com">ceramicamariadolores@gamil.com</a>		
	<b>PÁGINA WEB:</b>		
	<b>REDES SOCIALES:</b>	<b>FACEBOOK:</b> creaciones dolores	
		<b>INSTAGRAM:</b>	
<b>CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:</b>		<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> X
		<input type="checkbox"/> NO	
<b>FOTOGRAFÍAS</b>			
			
<b>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:</b>			
<p>Brinda un recorrido mostrando como elabora cada cerámica que tiene un valor cultural representando a la ciudad y una historia en cada figura que elabora de los personajes de la mama negra, este emprendimiento empozo a raíz de la pandemia y ha ido sobresaliendo.</p>			



 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pesca deportiva	N° DE FICHA: 9
REPRESENTANTE: Nicolas Acurio	
DIRECCIÓN: Vía a la planta eléctrica illuchi	
UBICACIÓN: Junto a la Hacienda la Quebrada	COORDENADAS GPS:
HORARIOS DE ATENCIÓN:	8:00am - 5:00pm de lunes a Domingo
TIPO DE ATRACTIVO:	<input checked="" type="checkbox"/> NATURAL <input type="checkbox"/> CONVENCIONAL
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR 1/2: - 099 990 7878
	CONVENCIONAL: Correo: <a href="mailto:agricola_san_nicolas@hotmail.com">agricola_san_nicolas@hotmail.com</a>
	PÁGINA WEB: <a href="https://www.pescadeportivasannicolas.com/">https://www.pescadeportivasannicolas.com/</a>
	REDES SOCIALES: FACEBOOK: creaciones dolores INSTAGRAM:
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/> NO
<b>FOTOGRAFÍAS</b>	
	
<b>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:</b>  Lunes a domingo pesca deportiva, camping, picnic, recorrido a los senderos entre más actividades con la naturaleza Viernes a domingo apertura de restaurante	

--

 <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES, NATURALES Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTON LATACUNGA</b>				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: La casa de las allullas			N° DE FICHA: 10	
REPRESENTANTE: Luis Garcia				
DIRECCIÓN: Marco Aurelio Subía y Julio Andrade				
UBICACIÓN: La Estación		COORDENADAS GPS:		
HORARIOS DE ATENCIÓN:		6:00am - 6:00pm de lunes a Domingo		
TIPO DE ATRACTIVO:		NATURAL	Emprendimiento	X
CONTACTOS	TELÉFONO CELULAR 1/2: - 099 990 7878		CONVENCIONAL:	
	Correo: natyveth@hotmail.com			
	PÁGINA WEB:			
	REDES SOCIALES:	FACEBOOK: La casa de las Allullas INSTAGRAM: @la_casa_de_las_allullas		
CONSTANCIA DE GUIA DE TURISMO:		SI	X	NO
FOTOGRAFÍAS				
				
<b>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:</b> Desde 1960, Luis García padre fundador. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Está ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. Frente a las bodegas de la Estación del Ferrocarril.</li> <li>• La Casa de las Allullas es una cafetería donde podrás encontrar las mejores allullas y dulces de Latacunga, manteniendo las tradiciones gastronómicas de la región.</li> <li>• Unas deliciosas allullas acompañadas de un queso de hoja o una caja de dulces tradicionales. Los precios oscilan entre \$0.50 y \$1.50 dólares.</li> <li>• El horario de atención es de 07h00 a 18h00. De lunes a domingo.</li> </ul>				