



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES
CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“PERFIL DEL TURISTA CULTURAL QUE VISITA LA
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Turismo

Autora:
Córdor Llomitoa Erika Alejandra

Tutora:
Benavides Zura Norma Lucía, Lcda. Mg.

LATACUNGA-ECUADOR

Agosto 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Erika Alejandra Córdor Llomitoa, con cédula de ciudadanía No. 1753845088, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi”, siendo la Licenciada Mg. Norma Lucía Benavides Zura, Tutora 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, 16 de agosto del 2023



Erika Alejandra Córdor Llomitoa
Estudiante
C.C. 1753845088



Lcda. Lucía Benavides Zura, Mg.
Docente Tutora
C.C. 1002669644

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 **CÓNDOR LLOMITOA ERIKA ALEJANDRA**, identificada con cédula de ciudadanía **1753845088** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, 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. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: octubre 2019 - marzo 2020

Finalización de la carrera: abril 2023 – agosto 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 25 de mayo del 2023

Tutora: Licenciada Mg. Norma Lucía Benavides Zura

Tema: “Perfil del turista cultural que visita la 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, **LA 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 **LA 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 **LA 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 **LA 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 **LA 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 solicite.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 16 días del mes de agosto del 2023.


Erika Alejandra Córdor Llomitoa
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema
LA CESIONARIA

AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“PERFIL DEL TURISTA CULTURAL QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Cónдор Llomitoa Erika Alejandra de la carrera de Turismo, 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, 16 de agosto del 2023



Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mg.

DOCENTE TUTORA

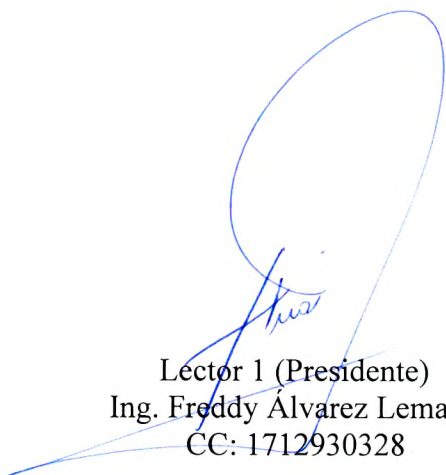
CC: 1002669644

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

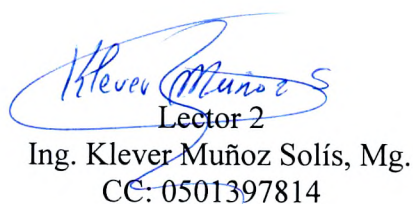
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Cándor Llomitoa Erika Alejandra, con el título del Proyecto de Investigación: “PERFIL DEL TURISTA CULTURAL QUE VISITA LA 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.

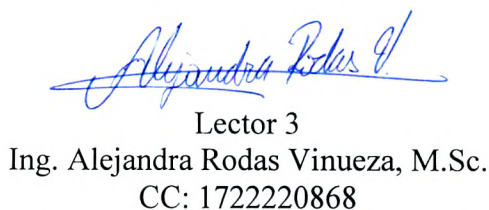
Latacunga, 16 de agosto del 2023



Lector 1 (Presidente)
Ing. Freddy Alvarez Lema, Mg.
CC: 1712930328



Lector 2
Ing. Klever Muñoz Solís, Mg.
CC: 0501397814



Lector 3
Ing. Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.
CC: 1722220868

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, este presente trabajo se lo agradezco a Dios que por medio de sus bendiciones supo guiar mi camino, mantenerme firme ante las adversidades y permitirme terminar mi carrera universitaria. A la vez agradezco a mis padres quienes son mi motor principal para ser mejor día a día, quienes sin duda ellos me motivan a seguir esforzándome para conseguir más logros. A mis queridos hermanos por su amor incondicional y el soporte emocional en mi vida, de igual manera agradezco a los docentes de la Carrera de Turismo por brindarme los conocimientos necesarios y valiosos para formarme profesionalmente y de manera especial a mi tutora Licenciada Norma Lucía Benavides por guiarme en el desarrollo de este proyecto de investigación que me permitirá cumplir mi sueño de ser una profesional. Para culminar agradezco a cada ser que con su apoyo moral han permitido lograr esta etapa de mi vida.

Erika Alejandra Cóndor Llomitoa

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a Dios por ayudarme y acompañarme en mi lucha por culminar mi sueño y que ahora es una realidad. A mis queridos padres María y Carlos, hermanos Aarom y Vicente que me han sabido brindarme siempre sus consejos y apoyo incondicional en cada momento de mi vida para luchar por conseguir mis objetivos dándome fortaleza y valor para continuar.

A toda mi familia y amigos por estar dispuestos en darme motivación y ayudarme.

Gracias por estar siempre conmigo

Erika Alejandra Cóndor Llomitoa

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “PERFIL DEL TURISTA CULTURAL QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI”.

AUTORA: Cónдор Llomitoa Erika Alejandra

RESUMEN

Para el cumplimiento del presente proyecto de investigación denominado perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, se llevó a cabo a través de una investigación descriptiva lo cual permitió conocer características que tienen los turistas con respecto al lugar visitado con un enfoque cualitativo. Se trabajó con dos objetivos, el primero una investigación de tipo documental lo que permitió analizar información mediante documentos bibliográficos como tesis, artículos científicos, PDOT, inventario de atractivos turísticos del MINTUR siendo la última una ayuda para visualizar información de los atractivos culturales que pertenecen a la provincia de Cotopaxi tomando en cuenta el cumplimiento de las características jerárquicas II y III de igual forma por la importancia turística siendo estas: La fiesta del Corpus Christi en Pujilí, Inti Raymi de Salcedo, Parque Vicente León, Iglesia La Merced, Casa de los Marqueses de Miraflores, Galería Artesanal y Mirador Shalalá de Quilotoa, Iglesia de Saquisilí, Santuario del Niño Isinche y Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno contando con un total de 10 atractivos turísticos culturales, posteriormente se utilizó la investigación de campo mediante la aplicación de las encuestas hacia los turistas, pero para esto se usó el muestreo no probabilístico de tipo muestreo accidental concluyendo así un total de 385 encuestas con la única restricción que deben tener más de 18 años y finalmente se aplicó la tabulación de los datos previamente obtenidos a través del instrumento SPSS permitiendo medir los resultados de la información a través de las gráficas y el análisis e interpretación que fueron divididos en cuatro variables de estudio como demográfico, socioeconómico, motivacional y preferencias las cuales se plasmaron en el cuestionario funcionando como un instrumento de recolección de datos que constó con 24 preguntas tanto cerradas y abiertas dando así conocer los resultados esperados la caracterización del perfil del turista cultural de modo que presenta que él 86% son de nacionalidad ecuatoriana, el 25% residen en Quito, su promedio mensual de ingresos el 42% van entre los \$450 a \$1000 de manera que el 32% tienen un nivel de estudios de tercer nivel por otro lado, la motivación del viaje con el 38% es por relajación y en preferencias el 35% en mayor porcentaje les gusta más visitar la fiesta del Corpus Christi. Por otro parte para el segundo objetivo se elaboró un boletín informativo cuya herramienta plasmó todos los resultados obtenidos del primer objetivo haciendo uso del método proyectual la cual se centra en investigaciones que tienen relación con el diseño a través de la técnica de análisis de resultados con el instrumento que se utilizó Canva que permitió el diseño correspondiente visualizando la portada, descripción del lugar de estudio, descripción de los 10 atractivos seleccionados y el último apartado en el cual se detallan las gráficas presentando como resultado un boletín informativo acerca del perfil del turista cultural beneficiando a los prestadores de servicios y a los interesados acerca de esta investigación. En conclusión es necesario conocer al perfil del turista cultural a través de la caracterización de las variables de estudio de modo que al saber los gustos y preferencias de los turistas se pueda llegar a tomar decisiones en el ámbito turístico.

Palabras clave: Boletín informativo, Perfil, Turismo, Variable de caracterización.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “PROFILE OF THE CULTURAL TOURIST WHO VISITS THE PROVINCE OF COTOPAXI”

AUTHOR: Córdor Llomitoa Erika Alejandra

ABSTRACT

For the fulfillment of the present research project called Profile of the tourist who visits the province of Cotopaxi, it was carried out through a descriptive investigation which allowed to know characteristics that tourists have with respect to the place visited with a qualitative approach. We worked with two objectives, the first a documentary type investigation which allowed to analyze information through bibliographic documents such as these, scientific articles, PDOT, inventory of tourist attractions of the MINTUR being the last one an aid to visualize information of the cultural attractions that belong to the province of Cotopaxi taking into account the fulfillment of the hierarchical characteristics II and III in the same way for the tourist importance being these: The Corpus Christi festival in Pujilí, Inti Raymi de Salcedo, Vicente León Park, La Merced Church, House of the Marquises of Miraflores, Artisan Gallery and Shalalá de Quilotoa Viewpoint, Saquisilí Church, Sanctuary of the Isinche Child and Sanctuary of the Lord of the Tree de Cuicuno with a total of 10 cultural tourist attractions, later field research was used through the application of surveys to tourists, but for this non-probabilistic sampling of the accidental sampling type was used, thus concluding a total of 385 surveys with the only restriction that they must be over 18 years of age and finally, the tabulation of the data previously obtained through the SPSS instrument was applied, allowing the results of the information to be measured through the graphs and the analysis and interpretation that were divided into four variables of study as demographic, socioeconomic, motivational and preferences which were reflected in the questionnaire functioning as a data collection instrument that consisted of 24 questions, both closed and open, thus revealing the expected results of the characterization of the profile of the cultural tourist so that it presents that 86% are of Ecuadorian nationality, 25% reside in Quito, 42% of their average monthly income ranges from \$450 to \$1000, so that 32% have a third-level level of studies on the other hand, the motivation Of the trip with 38% is for relaxation and in preferences the 35% in a higher percentage like to visit the Corpus Christi party more. On the other hand, for the second objective, an informative bulletin was prepared whose tool captured all the results obtained from the first objective using the project method, which focuses on research that is related to design through the technique of analysis of results with the purpose of instrument that Canva was used that allowed the corresponding design visualizing the cover, description of the place of study, description of the 10 selected attractions and the last section in which the graphics are detailed, presenting as a result an informative bulletin about the profile of the cultural tourist benefiting service providers and interested parties about this research. In conclusion, it is necessary to know the profile of the cultural tourist through the characterization of the study variables so that by knowing the tastes and preferences of tourists, it is possible to take decisions in the tourism field.

Keywords: Newsletter, Profile, Tourism, Characterization variable.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iv
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDO	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
1.INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	5
5.1 Objetivo General.....	5
5.2 Objetivos Específicos	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMATIZACIÓN DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	6
7.FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO.....	7
7.1 Marco Legal.....	7
7.1.1 Ley de Turismo.....	7
7.2 Marco Teórico	8
7.3 Turismo.....	8
7.4 Turismo cultural	9
7.5 El turista.....	10
7.5.1 Tipología de la demanda turística.....	10
7.6 Perfil del turista	11
7.7 Motivaciones turísticas	12
7.8 Satisfacción del turista.....	17
7.9 Características demográficas del turista	18
7.10 Característica socioeconómica del turista.....	19
7.11 Característica motivacional del turista	19
7.12 Características de preferencias del turista	20
7.13 Atractivo turístico	20

7.14 Boletín informativo	21
8. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS CIENTÍFICAS	22
9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
9.1 Enfoque de la investigación.....	23
9.1.1 Cualitativo	23
9.2 Nivel de investigación	23
9.2.1 Descriptiva.....	23
9.3 Tipo de investigación	23
9.3.1 Documental.....	23
9.3.2 De campo.....	24
9.4 Técnicas de la investigación	25
9.4.1 Encuesta.....	25
9.4.2 Análisis documental	27
9.4.3 Muestreo accidental.....	27
9.4.4 Fórmula del cálculo de la muestra.....	27
9.5 Instrumentos de investigación	28
9.5.1 Cuestionario.....	28
9.5.2 SPSS.....	28
9.6 Metodología del boletín informativo.....	28
9.7 Método de investigación.....	28
9.7.1 Proyectual	28
9.7.2 Desarrollo del boletín informativo	29
9.7.2.1 ¿Qué es un boletín informativo?.....	29
9.7.2.2 ¿Por qué se creó un boletín?.....	29
9.7.2.3 Tipografía	30
9.7.2.4 Gama de colores	30
9.7.2.5 Interlineado y márgenes	31
9.8 Técnicas de investigación.....	31
9.8.1 Análisis de resultados	31
9.8.2 Diseño gráfico	32
9.9 Instrumentos	32
9.9.1 Canva.....	32
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	33
10.1 Descripción del área de estudio	33
10.1.1 Aspecto histórico	33
10.1.2 Aspecto geográfico	34
10.1.2.1 Límites.....	35

10.1.2.2 Cantones pertenecientes a la provincia de Cotopaxi.	35
10.1.3 Aspecto sociocultural	35
10.1.3.1 Demográfico.	35
10.1.3.2 Grupos Étnicos.	36
10.1.3.3 Patrimonio Cultural Intangible (Fiestas en la provincia de Cotopaxi).....	36
10.1.3.4 “Mama Negra”, la fiesta más famosa y trascendental de Ecuador	37
10.1.3.5 La fiesta tradicional de la Octava del Corpus Christi	38
10.1.4 Aspecto ambiental	41
10.1.4.1 Hidrografía.	41
10.1.4.2 Clima.....	41
10.1.5 Aspecto económico	41
10.1.5.1 Población económicamente activa e inactiva.....	41
10.1.6 Sistema Turístico de la provincia de Cotopaxi.....	42
10.1.6.1 Demanda.	42
10.1.6.2 Oferta Turística	44
10.1.6.3 Atractivos turísticos.	44
10.1.6.4 Planta turística.....	45
10.1.6.5 Alojamiento.....	45
10.1.6.6 Alimentos y bebidas.....	46
10.1.6.7 Operación.	46
10.1.6.7 Otros sitios.	47
10.1.6.8 Infraestructura.	47
10.1.6.9 Transporte turístico.	47
10.1.6.10 Superestructura.....	48
10.2 Sitios y manifestaciones culturales seleccionados con jerarquía II, III.....	48
10.3 Sitios y manifestaciones culturales seleccionadas para la aplicación de la encuesta .	50
10.4 Ruta de los atractivos culturales seleccionados	57
10.5 Cálculo del tamaño de la muestra	57
10.6 Instrumento de recolección de datos.....	59
10.7 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	60
10.7.1 Variable demográfica	61
10.7.2 Variable socioeconómico.....	67
10.7.3 Variable de motivación	74
10.7.4 Variable de preferencia	80
10.8 Perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi	85
10.9 Estructura del boletín informativo	86
10.9.1 Portada.....	86

10.9.2 Sección dos: datos importantes	87
10.9.3 Sección tres: Descripción de los atractivos culturales	88
10.9.4 Sección 4: Presentación de los resultados.....	89
10.9.5 Sección 5: Contra portada	90
11. IMPACTOS	91
11.1 Impacto técnico.....	91
11.2 Impacto sociocultural	91
12. Conclusiones y Recomendaciones.....	92
12.1 Conclusiones.....	92
12.2 Recomendaciones	93
13. REFERENCIAS	95
14. APÉNDICES	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Beneficiarios directos e indirectos de la provincia de Cotopaxi.....</i>	3
Tabla 2 <i>Actividades y sistematización de tareas en relación con los objetivos.</i>	6
Tabla 3 <i>Factores push y pull, Crompton</i>	16
Tabla 4 <i>Cronograma de visita a los atractivos</i>	25
Tabla 5 <i>Sitios y manifestaciones culturales seleccionadas para visita in situ.....</i>	25
Tabla 6 <i>Gama cromatica del boletin informativo</i>	32
Tabla 7 <i>Total de habitantes en cada cantón de Cotopaxi</i>	25
Tabla 8 <i>Fiestas tradicionales de la provincia de Cotopaxi.....</i>	39
Tabla 9 <i>Población económicamente activa e inactiva.</i>	42
Tabla 10 <i>Áreas protegidas.....</i>	42
Tabla 11 <i>Visita de los turistas a la fiesta de la Mama Negra.....</i>	43
Tabla 12 <i>Atractivos naturales de la provincia de Cotopaxi.</i>	44
Tabla 13 <i>Atractivos culturales de la provincia de Cotopaxi.</i>	44
Tabla 14 <i>Alojamiento en la provincia de Cotopaxi.</i>	45
Tabla 15 <i>Actividad alimentos y bebidas en la provincia de Cotopaxi.</i>	46
Tabla 16 <i>Clasificación de la operación turística</i>	46
Tabla 17 <i>Otros sitios de interés que conforman la planta turística.</i>	47
Tabla 18 <i>Registro del transporte turístico de la provincia de Cotopaxi.</i>	48
Tabla 19 <i>Sitios y manifestaciones culturales con jerarquía II y III</i>	49
Tabla 20 <i>Sitios y manifestaciones culturales seleccionadas para la visita in situ.....</i>	58
Tabla 21 <i>Nivel de confianza tamaño muestral.</i>	58

Tabla 22 Perfil del turista cultural según las variables de caracterización.	85
------------------------------------------------------------------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Provincialización de la provincia de Cotopaxi.....	33
Figura 2 Cantones de la provincia de Cotopaxi.....	34
Figura 3 Festividad de la Mama Negra en el cantón Latacunga.....	37
Figura 4 Danzante autóctono de Pujilí.....	38
Figura 5 Ruta de los atractivos culturales para la aplicación de la encuesta.	57
Figura 6 Nacionalidad de los turistas encuestados.....	61
Figura 7 Residencia de los turistas encuestados.	62
Figura 8 Edad de los turistas.....	63
Figura 9 Género de los turistas.	64
Figura 10 Estado civil.....	65
Figura 11 Situación laboral.....	66
Figura 12 Promedio mensual de ingresos.....	67
Figura 13 Nivel de estudios.....	68
Figura 14 ¿Con quién viaja?.....	69
Figura 15 Personas menores de 16 que acompañan a los turistas encuestados.....	70
Figura 16 ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?.....	71
Figura 17 ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Cotopaxi?.....	72
Figura 18 ¿Cuánto es el gasto que destinó para?.....	73
Figura 19 ¿Cuál fue el motivo de su viaje?.....	74
Figura 20 ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Cotopaxi?.....	75
Figura 21 ¿Qué tiempo estima para su visita en la provincia de Cotopaxi?.....	76
Figura 22 ¿A través de qué medio se informó sobre el atractivo turístico?.....	77
Figura 23 ¿Cada qué tiempo realiza actividades turísticas?.....	78
Figura 24 ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi?.....	79
Figura 25 ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?.....	80
Figura 26 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?.....	81
Figura 27 ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?.....	82
Figura 28 ¿Qué actividad prefiere realizar en su visita?.....	83
Figura 29 ¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?.....	84
Figura 30 Portada del boletín informativo.....	86
Figura 31 Descripción del área de estudio.	87
Figura 32 Descripción de los atractivos turísticos culturales.....	88
Figura 33 Resultados obtenidos.	89
Figura 34 Contraportada.....	90
Figura 35 Parque Vicente León.....	100
Figura 36 Casa de los Marqueses de Miraflores.	100
Figura 37 Santuario del Niño Isinche Pujilí.....	100
Figura 38 El Rey Ángel.....	100
Figura 39 Fiesta del Corpus Christi en Pujilí.	100
Figura 40 Mirador Shalalá.....	100
Figura 41 Inti Raymi de Salcedo.	100
Figura 42 Galería Artesanal de Quilotoa.....	100
Figura 43 Iglesia de Saquisilí.....	100

1.INFORMACIÓN GENERAL

Título

“Perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi”.

Lugar de ejecución:

Provincia: Cotopaxi Zona: 3

Institución

Universidad Técnica De Cotopaxi

Facultad Académica

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

Carrera que auspicia

Licenciatura en Turismo

Nombres de equipo de investigadores

Tutor: Lcda. Norma Benavides Zura. Mg.

Correo electrónico institucional: norma.benavides9644@utc.edu.ec

Número telefónico: 0991975168

Estudiante / Investigador: Erika Alejandra Cóndor Llomitoa

Correo electrónico institucional: erika.condor5088@utc.edu.ec

Número telefónico: 0997383984

Área de Conocimiento

Servicios.

Sub-Área del Conocimiento

Servicios Personales

Línea de investigación

Planificación y gestión del turismo sostenible

Sub línea de investigación

Análisis del Turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En el ámbito de mercado se usan muchos de los componentes para establecer quiénes son los clientes es decir conocer el perfil e identificarlos para establecer cómo compran, dónde, cuándo es más probable que lo hagan, con qué frecuencia compran y la cantidad que comprarán (Colet & Morán, 2014). En el ámbito turístico de igual forma es un factor importante conocer el perfil del turista cultural y el motivo por el cual se realiza la investigación es para brindar información de las características principales que tienen los turistas enfocados en cuatro variables de estudio como demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencia.

En el ámbito turístico la innovación y la oferta de productos a proponer se destaca como una de las verdaderas ventajas competitivas y elemento diferencial para navegar con fortaleza en este duro mercado. (Campaña digital. Clase, 2015). El aporte que generará la presente investigación será describir el perfil del turista por medio de la identificación de las necesidades que presentan cuando visitan los diferentes atractivos turísticos siendo parte fundamental para la creación o mejora de los productos y servicios que son ofrecidos a la demanda, debido a que en mucho de los lugares que son visitados no superan las expectativas o aún más no logran satisfacer las necesidades de los turistas, por ello es importante entender como es el perfil de quienes visitan los atractivos culturales. Añadiendo también un nuevo concepto denominado “Tailor made” que hace referencia a los viajes que son específicamente diseñados o modificados a medida de los turistas con el fin de satisfacer sus necesidades.

Por otra parte, la investigación beneficiará a los prestadores de servicios turísticos principalmente a las agencias de viajes, debido que entre sus actividades está el de diseñar, comercializar y distribuir los distintos productos turísticos en temas culturales como ejemplo la ruta de las iglesias. La relevancia se enmarca en conocer específicamente a los turistas que frecuentan a los lugares que representan culturalmente a la provincia de Cotopaxi de esta manera poder ofrecer productos turísticos acorde a las nuevas exigencias que tienen.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

El proyecto de investigación beneficia a grupos directos e indirectos. Los beneficiarios directos serán los prestadores de servicios turísticos especialmente las agencias de viajes que se encuentran ubicados en diferentes cantones pertenecientes a la provincia de Cotopaxi, quiénes harán uso del documento para buscar información acerca de este tipo de turista cultural. Finalmente están los turistas nacionales con un aproximado de 479.174 y turistas extranjeros 2.429.790 siendo parte de los beneficiarios indirectos ya que son quienes se les ayudarán a mejorar su estadía en el lugar satisfaciendo sus necesidades y de igual manera se encuentra el GAD como un beneficiario indirecto.

Tabla 1

Beneficiarios directos e indirectos de la provincia de Cotopaxi.

DIRECTOS	INDIRECTOS
Prestadores de servicios	Turistas:
Agencias de viajes: 34	Nacionales: 479.174 Extranjeros: 2.429.790
Alojamiento:99	
Alimentos y bebidas:141	GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado)
Transporte turístico:4	
Atractivos turísticos:157	
Investigador: 1	

Nota. Datos tomados del INEC (2010) y Catastro Nacional de establecimientos (2023).

4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En Ecuador la Región Sierra está compuesta por las provincias de Pichincha, Loja, Cañar, Azuay, Bolívar, Carchi, Imbabura, Cotopaxi, Santo Domingo de los Tsáchilas y Tungurahua. (Región Interandina Del Ecuador | PDF | Ecuador, 2016). Dentro de la región lamentablemente no se ha hecho énfasis en establecer un perfil del turista cultural para conocer los gustos y preferencias que tiene el turista al momento de su visita, como consecuencia de ello genera el desinterés por parte de los turistas en visitar los atractivos turísticos culturales debido a que no superan las expectativas con relación a los productos y servicios brindados o simplemente no satisfacen sus necesidades.

El (Ministerio de Turismo, 2018) siendo máxima autoridad en el sector turístico en el año 2017 realizó un estudio acerca del perfil de turismo internacional que presentó datos relevantes como son: volumen de salidas, llegadas a otros países, poder adquisitivo, gasto promedio por viaje, entre otros factores más, hasta la fecha presente no se han actualizado los datos y tampoco se ha identificado específicamente el perfil del turista cultural dicho esto el autor (Toselli, 2019). Menciona que es importante indicar que el turismo cultural se ha convertido en un atractivo de relevancia para el ámbito turístico, y sus manifestaciones simbólicas y materiales se han ido revalorizando socialmente, ocupando un lugar destacado en la construcción del pensamiento permitiendo actualmente al ser humano acercarse cada vez más a los vestigios del pasado y evidenciando un interés creciente por conocer y proteger ese pasado.

Por otro lado, en la zona de planificación 3 que está conformada por las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua el problema se mantiene en falta de información acerca del perfil específico cultural en estudios de investigación previos. Por otro lado a nivel micro se encuentra específicamente el área de estudio que es la provincia de Cotopaxi aquí pese a que se desarrolla dos de las fiestas más reconocidas a nivel nacional que forma parte de la identidad cultural de la población como es la Mama Negra y el Corpus Christi la cual son

consideradas como Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado recibiendo la primera fiesta en el año 2022 alrededor de 500.000 turistas nacionales y extranjeros mientras que, el Parque Nacional Cotopaxi formando parte de un atractivo natural en el mismo año recibió 17,603 visitantes de acuerdo al (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, 2021). Con estos datos presentados se puede evidenciar claramente que el turismo cultural predomina en la provincia sin embargo, a pesar de esto no se ha establecido un perfil del turista cultural y por ende no se conoce el comportamiento del mismo cuando visita los lugares turísticos y las empresas turísticas no podrán brindar productos y servicios a la medida de sus necesidades corriendo el riesgo de que tengan un desinterés en visitar ciertos lugares.

Es por esto que se ha visto la necesidad de establecer el perfil del turista de manera que a partir de eso se pueda mejorar la oferta de manera más organizada y sostenible permitiendo potenciar el turismo cultural dentro de la provincia Cotopaxi.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Describir el perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi a través de un estudio descriptivo que permita la caracterización de los turistas.

5.2 Objetivos Específicos

1. Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta hacia los turistas que visitan los diferentes atractivos culturales del área de estudio, para conocer el perfil de este.
2. Elaborar un boletín informativo a través del análisis de contenido con base al resultado previamente obtenido permitiendo la difusión de la información.

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

Tabla 2

Actividades y sistematización de tareas en relación con los objetivos.

OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESULTADOS	METODOLOGÍA			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
<p>O1. Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta hacia los turistas que visitan los diferentes atractivos culturales del área de estudio, para conocer el perfil de este.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción del área de estudio. • Identificación de atractivos culturales con jerarquía II y III y la importancia turística. • Cálculo del tamaño muestral. • Salidas de campo a los atractivos. • Aplicación de las encuestas en los atractivos culturales. • Tabulación de los resultados • Descripción del perfil del turista cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Base de datos de las características del turista cultural de la provincia de Cotopaxi. 	<ul style="list-style-type: none"> -Descriptiva -Documental -De campo 	<ul style="list-style-type: none"> -Cualitativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis documental -Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> -Cuestionario guiado -SPSS
<p>O3. Elaborar un boletín informativo a través del análisis de contenido con base al resultado previamente obtenido permitiendo la apreciación de información acerca del perfil del turista cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elección de un programa que ayude a la elaboración del boletín. • Formato para usar (colores, organización, tipografía,) • Selección de la información para el boletín informativo. • Elaboración del boletín. 	<ul style="list-style-type: none"> • Boletín informativo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Descriptiva 	<ul style="list-style-type: none"> -Proyectual 	<ul style="list-style-type: none"> -Análisis de contenido -Diseño gráfico 	<ul style="list-style-type: none"> -Canva

7.FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

7.1 Marco Legal

Con el fin de impulsar la presente investigación se hace mención a las normas que rigen en el Ecuador relacionándolo con el desarrollo del Turismo y la importancia específica del perfil del turista cultural.

7.1.1 Ley de Turismo

Art. 2.- “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Ley de Turismo, 2008, p.24). Cuando se menciona el concepto turismo se relaciona también en la búsqueda de los diferentes perfiles del turista de naturaleza, cultural, gastronómico etc. De esta manera el turismo pueda desarrollarse mejor satisfaciendo las necesidades del turista cuando visitan los diferentes lugares de interés. El ámbito turístico con el pasar de los años sin duda ha llegado a convertirse en una de las principales fuentes de ingresos económicos a varios países haciendo que se beneficien varios sectores principalmente los prestadores de servicios.

Art.5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades. Todas estas actividades para que se generen de buena forma y sean de calidad con la finalidad de suplir las necesidades de las personas son responsables los prestadores de servicios.

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (p.2). Los prestadores de servicios turísticos son principales actores o beneficiarios al momento de establecer el perfil del turista, ya que son ellos quienes diseñan y comercializan sus productos o servicios hacia los turistas, por ello es importante que conozcan cuáles son las características principales que posee este tipo de turista, con la finalidad de suplir sus necesidades y brindar una mejor experiencia.

7.2 Marco Teórico

7.3 Turismo

Según la UNESCO (2008) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuáles suponen un gasto turístico. Cuando hay el desplazamiento de los turistas es importante tomar en cuenta sus motivaciones, un concepto importante que se debe tener presente en los turistas cuando visitan lugares turísticos, debido a que dentro de esto se encuentran varios factores de motivación como relajación, estudios, trabajo etc. y el conocer los

diferentes tipos de turistas representa una ventaja competitiva dentro del mercado turístico ya que permite el ingreso de mayor demanda y junto con ello el ingreso económico.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. Es vital conocer a la demanda quién realiza diferentes actividades durante el viaje en diversos atractivos turísticos. Actividades que deberían ser pensadas de acuerdo con los gustos y preferencias que tienen los turistas, para así mejorar los productos/servicios ofrecidos o diseñarlos nuevamente añadiendo valor.

7.4 Turismo cultural

En 2019, la OMT lo definió como “un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como viaje de estudios, festivales u otros eventos culturales, visitas a monumentos, lugares, folklore, arte o peregrinación”.

Mientras que para (Richard y Bonink, 2017, como se citó en Araujo. V, 2012) afirma que el turismo cultural es “el movimiento de personas de su lugar normal de residencia en busca de atracciones culturales con la intención de reunir nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales”

Y para el autor Curiel (2007, p.17) menciona que el turismo cultural se ha transformado en una tendencia mundial en crecimiento en los últimos años, pues juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos patrimonio, turismo y cultura, el cual contribuye al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos. Este tipo de turismo cultural desde muchos años atrás y hoy en la actualidad sigue en constante desarrollo creando interés hacia los turistas en visitar atractivos relacionados a la cultura, de esta forma también permitiendo generar

nuevas actividades innovadoras con el fin de que obtengan una experiencia única y satisfactoria durante el viaje a las personas que laboran en el ámbito turístico.

7.5 El turista

(Oscar de la Torre Padilla, 2016, p.9). “El turista es la Persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera”

(Socateli M, 2003, p.2). La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. El turista o la demanda son dos conceptos similares siendo un factor principal, ya que son ellos quienes se verán interesados en las actividades brindadas durante el viaje y es a quienes también se garantizará su plena satisfacción. Conocer las motivaciones que poseen los turistas con relación a la visita que realizan, implica adecuarse a las exigencias de la demanda.

7.5.1 Tipología de la demanda turística

(Villasante, 2016) menciona que la demanda turística se clasifica en tres grupos:

-La demanda efectiva o actual. - es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.

-La demanda no efectiva. - Este sector de población es la que no viaja por algún motivo. Aquí se distingue la demanda potencial que puede referirse a aquellos que viajarán en un futuro.

-Finalmente, el tercer y último grupo trata sobre la no demanda, caracterizada por un grupo de personas adverso a los viajes. Aquellos que simplemente no desean viajar.

Con el texto presentado previamente ,se puede apreciar los tipos de demanda turística de acuerdo al autor y se puede presenciar que de alguna u otro forma se debe hacer el esfuerzo por mantener a la demanda actual consumiendo ,sin embargo el enfoque de igual manera debe

direccionarse hacia la demanda no efectiva o también llamada demanda potencial ,ya que en un presente no tienen mayor interés en viajar y por ende tampoco el disfrute de los productos y servicios brindados ,pero en algún momento lo harán cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales como ejemplo tener más tiempo libre, más dinero, etc. y es aquí indispensable ofrecer una experiencia única con el objetivo de lograr hacer que vuelvan los turistas e incluso recomienden a más personas dentro de su entorno habitual.

7.6 Perfil del turista

Hoy en día cada vez es indispensable la realización de un estudio de mercado para contar con la mayor certeza en la toma de decisión que definirá el futuro de la empresa. Autores como (Cateora P, 1995 Mc Daniel ,2011 y Boone, 2012, como se citó en Robles M, 2016) coinciden en que el objetivo fundamental del estudio de mercados es contar con datos fiables que no solo permitan la toma de decisión, sino que, a la vez fomente el diseño de una planeación estratégica basada en los mismos. Como se menciona en este apartado es necesario e indispensable tener un estudio acerca del perfil ya sea natural, cultural u otros para conocer cuáles son sus preferencias, motivaciones etc. al momento de viajar.

Los turistas desarrollan su comportamiento en función de muchos factores la cual determinan dónde prefieren viajar, qué los motiva a viajar, cómo se organizan y buscan información, cuántas veces hacen turismo al año, cuánto tiempo duran los viajes, etc. conductas que sirven para segmentar el mercado turístico y trazar perfiles turísticos. Precisamente para la obtención de estos perfiles los expertos en marketing utilizan los criterios de segmentación que pueden ser muy diversos como demográficos, socioeconómicos, motivacionales, psicográficos, entre otros (Kyzer,1995, como se citó en Beltrán M y Parra M 2017).Al establecer perfiles turísticos es importante tomar en cuenta variables que podrían permitir saber más acerca del turista cultural como es el caso de este proyecto de investigación que se hará énfasis en este tipo de turista evaluándose las variables de estudio a través del análisis de cada una de estas se llegará

a establecer una variedad de preguntas que permitirá extraer resultados acerca de las características que poseen los turistas. Los desplazamientos humanos permiten al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía a través de distintos paisajes, creando en él, diversos eventos en la construcción de nuevas experiencias de orden turístico, de ahí la importancia de estudiar el perfil del turista que visita un destino. (Bravo M, 2020).

Es preciso reconocer que establecer el perfil del turista permitirá satisfacer las necesidades de aquellas personas y de allí la importancia de estudiar el comportamiento del consumidor en este sector, ofreciendo información útil para los gestores turísticos facilitando la toma de decisiones, para alcanzar una posición fuerte y competitiva en el mercado, generando productos para segmentos especializados logrando así una mayor satisfacción de los consumidores turísticos. (Salazar D, 2018).

La información de la demanda turística es una herramienta poderosa para la toma de decisiones porque al ser un bien público se benefician los agentes privados y sociales por igual quienes pueden hacer uso de la información para el desarrollo de bienes y servicios turísticos y no turísticos más acordes al perfil del turista. De esta manera, con productos más especializados que satisfacen la demanda, la oferta turística y no turística se fortalece y consolida esta actividad y se generan empleos estables y mejor remunerados para beneficio de la población local.(Sánchez ,M 2017).El ámbito turístico a nivel mundial se encuentra en constante crecimiento y junto a eso también aumenta la competencia de cada uno de las empresas que se involucran en el turismo y por ende es necesario que pueden suplir las necesidades básica pero además añadir un valor más especial a los productos ofrecidos de tal forma que llame la atención de los turistas e incluso puedan recomendar el lugar visitado.

7.7 Motivaciones turísticas

En primer lugar, las motivaciones del turista para visitar un destino han ido evolucionando a lo largo de los años; desde las actividades tradicionales relacionadas con el sol

y la playa se ha llegado hasta multitud de nuevas conductas, entre las que cabe destacar el turismo de ocio y entretenimiento, el turismo rural o el turismo de salud (Díaz & Fernández, 2012). La evolución del turismo en la actualidad ha marcado diferencia ya no solo existe o muestran interés en el turismo de sol y playa que comúnmente los hacían todas las personas en temporadas vacacionales con la finalidad de realizar actividades al aire libre ,hoy en día existe mucho más interés acerca de otros tipos de turismo como de salud, negocios, gastronómico, científico y el principal en este estudio el cultural .Donde los turistas consideran relevante conocer acerca de aspectos culturales que ofrecen los lugares turísticos permitiendo tener una experiencia de descubrir nuevas cosas, aprender ,experimentar etc.

Por otro lado, hace mención el autor las motivaciones que inciden en la elección de un determinado destino turístico y su nivel de satisfacción aún no cuenta con demasiados estudios. Existe muy poca información al respecto en este sentido (Pérez Guzmán A, López T, 2015).Uno de los problemas que abarca a nivel general es la escasez de información acerca de los perfiles turísticos culturales como lo menciona el autor haciendo énfasis en el desconocimiento de las motivaciones con respecto a los turistas hacia un destino turístico ,afectando principalmente a los prestadores de servicios quienes brindan paquetes turísticos destinados a la demanda .Al no conocer a los turistas ,es incierto saber que ofrecer para satisfacer sus necesidades.

Entre los objetivos de los trabajos que han intentado abordar el perfil de los turistas en destinos culturales internacionalmente se ha establecido que los turistas culturales tienen un nivel educativo elevado, en general con estudios universitarios, y que su renta es media o media alta. Es importante comprender las diferentes motivaciones, sus comportamientos, sus percepciones y sus experiencias, que son aspectos básicos para realizar una mejor gestión de los destinos y definir las correspondientes estrategias. (Pérez-Gálvez et al., 2018).

La motivación para viajar representa el estímulo inicial que pone en marcha todo el proceso decisorio posterior. Según (Maslow, 1970), estas motivaciones vienen determinadas

por una serie de necesidades que afectan a todos los individuos y se hayan dispuestas jerárquicamente en un orden de preferencia para ser satisfechas siendo el siguiente orden jerárquico.

-Necesidades fisiológicas (nivel más bajo en la jerarquía): hambre, frío, sed, etc.

-Seguridad: seguridad, estar libre del miedo y la ansiedad.

-Amor: afecto, dar y recibir amor.

-Estima: estima por uno mismo y por los demás.

-Autorrealización: sentirse completo (nivel más alto en la jerarquía).

Las necesidades son una sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico, que es común en todos los seres humanos y que es independiente de los factores étnicos y culturales (Schiffman y Kanuk, 2005). Las personas quienes laboran en el ámbito turístico teniendo un enfoque principal en los prestadores de servicios más aún en las agencias de viajes son quienes deberían adaptarse a las diferentes necesidades que presentan los turistas. Un ejemplo de ello se puede encontrar en los turistas que buscan viajes únicos enfocados en la sostenibilidad es decir acciones que representen la protección del entorno en el que visiten, entonces se podría decir que los turistas han venido evolucionando con el pasar de los años y a medida de ello son más exigentes a la hora de visitar.

Según Mill y Morrison (1985), las necesidades son una combinación de anhelos de los que el consumidor puede ser o no consciente, Adicionalmente, estas necesidades son expresadas por medio de deseos específicos. Los turistas tendrán una sensación de insatisfacción en donde el turista siente que no han cumplido las expectativas, pasará el tiempo y no desaparecerá, hasta que las necesidades que tengan sean resueltas, por ello esto parte de saber quién es nuestra demanda de tal manera que se pueda ofrecer productos y servicios enfocados en cubrir sus necesidades.

Ejemplo:

-Necesidad. -Necesidad del turista de relajarse.

-Deseo. - El turista quiera ir a un sitio en concreto.

-Objetivo. -Reservar una habitación la semana que viene.

Según (Cooper, 1993, p.23) la motivación comprende las siguientes ideas:

El acto de viajar responde inicialmente a la existencia de unas necesidades que representan el impulso de la acción.

La motivación tiene sus raíces en factores sociales y psicológicos en actitudes, percepciones, cultura, etc. dando lugar a formas individuales de motivación. La imagen orgánica e inducida es esencial para la motivación y afectan al tipo de viaje escogido.

Finalmente (Crompton, 1979, como se citó en González Pérez, 2018) la motivación se clasifica en dos grandes grupos: psicológicos y culturales que a la vez están se subdividen en otras motivaciones más específicas presentándose de la siguiente manera. De acuerdo con este modelo y, en términos generales, los turistas viajan bien porque son empujados por motivos o variables internas o bien porque son atraídos por fuerzas externas del destino. Los factores de empuje push factors están relacionados con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social y por otro lado los factores de atracción pull factors están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas o los escenarios culturales y naturales.

Tabla 3*Factores push y pull, Crompton*

Motivaciones psicosociológicas (<i>factores push</i>)	
Escape del ambiente cotidiano.	Consiste en un cambio temporal de ambiente diferente del lugar de residencia, del hogar o del entorno laboral, es decir, el turista busca destinos diferentes de su entorno habitual, tanto física como socialmente.
Exploración y evaluación.	El viaje es una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas.
Relajación	Se refiere a la relajación mental que se deriva, por ejemplo, de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar en la vida diaria, más que a la relajación física. Esta última no siempre tiene lugar en las vacaciones, y algunos de los entrevistados manifiestan haber llegado agotados tras las mismas.
Prestigio	Viajar supone un estilo de vida elevado, aunque con la democratización del acceso a los medios de transporte y la generalización del turismo, el estatus asociado a los viajes y al turismo es cada vez más difuso.
Regresión	Tiene lugar de dos maneras: (1) rompiendo con los roles y obligaciones cotidianas que facilita un tipo de comportamiento más irracional, pueril o adolescente, y (2) el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad, altamente tecnificada.
Mejora de las relaciones de parentesco.	Viajar es una buena oportunidad para reunirse con los miembros de la familia y enriquecer sus relaciones.
Facilitación de la interacción social	Existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. El período de vacaciones es un tiempo propicio para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interactuar con la población local (anfitriones), si bien lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas. La cercanía en el alojamiento y el participar en viajes organizados son factores que facilitan la interacción social. Respecto de los viajes organizados, en ellos operan una serie de elementos que propician este hecho: compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación al grupo de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.
Motivaciones culturales (<i>factores pull</i>)	
Novedad	Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo y diferente y sobre todo, en el sentido de vivir una nueva experiencia (con cierta independencia del grado de conocimiento que se tenga del destino). No obstante, existen casos en los que el viajero elige destinos que ya le son habituales, en concreto: (1) pueden ser individuos que tratan de satisfacer necesidades psicosociológicas más que motivos culturales, (2) adoptan una estrategia conservadora para reducir el riesgo de que un destino poco familiar no resulte tan satisfactorio como el ya conocido, y (3) pueden verse condicionados por el miedo a lo desconocido. Así, en el turista podría darse una combinación de búsqueda de lo nuevo y de estrategias de minimización de riesgos ante lo diferente.
Educación	El viaje es una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, llegando a considerarse prácticamente una obligación moral de conocer aquellos lugares que son particularmente accesibles a los sujetos.

Nota. González Pérez, C. (2018). Motivaciones de viajes push y pull: Un análisis según la composición del grupo de viaje.

7.8 Satisfacción del turista

La satisfacción se entiende como el cumplimiento de las expectativas del turista, es decir el resultado de comparar la experiencia turística con relación a lo esperado en el destino, el turista posee dos rangos de expectativa el primero referente al rango deseado y el segundo rango al adecuado. Dichos rangos dependen de varios factores entre ellos las necesidades de cada turista y las experiencias previas dentro de esta modalidad de turismo. De esta manera, la satisfacción del turista respecto de los servicios recibidos influirá en la recompra de la experiencia en el destino. (Mora-Jácome ,2018). Es necesario entender que el nivel de satisfacción no depende exclusivamente del producto turístico sino también la manera en la que es tratado el turista y muchas de las veces de eso depende que el turista vuelva al lugar e incluso con más personas de su entorno y esto también conlleva a plasmar un nuevo concepto como la fidelidad del turista hacia el lugar visitado.

El análisis de la satisfacción del cliente pretende evaluar la discrepancia encontrada entre el servicio esperado y el recibido o experimentado por el cliente, siempre como un juicio posterior al disfrute de los servicios (Oliver,1981 como se citó en Gil 2002 p.72) Como menciona el autor es considerable alcanzar la satisfacción del turista porque se convierte importante para los destinos y empresas turísticas que están operando para tomar decisiones acerca del que en realidad se debe ofrecer a los turistas. Es importante que las empresas turísticas estén en constante innovación en sus productos/servicios.

La satisfacción del turista es uno de los principales tópicos en el campo de las investigaciones en turismo, dependiendo, en gran medida, de los atributos del propio destino como podrían ser las facilidades del mismo, el conocimiento y su novedad.(Prada Trigo & Pesántez Loyola, 2017).Como menciona el autor la satisfacción tiene relación directamente con las experiencias que adquieren los turistas durante la visita a diversos atractivos turísticos, ya

que dentro de los mismos realizarán actividades que los involucran y compartirán información positiva hacia los demás, o al contrario información negativa si no fue agradable visita.

La satisfacción del cliente se da cuando los servicios que se ofrecen son de calidad. La calidad es un fenómeno complejo, multidimensional, en el cual se pueden distinguir varios atributos o aspectos que la pueden determinar (Santesmases , 2003 como se citó en Alatorre & Pérez, 2011). Teniendo en cuenta este concepto se podría mencionar que la calidad en los productos y servicios turísticos es indispensable para el desarrollo turístico, debido a que estos elementos son un conjunto de características que cumplen las principales funciones para suplir las necesidades del turista, añadiendo nuevas ideas, productos, servicios etc. Denominándose a esto como innovación con la finalidad de brindar nuevas experiencias a los turistas.

Entre los atributos que se pueden distinguir están:

Fiabilidad.

Responsabilidad.

Competencia.

Accesibilidad.

Cortesía.

Comunicación.

Credibilidad.

Seguridad.

Comprensión.

Elementos tangibles.

7.9 Características demográficas del turista

La descripción de una población que realiza la demografía puede abarcar diversos aspectos. Puede analizar el número de personas que la integra, es decir la dimensión de una población; así como ciertas características de éstas, es decir la composición o estructura de la

población por edad, sexo, estado civil, lugar de nacimiento, nivel de alfabetización. Sobre la base de las herramientas que provee la estadística, se construyen indicadores demográficos a través de los cuales se da cuenta de estos rasgos poblacionales.(Livi,Bacci, 2018 p.10).La variable demográfica juega un papel importante en establecer el perfil del turista, comprendiendo específicamente el comportamiento del visitante, con ello se puede incluso alterar los públicos a quienes el turismo se dirige ya que se verá reflejado características demográficas de los turistas culturales que es a quienes se debería ofrecer los productos tomando en cuenta también las demás variables correspondientes en las que hayan respondido.

7.10 Característica socioeconómica del turista

Estas características en el perfil constituyen un atributo del hogar que caracteriza su inserción social y económica, está basado en el nivel de educación, el nivel de ocupación y el patrimonio. Este nivel está dividido en varios segmentos: Clase alta, Clase media alta, Clase media, Clase media baja, Clase baja y la Clase más baja.(Arango Salinas & Rojas Chaparro, 2018 p.21) .La variable socioeconómica es fundamental al momento de estimar el perfil del turista, ya que de esta manera se podría conocer el nivel o la situación económica en la que se encuentran los turistas y junto a ello de igual manera conocer las condiciones de vida que tienen, mediante las preguntas que se relacionen con la variable. Resulta importante en este estudio para entender y explicar acerca de la disponibilidad de ingresos económicos que poseen los turistas para adquirir los diferentes productos y servicios ofertados.

7.11 Característica motivacional del turista

La motivación tiene un amplio campo que primero se desea delimitar, los psicólogos aluden al término motivo como “el estado que activa y dirige el comportamiento de un individuo” (Alvarado & Alexandra, 2015 p.8) .Basado en esta definición con relación al proyecto de investigación, se puede decir que la variable motivacional es establecida por factores externos o internos que llevan a una acción específica como es el caso en elegir un

lugar turístico a visitar para llegar hacer lo que desea el turista. Normalmente, cuando las personas viajan es por alguna razón que hace que visite el lugar es decir la existencia de algún motivo o causa lo que implica alcanzar un fin determinado. Por una parte, son atraídos por factores externos que refleja todo lo que el turista puede lograr visualizar al momento de su visita, como la infraestructura, diseño, colores, etc. y por otro lado están los factores internos que hace referencia a motivos emocionales como descanso, relajación, escape de la vida rutinaria etc.

7.12 Características de preferencias del turista

La preferencia del consumidor resulta un factor determinante de la demanda efectiva; que son los elementos subjetivos del consumidor que le hacen elegir determinados bienes y servicios que desea comprar. Para su análisis se consideran dos aspectos, disponibilidad de dinero para un determinado período de consumo y los precios de los bienes o servicios a comprar (Reynolds Mejía, 2013 p.3).En este apartado se pueda considerar que las preferencias del turista en un factor clave al momento de establecer el perfil del turista, ya que esta variable se centra en la decisión personal ante varias opciones que son presentadas, en este caso en el ámbito turístico se podría visualizar un ejemplo claro cómo es la elección de atractivos turísticos, hoteles, etc.

7.13 Atractivo turístico

El Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte (Wallingre y Toyos, 2010 como se citó en Navarro, 2015 p.135) considera al atractivo turístico como un objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo .Dentro del proyecto de investigación es necesario hacer énfasis en este concepto ya que es un elemento principal para el estudio que son atractivos turísticos culturales situados en la provincia de Cotopaxi ,la cual se realizarán encuestas .Un elemento importante para el análisis

de los atractivos lo constituye su inventario, pues permite reconocer su existencia, caracterizarlos y jerarquizarlos.

El concepto atractivo es indispensable al momento de hacer turismo ya que sin los atractivos no se podría motivar a los turistas a la visita de los diferentes atractivos y no tendrían razones para trasladarse de un lugar a otro. Para la clasificación de atractivos se consideran dos categorías: atractivos naturales- sitios y manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos. Manual de atractivos turísticos (2018)

En la Categoría Manifestaciones culturales se reconocen 4 tipos y 25 subtipos. Entre los 4 tipos se tiene: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados. Manual de atractivos turísticos (Elizondo & Tudela, 2018)

7.14 Boletín informativo

El Boletín Informativo según, Jorge Luis Alonso G como se citó en Miranda Calle et al., (2013). “Es una herramienta de comunicación que permite crear, consolidar y dinamizar comunidades virtuales. Básicamente es un contenido de información acerca del tema realizado que es enviado por correo electrónico. La diferencia radica en que la información del boletín se le ofrece al lector periódicamente y de manera organizada a través de secciones”. En este sentido en el proyecto de investigación, con la implementación del Boletín Informativo será realizado con el objetivo de mantener informados a los prestadores de servicios principalmente a las agencias de viajes quienes serán beneficiados del boletín informativo ya que les permitirá de esta forma conocer el perfil del turista cultural y con aquella información podrán crear sus paquetes turísticos acorde a las necesidades y supere las expectativas al momento de su visita.

8. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Qué características demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferencias tiene el turista cultural de la provincia de Cotopaxi?

Las principales características que posee el turista cultural en cuanto a las 4 variables de estudio se encuentra las nacionalidades en la cual el 86% son turistas Ecuatorianos y en cuanto a la residencia mayormente visitan la provincia de Cotopaxi los que viven en la capital Quito con el 25% , seguidamente se menciona el género lo que mayor predomina son mujeres con 60% y finalmente se enmarca el estado civil que son turistas casados o en unión libre quienes visitan los diferentes atractivos también con el que sumados dan un total de 61% , la situación laboral en mayor posición son empleados públicos con el 26%. Por otra parte, en cuanto a la variable socioeconómica se encuentra el promedio mensual de ingresos que corresponde en un rango de \$450 a \$1000 dólares que corresponde al 42% mientras que, el nivel de estudios se centra en tercer nivel con un 32% de igual manera un 51% son acompañados por la familia durante el viaje y el gasto promedio en hacer turismo es de 0 a 100 que representa un 49%. Seguidamente para la variable de motivación se encuentra el motivo de viaje que principalmente es por relajación con el 38% y la mayor atracción que les gusta a los turistas es la fiesta del Corpus Christi en Pujilí representado con un 35% junto a ello, el tiempo estimado para la visita es de 0 a 1 día con un 44% y el medio por el cual se informan acerca de lugar es por redes sociales con un 41% y el 34% representa al tiempo que realizan actividades turísticas es cada mes. La última variable de caracterización es preferencia en la cual se centra en el tipo de turismo que más les gusta que es gastronómico con un 30% pero, en un segundo puesto se encuentra el turismo cultural con el 27% que son relacionados entre sí y además prefieren hospedarse en hoteles el 30% de los turistas concluyendo con el tipo de alimentación preferida la comida tradicional que agrada a los turistas degustar con un 64% y al final está el tipo de transporte que utilizan que son vehículos propios con un 60%.

9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se detalla el diseño de investigación que se utilizó para la recopilación de información necesaria tomando en cuenta los métodos, técnicas e instrumentos que son útiles para alcanzar los objetivos planteados.

9.1 Enfoque de la investigación

9.1.1 Cualitativo

Esta metodología de investigación fue usada en el presente estudio ya que generalmente son investigaciones que buscan profundizar y comprender los fenómenos, en este caso se busca comprender las características de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi enfocados en las variables de estudio demográficas, socioeconómicas, motivaciones y preferencias. Para esto principalmente se contó con un instrumento principal como el cuestionario que ayudará a obtener resultados de lo que se desea saber llevando a la comprensión del objeto estudiado.

9.2 Nivel de investigación

9.2.1 Descriptiva

Este nivel de investigación permitió realizar la descripción del perfil del turista cultural mediante el análisis e interpretación de los resultados obtenidos enfocándose en las variables de estudio que fueron aplicadas a través de las encuestas a las personas que visitan los diferentes atractivos culturales en la provincia de Cotopaxi. De igual manera para el segundo objetivo se trabajó con este tipo de investigación ya que se pudo extraer información acerca de un boletín informativo con la definición, características y los elementos principales que ayudó a la elaboración de esta.

9.3 Tipo de investigación

9.3.1 Documental

Para el presente proyecto de investigación se enmarcó en una investigación documental ya que a través de revisión bibliográfica en documentos como libros, revistas, tesis, artículos

científicos, PDOT etc. permitió extraer información acerca de temas relacionados al perfil del turista, como primera instancia para la recolección de información que ayudó a la construcción del marco teórico que forma parte de la investigación seguidamente, fue útil para informarse acerca de los atractivos culturales con jerarquía II y III. Finalmente contando con información acerca de un boletín informativo que formó parte del segundo objetivo del proyecto.

9.3.2 De campo

Consistió en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurrieron los hechos en este caso se utilizó este tipo de investigación para el primer objetivo para lo cual siendo la primera visita en busca de los atractivos que pertenecen a la provincia para ello, se realiza la visita al GAD provincial de Cotopaxi para contar con el inventario de los atractivos culturales que tiene el área de estudio en segunda instancia, se realizó las respectivas salidas de campo a los diferentes atractivos turísticos culturales seleccionados que tiene la provincia para la aplicación de la encuesta a los turistas que visitan los lugares con la finalidad de contar con información acerca del perfil del turista estudiado a través de variables que darán a conocer los gustos y preferencias de la misma.

En la (tabla 4) se puede apreciar el cronograma de visita a cada uno de los atractivos culturales en el cual consta el nombre del atractivo, de igual manera se encuentra la fecha y la hora en el cual se realizó la visita finalizando con el tipo de evidencia que se hizo de fotografías.

Tabla 4*Cronograma de visita a los atractivos*

Atractivo turístico	Fecha de visita	Hora de visita	Evidencia
Latacunga			
Casa de los Marqueses de Miraflores	29/06/2023 30/06/2023	8:30 – 2:30 8:30 – 3:30	Fotografías
Parque Vicente León	27/06/2023 29/06/2023	10:30 - 4:00 3:00 – 5:00	Fotografías
Iglesia de la Merced	24/06/2023 25/06/2023	8:00 - 2:30 8:00 - 2:30	Fotografías
Santuario Señor del Árbol de Cuicuno	01/07/2023 02/07/2023	8:00 – 5:00 8:00 – 5:00	
Pujilí			
Galería artesanal de Quilotoa	08/07/2023 15/07/2023	9:30-5:00	Fotografías
Mirador de Shalalá	08/07/2023 15/07/2023	9:30-5:00 9:30-5:00	Fotografías
Corpus Christi	10/06/2023 11/06/2023	8:00-4:30 8:00-4:30	Fotografías
Santuario del Niño Isinche	09/07/2023 16/07/2023	8:00-4:00 8:00-4:00	Fotografías
Salcedo			
Inti Raymi	23/06/2023	2:00-5:30	Fotografías
Saquisilí			
Iglesia de Saquisilí	18/06/2023 21/07/2023	9:00.1:00 9:00.1:00	Fotografías

9.4 Técnicas de la investigación**9.4.1 Encuesta**

Se aplicó las 385 encuestas a los turistas que visitan los sitios y manifestaciones culturales con jerarquía II y III también tomando en cuenta la importancia turística en el cual se tomó ciertos criterios como el aspecto cultural, número de turistas que ingresan al atractivo, jerarquía, accesibilidad en las vías. Siendo estos factores importantes que permitió establecer los 10 principales atractivos turísticos y también ayudó a establecer el número de encuestas que se hizo en cada atractivo tomando en cuenta que fueron dirigidas a personas mayores de 18 años.

Tabla 5*Sitios y manifestaciones culturales seleccionadas para la visita in Situ*

N°	N° de encuestas	Atractivos culturales	Parroquia	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	50	Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno	Guaytacama	Histórico	Arquitectura religiosa	II
2	15	Casa de los Marqueses	La Matriz	Histórico	Arquitectura civil	II
3	25	Parque Vicente León	La Matriz	Histórico	Arquitectura civil	II
4	20	Iglesia La Merced	La Matriz	Histórico	Arquitectura religiosa	II
5	50	Santuario del niño Isinche	Pujilí	Etnográficas	Manifestaciones religiosas	II
6	100	Festividades del Corpus Christi	Pujilí	Etnográficas	Manifestaciones religiosas	III
7	20	Galería Artesanal de Quilotoa	Zumbahua	Etnográficas	Artesanías	II
8	40	Mirador de Shalalá	Zumbahua	Realizaciones Técnicas	Obras técnicas	II
9	50	Inti Raymi de Salcedo	San Miguel	Acontecimientos programados	Fiesta	II
10	15	Iglesia Matriz de Saquisilí	Saquisilí	Histórico	Arquitectura religiosa	II
	Total 385					

9.4.2 Análisis documental

“Las técnicas documentales consisten en la identificación, recogida y análisis de documentos relacionados con el hecho o contexto estudiado”. (Salazar Ruiz & Hortua,2019).Se hizo uso de esta técnica que permitió revisar información importante y confiable acerca de temas o subtemas relacionados con el perfil del turista cultural principalmente el inventario de todos los atractivos culturales que poseen los diferentes cantones que tiene la provincia de Cotopaxi ya que, dentro de este inventario se encontró las fichas establecidas para los atractivos culturales y la jerarquía correspondiente a cada atractivo teniendo en cuenta estos datos para la selección de los lugares.

9.4.3 Muestreo accidental

Esta forma de muestreo no probabilístico consistirá en encuestar al turista que esté alcanzable a los atractivos turísticos seleccionados, es decir elegidos de manera casual tomando en cuenta solamente la edad.

9.4.4 Fórmula del cálculo de la muestra.

Para la obtención del número total de la muestra poblacional se aplicó la fórmula determinada para poblaciones infinitas.

$$n = \left(\frac{z^2 \cdot Pq}{e^2} \right)$$

Los elementos a considerar son:

n= tamaño de la muestra

z=Parámetro estadístico que depende el NC

e=error máximo aceptable (generalmente: 0.05)

p=probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (p=0,5)

q= probabilidad de no ocurrencia del fenómeno (q=0,5)

9.5 Instrumentos de investigación

9.5.1 Cuestionario

Es un instrumento de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajos de investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas presentadas y numeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder (Arias J 2021, p.21). Para el estudio fue indispensable contar con un cuestionario en el que se puede visualizar preguntas tanto abiertas como cerradas siendo un total de 24 preguntas lo que permitió obtener resultados para conocer el perfil del turista cultural con relación a variables de caracterización que fueron tomadas en cuenta. En la estructura de la encuesta está el encabezado en el cual se presenta el nombre de la institución, la facultad y la carrera, seguido de esto se puede visualizar una introducción acerca del objetivo de realizar la encuesta, finalmente se plasman las preguntas concluyendo así el cuestionario.

9.5.2 SPSS

Es un software que permitió procesar información recolectada previamente para crear gráficas de los resultados llamándolo como tabulación. En el proyecto de investigación se realizó una encuesta en la que se vio plasmado las respuestas de cada uno de los encuestados logrando visualizarlo en el software obteniendo resultados numéricos a través de las gráficas representado a través de pasteles o barras acorde a lo que se desea mostrar después de ello, para su respectivo análisis e interpretación.

9.6 Metodología del boletín informativo

9.7 Método de investigación

9.7.1 Proyectual

Como lo afirmó Sánchez (2022). Este método se aplica a todas las investigaciones que conllevan diseños o creaciones dirigidas a cubrir una necesidad y basadas en conocimientos anteriores. En este apartado se hizo mención este método debido a que se lo utilizó durante la

elaboración del boletín, porque tuvo como finalidad plasmar la información acerca del perfil del turista cultural que se obtuvo previamente en el primer dando a conocer acerca de este tema a los prestadores de servicios principalmente a las agencias de viajes y también a las personas interesadas.

9.7.2 Desarrollo del boletín informativo

9.7.2.1 ¿Qué es un boletín informativo?

Un boletín informativo puede ser de dos formas, por un lado, están los boletines digitales que generalmente son enviados por correo electrónico y por otro lado están los boletines que son documentos impresos como es el caso de este estudio, generalmente centrada en un tema principal que es de interés para las personas que hagan uso de este documento principalmente las agencias de viajes. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios, particularmente compañías, para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados. Por lo general tienen una extensión de 0 a 18 páginas. (Andrade, 2019).

9.7.2.2 ¿Por qué se creó un boletín?

Fue necesario hacer uso de esta herramienta ya que aquí se plasmó toda la información acerca de un tema específico en este caso, perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi y esto sirve de ayuda para poder difundir a quienes beneficiara principalmente como son los prestadores de servicios logrando incrementar el reconocimiento del tema y puedan mejorar los productos y servicios ofrecidos de igual manera, a través de esto educar e informar a la población acerca de estos temas de relevancia.

Para la elaboración del boletín informativo fue importante tener en cuenta los resultados obtenidos del primer objetivo con las gráficas debido a que, es la principal información para presentar y de igual forma la descripción de cada uno de los lugares en el que se realizaron las encuestas.

Para la realización del boletín informativo se tomó como modelo el boletín de Quito Turismo en el año 2012 en la cual se destaca estadísticas presentadas en el ámbito turístico como el total de residentes que se encuentran en el cantón, tasa de ocupación hotelera, número de pasajeros nacionales e internacionales, puntos de información turística, total de capacitaciones realizadas y entre otros factores más. De igual forma después de todas las cifras presentadas se da a conocer la descripción de los conceptos previamente mencionados con las respectivas imágenes. Sin embargo, para este proyecto de investigación tratándose del perfil del turista cultural se hizo énfasis en las gráficas que arrojaron los resultados que respondieron a las cuatro variables de estudio y la descripción de los lugares en donde se realizó las encuestas.




9.7.2.3 Tipografía

Fuente: League Spartan	}	Títulos
Tamaño: 32		
Fuente: Bodono FLF	}	Subtítulos
Tamaño: 16		
Fuente: Arimo	}	Texto
Tamaño: 12		

9.7.2.4 Gama de colores

La gama cromática del boletín informativo tiene tonos de colores fríos como el azul cerúleo oscuro, negro y blanco relacionándolo armónicamente con el contenido. A continuación, se muestra el color con su valor referencial en sistema RGB, y código correspondiente.

Tabla 6*Gama cromática del Boletín informativo.*

Color RGB	#Código	Sección
 R=89 G=140 B=156	#598c9c	Fondo principal
 R=89 G=140 B=156	#598c9c	Franjas del boletín
 R=89 G=140 B=156	#598c9c	Títulos en el contenido

Los colores utilizados fueron por las siguientes razones:

Azul: A este color se lo considera como un tono que expresa calma, tranquilidad y relajación.

Negro: Representa la elegancia y lo atractivo de igual manera, representa formalidad.

Blanco: Se asocia a la tranquilidad, limpieza y generalmente suele combinarse con el color negro.

9.7.2.5 Interlineado y márgenes

Interlineado del texto: 1,5

Márgenes: 1,50

Tamaño: cuadernillo 110 x 155mm

Alineación del texto: justificado

Orientación: vertical

9.8 Técnicas de investigación

9.8.1 Análisis de resultados

Dentro de la investigación se usó esta técnica ya que, a través del análisis correspondiente de los resultados previamente obtenidos, permitió establecer el perfil del turista

cultural con la finalidad de difundir profundamente este tipo de turista estudiado a través del boletín informativo.

9.8.2 Diseño gráfico

En el proyecto de investigación se utilizó el diseño ya que es parte fundamental para la creación de un boletín informativo incluso hubo diversas herramientas para poder diseñarlo. La clave estuvo en elegir y crear un modelo que identifique el tema propuesto en el proyecto prestando mayor atención a la gama cromática, a las imágenes, a las secciones, la tipografía, etc.

9.9 Instrumentos

9.9.1 Canva

Es una aplicación de diseño para ordenadores compatibles con Windows o Macos. Con ayuda de esta explicación es posible llevar a cabo todos los tipos de proyectos que van desde la creación de revistas, libros, periódicos, tríptico etc. Esta aplicación fue de utilidad para la elaboración del boletín informativo que se tomó en cuenta la tipografía, estructura, colores etc. que harán que genere el interés al momento de adquirir este boletín que tendrá información acerca del perfil del turista cultural.

En esta aplicación se encontró una serie de plantillas que permitieron la creación del boletín informativo tomando en cuenta que sea un modelo que capte el interés con solo ver la portada por otro lado, también tuvo iconos que sirvieron para que sea más llamativo y pueda el espectador darse cuenta acerca del contenido que se está presentando.

De igual manera la aplicación disponía una diversificación de colores que permitió a la persona quien diseñaba usar tonalidades de acuerdo a la preferencia y lo que deseaba mostrar.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1 Descripción del área de estudio

10.1.1 Aspecto histórico

El aspecto histórico es importante dentro de la descripción de un proyecto de investigación acerca del lugar estudiado en este caso la provincia de Cotopaxi ya que es un espacio en el que se mencionan como surgió un lugar y los hechos más relevantes de la provincia.

Figura 1

Provincialización de la provincia de Cotopaxi



Nota. Adaptado de la página de Facebook de la Universidad Técnica de Cotopaxi (2023).

El territorio actual de Cotopaxi fue delimitado oficialmente el 1 de abril de 1851, cuando el Estado Ecuatoriano lo reconoció como provincia. Era la culminación de un largo proceso histórico que había ido definiendo y perfilando al territorio actualmente heredado.

De acuerdo al autor Herrera (2017) Menciona que la provincia nació con el nombre de Cotopaxi, debido a que el coloso en mención era lo más representativo de la provincia. Sin embargo, mediante Decreto Ejecutivo emitido el 09 de octubre de 1851 y publicado

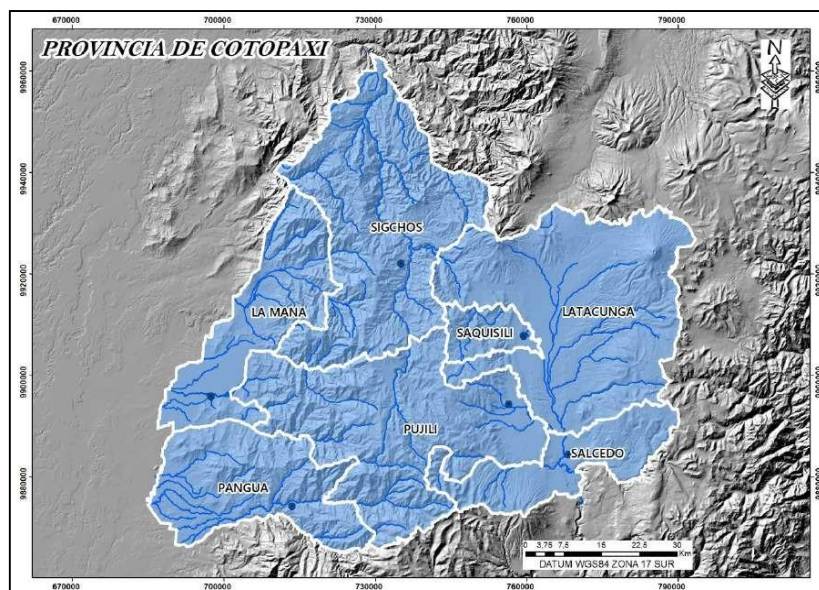
oficialmente el 21 del mismo mes y año, el General José María Urbina quién fue presidente de la República, cambió el nombre de la provincia, llamándola provincia de León, en honor al Dr. Vicente León. No obstante, el 31 de mayo de 1938, en la administración Gral. Alberto Enríquez Gallo, se publicó un decreto ejecutivo, que establecía el nombre de la provincia de Cotopaxi. Además, proponía que era menester recuperar la memoria indígena, situación que no se cumplía con el apellido del filántropo, pero sí se lograba con el nombre del volcán.

10.1.2 Aspecto geográfico

De igual forma el aspecto geográfico es esencial ya que esta parte permitirá saber geográficamente la ubicación de la provincia de Cotopaxi que es el lugar de estudio y se añadió a esto la lista de los cantones que pertenecen a la misma.

Figura 2

Cantones de la provincia de Cotopaxi



Nota. Siete cantones pertenecientes a la provincia de Cotopaxi. Reproducida de Provincia de Cotopaxi, Equipo de investigación del PDOT, 2015.

El territorio de la provincia de Cotopaxi se localiza en la Sierra central del país, ocupa la cuarta hoya desde el norte, denominada la Hoya Central Oriental de Patate.

10.1.2.1 Límites.

Norte: Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas

Sur: Tungurahua y Bolívar

Este: Los Ríos

Oeste: Napo

10.1.2.2 Cantones pertenecientes a la provincia de Cotopaxi.

La Maná

Latacunga

Pangua

Pujilí

Salcedo

Saquisilí

Sigchos

De los 7 cantones antes mencionados, 4 se ubican en la Sierra (Latacunga, Pujilí, Saquisilí y Salcedo), Sigchos comparte territorios entre la región serrana y la ceja de montaña de la cordillera occidental y 2 cantones (La Maná y Pangua), ubicados en la zona occidental de la provincia, pertenecen a la zona subtropical y están articuladas a la región Costa. Existen 45 parroquias, 33 rurales y 12 urbanas.

10.1.3 Aspecto sociocultural

10.1.3.1 Demográfico.

En el territorio cotopaxense habitan 488.716 personas, según la proyección demográfica del INEC para 2020, siendo la décima segunda provincia más poblada del país.

Tabla 7

Total de habitantes en cada cantón de Cotopaxi.

CANTÓN	TOTAL
LATACUNGA	205.624
LA MANA	56.905
PANGUA	24.612
PUJILÍ	79.772
SALCEDO	67.100
SAQUISILÍ	31.426
SIGCHOS	23.277
COTOPAXI	488.716

Nota. Población de la Provincia de Cotopaxi, adaptado del INEC 2010.

10.1.3.2 Grupos Étnicos.

La provincia de Cotopaxi está conformada por dos culturas claramente identificadas, la mestiza y la indígena. De acuerdo al SIISE el 29% es población indígena, y de acuerdo a las estimaciones con la población (para la elaboración del PPDC Plan Participativo de Desarrollo de Cotopaxi) sobre la adscripción étnica, considerando básicamente el uso del idioma kichwa, el 36% de la población de Cotopaxi es indígena. (Lourdes T, 2004, p.15).

En la provincia de Cotopaxi se asienta un solo pueblo indígena reconocido oficialmente por el Estado Ecuatoriano, como es el Pueblo Panzaleo de la Nacionalidad Kichwas del Ecuador. (PDOT, 2018, P.70).

10.1.3.3 Patrimonio Cultural Intangible (Fiestas en la provincia de Cotopaxi)

El Patrimonio Inmaterial está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos de identidad y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, el Patrimonio Inmaterial está conformado por aquellas manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidos de generación en generación. (PDOT, 2018, P.71).

Dentro del patrimonio intangible, las comunidades han generado un conjunto de festividades, entre ellos se destaca La fiesta del Corpus Christi en el Cantón Pujilí y La Mama Negra en el Cantón Latacunga de igual manera en el resto de cantones existen fiestas con fines religiosos o de cantonización que generan flujos económicos importantes. (PDOT, 2020, P.109).

10.1.3.4 “Mama Negra”, la fiesta más famosa y trascendental de Ecuador

Este particular festejo se lleva a cabo en dos ocasiones al año: el 23 y 24 de septiembre, días del equinoccio de otoño y de rememoración a la Virgen de La Merced, según la iglesia católica. Ésta es organizada por las vivanderas 7 del mercado Pichincha del Barrio de La Merced y El Salto y, como un evento principal por la independencia de la ciudad. Las dos fiestas tienen mucha similitud en cuanto a la presencia de los personajes principales y secundarios, pero la primera tiene más expresiones folklóricas populares y ancestrales que la segunda ha hecho que esta fiesta sea considerada como una de las más importantes en el país. El Instituto de Patrimonio Cultural INPC, acordó declararla como “Patrimonio Cultural Intangible de la Nación”, el 31 de octubre de 2005. (Cáceres N, 2020)

Figura 3

Festividad de la Mama Negra en el cantón Latacunga



Nota. Fiesta de la mama negra, tomada por el equipo del Municipio de Latacunga. (2022).

10.1.3.5 La fiesta tradicional de la Octava del Corpus Christi

Pujilí o también denominado la “Tierra del Danzante”, tiene en su haber cultural el paseo procesional de “Corpus Christi” que ha sido incorporado en el calendario como una expresión de la cultura popular enraizada en la música, el baile, la comida, los artesanos de la cerámica y las creencias ancestrales por lo que ha recibido el título de “Patrimonio Cultural Intangible de la Nación” (Bedón Herrera & Muñoz Salguero, 2012)

La renombrada fiesta del Corpus Christi, declarada en el 2011 Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador, conjuga creencias ancestrales del Inti Raymi y el origen cristiano de las Octavas de Corpus Christi, conocido también como Sacerdote de la lluvia.

Figura 4

Danzante autóctono de Pujilí



Nota. Danzante de Pujilí y el Pingullero. Fotografía tomada por: Erika Córdor (2023).

A continuación, se presenta la (tabla 8) de otras fiestas que forman parte de las manifestaciones culturales realizadas a nivel provincial en Cotopaxi dividida por cantones, presentando también a la categoría, tipo y subtipo al que pertenecen con la jerarquía y descripción.

Tabla 8
Fiestas tradicionales de la provincia de Cotopaxi

Parroquia	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción
Aláquez	Fiestas tradicionales San Antonio de Padua	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Estas tradicionales fiestas se llevan a cabo el 13 de junio de cada año en el centro parroquial de Aláquez, desde el año 2007, con el apoyo de todas las organizaciones.
Belisario Quevedo	Fiestas de parroquialización y de San Bartolomé	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Las fiestas de parroquialización de Belisario Quevedo y San Bartolomé se llevan a cabo, el fin de semana más cercano al 24 de agosto de cada año desde 1936 en honor al Patrono San Bartolomé.
Guaytacama	Festividades de la virgen del Tránsito de Pilacoto	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Las fiestas se llevan a cabo alrededor del 15 de agosto de cada año, fecha en las que el catolicismo honra a la Virgen del Tránsito.
Guaytacama	Fiestas del Señor Del Árbol	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Este Santuario se construyó en el siglo XVI, y perteneció a la familia Rovayo. En el mismo lugar un indígena de la zona Guápulo (Quito) compró a la misma familia dos caballerizas (medida de área española), para sembrar allí el árbol de quishuar.
Guaytacama	Fiestas de San Juan	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Las fiestas de San Juan se celebran considerando el solsticio de verano por las cosechas del maíz, en agradecimiento a las siembras que provee la Pacha Mama durante todo el año.
Joseguango Bajo	Fiestas de la Santa Cruz de Quisinche	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Estas festividades se vienen realizando desde hace aproximadamente cien años, específicamente el 24 de septiembre de cada año.
La Matriz	Fiestas de la Mama Negra	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	III	Fiesta con la cual los habitantes de la ciudad de Latacunga celebran año tras año el aniversario de su independencia o fiesta política, celebrada la primera semana del mes de 23 ; 24 de septiembre y noviembre.
Once de Noviembre	Fiesta de la Virgen de Guadalupe	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Hace dos años el Obispo consagró a la Virgen de Guadalupe como Patrona de la parroquia, estableciendo la fecha 12 de diciembre.
Poaló	Fiestas del señor de maca	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Esta fiesta tradicional de la parroquia Poaló se celebra el 14 y 15 de septiembre de cada año, en honor al Señor de Maca.

Tanicuchí	Fiestas de parroquialización	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Las fiestas se realizan en honor a San Lorenzo de Tanicuchi, por el GAD Parroquial de Tanicuchi, durante el mes de agosto de cada año.
Toacaso	Fiestas tradicionales San Antonio de Padua	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	El homenaje al Patrono de la parroquia San Antonio de Padua se lleva a cabo el 13 de junio de cada año.
Cantón: La Maná						
La Maná	Fiestas de carnaval de la Maná	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Estas festividades se llevan a cabo durante el mes de febrero, festejando el Carnaval con muestras de folclor y cultura.
Pucayacu	Fiestas de parroquialización	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	La fundación de la parroquia Pucayacu se realizó el 27 de julio de 1944, pero se ha acordado tomar el 10 de agosto en que se conmemoran las fiestas cívicas nacionales para las celebraciones de fundación parroquial.
Cantón: Pangua						
El Corazón	Reencuentro Pánguese	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	Esta festividad se dejó de celebrar por nueve años; y se retoma como “La Fiesta del Reencuentro”, a celebrarse el 10 de agosto de cada año.
El Corazón	Fiesta de cantonización	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	El nombre de Pangua se debe a uno de sus recintos y a los antiguos indígenas llamados “Pangua”. Estas festividades se llevan a cabo el primero de junio de cada año.
Cantón: Pujilí						
Angamarca	Fiesta de navidad-Los Caporales	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	Estas festividades se realizan del 22 al 25 de diciembre de todos los años.
El tingo	Fiestas del diez de agosto	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Las fiestas del 10 de Agosto se vienen realizando desde 1946.
Pilaló	Fiestas de Apagua	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Estas festividades se vienen realizando desde hace más de cien años, originalmente la población participaba en la fiesta de Corpus Christi que se desarrollaba en las haciendas donde ahora es la parroquia Zumbahua.
Pujilí	Festividades del Corpus Christi	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	Las Octavas del Corpus Christi, es una celebración de fondo religioso, de gran significancia para el mundo católico, a la llegada de los españoles con el objeto de evangelizar a los indígenas se fusionaron las fiestas aborígenes del Inti Raymi con el Corpus Christi.
Pujilí	Danzantes de Pujilí	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Música y Danza	III	El Danzante es el protagonista más representativo de las celebraciones del Corpus Christi en Pujilí.

Cantón:Salcedo						
Antonio José Holguín	Festividades de Santa Lucía	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	La parroquia tiene como tradición realizar las festividades en honor a su Patrona "Santa Lucia", el día principal de la fiesta es el 13 de diciembre de cada año.
Mulalillo	Celebraciones de Semana Santa	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas	II	La Semana Santa es la época que más significado tiene para el mundo católico, con la celebración de la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo.
Mulalillo	Festividades de San Pedro	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	En los años setenta fue donde se ubicó la fecha de parroquialización el 29 de mayo.
Mulliquindil	Festividades de San Isidro Nuevo	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Las festividades en honor a San Isidro se celebran en carnaval.
Mulliquindil	Festividades de Santa Ana	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	II	Las festividades son realizadas en el centro parroquial de Mulliquindil - Santa Ana, el 26 de julio de cada año.
Panzaleo	Fiestas de la Santa cruz	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	La "Fiesta de la Santa Cruz" se realiza anualmente para conmemorar la "Consagración de la cruz", la Cruz es un símbolo protector dentro de la cultura popular local. El acto de bendecir las cruces el 3 de mayo.
Panzaleo	Fiestas de la yumbada	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	La comparsa de la Yumbada consta de doce integrantes, dos monos, la vaca loca, la Mama Negra, los saumeriantes, los champuceros, se desarrolla en el parque central de la Parroquia.
San Miguel	Inti Raymi	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Rendir adoración al Padre Sol, por el beneficio recibido de los frutos recibidos de la tierra.
Cantón:Saquisilí						
La Matriz	Festividades de la virgen del Quinche	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Estas festividades se celebran desde hace aproximadamente 65 años, cuando se encomienda al Cantón en manos de su Madrina la Virgen del Quinche.
La Matriz	Festividades cantonales	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Las festividades de Fundación del Cantón Saquisilí se realizan cada 18 de octubre, bajo inscripción publicada en el año 1943.
Cantón:Sigchos						
Sigchos	Fiestas patronales de San Miguel de Sigchos	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	Las fiestas patronales se llevan a cabo el 29 de septiembre de cada año, celebradas en honor al Arcángel San Miguel y también se suma la cantonización de Sigchos.

10.1.4 Aspecto ambiental

10.1.4.1 Hidrografía.

El sistema hidrográfico lo constituye el río Cutuchi que nace en el Cotopaxi, está formado a su vez por los ríos Manzanahuayco y Rumiñahui; el sistema lo complementan el Yanayacu, Nagsiche, Chalupas, Illuchi, Patoa, Pumacunchi y Quindigua. (Falcón P ,2013).

10.1.4.2 Clima

La provincia tiene climas muy diversos, desde el cálido húmedo en las zonas costeras hasta el gélido en las cumbres del volcán Cotopaxi, la temperatura media es de 13 ° C. La temperatura de la costa inicia en el mes de febrero y termina en el mes de mayo. En la sierra la temporada invernal no es definida, pero hay marcada presencia de lluvia de noviembre a enero, la época de fuertes vientos en la sierra corresponde a los meses de junio, julio y agosto.

10.1.5 Aspecto económico

En el presente proyecto de investigación como parte de la descripción del lugar de estudio es importante plasmar información del sector acerca de la situación laboral en la que se encuentran las personas dentro de la provincia permitiendo también entender las actividades que realizan en el diario vivir y que les permite ingresos económicos a sus hogares.

10.1.5.1 Población económicamente activa e inactiva.

Estos datos presentados son de acuerdo al Censo de Población y vivienda en 2010. Con ello se podría determinar que los datos revelan la escasa presencia laboral de las mujeres, cifras preocupantes debido a que de esta forma no se llegará a alcanzar un desarrollo igualitario.

Tabla 9*Población económicamente activa e inactiva.*

Población económicamente activa		
173.094	Hombres (58 %)	Mujeres (41,2 %)
Población económicamente inactiva		
146.253	Hombres (35 %)	Mujeres (65 %)

Nota. Porcentaje de la población económicamente activa e inactiva, obtenido del Censo de población y vivienda (2010).

10.1.6 Sistema Turístico de la provincia de Cotopaxi

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT). En este siguiente apartado se plasman los elementos que conforman el sistema turístico de la provincia de Cotopaxi.

10.1.6.1 Demanda.

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en cifras 2022 para efecto de la investigación se tomó como referencia el registro del ingreso de turistas tanto nacional y extranjera en el año 2022 debido a que, no se encuentran datos de ingresos a los atractivos turísticos.

Tabla 10*Áreas protegidas.*

Área protegidas	Extranjero	Nacional	Total
Área Nacional de recreación el Boliche	13	2.562	27,778
Parque Nacional Cotopaxi	2.777	16.579	149,738
Reserva Ecológica los Ilinizas	525	7457	78,175

Nota. Ingreso de turistas a las Áreas protegidas de la región Sierra.

De esta forma se pueda apreciar que en el Parque Nacional Cotopaxi llegaron 148,738 turistas, mientras que al Área Nacional de Recreación el Boliche fueron 27,778 así mismo el número de turistas que visitaron la Reserva Ecológica los Ilinizas constaba de 78,175. Se hace énfasis en estas tres áreas protegidas debido a que se encuentran en la provincia de Cotopaxi que es el área de estudio en el presente proyecto de investigación. Siendo así la mayor visita al Parque Nacional Cotopaxi, seguidamente la Reserva Ecológica Los Ilinizas que dentro de esta se encuentra situada la Laguna de Quilotoa que fue seleccionada para la visita a encuestar a los turistas específicamente en el mirador Shalalá, con ello se puede ver que son sitios de mayor frecuentación de visita.

Por otro lado, dentro del aspecto cultural del ingreso de turistas solo se puede encontrar datos acerca de la fiesta de la Mama Negra en el año 2019 y 2022. Según Byron Cárdenas, alcalde de Latacunga, cerca de 500 000 turistas nacionales y extranjeros, disfrutaron de la tradicional celebración' en el 2022; que desde 1964 se cumple en la capital de la provincia de Cotopaxi. Aseguró que fue una fiesta popular muy esperada por los latacungueños y por los turistas que acuden de otras ciudades del país.

Tabla 11

Visita de los turistas a la fiesta de la Mama Negra.

Fiesta	Año	Ingreso de turistas nacionales y extranjeros
Mama Negra	2019	220.000
Mama Negra (Patrimonio intangible del Ecuador)	2022	500.000

Nota. Ingreso de turistas a la fiesta de la Mama Negra, Obtenido de El Comercio entrevista a Byron Cárdenas quién fue alcalde de Latacunga, GAD Municipal.

10.1.6.2 Oferta Turística

Dentro de la oferta turística se encuentra un elemento importante como los atractivos turísticos que pueden ser naturales o culturales y son de interés para los turistas.

10.1.6.3 Atractivos turísticos.

Para la clasificación de atractivos se consideran dos categorías: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos. En la provincia de Cotopaxi existen un total de 51 atractivos naturales y por otro lado los sitios y manifestaciones culturales representa un total de 106. Información que fue tomada por el GAD provincial. (Tabla 12, tabla 13 Apéndice 7 y Apéndice 8).

Tabla 12

Atractivos naturales de la provincia de Cotopaxi.

Cantón	Categoría	Cantidad de atractivos
Latacunga	Sitios Naturales	15
La Maná	Sitios Naturales	4
Pangua	Sitios Naturales	6
Pujilí	Sitios Naturales	13
Salcedo	Sitios Naturales	4
Sigchos	Sitios Naturales	9
Total		51

Nota. Obtenidos del inventario de atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi (2015)

Tabla 13

Atractivos culturales de la provincia de Cotopaxi.

Cantón	Categoría	Cantidad de atractivos
Latacunga	Manifestaciones culturales	53
La Maná	Manifestaciones culturales	5
Pangua	Manifestaciones culturales	5
Pujilí	Manifestaciones culturales	12
Salcedo	Manifestaciones culturales	17
Saquisilí	Manifestaciones culturales	5
Sigchos	Manifestaciones culturales	9
Total		106

Nota. Obtenidos del inventario de atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi (2015).

10.1.6.4 Planta turística.

La planta turística debe estar visualizada por los proveedores de servicios turísticos bajo el modelo de la gestión del turismo sostenible menciona el autor un conjunto de procesos tangibles en actividades que no solo generan experiencias al visitante, sino que asegura la calidad del proceso mediante el establecimiento de pautas para una mejora continua, asegurando la entrega de valor a la experiencia. (Bonilla-Bustos et al., 2022). La planta turística es un elemento primordial dentro del ámbito turístico en el cual se trata de empresas turísticas que facilitan a los turistas obtener los productos y servicios ofrecidos con el fin de poder satisfacer la necesidad de los turistas y a la vez obtenga una experiencia única y agradable. En el proyecto de investigación las agencias de viajes que forman parte de la planta turística son empresas que diseñan paquetes turísticos destinados a los visitantes quienes tienen el interés de visitar un lugar.

10.1.6.5 Alojamiento.

Este concepto se entiende por establecimientos turísticos que reflejan la acción de alojarse por ciertos días y en la cual brindan otros servicios complementarios siendo un total de 99 establecimientos de alojamiento en la provincia de Cotopaxi. (Tabla 16).

Tabla 14 Alojamiento en la provincia de Cotopaxi.

Clasificación	N°
Hostería	25
Campamento turístico	2
Haciendas	6
Hostal	36
Hotel	27
Lodge	1
Refugio	1
Casa de huéspedes	1
TOTAL	99

Nota. Cantidad de alojamiento en la provincia de Cotopaxi, obtenido del catastro de establecimientos turísticos (2023).

10.1.6.6 Alimentos y bebidas.

En este apartado se realizó un conteo de cada uno de los establecimientos que pertenecen a la actividad de alimentos y bebidas siendo así un total de 141 en la provincia de Cotopaxi.

Tabla 15

Actividad alimentos y bebidas en la provincia de Cotopaxi.

Clasificación	N°
Bar	16
Cafetería	16
Discoteca	15
Restaurante	102
TOTAL	141

Nota. Clasificación de la actividad de alimentos y bebidas. Obtenido del catastro de establecimientos turísticos (2023).

10.1.6.7 Operación.

El operador turístico es un sujeto activo del mercado turístico, directamente involucrado en la planificación, desarrollo, promoción e implementación de un producto turístico con fines comerciales. Dentro de la provincia de Cotopaxi existen un total de 30 agencias de viajes dedicadas a las actividades mencionadas. (Tabla 18)

Tabla 16

Clasificación de la operación turística

Clasificación	N°
Operador turístico	22
Agencia de viajes internacional	8
TOTAL	30

Nota. Clasificación y cantidad de agencias de viajes y operadoras turísticas existentes. Obtenido del Catastro de establecimientos turísticos (2023).

10.1.6.7 Otros sitios.

Aquí se conforma de 7 establecimientos que pertenecen a la actividad otros sitios la cual se trata de termas y balnearios de igual forma, recepciones que existen en la provincia.

Tabla 17

Otros sitios de interés que conforman la planta turística.

Nº	Nombre del establecimiento	Cantón	Actividad	Clasificación	Categoría
1	Centro turístico El Progreso	Latacunga	parques de atracción estables	Termas y balnearios	Segunda
2	Centro turístico infantil la familia	La Maná	parques de atracción estables	Termas y balnearios	Segunda
3	El cacagual	La Maná	parques de atracción estables	Termas y balnearios	Tercera
4	Aqualuna	Latacunga	parques de atracción estables	Termas y balnearios	Segunda
5	Recepciones doña Mary	Latacunga	intermediación	recepciones	Segunda
6	Natural house	Salcedo	intermediación	recepciones	Segunda
7	San Luis recepciones	Latacunga	intermediación	recepciones	Segunda

Nota. Clasificación en termas, balnearios existentes y sala de recepciones existentes.

Obtenido del Catastro de establecimientos turísticos (2023).

10.1.6.8 Infraestructura.

Forma parte del conjunto de servicios de apoyo turístico pero que a su vez permite cubrir necesidades básicas de la población local, tales como carreteras, hospitales, centros educativos entre otros los cuales llegan afectar desarrollo turístico de la zona si alguno de estos servicios carece o el acceso a ellos exagera en costo, es por ello que la infraestructura es un elemento condicionante para el desarrollo turístico y económico del lugar. (Fuentes, 2013).

10.1.6.9 Transporte turístico.

El transporte turístico terrestre está servido por 3 operadoras, con 22 unidades y una capacidad de 665 asientos.

Tabla 18*Registro del transporte turístico de la provincia de Cotopaxi.*

Transporte Turístico					
Registro	Razón social	propietario	Representante legal	Dirección	Categoría
0501040200	Cottullari s.a	Compañía detransporte de turismo cotullari s.a.	Díaz Riofrío Luis Javier	Amazonas 18-21 y alfredo baqueriizo	Terrestre
0501500204	Comilpatria	Compañía detrsporte turistico comilpatria s.a.	Valdéz Gomez ermcen amador	Av. amazonas 23 72 y juan jose flores	Terrestre
-	Touringcotax s.a	-	-	-	Terrestre

Nota. Obtenido de la cámara de turismo de la provincia de Cotopaxi.

10.1.6.10 Superestructura.

La superestructura está conformada por toda organización pública o privada que administra, regula o afecta el funcionamiento de los atractivos turísticos, planta turística e infraestructura. Por ejemplo: Cámaras, Asociaciones, Operadores, Universidades y Municipalidades De manera tal que dentro del proyecto toma un papel de suma importancia ya que dichos actores son facilitadores de la información para el desarrollo de esta y conocer cuál es la situación actual de la planta turística en la provincia de Cotopaxi. Ministerio de turismo; GAD Provincial y GADS cantonales.

10.2 Sitios y manifestaciones culturales seleccionados con jerarquía II, III

Previamente se hizo mención del total de cada sitio y manifestaciones culturales de cada cantón perteneciente a la provincia de Cotopaxi las cuales fueron un total de 106 que tenían jerarquía de I, II y III. Sin embargo, se presenta en la tabla 21 los sitios y manifestaciones que solo poseen jerarquía II y III. (Tabla 19).

Tabla 19*Sitios y manifestaciones culturales con jerarquía II y III*

Atractivo Turístico	Jerarquía II	Jerarquía III
Fiestas tradicionales de San Antonio de Padua.	X	
Hacienda Guanailín	X	
Pista de parapente de potrerillo	X	
Festividades de la virgen de Tránsito de Pilacoto.	X	
Fiestas del Señor del Árbol	X	
Fiestas de San Juan	X	
Estación del tren Guaytacama	X	
Iglesia parroquial de Guaytacama	X	
Santuario del Señor del Árbol.	X	
Foyer de Charité	X	
Zoológico Agrinag-Terracultivo.	X	
Estación del tren Latacunga	X	
Iglesia San Felipe	X	
Parque Náutico Laguna Ignacio Flores	X	
Quinta Estados Unidos	X	
Santuario de Colatoa	X	
Iglesia San Sebastián	X	
Fiestas de la Mama Negra		X
Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas	X	
Molinos Monserat	X	
Casa de los Marqueses	X	
Hospital Hermanas Páez	X	
Edificación de la Gobernación de Cotopaxi	X	
Parque Vicente León	X	
Edificio Municipal Latacunga	X	
Iglesia La Merced	X	
Iglesia de San Agustín	X	
Iglesia de San Francisco	X	
Iglesia de Nuestra Señora del Salto	X	
Iglesia de Santo Domingo	X	
Catedral de Latacunga	X	
Museo zoológico Rafael Betancourt.	X	
Piedra Chilintosa	X	
Hacienda Barrancas	X	
Hacienda Tambo Mulaló	X	
Fiesta del señor de Maca	X	
La Sanjuanada	X	
Hacienda Tilipulo	X	
Centro Intercultural Comunitario Tanicuchi	X	
Museo Municipal La Maná	X	
Hacienda Malqui	X	
Colección de piezas Arqueológicas del Arq.Germán Albán	X	
Reencuentro Pánguese	X	
Fiestas de Cantonización de Pangua	X	
Iglesia Matriz de Pangua	X	
Cerro Sagrado El Copal	X	
Carnaval de Moraspungo	X	
Fiesta de Navidad-Los Caporales	X	
Reencuentro Pánguese	X	
Santuario del niño Isinche	X	

Festividades del Corpus Christi		X
Edificio Municipal de Pujilí	X	
Iglesia Matriz de Pujilí	X	
Galería Artesanal Tigua	X	
Galería Artesanal Quilotoa	X	
Mirador de Shalalá	X	
Festividades de Santa Lucía	X	
Iglesia de Antonio José Holguín	X	
Iglesia Matriz de Mulalillo	X	
Fiestas de la Yumbada	X	
Fiestas del señor De Panzaleo	X	
Inti Raymi	X	
Edificio Municipal del Cantón Salcedo	X	
Iglesia Matriz de Salcedo	X	
Festividades de San Juan Bautista.	X	
Iglesia Matriz de Saquisilí	X	
Artesanías de Guantualó	X	
Fiestas Patronales de San Miguel de Sigchos.	X	
Iglesia de Sigchos	X	
TOTAL		73

Nota. Inventario de atractivos culturales 2015.MINTUR.

10.3 Sitios y manifestaciones culturales seleccionadas para la aplicación de la encuesta

De los 73 atractivos anteriormente mencionados se realizó una selección de los atractivos culturales, tomando en cuenta la importancia turística es decir el conjunto de elementos que se analizaron para la elección de los 10 atractivos culturales como la importancia cultural, número de turistas que ingresan al atractivo, jerarquía de acuerdo el MINTUR, accesibilidad en las vías para llegar al atractivo y la cercanía o distancia que tiene con relación a otros atractivos sean naturales o culturales.

En primera instancia se encuentra la fiesta del Corpus Cristi realizada en el cantón Pujilí formando parte de la identidad cultural de la población, el autor (Díaz & Amores, 2012). Menciona que el Corpus Christi es una de las manifestaciones culturales ecuatorianas de gran importancia que por sus características fue nombrada Patrimonio Cultural Intangible de la Nación. Siendo el personaje principal el danzante autóctono de Pujilí o también denominado como el sacerdote de la lluvia que cada año el 10 y 11 de junio se celebran junto a comparsas folklóricas de diferentes comunidades y otras ciudades, actividades que se han convertido de

interés para los turistas presenciando así en el año 2023 en el mes de junio fiesta realizada recientemente que logro alcanzar 17000 turistas de acuerdo al alcalde José Cabrera que en una entrevista manifestó lo expuesto. Por otra parte el MINTUR clasifica 5 niveles de jerarquía en la cual son establecidas de acuerdo a los rangos que representa los atractivos y en este caso la fiesta del Corpus Christi se encuentra en una jerarquía III siendo el segundo que tiene esta denominación que se trata de un atractivo con rasgos excepcionales que es capaz de motivar a los turistas por sí solo ya que presenta condiciones adecuadas para la actividad turística y estos se encuentran enfocados a mercados nacionales e internacionales seguidamente, el otro criterio es la accesibilidad en la vías y para esto en la fiesta del Danzante de Pujilí desde Latacunga se encuentran buses interprovinciales que se encuentran como punto de partida en la Terminal terrestre y sucesivamente en varias paradas dirigiéndose por la E30 con un tiempo aproximado de 30 minutos para llegar al Parque público Pujilí que es el lugar en donde comienza el desfile de los danzantes junto a las demás comparsas.

Por otro lado, está el Santuario del Niño Isinche ubicado de igual manera en el cantón Pujilí donde para los habitantes y fieles devotos forma parte de la importancia cultural especialmente a nivel local y provincial debido a que, tienen creencias que el Niño Santo es capaz de conceder milagros a quienes tengan una necesidad. A esta hacienda llega una considerable suma de personas cada fin de semana a visitar y venerar a la imagen del niño Jesús que se encuentra dentro de una habitación de adobe y teja, cuarto en donde reposa fotografías, placas conmemorativas, cartas, frases a los distintos milagros que le atribuyen a esta divinidad Revista Pujilí, Ayer Hoy y Siempre (2015). Otro autor Valdivieso P (2012) manifiesta que “la imagen del Niño de Isinche mide 42 centímetros, la leyenda cuenta que un hombre llegó a este lugar desde Riobamba, cargando en sus acémilas algodón; al bajar la carga los indígenas encontraron una bella imagen tallada en madera; era el, como así lo llaman, construyeron una capilla para venerarle, al Niño se le atribuyen toda clase de milagros y favores”. En cuanto al

ingreso de turistas no existen datos de visita a este atractivo pese a que es un icono importante para Pujilí, el atractivo tiene rasgos llamativos que son capaces de interesar a los visitantes reflejando una jerarquía de nivel II. Para llegar al Santuario del Niño Isinche se puede hacer uso del transporte público desde la terminal de Pujilí recorriendo 15 min de viaje más que llega hasta la escuela de Isinche que desde ese punto hasta llegar a la entrada se va a pie. Es decir, estos atractivos se encuentran accesibles para todos los turistas que desean visitar.

En el cantón Latacunga se encuentran tres atractivos que fueron seleccionados siendo uno de ellos La Iglesia de la Merced que es un templo importante dentro de la provincia principalmente por estar ubicado dentro del centro histórico de Latacunga, está construida sobre un plano de cruz latina de una sola nave con dos cruceros, estructura que se destaca por la nave central, la cúpula en 4 la parte central y el coro en la parte inferior, en este sitio se encuentra la imagen de la Virgen Protectora de Latacunga patrona de la iglesia y protectora de la ciudad, se le atribuye a ella los milagros de calmar la furia del volcán Cotopaxi, durante las erupciones, en honor a ella se celebra la manifestación de cultura religiosa más grande y la principal de la ciudad de Latacunga; la mama negra de la Merced, la cual esta apadrinada por sus devotos, que en estas fechas se convierten en priostes mayores y Mama negra(Anchatuña S,2018).Como menciona el autor es de importancia para los habitantes ya que lo consideran como protectora de los cotopaxenses. El número de visitantes al lugar no existen datos en documentación, sin embargo, se le puede asociar con el ingreso de turistas a la fiesta de la mama negra en el año 2022 ya que dentro de las primeras actividades a realizar es dirigirse a la iglesia para la misa respectiva. En cuanto a la accesibilidad de las vías permite que turistas lleguen al atractivo ya que se ubica en el centro histórico de Latacunga en la calle, Juan Abel Echeverría.

La Casa de los Marqueses debe su importancia, en primer lugar, por haber sido la de este personaje notable de la historia del país. Luego alojó a la Biblioteca Municipal de Latacunga. De igual manera la importancia arquitectónica el tamaño del inmueble de una sola

planta, lo identifica con la arquitectura generada luego de los terremotos del pasado (Guarderas Guía de bienes culturales del Ecuador, 2014). Atractivo que genera interés en los turistas para la visita ya que dentro de este lugar también tiene otras salas en la cual se puede visualizar la historia del cantón Latacunga y hechos relevantes que han suscitado en el lugar y también en otra de las salas se presenta los personajes principales que participan en la fiesta de la Mama Negra con la finalidad que el turista cuando visite se informe acerca de los personajes. Por otro lado, el ingreso de turistas al atractivo es de 228 en el año 2019 de acuerdo a un proyecto de investigación previamente realizado por Poaquiza Silvia de la Universidad Técnica de Ambato. La jerarquía que posee está en nivel II que representa condiciones básicas para generar productos turísticos siendo capaz de despertar el interés del turista. Finalmente, la accesibilidad en relación a las vías sí se logra llegar al atractivo en la que se toma la calle. Fernando Sánchez de Orellana.

Parque Vicente León un atractivo cultural del cantón Latacunga que constituye el punto de encuentro de propios y extraños, en la antigüedad fue la Plaza Mayor del “Asiento Español San Vicente Mártir de Tacvnga”. Es el lugar donde acontecían y acontecen actividades de orden cívico, militar y religioso, lleva el nombre del Ilustre benefactor y filántropo Latacungueño Dr. Vicente León y Argüelles (Municipio de Latacunga, 2020). Sin duda alguna representa el espacio urbano de mayor jerarquía en la ciudad que principalmente admiran el monumento en honor al mismo nombre del parque. El ingreso de turistas no puede establecerse en cifras ya que no se ha hecho un conteo del número de turistas que recorren este atractivo, pero sí es importante mencionar que todo depende de las actividades que se organicen en aquel lugar ya sea de orden cívico, militar y religioso dirigidas por autoridades en las que llenan todos los espacios del parque sin embargo en otras situaciones es muy notorio la escasa llegada de turistas como durante la pandemia u otros acontecimientos que hayan ocurrido o puedan pasar en cierto momento. De acuerdo el MINTUR el atractivo se encuentra en la jerarquía II. Y para poder

dirigirse se ubica por la Av. Amazonas en la calle Padre Salcedo como referencia alrededor del atractivo se encuentra el Gobierno Autónomo Descentralizado de Latacunga, Ban Ecuador, Banco Pichincha.

Otro de las manifestaciones importantes en el país y toda la región andina se celebra el Inti Raymi que es la fiesta a la adoración del Dios realizado en el cantón Salcedo .En la semana del 21 a 25 considerando días de festividad ya que el celebrar esta fiesta es la manera de valorar al pueblo indígena, recuperar la tradición de los antepasados, vivir la interculturalidad y hacer posible la construcción de un Estado plurinacional” (MCP, 2016). Forma parte de la identidad cultural de la comunidad que sienten como una fiesta del encuentro de todas las personas y la cual también colaboran con los frutos para realizar la chakana icono principal que es indispensable en el Inti Raymi. También se encuentra dentro de las manifestaciones culturales inmateriales, en la que se expresa la vigencia de las creencias religiosas andinas que es muy visitada y conocida por los turistas. (Larrea, 2015). El ingreso de turistas no se encuentra en documentación, pero al momento de la visita en campo al lugar un delegado por parte del alcalde de Salcedo menciona que aproximadamente contaban con 500 turistas que visitaban de diferentes sitios de la región. De igual manera cuenta con una jerarquía de nivel II que representa al atractivo que llama la atención y principalmente es dirigido para turistas nacionales. El punto de encuentro se lo hace en el barrio El Calvario que tiene un tiempo de 20 min desde Latacunga y aquí también se encuentran los buses que se dirigen por la E35 hasta llegar a la calle el Calvario que se encuentra cerca de la carretera Panamericana logrando caminar una cuesta hasta llegar al mirador.

Por otra parte, se encuentra el atractivo cultural ubicado en Zumbahua que es la Galería artesanal de Quilotoa, representando un lugar importante para los habitantes debido a que cierta parte de la población puede vender los productos que tienen a su disposición y son ofrecidos para los turistas. Según (pilatasig, 2018) se ha dedicado a elaborar cuadros, abrigos, guantes y

un sinnúmero de recuerdos ofertados a los turistas que acuden cada día hasta la laguna bautizada con el mismo nombre de la comunidad. Se exhiben máscaras de madera, cuadros pintados con motivos andinos, bateas, gorros tejidos, ropa confeccionada a base de lana de alpaca, chales, cobijas y decenas de objetos. Cesar Pilataxi es otro comunero que trabaja desde su casa en la elaboración de máscaras que representan a los animales típicos de las festividades andinas, como el cóndor y el lobo, así como también a los bailarines y diablos que son tradicionales en las festividades de Navidad, Corpus Christi o carnaval. Se encuentran artesanías que reflejan a la comunidad principalmente los cuadros dibujados y pintados en piel de oveja logrando que los turistas puedan adquirirlo. Presenta una jerarquía de nivel II de acuerdo a las fichas establecidas en el inventario de atractivos culturales proporcionado por el MINTUR. Para llegar al atractivo es de fácil acceso ya que sí se encuentran las vías en buen estado y transporte que salen desde la terminal de Latacunga por la E30 por vía la Maná pasando el cantón Pujilí y Zumbahua.

Otro de los atractivos culturales se encuentra en la misma parroquia de Zumbahua y es el Mirador Shalalá que fue un proyecto impulsado por el Ministerio de Turismo con la finalidad de potenciar la actividad turística en el lugar tomando en cuenta las normas de conservación hecho de madera ofreciendo una vista perfecta hacia la Laguna de Quilotoa, culturalmente tiene denominación de subtipo obras técnicas principalmente fue seleccionado por la cantidad de turistas que ingresan tomando como referencia las (estadísticas de turistas en el año 2019 Ciencia digital) arriban 1.000 visitantes mensualmente y tomando otros datos se podría mencionar el ingreso de visitantes a la Reserva Ecológica Los Illinizas en el año 2022 que fue de 78,175 y se hace énfasis en esta área protegida ya que el atractivo se encuentra dentro de la misma. En cuanto a las vías es la misma que se mencionó anteriormente añadido el tiempo de recorrido al Mirador se realiza caminata media hora y si desean ingresar por otra entrada en la que si llegan los autos también se lo puede hacer con un costo de \$10 dólares. El atractivo posee

una jerarquía de II lo que genera el interés del turista en visitar el recurso y las actividades que se podría hacer.

El Santuario del Señor del Árbol en Cuicuno también se encuentra denominado como un atractivo cultural. Sus fieles católicos no son solo de la provincia sino de algunos rincones del país dando a resaltar por sus múltiples milagros de fe e incluso por sanación de sus familiares, se manifiesta que tras la aparición de la imagen a esta se le realizó una corona la cual se extravió sin saber si fue hurtada o extraviada, de modo que los moradores optan por construir un cuadro de vidrio que se encuentra enmarcando la imagen que podemos mirar hasta la actualidad(Lema A,2017).Aquí se detalla una respuesta de un turista que fue entrevistado por un estudiante de un proyecto de investigación que hace referencia a un milagro concedido. Rafael Moya oriundo de Pillaro gravemente enfermo con cólicos tuvo que ser internado en una clínica en junio de 1959 después de tres intervenciones quirúrgicas, lejos de mejorar su estado llevo a estar desahuciado orando con fervor al señor de Cuicuno, creyó ver junto a su lecho la sagrada imagen que le lleno de resplandores, desde ese momento dio inicio al mejoramiento de su salud. Dicho esto, se visualiza que este lugar es importante para los fieles devotos que creen en el Señor de Cuicuno. El registro de ingreso de turistas al lugar no se ha establecido, forma parte de la jerarquía II representando captar el interés en visitar los atractivos.

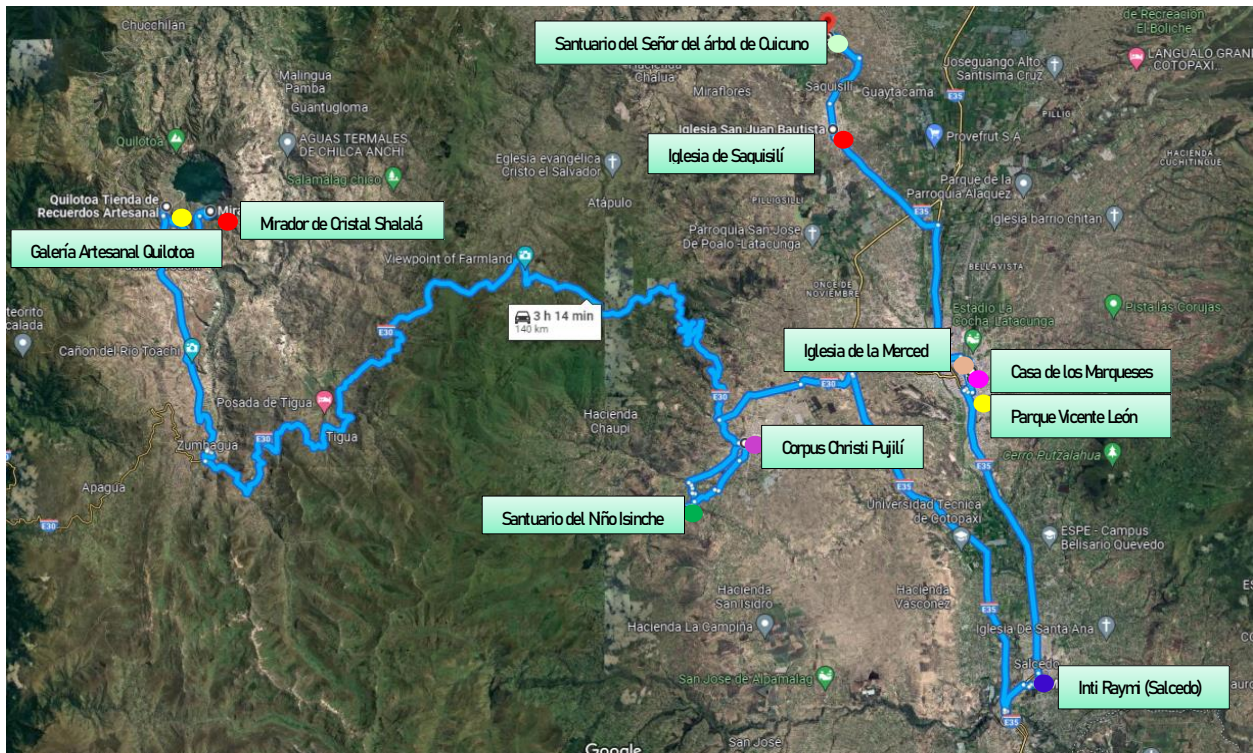
Finalmente está el atractivo La iglesia de Saquisilí que se encuentra registrada en el Inventario de los Bienes Inmuebles del cantón elaborado por el INPC, tiene un valor patrimonial, principalmente por su antigüedad, materialidad, técnicas y características constructivas, además una gran importancia cultural, religiosa y social para los pobladores.(Toapanta R,2018).Con respecto al ingreso de turistas no existen datos de la cantidad de visitantes que hayan acudido al atractivo sin embargo, presenta una jerarquía II y por otro lado, las vías a mencionar que si son accesibles se puede hacer uso de los buses interprovinciales que parten desde la terminal terrestre de Latacunga en dirección por la E35

con una duración aproximada de 25 minutos de viaje hasta llegar a la calle 24 de Mayo en la cual se encuentra el atractivo tomando como referencia el Parque La Concordia.

10.4 Ruta de los atractivos culturales seleccionados

Figura 5

Ruta de los atractivos culturales para la aplicación de la encuesta.



En esta figura se puede apreciar la ruta recorrida hacia los 10 atractivos culturales establecidos en la provincia de Cotopaxi, en el cual se hizo uso de la herramienta Google Maps que permitiendo ubicar los puntos específicos de la visita a cada atractivo.

10.5 Cálculo del tamaño de la muestra

Para determinar la población se tiene que identificar el número total de turistas que han visitado los atractivos culturales seleccionados de la provincia de Cotopaxi en el año 2022; para ello se inició con la búsqueda de información a través de fuentes bibliográficas, planes de desarrollo de ordenamientos territorial (PDOT) de cada cantón de la provincia, sin embargo no

se obtuvo información acerca del ingreso de los turistas en todos los atractivos solamente en ciertas manifestaciones como el Corpus Christi pero en las demás no hay o los datos son desactualizados por esta razón, es difícil disponer el ingreso de turistas en general. En consecuencia, al no existir datos de las cifras de visitas se calculó el tamaño de la muestra haciendo uso de la fórmula para poblaciones infinitas.

$$n = \left(\frac{z^2 \cdot Pq}{e^2} \right)$$

Los elementos para considerar son:

n= tamaño de la muestra

z=Parámetro estadístico que depende el NC

e=error máximo aceptable (generalmente: 0.05)

p=probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (p=0,5)

q= probabilidad de no ocurrencia del fenómeno (q=0,5)

Tabla 20

Nivel de confianza tamaño muestral.

Nivel de confianza	Z alfa
99.7%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.674

Nota. Cálculo de intervalos de confianza PubsR, 2017

Se trabajó con el nivel de confianza de un 95% y con rango de error del 5% teniendo en cuenta la probabilidad de fracaso de un 50% y la probabilidad de éxito de un 50% se determinó el número de encuestas aplicadas con un total de 385 personas.

$$n = \left(\frac{1,96^2(0,5) * (0,5)}{0,05^2} \right)$$

$$n = \left(\frac{3,8416(0,25)}{0,0025} \right)$$

$$n = \left(\frac{0,9604}{0,0025} \right)$$

$$n = 385$$

La investigación no cuenta con un marco muestral o una base de datos acerca de la población turística, por tal motivo, se procedió a trabajar con el tipo de muestreo no probabilístico haciendo uso de la técnica muestreo accidental; la única restricción para aplicar la encuesta fue el que las personas sean mayores de 18 años.

Accidental o consecutivo: Se fundamenta en reclutar casos hasta que se completa el número de sujetos necesario para completar el tamaño de muestra deseado. Estos, se eligen de manera casual, de tal modo que quienes realizan el estudio eligen un lugar, a partir del cual reclutan los sujetos a estudio de la población que accidentalmente se encuentren a su disposición.

(Otzen & Manterola, 2017)

10.6 Instrumento de recolección de datos

En este apartado se hizo una búsqueda de información acerca de cuestionarios previamente realizados o autores que mencionen otras variables de caracterización para establecer el perfil del turista. En primer lugar, se encontró una encuesta que se basaba en analizar el comportamiento de los residentes que visitan la ciudad Quito la cual fue realizada por Quito Turismo. Esta se dividía en 4 secciones A,B, C y D las cuales eran datos demográficos, Motivaciones del viaje, Organización del viaje y finalmente satisfacción de la visita. Por otro lado, una investigación acerca del perfil del visitante en el cantón La Troncal realizó una encuesta que consta de 18 preguntas, pero no tienen variables establecidas. Finalmente, un estudio titulado “Perfil y grado de satisfacción del turista en Yucatán” elaborado por la Universidad Anáhuac en México estableció una encuesta que se enmarca en el aspecto demográfico, hábitos del turista y Satisfacción. (Apéndice 9 ,10).

Para la presente investigación se utilizó el instrumento proporcionado por la carrera de Turismo, la cual fue tomada de una tesis titulada “perfil del turista que visita el cantón Pujilí” se escogió esta debido a que, se centró en 4 variables bien definidas como demográficas, socioeconómicas, motivaciones y preferencias que de igual forma presenta preguntas similares a las investigaciones previamente mencionadas con la única diferencia que tienen otros nombres las secciones en las cuales fueron establecidas y además, tienen menos preguntas.

El instrumento que fue utilizado para realizar las respectivas encuestas a los atractivos culturales dentro de la provincia de Cotopaxi consta de 24 preguntas que corresponde a preguntas cerradas y abiertas, también es importante mencionar que en algunas preguntas se presenta la opción de “Otros”, en la que permite conocer otra opción de respuesta que no haya sido tomada en cuenta en el cuestionario.

En este mismo contexto cabe mencionar que el instrumento fue dirigido también para las personas extranjeras, pero no fue diseñado en inglés el cuestionario, sino más bien se interactuaba con el encuestado a través del idioma inglés que es el idioma nativo de ellos.

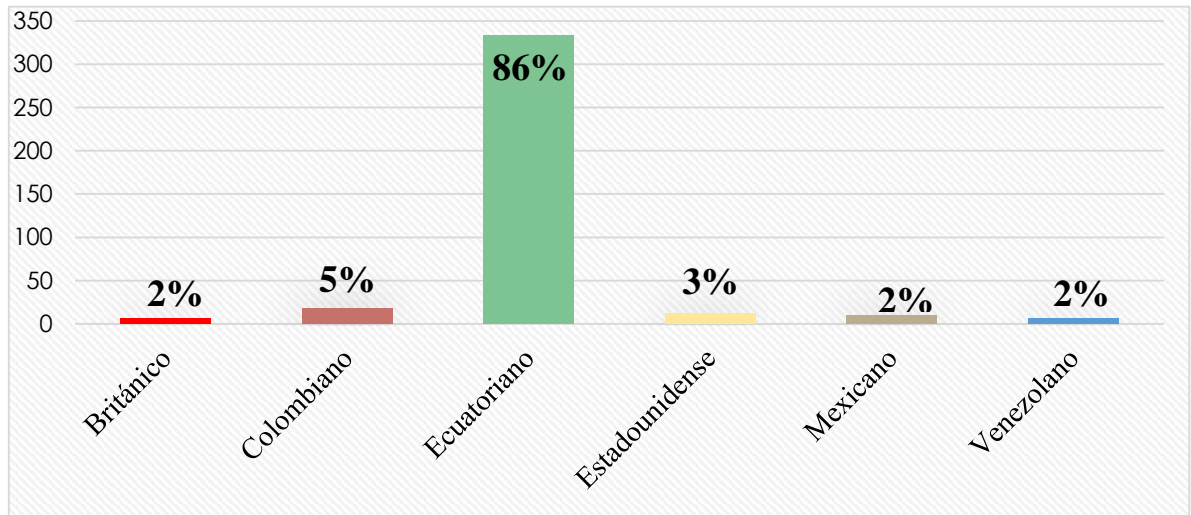
10.7 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

En el presente apartado se realiza el análisis e interpretación de los datos obtenidos de la encuesta previamente realizada a los turistas que visitan los atractivos culturales, enmarcados en las 4 variables de caracterización.

10.7.1 Variable demográfica

Figura 6

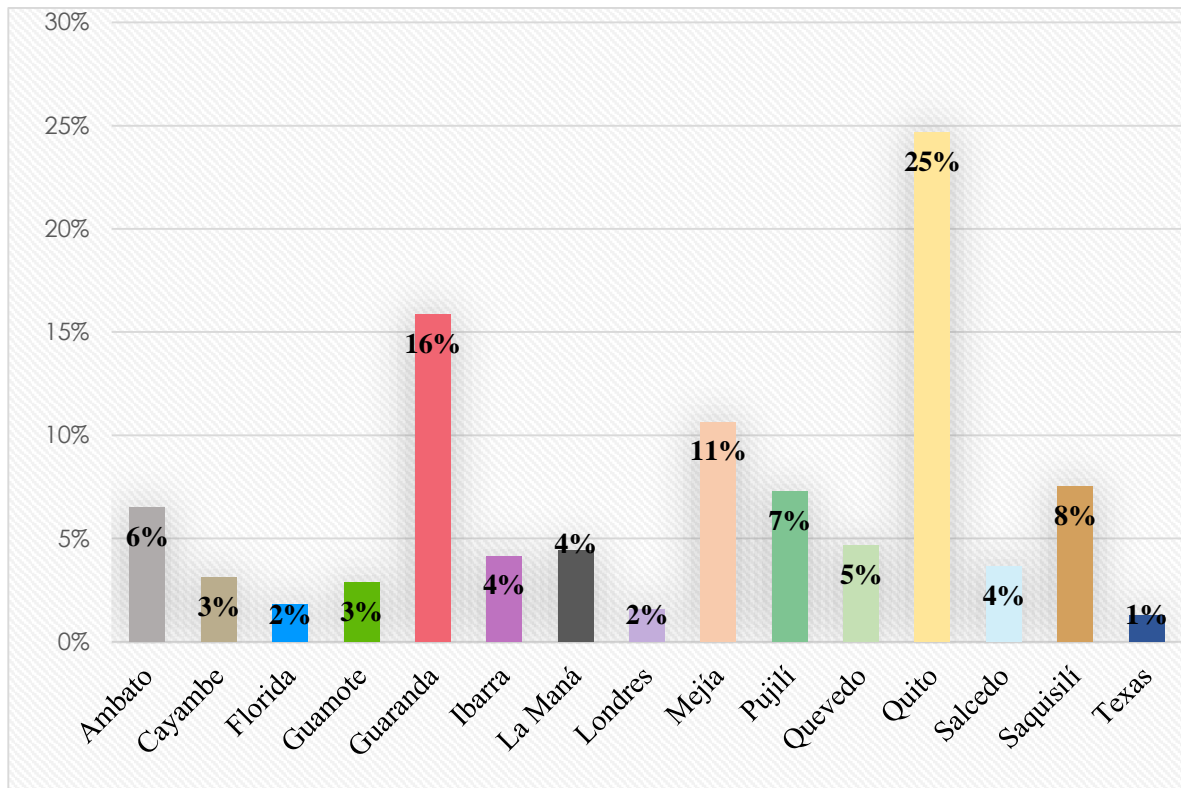
Nacionalidad de los turistas encuestados.



Nota. La nacionalidad ecuatoriana presenta mayor porcentaje.

Análisis e interpretación:

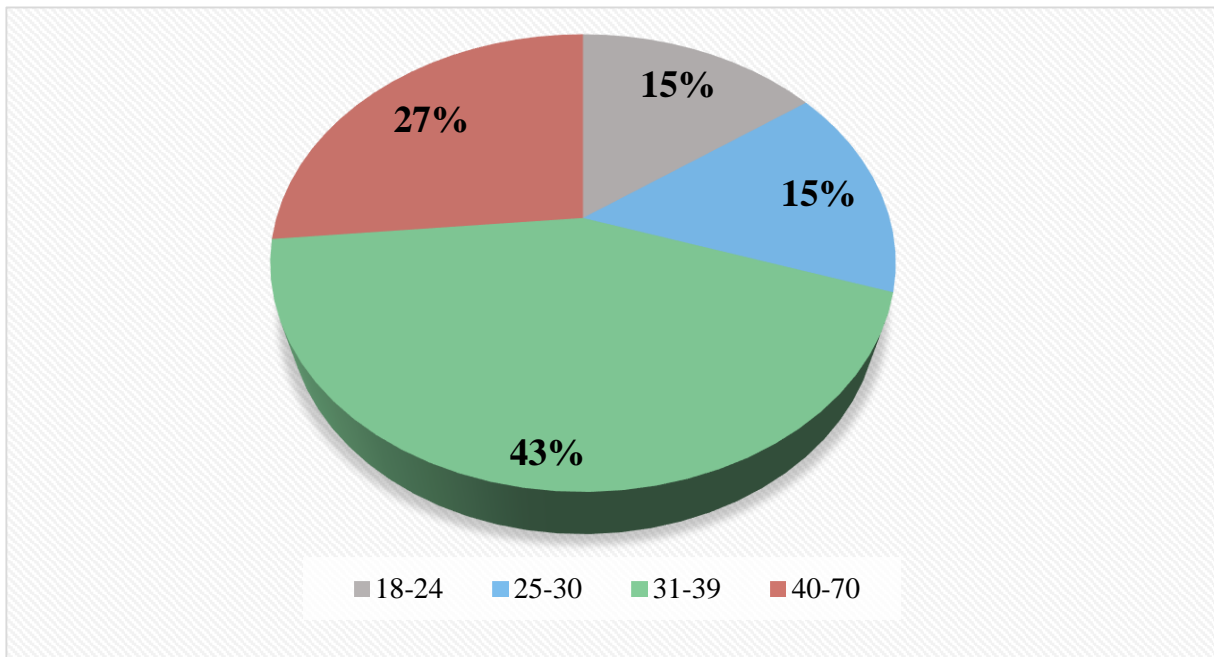
Los datos obtenidos durante la encuesta realizada demuestran que el 86% de los encuestados corresponde a la nacionalidad ecuatoriana es decir son turistas internos quienes visitan los atractivos de la provincia de Cotopaxi ,por otro lado el segundo grupo de la nacionalidad colombiana que corresponde al 5% y finalmente un grupo significativo presenta un menor porcentaje que corresponde a turistas extranjeros .Se podría mencionar que de alguna u otra forma los productos y servicios que se encuentren enfocados dentro del ámbito cultural deben ser ofertados mayormente a turistas nacionales ya que son ellos quienes generarán diversos gastos al momento de hacer turismo en Cotopaxi.

Figura 7*Residencia de los turistas encuestados.*

Nota. La figura representa los diferentes cantones y estados en el caso de los extranjeros al que pertenecen los turistas encuestados.

Análisis e interpretación:

Se observa que, entre los encuestados, un 25% representa a los turistas quienes residen en la ciudad de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha, siendo la capital del Ecuador, mientras que con un 16% viven en Guaranda y entre el 1% al 11% abarcan demás cantones siendo la mayor parte ubicados dentro de la provincia de Cotopaxi y finalmente se visualiza turistas extranjeros con un 2% en el Estado de Florida y Texas. Analizando estos datos presentados se podría estimar que los turistas que acuden a los sitios y manifestaciones culturales que se sitúan en la provincia de Cotopaxi son mayormente de Quito, por lo tanto, es necesario ofertar productos y servicios enfocados en estos mercados a través de campañas publicitarias u otros medios.

Figura 8*Edad de los turistas.*

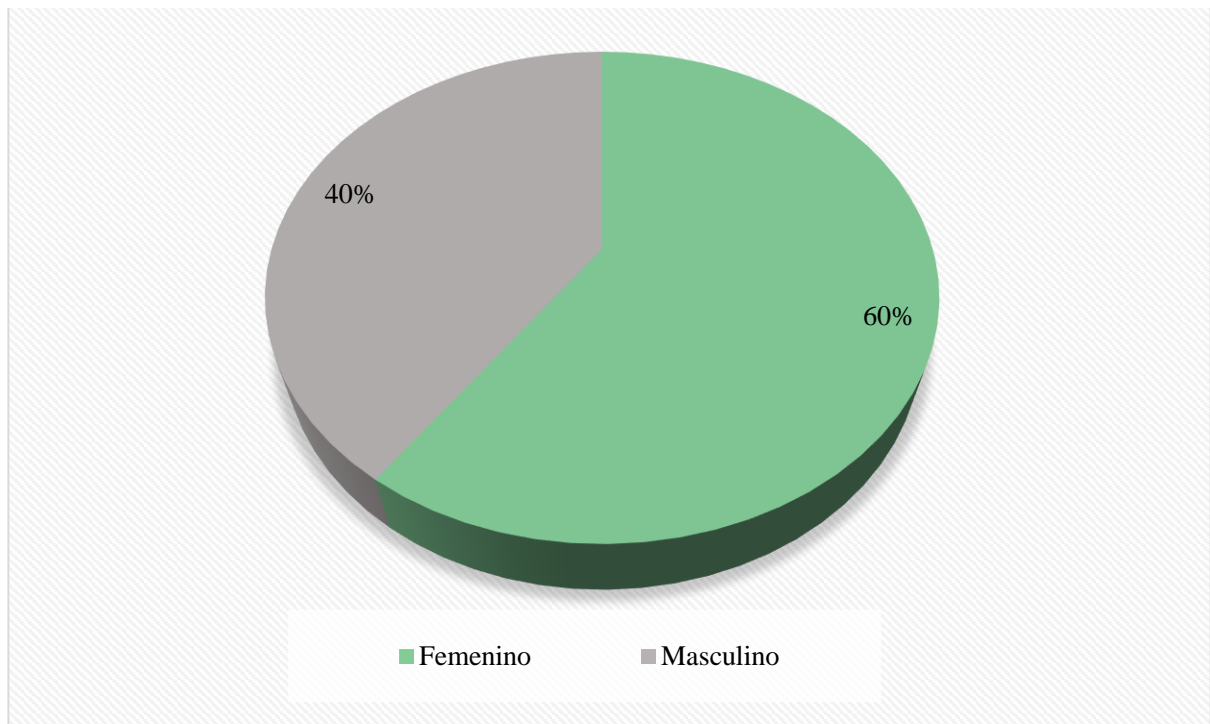
Nota. La figura representa las diferentes edades que corresponden a los turistas encuestados en los diferentes atractivos turísticos que pertenecen a la provincia de Cotopaxi.

Análisis e interpretación:

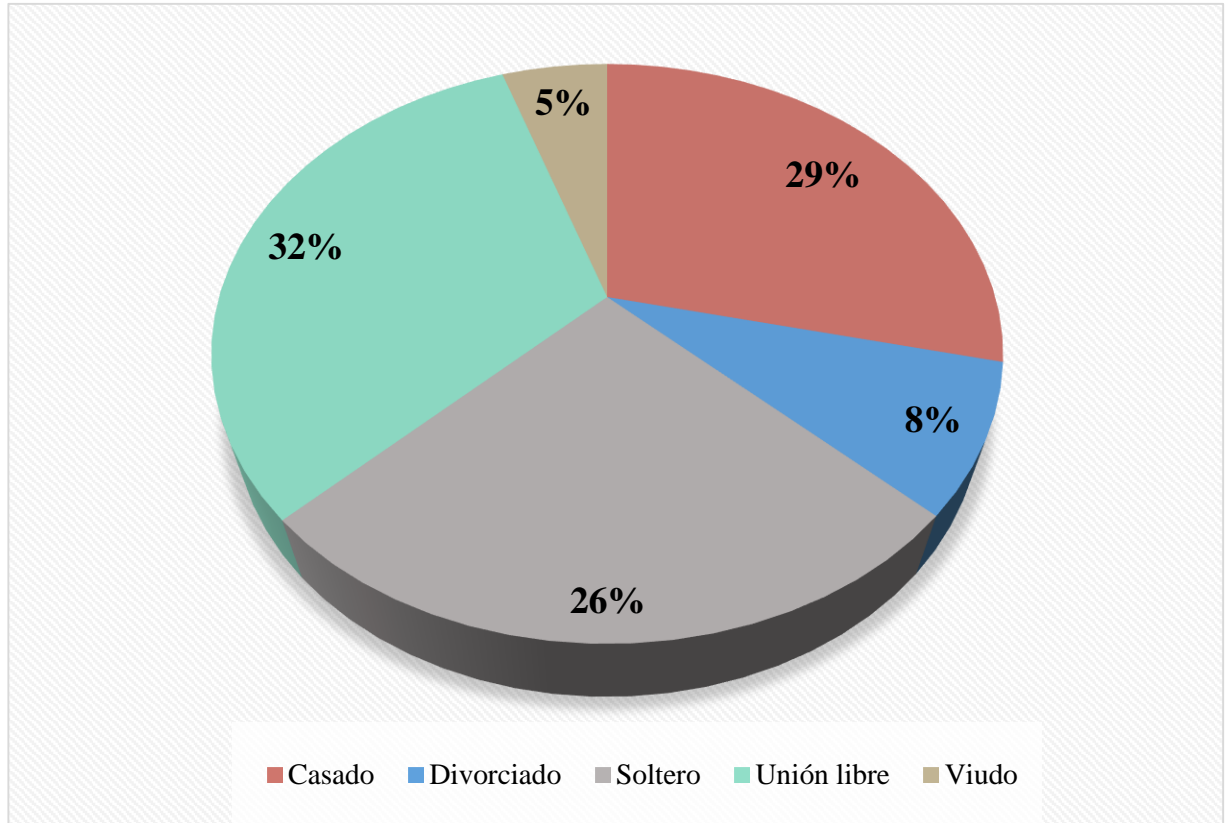
A partir de la figura presentada acerca de la edad de los turistas encuestados se puede concluir que el mayor porcentaje quienes visitan los atractivos culturales en Cotopaxi están en el rango de los 31 a 39 años con un 43%, esta información es relevante ya que se entiende que los productos y servicios deben ser enfocados y brindados principalmente a estas personas que se encuentran en el rango presentado de manera que puedan disfrutar la experiencia de acuerdo a las necesidades que presentan los turistas con esta característica, seguido se muestra la edad de 40 a 70 años con un 27 %; mientras que la edades de menor representación son jóvenes y adultos que se encuentran entre los 18 a 30 años. Se puede visualizar que los jóvenes con el 15% se encuentra en menor proporción debido que no están interesados en visitar atractivos culturales.

Figura 9

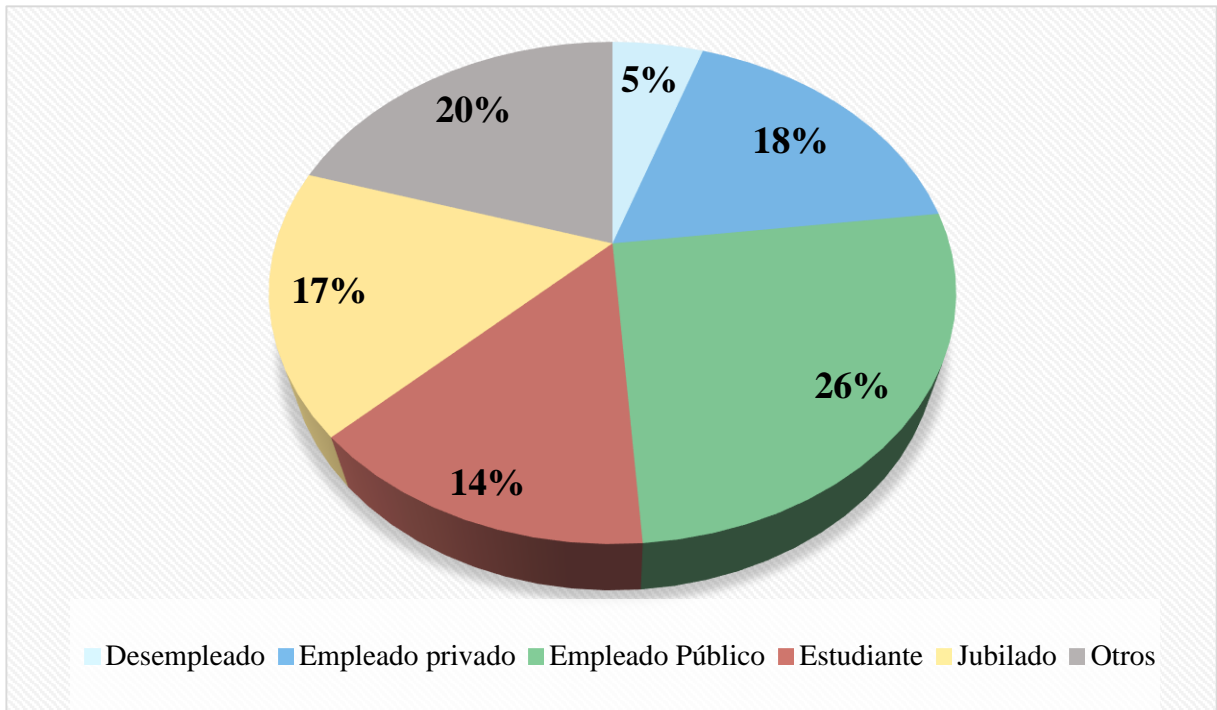
Género de los turistas.

**Análisis e interpretación:**

Según los datos recolectados durante la encuesta se puede apreciar que los turistas que más visitan la provincia de Cotopaxi se identifican con el género femenino con un 60 % a diferencia con un porcentaje de 40% que representa el género masculino. Esto muestra que la asistencia de ambos géneros resulta casi similar buscando así el consumo de productos y servicios turísticos ofrecidos durante la visita buscando satisfacer sus necesidades.

Figura 10*Estado civil***Interpretación**

Del total de las personas encuestadas la mayoría se encuentran en un estado civil de unión libre con un 32 %, en segundo lugar, están las personas casadas con un porcentaje del 29 % siendo esto un indicador claro que las personas que tienen pareja tienden a viajar más que aquellos que lo hacen sin compañía de alguien representando con un 26 %. Con ello se podría dirigir productos pensados en este tipo de personas cuando visiten los atractivos culturales dentro de la provincia de Cotopaxi.

Figura 11*Situación laboral.*

Nota. Situación laboral en la que se encuentran los turistas encuestados durante su visita a la provincia de Cotopaxi.

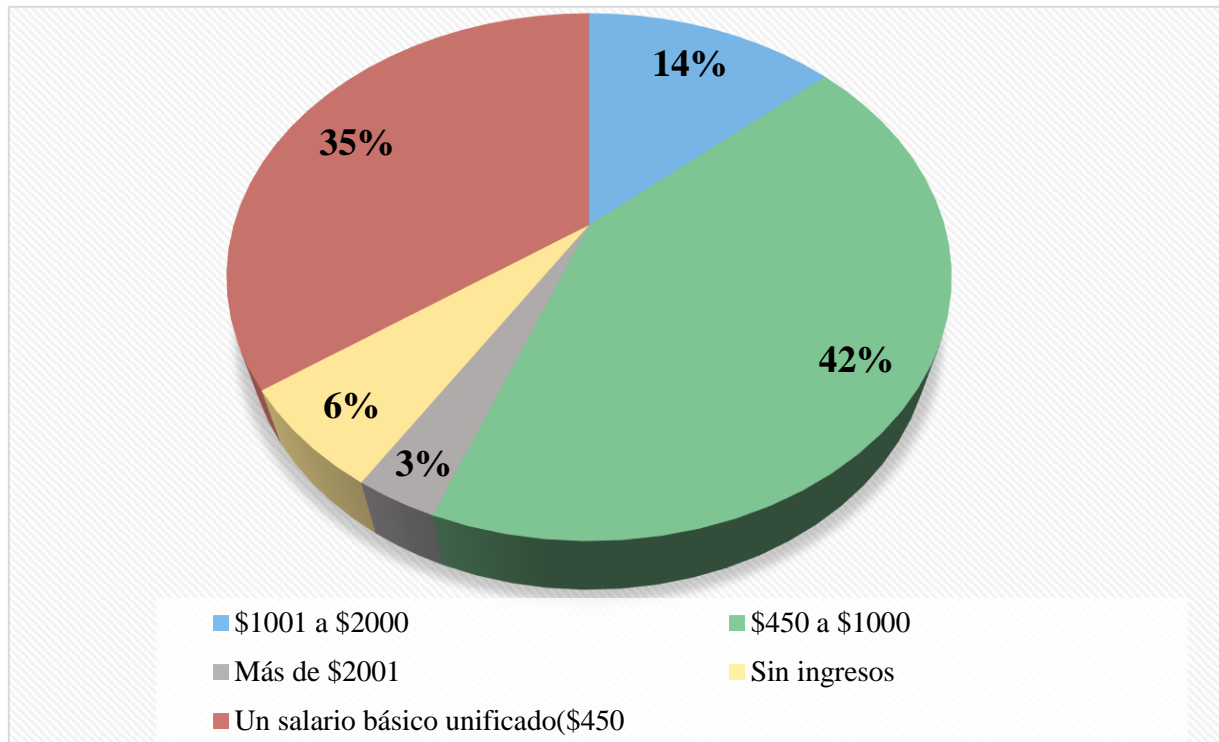
Análisis e interpretación:

El 26 % de la población encuestada son personas que actualmente están laborando y tienen más posibilidades de ir de viaje ya que económicamente aportan a los lugares de visita que prefieren ir, siguiendo se encuentran los turistas quienes optaron por la opción otros ya que este hace referencia a quienes trabajan por cuenta propia, es decir que manejan sus negocios de restaurantes, abastos, fruterías y entre otros más. Por otro lado, están los empleados de instituciones privadas con un 18 %, mientras que con un porcentaje bajo se encuentran las personas jubiladas que, pese a que sí disponen del dinero, no existe mayor visita por parte del turista que se encuentra en esta situación laboral y finalmente el 5 % se encuentran desempleados lo que significa que posiblemente no generarán gastos dentro del lugar visitado.

10.7.2 Variable socioeconómico

Figura 12

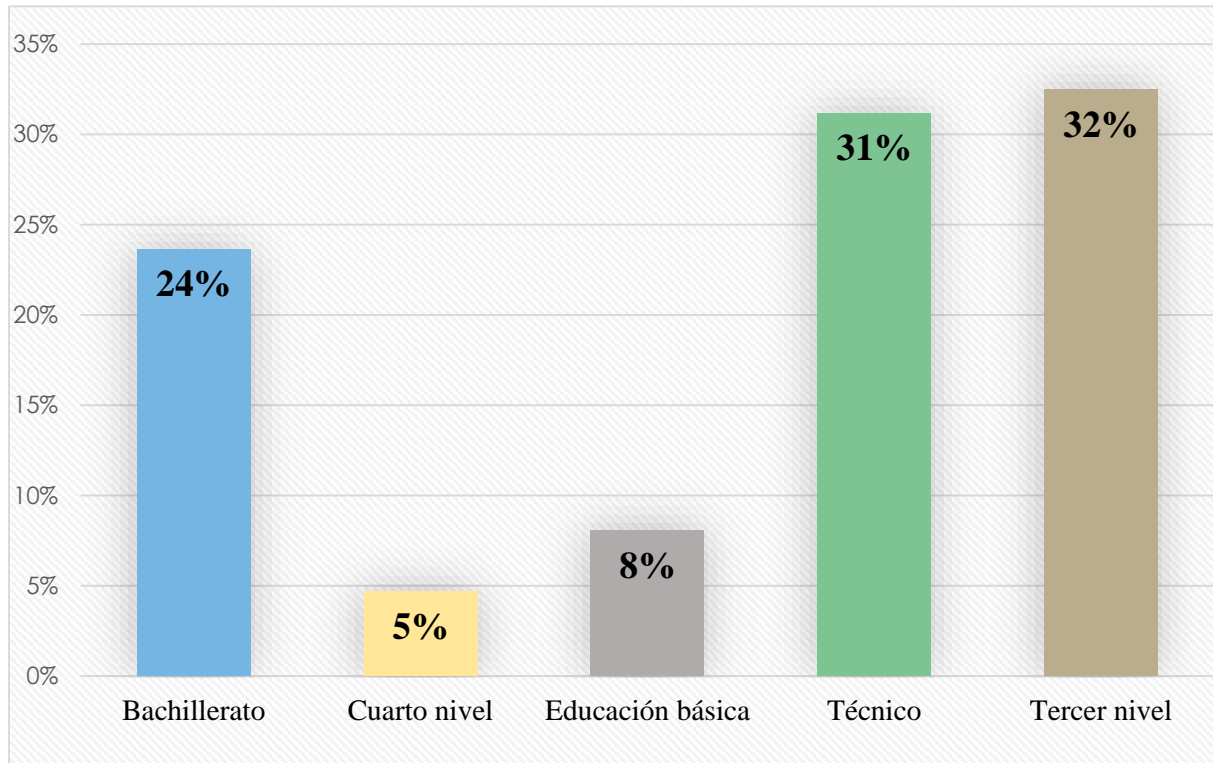
Promedio mensual de ingresos



Nota. Promedio mensual de ingresos que tienen los turistas quienes fueron encuestados, tomando en cuenta que el salario básico actualmente es de \$450.

Análisis e interpretación:

De acuerdo al nivel de ingresos económicos de los encuestados se determinó que el 42 % tienen ingresos entre 451 hasta 1000 dólares, son quienes están dispuestos a viajar y gastar en actividades brindadas durante el viaje, el 35 % tienen un sueldo básico que actualmente es de 450 dólares, un valor mínimo de porcentaje es ocupado por personas que generan ingresos entre 1001 a 2000 o más, junto a ellos también se encuentran turistas que no tienen ningún ingreso monetario con un 3 %.

Figura 13*Nivel de estudios*

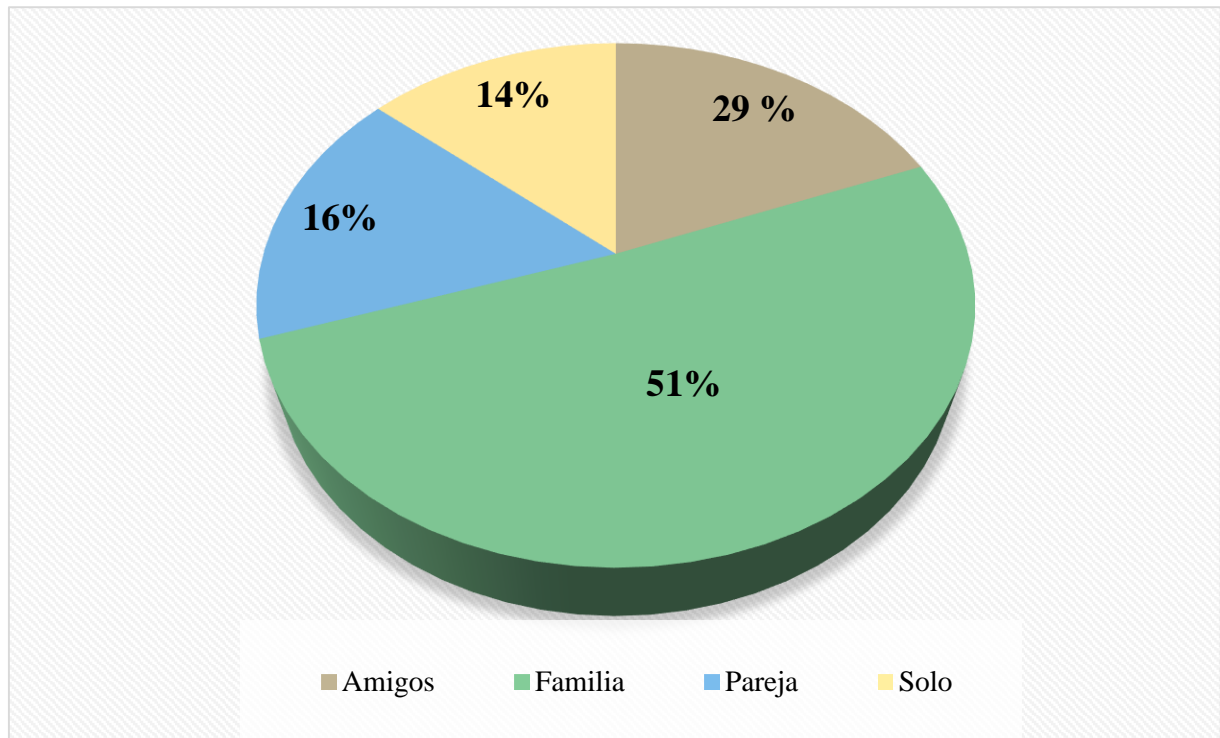
Nota. Nivel de estudios de los turistas hasta el cuarto nivel.

Análisis e interpretación:

La mayor cantidad de la población encuestada tienen un título de cuarto nivel, tercer nivel y técnico que sumando corresponde al 68 %, por lo tanto, se entiende que son visitantes que sí están en la posibilidad de adquirir los productos turísticos ofrecidos durante la visita a los atractivos culturales ya que son personas que tienen un trabajo estable y una remuneración. Los que representan un menor nivel de estudio es el 24 % en turistas que tienen un título de bachiller y con 8 % visitantes que solo han culminado su educación básica.

Figura 14

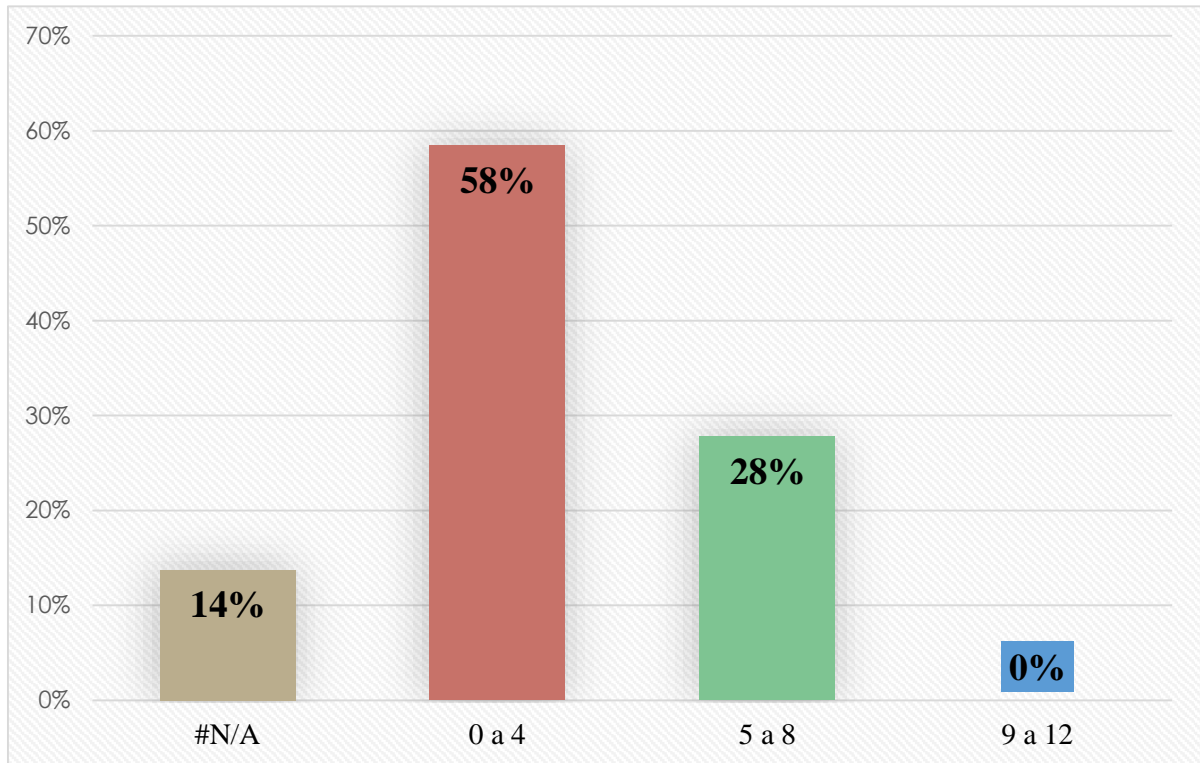
¿Con quién viaja?

**Análisis e interpretación:**

De la población total encuestada el 51 % corresponde a turistas quienes prefieren visitar los atractivos turísticos en compañía de la familia que resulta más divertido y permite obtener una experiencia bonita que a la vez hacen gastos dentro del área visitada , la segunda opción es viajar con amigos con el 29 % .Con el menor porcentaje está el 14 y 16 % que representa a turistas quienes les gusta viajar con la pareja y por otro lado prefieren hacerlo solo deduciendo que les permite mayor tranquilidad y disfrute del lugar que visita.

Figura 15

Personas menores de 16 que acompañan a los turistas encuestados.



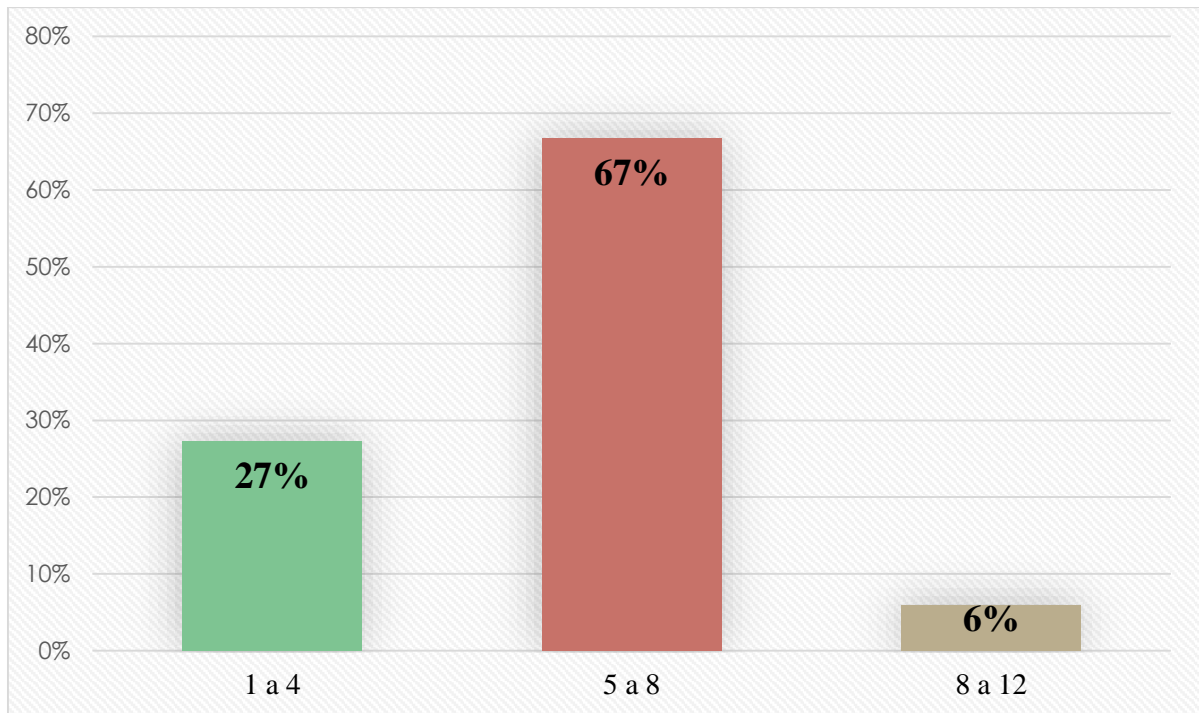
Nota. El 14 % representa a los turistas que viajan solos a los atractivos turísticos.

Interpretación

De los 385 encuestados se determina que el 58 % de turistas viajan en compañía de 0 a 4 menores, mientras que con un 28 % corresponde entre 5 a 8 niños, siendo estos dos porcentajes predominantes en la investigación. El 14 % son los turistas que previamente respondieron que prefieren viajar solos y finalmente en un grupo inferior se encuentran la cantidad de 9 a 12 niños con el 0 % ya que no hubo ninguna elección en este rango.

Figura 16

¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?



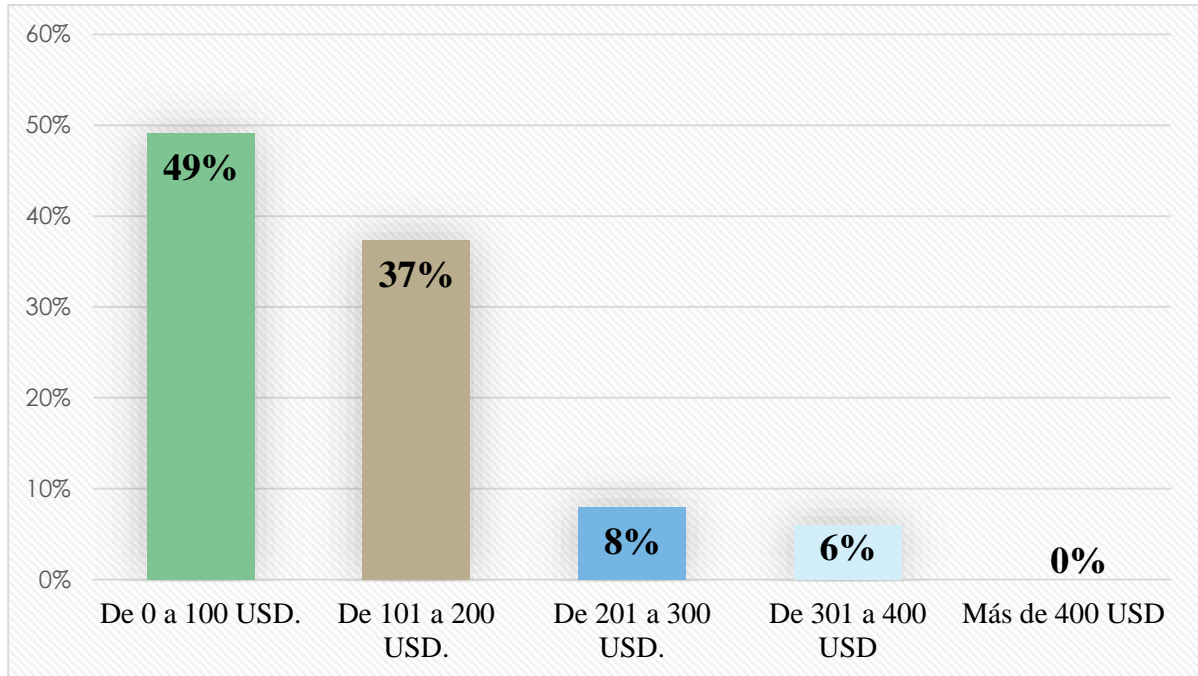
Nota. La figura presentada da a conocer la cantidad de personas quienes acompañan al turista encuestado.

Análisis e interpretación:

En relación a los datos obtenidos se puede apreciar que el 67 % de los turistas viajan en compañía entre 5 a 8 personas mayores de 16 años siendo el mayor porcentaje en el cual se podría deducir que disfrutan más viajar con otras personas cercanas de su entorno, por otro parte con el 27 % corresponde a los visitantes que viajan a un lugar específico en grupos de 1 a 4 personas, además con un porcentaje inferior del 6 % incluye a aquellos que viajan en compañía de 8 a 12 personas.

Figura 17

¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Cotopaxi?



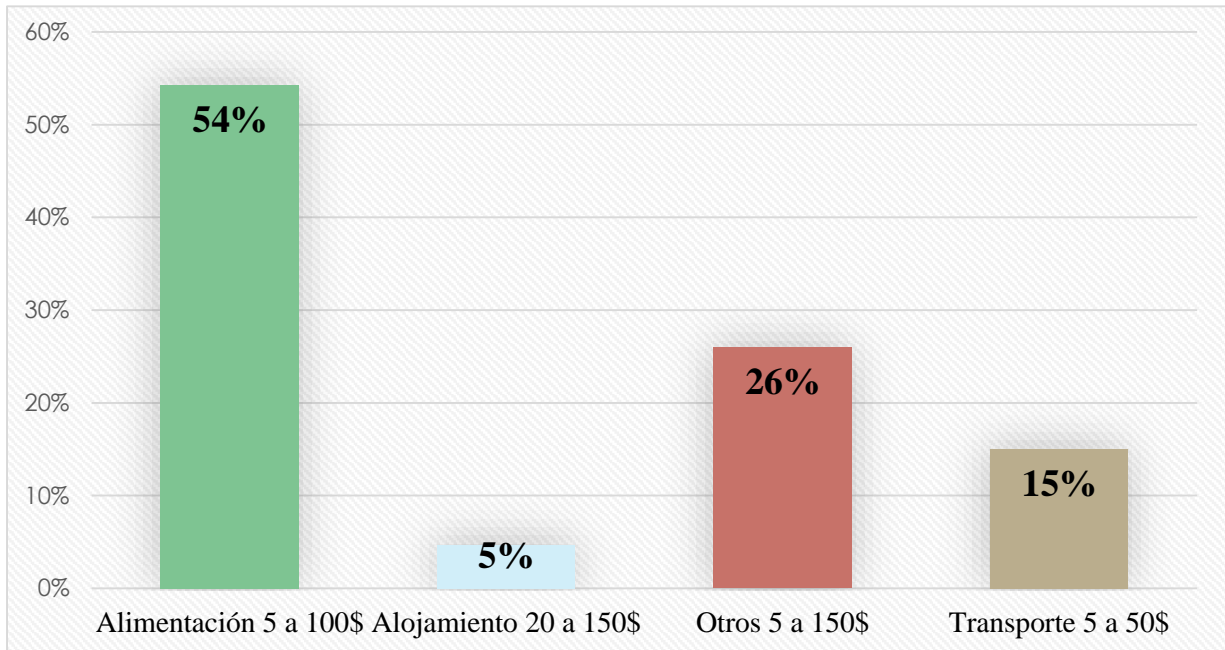
Nota. La figura presentada da a conocer el gasto que genera el turista siendo el mayor porcentaje 49%.

Análisis e interpretación:

Con relación a la figura presentada se puede visualizar que con un mayor porcentaje del 49 % representa a turistas que han invertido de 0 a 100 dólares durante la visita, seguidamente con el segundo porcentaje de 37 % corresponde de 101 a 200 dólares que son turistas que están dispuestos pagar estas cantidades y que comúnmente el principal gasto será en alimentación. Por otro lado con bajos porcentajes principalmente de 301 a 400 dólares con un 6 % son turistas específicamente extranjeros con un alto poder económico y el tiempo de su estadía es mayor.

Figura 18

¿Cuánto es el gasto que destinó para?



Nota. La figura presentada da a conocer el gasto que genera el turista al momento de su visita en alojamiento, alimentación, transporte, entre otros.

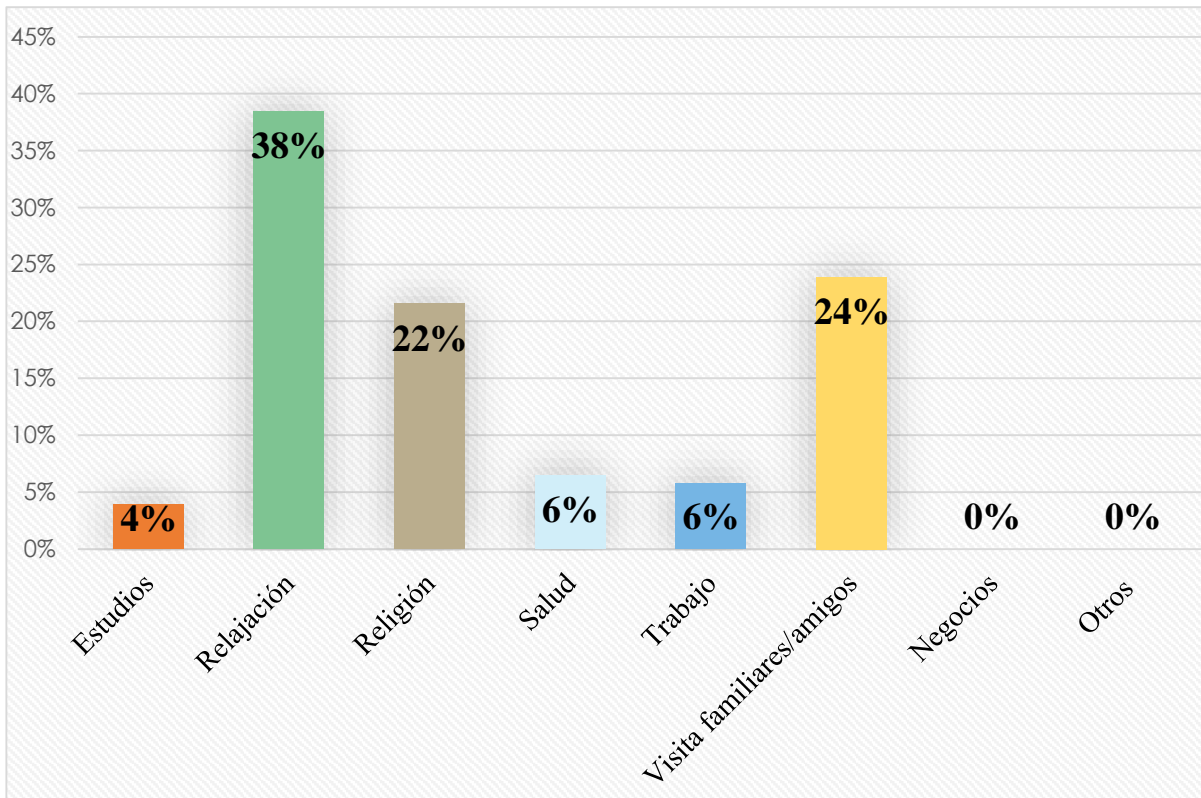
Análisis e interpretación:

El 54 % de los turistas el gasto que realizaron durante la visita lo destinan para alimentación que era entre 5 a 100 dólares lo cual se podría considerar que prefieren invertirlo en establecimientos de alimentos en el cual principalmente van en busca de comidas típicas, además otra de las razones por la cual gastaron este monto es porque suelen estar acompañados por amigos, pareja o familiares en su mayoría, por el contrario el 26 % representa a la categoría otros en la cual abarca artesanías y vestimenta que son adquiridas en el viaje siendo un monto desde 5 a 150 dólares. Por último, se encuentran porcentajes menores como 15 % que corresponde al transporte que está de 5 a 50 dólares por el precio del combustible, peajes ya que varios turistas residen en otras ciudades y con el 5 % que corresponde para el alojamiento en la que los turistas generan gastos en este tipo de servicio desde 20 a 150 dólares que mayormente representaba a extranjeros.

10.7.3 Variable de motivación

Figura 19

¿Cuál fue el motivo de su viaje?



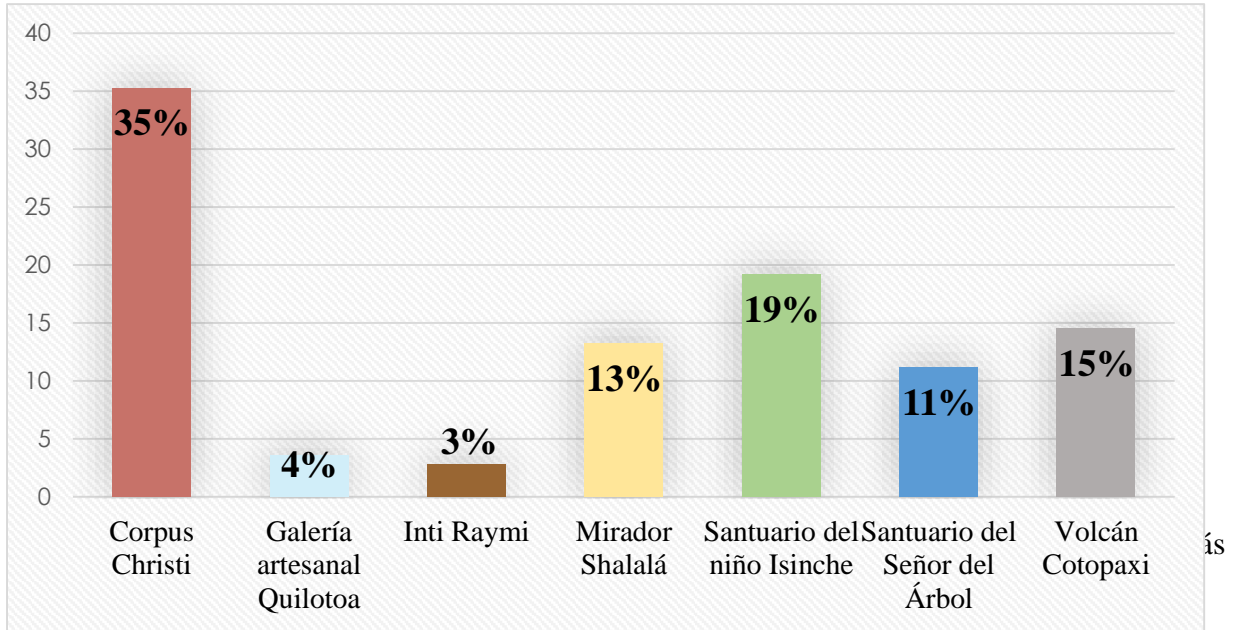
Nota. La figura presentada da a conocer el motivo de viaje del turista con mayor porcentaje la relajación.

Análisis e interpretación:

La principal razón que motiva al turista para visitar los diferentes atractivos turísticos es por motivo de relajación ya que buscan alejarse de sus actividades cotidianas que muchas de las veces provocan estrés representando así el 38 %. Posteriormente con el 24 % fueron motivados de viajar por la visita a familiares que deciden pasar momentos agradables juntos y puedan disfrutar de los sitios culturales visitados ,el 22 % son quienes fueron motivados por la religión debido a que los lugares encuestados correspondía a iglesias en su mayoría , finalmente con porcentajes menores son de 6 % y 4 % que abarca la categoría de trabajo, salud y estudios que son turistas que viajan por compromisos importantes.

Figura 20

¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Cotopaxi?

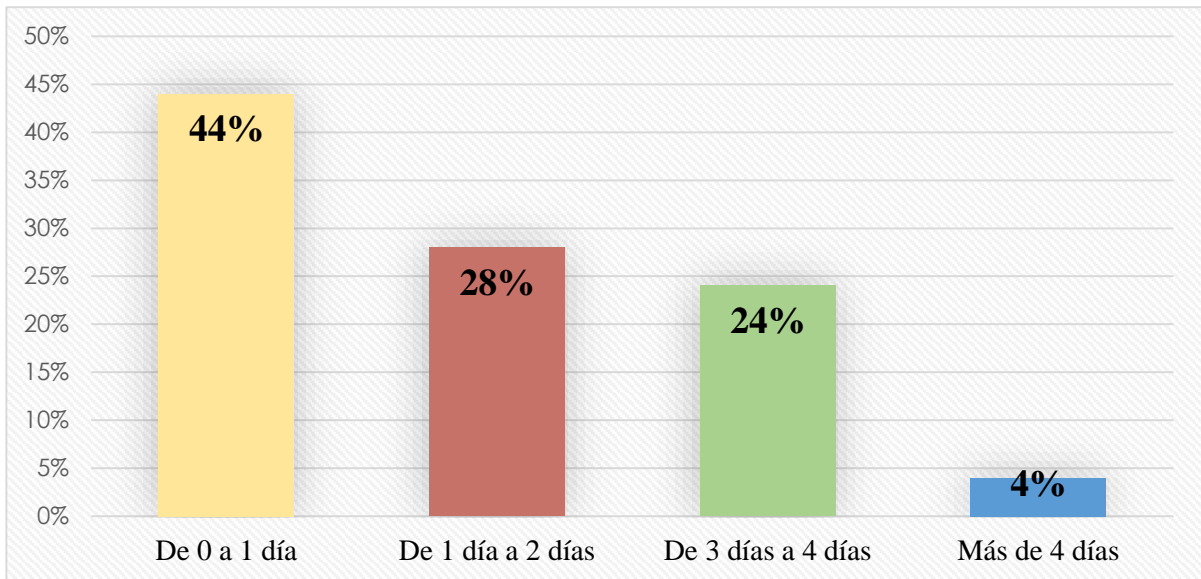


Análisis e interpretación:

De los datos obtenidos se puede apreciar que el 35 % de los turistas les gustó visitar el Corpus Christi la cual es una fiesta que es realizada en el cantón Pujilí y es considerada patrimonio cultural, por ello tienen esta preferencia de acudir a esta fiesta, seguidamente con el 19% son turistas quienes visitan el Santuario del niño Isinche, con el 11 y el 13% les agrada visitar Santuario del Señor del Árbol y el Mirador Shalalá, posteriormente con porcentajes mínimos se encuentra el 3 y 4%, finalmente los turistas también han mencionado que el atractivo que más les gusta es el volcán Cotopaxi representando el 15% llegando a ser un atractivo natural, sin embargo muy reconocido por la mayoría de los ecuatorianos y extranjeros.

Figura 21

¿Qué tiempo estima para su visita en la provincia de Cotopaxi?



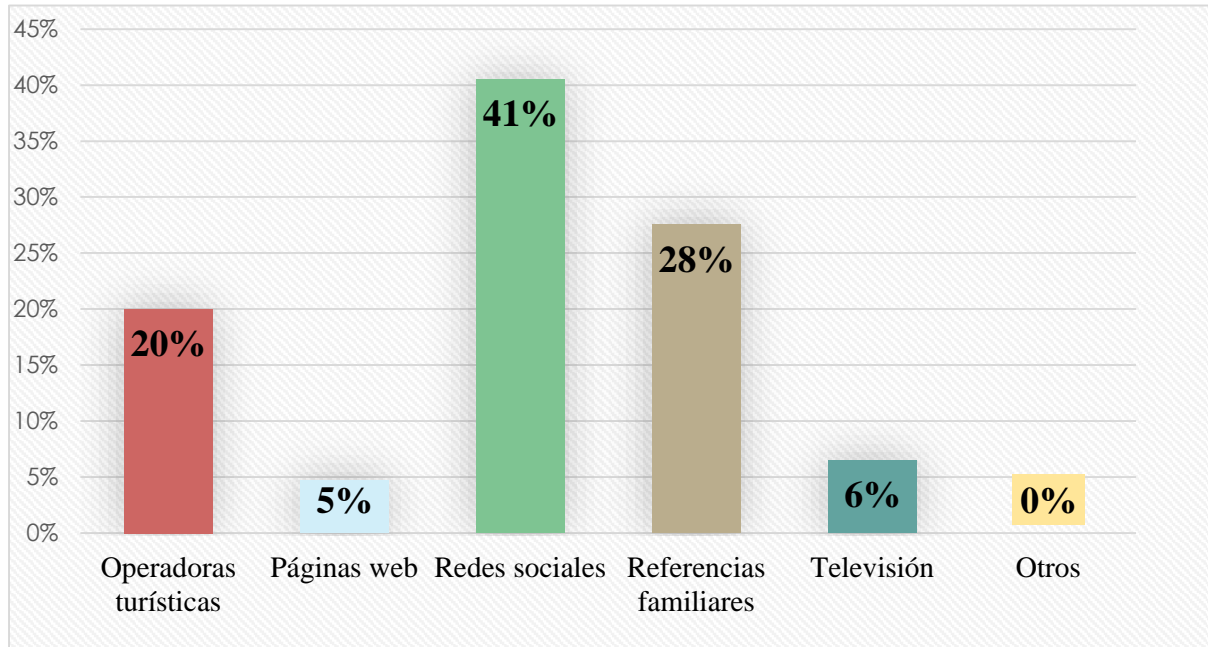
Nota. La figura presentada da a conocer el tiempo que deciden quedarse en su visita a la provincia de Cotopaxi.

Análisis e interpretación:

El 44 % muestra un porcentaje que representa mayormente a los turistas que viajan máximo por un día ya que en su mayoría son turistas que se sitúan dentro de la provincia, seguidamente con un 28 % son quienes se han quedado hasta dos días en la provincia de Cotopaxi, son turistas que posiblemente residen en otras ciudades más lejanas, y con un 24 % se estima su tiempo de visita de 3 a 4 días ya que representa personas que desean conocer más del lugar y realizar más actividades .Finalmente con un 4 % representa turistas extranjeros quienes deciden hospedarse y vivir más experiencias antes de viajar a otro lugares dentro de la provincia o fuera.

Figura 22

¿A través de qué medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Cotopaxi?



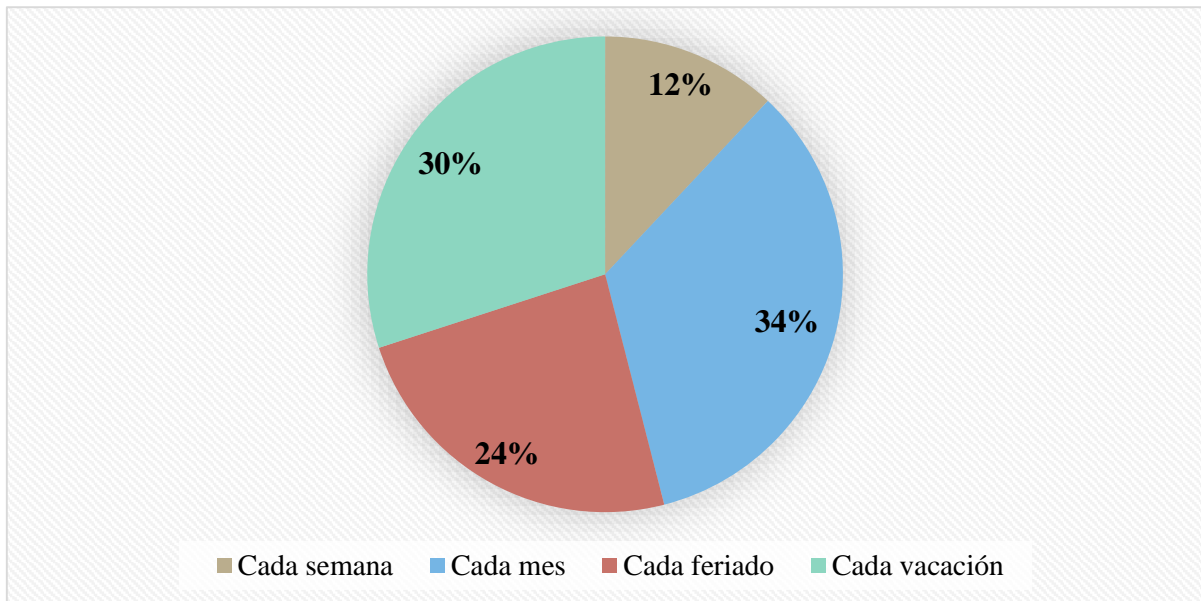
Nota. La figura presentada da a conocer los medios por el cual se informaron acerca del sitio turístico visitado.

Análisis e interpretación:

El medio de comunicación de acuerdo a los turistas que más brindó información acerca del atractivo visitado son las redes sociales que representa un 41 % mencionaron que es fácil de utilizar y permite conocer acerca del lugar e influye mucha en la decisión del turista al momento de elegir un atractivo, y un medio que permite a los prestadores de servicios difundir los productos y servicios ofrecidos a los turistas e interactuar con ellos, posteriormente con el 28 % pertenece a los turistas que se informaron a través de referencias familiares, mientras que con un 20 % se informaron por medio de operadoras turísticas, finalmente en menores porcentajes se encuentran las páginas web 6% y la televisión % siendo este último un medio de comunicación que actualmente no es consumida en gran medida.

Figura 23

¿Cada qué tiempo realiza actividades turísticas?



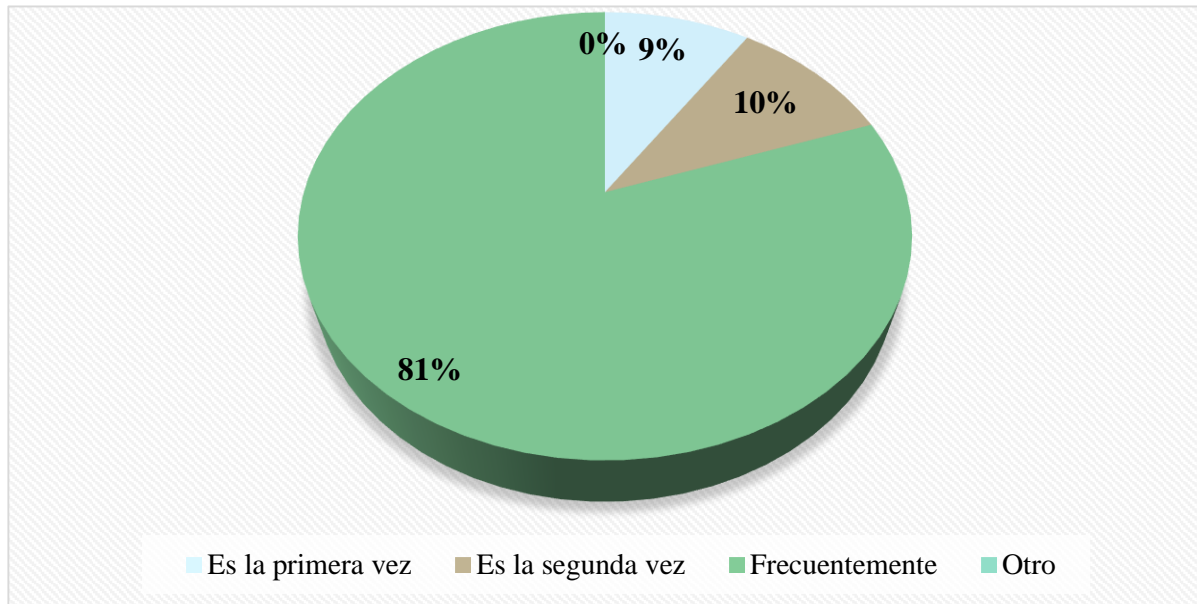
Nota. La figura presentada da a conocer el tiempo en el que prefieren realizar actividades turísticas.

Análisis e interpretación:

El 34 % de los turistas han optado por realizar actividades turísticas cada mes debido a un factor principal como es el salario básico unificado que se da mensualmente y tienen las posibilidades económicas para ir de viaje, seguidamente el 30 % han elegido hacer actividades cada vacación ya que es el tiempo en que se encuentran libres y dispuestos a conocer lugares y disfrutar de los productos y servicios ofrecidos. Por otro lado, con el 24 % deciden realizarlo cada feriado en la cual es una temporada en la que existe una diversificación en la oferta y apenas con el 12 % son quienes realizan actividades turísticas cada semana.

Figura 24

¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi?



Nota. La figura presentada da a conocer las veces que los turistas encuestados han visitado la provincia de Cotopaxi.

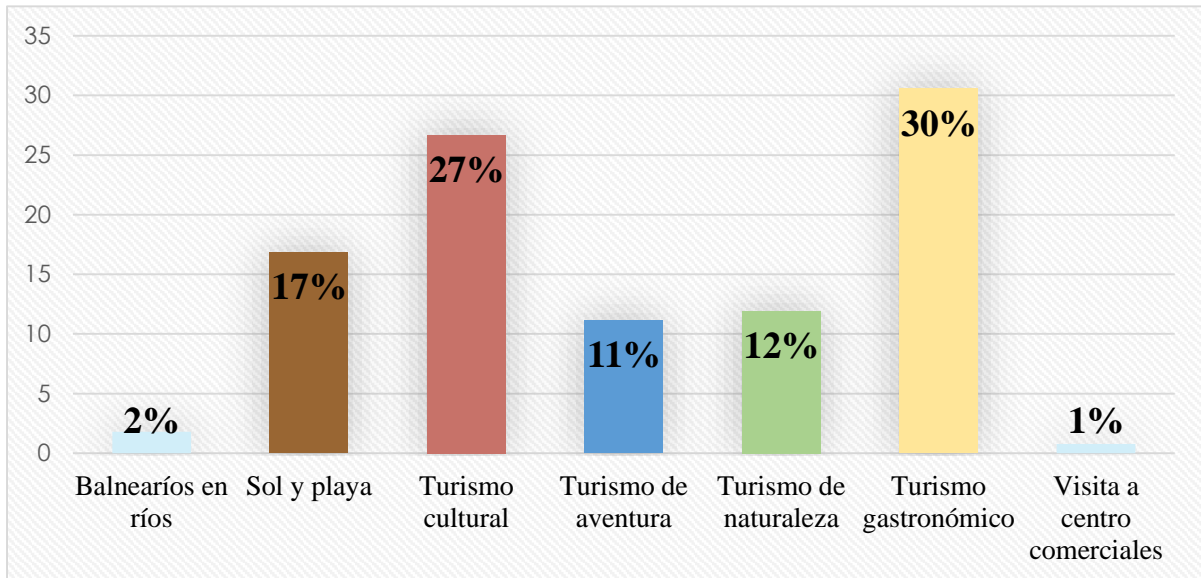
Análisis e interpretación:

El 81% de las personas encuestadas son turistas frecuentes en visitar la provincia de Cotopaxi, ya que mayormente son turistas nacionales, por lo tanto se podría decir que son preferidas por los diferentes atractivos que tiene en cada uno de sus cantones y los servicios que se encuentran ahí, como siguiente porcentaje muestra el 9% y 10 % que han visitado la provincia por primera y segunda vez respectivamente, porcentajes que se relacionan con la visita de turistas extranjeros o visita de quienes residen en otras provincias del país.

10.7.4 Variable de preferencia

Figura 25

¿Cuál es su tipo de turismo favorito?



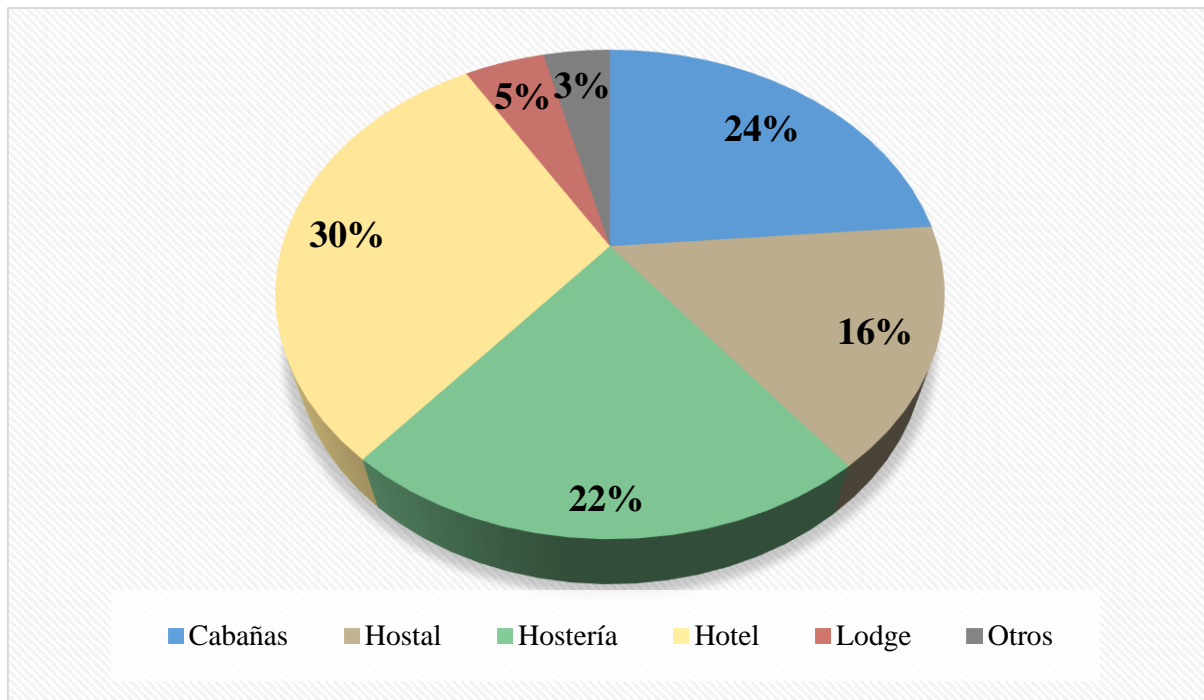
Nota. La figura presentada da a conocer el tipo de turismo que les gusta a los visitantes encuestados.

Análisis e interpretación:

De los 385 encuestados se puede evidenciar que el 30 % son turistas quienes prefieren el turismo gastronómico, lo cual permite deducir que son aquellos que aprecian la gastronomía de la provincia y desean degustar variedad de platos ofrecidos que también forma parte de la cultura, posteriormente con el 27% les agrada el turismo cultural, es decir disfrutan conociendo a las fiestas, museos, iglesias, tradiciones que cada comunidad mantiene y han logrado captar la atención de los turistas, siendo estos dos los de mayor porcentaje y representativos dentro de la investigación, mientras que el 17% prefieren el turismo de sol y playa el cual estadísticamente a nivel nacional es uno de los más demandados mayormente por turistas, seguido se encuentra el turismo de naturaleza y aventura con un 12 y 11% que disfrutan conectarse con la naturaleza y sentir la adrenalina, finalmente apenas el 2 y 1% optan por los balnearios y la visita a centros comerciales.

Figura 26

¿Qué tipo de hospedaje prefiere?



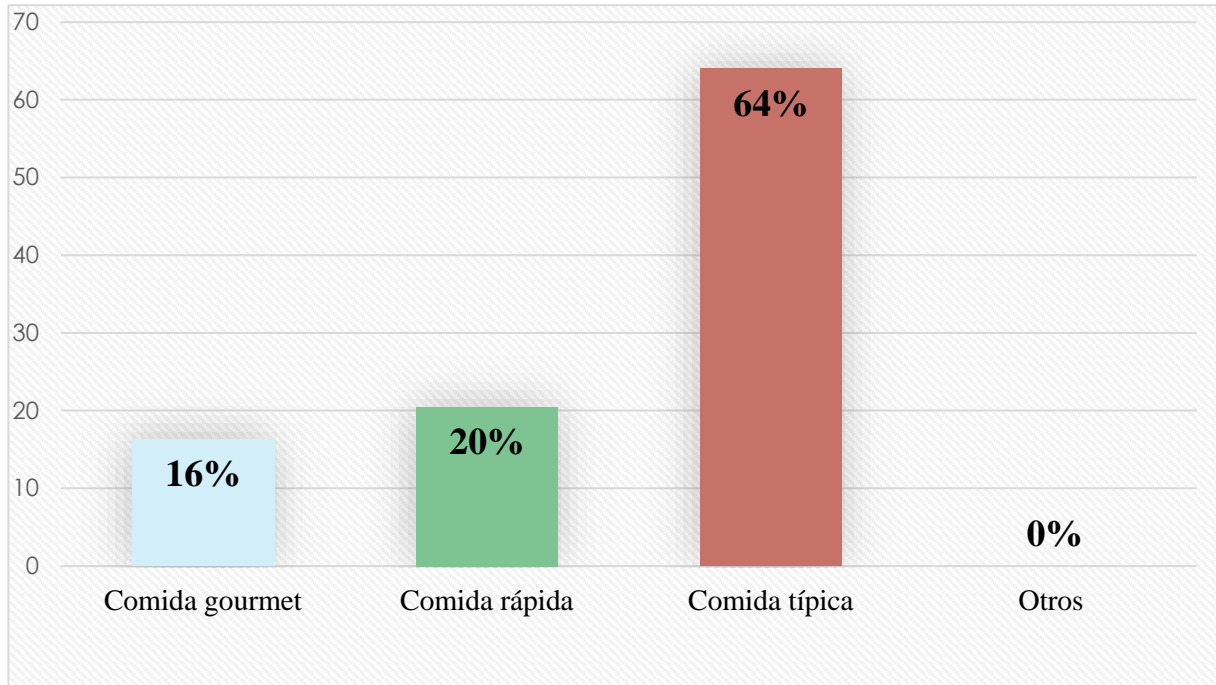
Nota. La figura presentada da a conocer el tipo de hospedaje que les gusta a los visitantes encuestados.

Interpretación

Con relación a los servicios de alojamiento se refiere, el mayor porcentaje de 30% que prefieren hospedarse en hoteles ya que mencionaba que era más espacioso y variedad de habitaciones, seguidamente con el 24% representa quienes prefieren las cabañas debido a que estas construcciones por lo general son más amigables con el ambiente, posteriormente el 22 y el 16% corresponde quienes les agrada hospedarse en hosterías en la cuales también brindan servicios de alimentos y por ello la decisión tomada y hostales que son económicos presentando una baja categoría. Finalmente, con menores porcentajes los turistas prefieren un lodge 5% para estar en contacto con la naturaleza y apenas un 3% prefieren disfrutar de camping en espacios abiertos correspondiendo en la categoría otros.

Figura 27

¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?



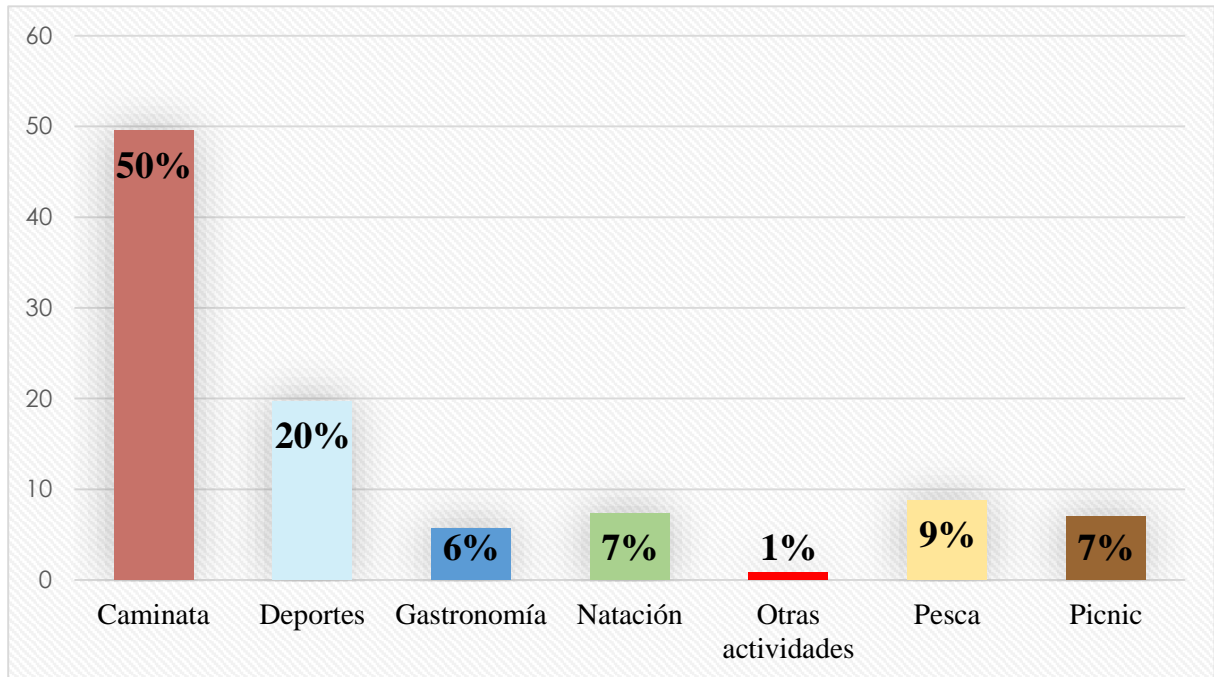
Nota. Tipos de alimentación mayormente representada en comida típica.

Análisis e interpretación:

El 64% de los turistas encuestados prefieren alimentarse de comida típica, lo cual se entiende que desean degustar otros tipos de alimentación diferentes a lo habitualmente consumen. Y en esta categoría también se encuentran los turistas extranjeros, seguido el 20% siendo aquellos turistas que tienen preferencia por consumir comida rápida ya que son económicas y alcanzable para todo cliente, y por otro lado con el 16 % prefieren comida gourmet que por lo general son productos de calidad y frescos con ciertas técnicas de preparación con ingredientes exclusivos.

Figura 28

¿Qué actividad prefiere realizar en su visita?



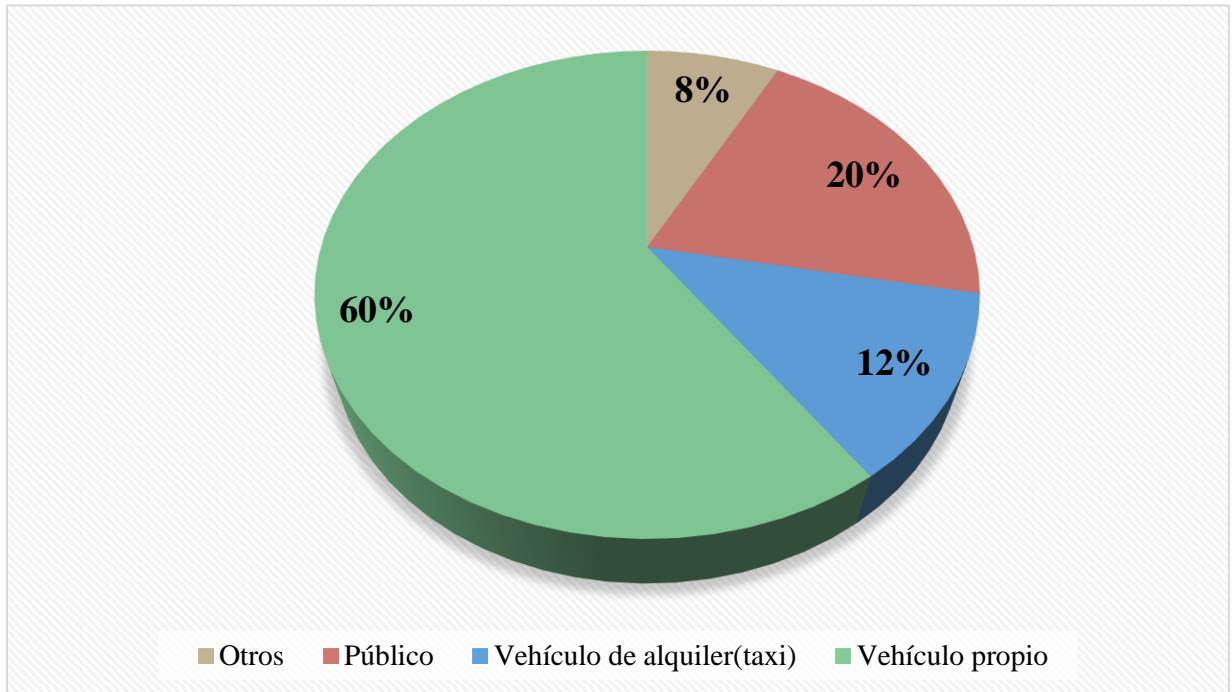
Nota. Actividades preferidas por los turistas encuestados.

Análisis e interpretación:

Entre las dos actividades sobresalientes se puede visualizar la caminata con un 50% y deportes 20%, con esta información se sabe que el turista realiza esta actividad ya que es agradable apreciar la flora existente dentro del atractivo principalmente en el mirador Shalalá, el 9% son aquellos grupos de turistas que prefieren la pesca, finalmente con porcentajes menores el 6% y 7% mencionaron que optan por actividades como picnic, natación y gastronomía, sin embargo dentro de la categoría otros apenas tiene el 1 % quienes les gusta la cabalgata.

Figura 29

¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?



Nota. Tipos de transporte utilizados por los turistas encuestados.

Análisis e interpretación:

El 60% de los turistas tienen vehículo propio para trasladarse a los diferentes atractivos turísticos dentro de la provincia de Cotopaxi es un medio de transporte cómodo para viajar y les permite realizar paradas técnicas sin ningún tiempo limitado, de la misma manera se muestra con el 20% turistas que hacen uso del transporte público, además con el porcentaje bajo representa el 12% quienes utilizan vehículos de alquiler como los taxis que lo utilizan también por comodidad, sin embargo los costos son más altos y el 8% de la categoría otros mencionan que utilizaban como medio de transporte las motos de uso personal y buses turísticos que fueron ofrecidos por parte de las agencias de viajes.

10.8 Perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi

Para definir el perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi se ha resumido los datos obtenidos en las cuatro variables de caracterización (Demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencias) teniendo de la siguiente manera:

Tabla 21

Perfil del turista cultural según las variables de caracterización.

Perfil del Turista			
Variable demográfica	Variable socioeconómica	Variable de motivación	Variable de preferencia
<ul style="list-style-type: none"> El 86% de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi son turistas nacionales. El mayor porcentaje siendo 25 % corresponde a turistas que residen en la ciudad Quito, seguido con Guaranda, Mejía, Saquisilí, Pujilí, Ambato. El 43% de los turistas se encuentran en el rango de 31 a 39 años. El 60% de los turistas son de género femenino. El estado civil predominante es unión libre y casados con el 55%. El 26% de los visitantes laboran en instituciones públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> El 42% poseen ingresos mensuales de \$450 a \$1000. El 32% de los turistas poseen un nivel de instrucción superior con título de tercer nivel y técnico. Por lo general el 51% realiza viajes en compañía de la familia y amigos. El 58% corresponde a turistas que los acompañan de 0 a 4 niños Menores durante el viaje. El 67% de los turistas afirman que van acompañados de otras personas, por lo general entre 5 a 8. El 49% de los turistas afirman que generan un gasto que va desde 0 a \$100. El 54% de turistas mencionan que el gasto realizado mayormente es destinado para alimentación y con el 26% para compra de vestimenta o artesanías en el lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> El 38% viajan por relajación. Visitando el 21% de espacios culturales como museos de la provincia. Con el 35% les agrada más visitar el Corpus Christi, seguidamente el Santuario del Niño Isinche. El 44% estiman quedarse de 0 a 1 día en el lugar visitado, además con el 28% muestran interés en quedarse de 1 a 2 días. El 41% de los turistas utilizan como medio informativo acerca del lugar visitado las redes sociales, seguido por referencias familiares con el 28%. El 34% visitan cada mes los atractivos de la provincia, pues, la mayoría de los turistas viven dentro del territorio y el 30% lo hace en las vacaciones. El 81% siendo el mayor porcentaje son turistas que visitan frecuentemente los atractivos culturales en la provincia de Cotopaxi. 	<ul style="list-style-type: none"> El tipo de turismo que más gusta con el 30% es el gastronómico, seguido con un 27% el turismo cultural. El 30% de los turistas deciden hospedarse en un hotel. El 64% prefieren degustar comida tradicional. El 50% prefieren realizar caminatas en el lugar visitado. El transporte utilizado por el 60% de turistas es propio

10.9 Estructura del boletín informativo

10.9.1 Portada

Al ser un boletín informativo acerca del perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi se ha seleccionado como imágenes principales el ícono emblemático considerado como un atractivo natural que representa a la población de la provincia como es el volcán Cotopaxi y de igual manera se encuentra el pingullero que forma parte como un personaje de la fiesta del Corpus Christi la cual posee un instrumento llamado pingullo que es una especie de flauta con tres orificios que emite sonidos agudos, seguidamente se visualizan dos fotografías acerca de la Fiesta del Corpus Christi en Pujilí dando a conocer lo más representativo como los danzantes junto a sus acompañantes, por otro lado se encuentra a los personajes que conforman la fiesta de la Mama Negra en conmemoración a la virgen de La Merced protectora de los Cotopaxenses dando a conocer estas dos fiestas que forman parte de las manifestaciones culturales más reconocidas a nivel nacional e internacional. En la parte superior se sitúa el mes y el año en el cual se elaboró y también el tema del proyecto de la investigación que es “perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi”.

Figura 30

Portada del boletín informativo



10.9.2 Sección dos: datos importantes

En esta sección se divide en cuatro partes la primera da a conocer la importancia de conocer cómo es el perfil del turista añadido a esto se encuentra dos íconos que representa a los turistas, posteriormente en la parte 2 se describe al área de estudio de la provincia de Cotopaxi y para entender mejor junto a ello una imagen en el cual se da a conocer los cantones que lo conforman y de igual manera se sitúa la parte 3 donde se visualiza una fotografía del estudiante investigador con el turista que está siendo encuestado en la Iglesia de Cuicuno en Guaytacama que forma parte de un atractivo cultural y en la parte inferior derecha se visualiza el icono que representa a la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi es fundamental añadirlo en el boletín por que quienes dispongan de este instrumento puedan darse cuenta que es un producto que se presentó para el proyecto de investigación final.

Figura 31

Descripción del área de estudio.



10.9.3 Sección tres: Descripción de los atractivos culturales

En este apartado se presenta los nombres de los atractivos turísticos culturales con la respectiva fotografía y descripción la cual relata un breve texto acerca de la historia de donde surge el atractivo. En total son 10 atractivos que fueron visitados para aplicar la encuesta a los turistas que visitan el lugar.

Figura 32

Descripción de los atractivos turísticos culturales.



Latacunga-Parque Vicente León



El parque Vicente León constituye el punto de encuentro de propios y extraños, en la antigüedad fue la Plaza Mayor del "Asiento Español San Vicente Mártir de Tacunga". Es el lugar donde acontecían y acontecen actividades de orden cívico, militar y religioso, lleva el nombre del ilustre benefactor y filántropo Latacungueño Dr. Vicente León y Argüelles, cuyo monumento -esculpido en Italia- se ubica en la parte central del parque. Sin duda alguna representa el espacio urbano de mayor jerarquía en la ciudad.(GAD, 2022).

Latacunga-Casa de los Marqueses de Miraflores



La casa de los Marqueses fue construida en la primera mitad del siglo XVIII, propiedad del Marqués de Miraflores. Construida a base de piedra pómez. En la casa de los Marqueses existen muestras museográficas del patrimonio cultural de la ciudad, un salón de la Capitanía de la Mama Negra, una Pinacoteca y una sala de Arte Religioso, además en este lugar funciona la Biblioteca Municipal.(GAD, 2022).

Latacunga-Iglesia La Merced



La iglesia de La Merced de Latacunga, tiene una característica que le concede una cierta jerarquía en el conjunto de las iglesias y capillas de la provincia de Cotopaxi. Es el sitio en el cual se encuentra la imagen de la Virgen Protectora de Latacunga por los milagros a ella atribuidos en calmar la furia del Volcán Cotopaxi durante varias erupciones; por ello, cada 24 de septiembre se realiza una manifestación costumbrista en el teatro popular denominada "Capitanía de la Mama Negra".(GAD, 2022).

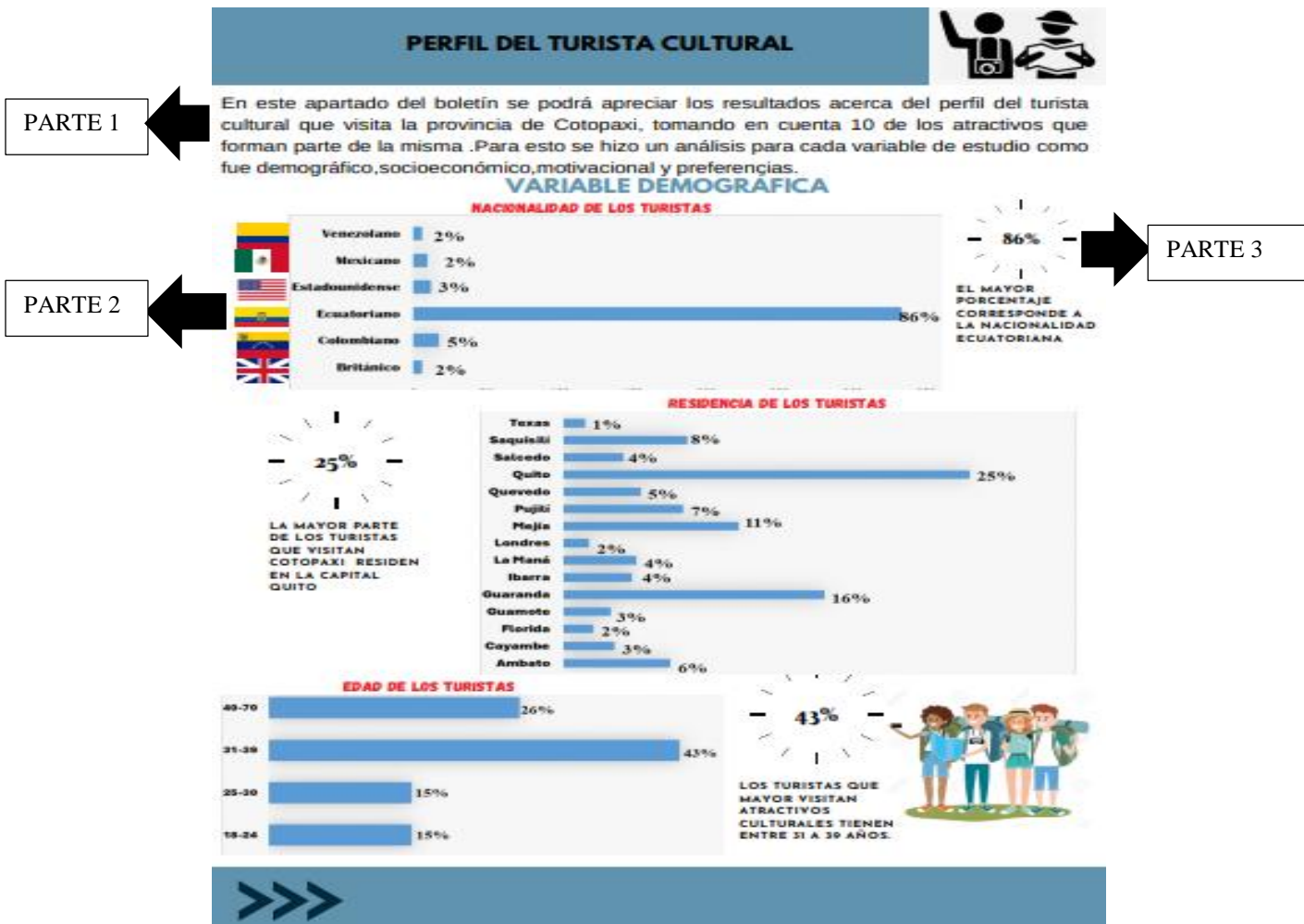

2

10.9.4 Sección 4: Presentación de los resultados.

Aquí se puede apreciar los resultados obtenidos de la encuesta acerca de perfil del turista cultural se encuentran divididas por 3 partes siendo la primera en donde se encuentra una descripción en la cual se menciona la cantidad de atractivos que fueron seleccionados en el presente estudio y dando a conocer que fueron enfocadas en cuatro variables demográficas, socioeconómica, motivación y preferencias. Por otro lado, en la parte 2 se presentan las gráficas para cada pregunta de la encuesta con las opciones brindadas y también los porcentajes para cada opción elegida por parte de los turistas encuestados. Finalmente, en la parte 3 dentro del icono que sobresale con respecto a las demás imágenes se encuentra el resultado mayor dando a entender que las agencias de viajes pueden centrarse en estos resultados con mayor porcentaje.

Figura 33

Resultados obtenidos.



10.9.5 Sección 5: Contra portada

Es la parte final del boletín que se visualiza una imagen en la parte superior del atractivo cultural Casa de los Marqueses de Miraflores que forma parte de la investigación ya que también se hizo en este lugar las encuestas por otro lado, en la parte inferior se encuentra mencionado la tutora, el estudiante investigador, persona que diseño el boletín y tomo las fotografías. Añadido a eso se da a conocer las redes sociales y el contacto.

Figura 34

Contraportada.



Fuentes:

GAD
PDOT
Sanchez
González

Créditos:

Tutora:
Lucía Benavides
Estudiante investigador:
Erika Córdor
Fotografía y diseño
Erika Córdor



erika.condor5088@utc.edu.ec



Erika Alejandra



0997383984

11. IMPACTOS

En el presente apartado de la investigación se encuentran los impactos, los cuales se puede producir antes, durante y después de la ejecución del proyecto de investigación. Por ello se ha considerado tres niveles de impactos como técnico, sociocultural y económico.

11.1 Impacto técnico

La creación del presente boletín informativo servirá como una herramienta para difundir la información acerca del perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi, en el cual se ubican los resultados que se extrajo de las encuestas, logrando establecer el perfil del turista con base a variables demográficas, socioeconómica, motivación y preferencias dirigido para los prestadores de servicios permitiéndoles tomar una mejor decisión sobre la creación de sus productos.

11.2 Impacto sociocultural

Tiene mayormente el impacto positivo ya que la presente investigación permitirá el desarrollo de la oferta turística de mejor calidad pensando en el perfil del turista, en cuanto a los gustos y preferencias que tienen al momento de visitar a los diferentes atractivos en la provincia de Cotopaxi.

11.3 Impacto económico

En este apartado en el ámbito económico establecer el perfil del turista cultura permitirá la creación de productos y servicios turísticos que sean personalizados acorde a las necesidades que tienen trayendo consigo el incremento de los ingresos económicos que son en beneficio para los habitantes cercanos al atractivo.

12. Conclusiones y Recomendaciones

12.1 Conclusiones

Se concluyó este presente estudio que al analizar el perfil del turista cultural que visita Cotopaxi tuvo una amplia e importante información para lograr mejorar los productos y servicios en el ámbito turístico investigación que fue establecida a través del diseño del estudio descriptivo en el levantamiento de información turística de la provincia de Cotopaxi, los cuales fueron obtenidos a través de la encuesta aplicada a los turistas que visitan los atractivos seleccionados para el estudio. Para la recolección de datos, de las 385 muestras válidas se pudo cumplir los resultados evidenciando así las principales características del perfil del turista, permitiendo plasmar todos estos datos al programa SPSS para su respectiva tabulación estableciendo así que un 86% representa que la mayor visita son turistas nacionales que residen en la ciudad de Quito con un 25% y por otro lado los turistas que más visitan la provincia son de género femenino con un 60% ,también llegando a establecer que el 26% laboran en instituciones públicas, de igual forma dentro de la variable socioeconómica se visualizó que el 42% poseen ingresos mensuales que van desde los 450 a 1000, poseen también un nivel de instrucción superior con un porcentaje del 32% prefieren visitar los atractivos junto a familiares ya amigos y por ello el mayor gasto lo realizan para alimentación con el 54 %. En cuanto a la variable motivación el 38% de turistas viajan por relajación y el atractivo que más les gusta es el Corpus Christi, para informarse acerca de los atractivos mayormente con el 40% prefieren hacerlo por las redes sociales, ,finalmente en la variable preferencia les llama más la atención el turismo gastronómico con el 30% pero también cerca de ello con un 27% prefieren un turismo cultural que son dos elementos que están relacionados ,el 64% prefieren degustar comida tradicional y prefieren realizar actividades como la caminata durante la visita en el atractivo y la mayoría de los turistas deciden movilizarse en vehículo propio representando a 60%.

Por otro lado al referirse a las características del turista como elemento tangible a presentar es un boletín informativo siendo la función principal difundir la herramienta a través de medios de comunicación o redes sociales que son los más utilizados por los turistas que fueron encuestados, siendo un boletín que presenta información que fueron obtenidas a través de la tabulación de datos reflejando los porcentajes mayores para cada pregunta permitiendo que sea una buena alternativa para mejorar la calidad de los productos y servicios turísticos acorde a la demanda y lograr aumentar la frecuencia de visitas hacia los atractivos, el boletín informativo se convierte en una herramienta importante para las personas interesadas especialmente los prestadores de servicios ya que son ellos quienes podrían ajustarse a las necesidades que tienen los turistas de modo que presencien una experiencia única e inolvidable.

12.2 Recomendaciones

Se sugiere a la población específicamente a los prestadores de servicios de la provincia de Cotopaxi que mediante esta investigación se pueda tomar en cuenta cuáles son las necesidades del turista cultural para mejorar algunos aspectos sociales, económicos, ambientales y las características en los servicios de, alojamiento, restauración y transporte de manera que permita mayor visita de los mismos. Presentándose la información resumida en el boletín informativo la cual se hace la entrega a la Universidad Técnica De Cotopaxi, así como también a lectores y tutor de investigación, por lo cual se propone que la información plasmada en esta sea difundida y puesta a disposición también para los estudiantes con el objetivo, de concientizar acerca de la importancia de conocer la demanda turística antes de brindar un producto/servicio turístico.

Se recomienda ampliar la investigación acerca del perfil del turista cultural hacia otros atractivos que no se logró hacer principalmente en las manifestaciones culturales como la fiesta de la Mama Negra que no coincidían con las fechas para presentar el proyecto de investigación.

Como parte de los documentos para la revisión bibliográfica se utilizó el inventario de atractivos culturales sin embargo el GAD provincial y las autoridades cantonales solo disponen un registro de atractivos del año 2015 por este motivo se recomienda que se actualice.

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado desarrollar campañas publicitarias enfocadas en el perfil del turista cultural de forma que se logre difundir la información.

Un elemento de la cultura es la gastronomía y de acuerdo a la encuesta realizada se refleja que los turistas están interesados en consumir alimentos tradicionales del lugar visitado por esto se recomienda a los servicios de alimentos y bebidas incluir en sus menús la comida tradicional de tal manera que los turistas tengan a disposición una diversificación de los productos brindados.

13. REFERENCIAS

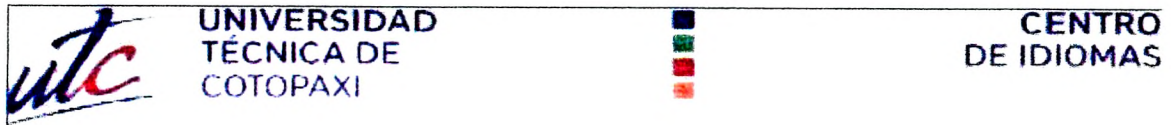
- Araujo (2012). *Vivat Academia E-ISSN: Universidad Complutense de Madrid España - PDF Free Download*. Recuperado 30 de junio de 2023, de <https://docplayer.es/232057490-Vivat-academia-e-issn-universidad-complutense-de-madrid-espana.html>.
- Alvarado, K., & Alexandra, H. (2015). *Identificación de las motivaciones de los turistas que visitan la Isla Santay*.
- Arango Salinas, A. J., & Rojas Chaparro, T. L. (2018). *Características en el perfil del turista europeo que visita el Monasterio de Santa Catalina y su relación con el nivel de satisfacción, Arequipa-2017*.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta*. Fideas G. Arias Odón.
- Anguita, J. C., Labrador, J. R., Campos, J. D., Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538. Obtenido de <http://www.unidaddocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>.
- Argüello Navarro, H. E. (2012). *Mejoramiento de la continuidad en la atención garantizada con un sistema de referencia y contrarreferencia de pacientes entre los dispensarios del Seguro Social Campesino de Cotopaxi y el Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social–Latacunga y su contribución a la calidad de la atención*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/934>
- AME. (2022). Somos Ecuador. Cantón Pangua. Obtenido de: <https://www.scribbr.es/normas-apa/ejemplos/pagina-web/>
- Alatorre, A., & Pérez, M. (2011). Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local TURyDES*, 4(11), 1-25.
- Borbúa, L. G. (2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Beltrán M y Parra M (2017). Universidad de Murcia. Perfiles Turísticos en función de las motivaciones para viajar. Recuperado de [file:///C:/Users/HP/Downloads/290391-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1010941-1-10-20170526%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/290391-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1010941-1-10-20170526%20(3).pdf).
- Barba Bolaños, O. (2006). *Participación ciudadana en Cotopaxi: Análisis crítico sobre su construcción en la última década*. Obtenido de <https://www.repositoriointerculturalidad.ec/jspui/handle/123456789/3398>
- Bedón Herrera, J. D. R., & Muñoz Salguero, J. C. (2012). *Diseño y elaboración de un medio de comunicación visual alternativo (sitio web) para la difusión de la fiesta de la octava de Corpus Christi del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/1250>
- Bonilla-Bustos, M., Gómez-Jiménez, R., & Ruiz-Umaña, Y. (2022). *Caracterización de la planta turística de los cantones de Cartago, Paraíso, Jiménez, Turrialba y Alvarado de la provincia de Cartago durante los meses de febrero a mayo del 2022 desde la gestión sostenible de destinos*. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/13938>
- Colet, R., & Morán, J. (2014). *Procesos de venta*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448191633.pdf>
- P, S. (2018). *Desarrollo de productos turísticos*. InterMark.
- CAMPAÑA DIGITAL.pdf - CLASE: MARKETING PARA TURISMO Y SERVICIOS SECCION: 21:00 PM CATEDRATICO: EDUARDO MONTALVO TAREA: CAMPAÑA DIGITAL ALUMNA: AMBAR | Course Hero*. (2017). Recuperado 15 de julio de 2023, de <https://www.coursehero.com/file/179036893/CAMPA%3%91A-DIGITALpdf/>

- Contrato Social por la Educación (2018). Diálogo provincial sobre educación. Obtenido de: <http://contratosocialecuador.org/images/publicaciones/miradaterritorial/cuadernocotopaxi.pdf>
- Díaz, B. R., & Fernández, R. C. (2012). *SISTEMA DE AYUDA AL TURISTA*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721630007.pdf>.
- Díaz, S. H., & Amores, E. M. (2012). Corpus Christi: Patrimonio intangible del Ecuador. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 4, 71-86. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-CorpusChristi-4181038%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-CorpusChristi-4181038%20(2).pdf)
- Elizondo, E. G. V., & Tudela, A. A. B. (2019). *SUBSECRETARIOS DE GESTIÓN Y DESARROLLO. Estudio de perfiles de turistas fortalece la planificación del destino Ecuador – Ministerio de Turismo*. (2017). Recuperado 15 de julio de 2023, de <https://www.turismo.gov.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/>
- Fuentes, A. (2013). Turismo y clasificación del turismo. Turismo. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/26783/1/UCE-FAG-JACOME%20KATHERINE.pdf>
- GADMIC (2019). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural Del Cantón Pujilí. Obtenido de: <https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/historia-pujili/>
- GADMIC (2019-2023). GADMIC. Guía Turística del cantón Saquisilí. Obtenido de: <https://saquisili.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/Guia-Turistica-Saquisili.pdf>
- Glosario de términos de turismo | OMT*. (2022). Recuperado 14 de junio del 2023, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Gil, S. M., Sosa, D. F. C., & Quintana, T. A. (2002). Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: El caso de República Dominicana. *Cuadernos de Turismo*, 9, 67-84. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/21951/21241>
- González Pérez, C. (2018). *Motivaciones de viajes push y pull: Un análisis según la composición del grupo de viaje*.
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. *On line* (27/03/2.000). *Revisado el, 14*, 112-116. Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. *On line* (27/03/2.000). *Revisado el, 14*, 112-116. Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Graus, M. E. G. (2017). 1.6. ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. *Comité Editorial*, 59. Obtenido de <http://edacunob.ult.edu.cu/xmlui/bitstream/handle/123456789/6/IIISimposio.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=65>
- Herrera (2018). Periódico opción. Cultura. Obtenido de <https://periodicoopcion.com/01-de-abril-de-1851-nacimiento-de-la-provincia-de-cotopaxi/>
- Hurtado, J. (2006). *Marco Metodológico*. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093052/cap03.pdf>
- Lourdes T (2004). *FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES FLACSO*. "El Sistema de representación y la participación política del pueblo kichwa de Cotopaxi". Obtenido de: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/422/6/TFLACSO-01-2004LLTG.pdf>
- Larrea, V. (2015). Inti Raymi-Fiesta ancestral andina. Quito: Studio 21. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6526/1/UDLA-EC-TIAEHT-2017-27>.
- Livi-Bacci, M. (1993). *Introducción a la demografía*.
- Lliguisupa A (2015). Universidad de Cuenca. Análisis del perfil del turista en el cantón la Troncal, provincia del Cañar.
- Mora-Jácome, V., Ludeña-Reyes, A.-P., Ochoa-Ochoa, T.-J., & Sánchez-Cevallos, E. (2018). Motivaciones del turista religioso-peregrino y su satisfacción. *International Journal of Professional Business Review*, 3(1), 50-68. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5536/553658821004/553658821004.pdf>

- Robles M (2016). Memorias del coloquio Nacional de investigación en las Ciencias Económicas y Administrativas. El perfil del Turista como enclave para planificar el desarrollo del destino turístico. Recuperado de http://www.caacsx.uson.mx/revista/numeros/01/articulos/2_art.pdf
- Reynolds Mejía, L. A. (2013). Percepciones y preferencias del consumidor de palmito fresco. Caso: Unión de asociaciones de productores de plantines y palmito. *Revista Perspectivas*, 32, 57-100.
- Socatelli (2003). Consultores en Turismo. Demanda turística. Recuperado de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1.pdf>
- Salazar Ruiz, A. M., & Hortua, K. (s. f.). *La influencia del contexto sociocultural en el desarrollo integral de la primera infancia en el departamento del Quindío*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/56246>
- Sánchez, P. J. (2022). MODELOS TECNOCIENTIFICOS BASADOS EN LA DIFUSION SOCIOINVESTIGATIVA UNIVERSITARIA. *Scientiarium*, 3. Obtenido de <https://investigacionuft.net.ve/revista/index.php/scientiarium/article/view/681>
- Sefotur, Estudio del perfil y grado de satisfacción del turista en Yucatán. México
- Villasante, L. W. M. (2016, noviembre 24). Demanda Turística. *Turismo*. <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- (Velázquez R, 2005). Toma de decisiones estratégicas de mercadotecnia. Necesidades y deseos. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/20011/necesidades-deseos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Villagra, M. E. (2008). *Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales*. IV Congreso de Relaciones Internacionales (La Plata, 2008). Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/41110/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

14. APÉNDICES

Apéndice 1.-Aval de traducción de Idiomas

***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: **“PERFIL DEL TURISTA CULTURAL QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI”** presentado por: **Cóndor Llomitoa Erika Alejandra**, egresada de la Carrera de Turismo perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizo 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, 31 de agosto del 2023

Atentamente,



Firmado digitalmente por:
BLANCA GLADYS
SANCHEZ AVILA

MSc. Blanca Gladys Sánchez A.
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 2100275375



Apéndice 2.- Hoja de vida del equipo de investigadores

HOJA DE VIDA DE LA TUTORA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS:

Benavides Zura

NOMBRES: Norma Lucía

ESTADO CIVIL: Soltera

CEDULA DE CIUDADANÍA: 1002669644

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:

06/03/1980

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Av. José Egusquiza y Miguel Río Frío

TELÉFONO CONVENCIONAL: S/N

TELÉFONO CELULAR: 0994078798

EMAIL INSTITUCIONAL: norma.benavides9644@utc.edu.ec

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A

DE CARNET CONADIS: N/A



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP SENESCYT
TERCER	Licenciada en Turismo Histórico Cultural	2007-09-12	1005-07-785273
CUARTO	Magíster en Gestión del Turismo	2015-07-29	1053-15-86066992

HISTORIAL PROFESIONAL

- UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS
- UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
- INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ITI
- UNIVERSIDAD UTE
- UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

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: Turismo, 85 Protección del medio ambiente

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: Abril – Agosto 2019

HOJA DE VIDA DEL INVESTIGADOR
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DATOS INFORMATIVOS PERSONAL POSTULANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Cóndor Llomitoa
NOMBRES: Erika Alejandra
ESTADO CIVIL: Soltera
CEDULA DE CIUDADANÍA: 1753845088
NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:
 30/01/2002
DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Santo Samana Occidental
TELÉFONO CONVENCIONAL: S/N
TELÉFONO CELULAR: 0997383984
EMAIL INSTITUCIONAL: erika.condor5088@utc.edu.ec
TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A
DE CARNET CONADIS: N/A



**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS
 OBTENIDOS**

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO
PRIMARIO	Unidad Educativa "Economista Abdón Calderón"
SECUNDARIO	Unidad Educativa "Economista Abdón Calderón"
TERCER	Universidad Técnica de Cotopaxi

SEMINARIOS:

- Seminario Internacional Intercambio Científico
- Semana de la difusión del Centro de Emprendimiento UTC
- Seminario Internacional Turismo y Patrimonio: Fortaleciendo conocimientos y competencias durante la pandemia

IDIOMA:

INGLES B1

Apéndice 3.-Modelo de la Encuesta



Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo



Estimado (a) Participante:

El siguiente cuestionario tiene como propósito obtener información sobre el perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: _____ Atractivo turístico: _____

DEMOGRÁFICA

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. ¿Nacionalidad?</p> <p>_____</p> <p>2. ¿Residencia?</p> <p>_____</p> <p>3. ¿Edad?</p> <p>_____</p> <p>4. ¿Género?</p> <p>a) Masculino <input type="checkbox"/></p> <p>b) Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>c) Otros <input type="checkbox"/></p> | <p>5. ¿Estado civil?</p> <p>a) Soltero <input type="checkbox"/></p> <p>b) Casado <input type="checkbox"/></p> <p>c) Divorciado <input type="checkbox"/></p> <p>d) Viudo <input type="checkbox"/></p> <p>e) Unión Libre <input type="checkbox"/></p> <p>6. Situación Laboral:</p> <p>a) Estudiante <input type="checkbox"/></p> <p>b) Empleado público <input type="checkbox"/></p> <p>c) Jubilado <input type="checkbox"/></p> <p>d) Empleado Privado <input type="checkbox"/></p> <p>e) Desempleado <input type="checkbox"/></p> <p>f) Otros <input type="checkbox"/></p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

SOCIOECONÓMICA

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>7. ¿Promedio mensual de ingresos?</p> <p>a) Sin ingresos <input type="checkbox"/></p> <p>b) Un Salario básico unificado (\$450) <input type="checkbox"/></p> <p>c) \$451 a \$1000. <input type="checkbox"/></p> <p>d) \$1001 a \$2000. <input type="checkbox"/></p> <p>e) Más de \$2001 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Nivel de estudios?</p> <p>a) Educación básica <input type="checkbox"/></p> <p>b) Bachillerato <input type="checkbox"/></p> <p>c) Técnico <input type="checkbox"/></p> <p>d) Tercer nivel <input type="checkbox"/></p> <p>e) Cuarto nivel <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Con quién viaja?</p> <p>a) Solo <input type="checkbox"/></p> <p>b) Amigos <input type="checkbox"/></p> <p>c) Familia <input type="checkbox"/></p> <p>d) Pareja <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?</p> <p>_____</p> | <p>11. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?</p> <p>_____</p> <p>12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Cotopaxi?</p> <p>a) De 0 a 100 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>b) De 101 a 200 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>c) De 201 a 300 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>d) De 301 a 400 USD <input type="checkbox"/></p> <p>e) Más de 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?</p> <p>a) Alojamiento _____</p> <p>b) Alimentación _____</p> <p>c) Transporte _____</p> <p>d) Otros (especifique otro) _____</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

MOTIVACIÓN

- 14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?**
- a) Relajación
- b) Salud
- c) Estudios
- d) Religión
- e) Visita familiares/amigos
- f) Negocios
- g) Trabajo
- h) Otros(especifique) _____
- 15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia?**
- _____
- 16. ¿Qué tiempo estima para su visita en la provincia?**
- a) De 0 a 1 día.
- b) De 1 día a 2 días.
- c) De 3 a 4 días.
- d) Más de 4 días.
- 17. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Cotopaxi?**
- a) Referencias familiares
- b) Redes sociales
- c) Televisión
- d) Páginas web
- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique) _____
- 18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?**
- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada feriado
- d) Otros (Especifique) _____
- 19. ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi?**
- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente
- d) Otro (Especifique) _____

PREFERENCIAS

- 20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?**
- a) Sol y playa
- b) Balnearios en ríos.
- c) Turismo de naturaleza.
- d) Visita a centros comerciales.
- e) Turismo de aventura.
- f) Turismo gastronómico.
- g) Turismo cultural.
- h) Otros (Especifique) _____
- 21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?**
- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Hostería
- d) Lodge
- e) Cabañas
- i) Otros(Especifique) _____
- 22. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?**
- a) Comida típica
- b) Comida gourmet
- c) Comida rápida
- d) Otros (Especifique) _____
- 23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?**
- a) Caminata
- b) Pesca
- c) Natación
- d) Picnic
- e) Deportes
- f) Otras actividades
- g) Gastronomía.
- 24. ¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?**
- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler (taxi)
- c) Público
- d) Otros(Especifique) _____

Apéndice 4.-Evidencia del trabajo en campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos.

Figura 35

Parque Vicente León.



Figura 36

Casa de los Marqueses de Miraflores.



Figura 37

Santuario del Niño Isinche Pujilí.



Figura 38

El Rey Ángel



Figura 39

Fiesta del Corpus Christi en Pujilí.



Figura 40

Mirador Shalalá.



Figura 41

Inti Raymi de Salcedo.

**Figura 42**


Galería Artesanal de Quilotoa.

**Figura 43**


Iglesia de Saquisilí.



Apéndice 5.-Evidencia del trabajo en campo, encuestas llenas



Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo



Estimado (a) Participante:

El siguiente cuestionario tiene como propósito obtener información sobre el perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.
Encuesta N°: _____ Atractivo turístico: _____

DEMOGRÁFICA

<p>1. ¿Nacionalidad? <u>Cuatoveniana</u></p> <p>2. ¿Residencia? <u>Quevedo</u></p> <p>3. ¿Edad? <u>68</u></p> <p>4. ¿Género? a) Masculino <input type="checkbox"/> b) Femenino <input checked="" type="checkbox"/> c) Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>5. ¿Estado civil? a) Soltero <input checked="" type="checkbox"/> b) Casado <input type="checkbox"/> c) Divorciado <input type="checkbox"/> d) Viudo <input type="checkbox"/> e) Unión Libre <input type="checkbox"/></p> <p>6. Situación Laboral: a) Estudiante <input type="checkbox"/> b) Empleado público <input type="checkbox"/> c) Jubilado <input checked="" type="checkbox"/> d) Empleado Privado <input type="checkbox"/> e) Desempleado <input type="checkbox"/> f) Otros <input type="checkbox"/></p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SOCIOECONÓMICA

<p>7. ¿Promedio mensual de ingresos? a) Sin ingresos <input type="checkbox"/> b) Un Salario básico unificado (\$400) <input type="checkbox"/> c) \$401 a \$1000. <input checked="" type="checkbox"/> d) \$1001 a \$2000. <input type="checkbox"/> e) Más de \$2001 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Nivel de estudios? a) Educación Básica <input type="checkbox"/> b) Bachillerato <input type="checkbox"/> c) Técnico <input type="checkbox"/> d) Tercer nivel <input checked="" type="checkbox"/> e) Cuarto nivel <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Con quién viaja? a) Solo <input checked="" type="checkbox"/> b) Amigos <input type="checkbox"/> c) Familia <input checked="" type="checkbox"/> d) Pareja <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan? _____</p>	<p>11. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan? <u>2</u></p> <p>12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia? a) De 0 a 100 USD. <input type="checkbox"/> b) De 101 a 200 USD. <input checked="" type="checkbox"/> c) De 201 a 300 USD. <input type="checkbox"/> d) De 301 a 400 USD <input type="checkbox"/> e) Más de 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para? a) Alojamiento <input type="checkbox"/> b) Alimentación <u>100</u> <input type="checkbox"/> c) Transporte <input type="checkbox"/> d) Otros (especifique otro) <input type="checkbox"/></p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MOTIVACIÓN

14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

- a) Relajación
- b) Salud
- c) Estudios
- d) Religión
- e) Visita familiares/amigos
- f) Negocios
- g) Trabajo
- h) Otros(especifique) _____

15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia?

_____ Volcán Cotopaxi _____

16. ¿Qué tiempo estima para su visita en la provincia?

- a) De 0 a 1 día.
- b) De 1 día a 2 días.
- c) De 3 a 4 días.
- d) De 4 días a más
- e) Más de 4 días.

17. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Cotopaxi?

- a) Referencias familiares
- b) Redes sociales
- c) Televisión
- d) Páginas web
- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique) _____

18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada feriado
- d) Otros (Especifique) _____

19. ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi?

- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente
- d) Otro (Especifique) _____

PREFERENCIAS

20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

- a) Sol y playa
- b) Balnearios en ríos.
- c) Turismo de naturaleza.
- d) Visita a centros comerciales.
- e) Turismo de aventura.
- f) Turismo gastronómico.
- g) Turismo cultural.
- h) Otros (Especifique) _____

21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Hostería
- d) Lodge
- e) Cabañas
- i) Otros(Especifique) _____

22. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

- a) Comida típica
- b) Comida gourmet
- c) Comida rápida
- d) Otros (Especifique) _____

23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

- a) Caminata
- b) Pesca
- c) Natación
- d) Pínic
- e) Deportes
- f) Otras actividades
- g) Gastronomía.

24. ¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?

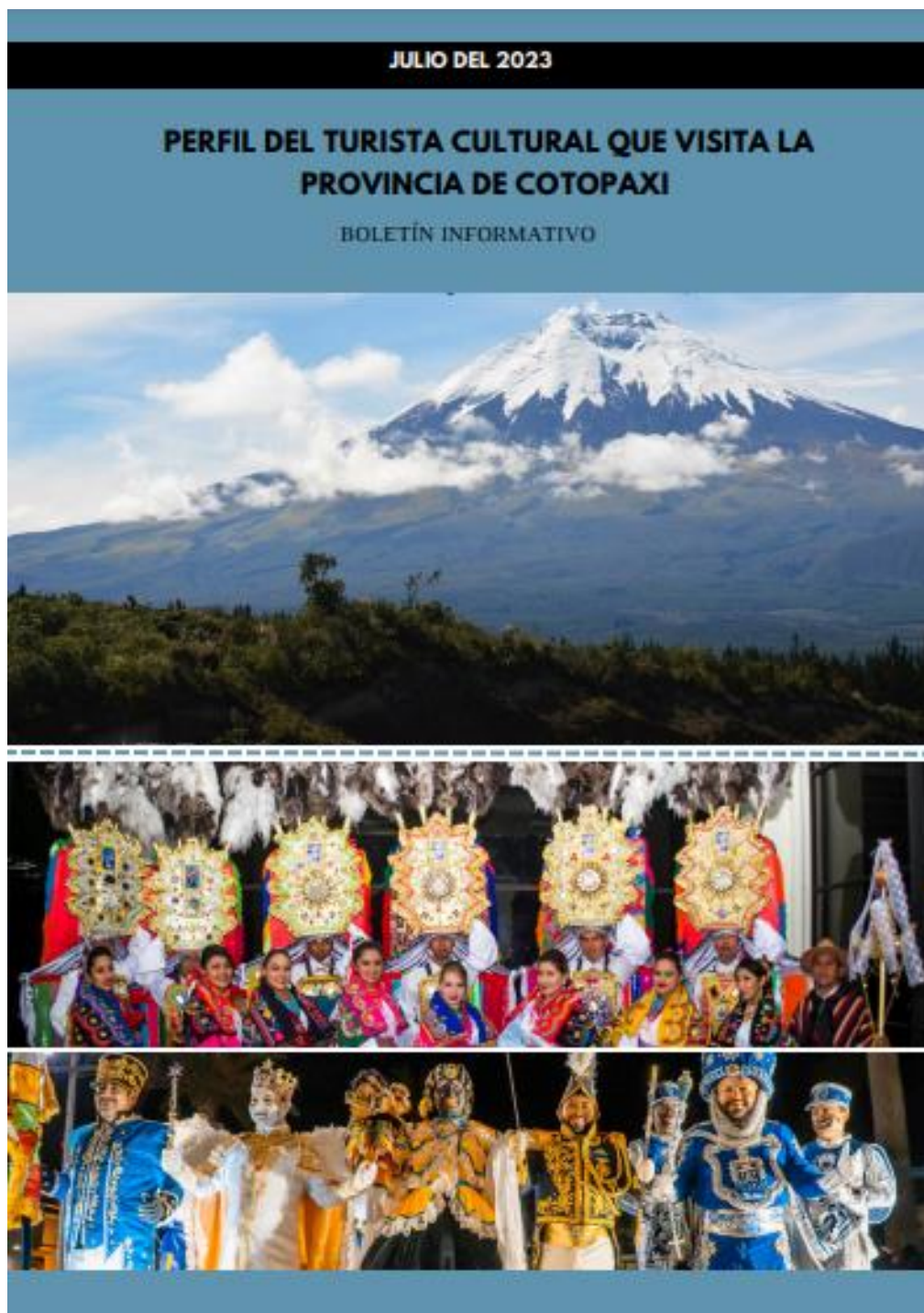
- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler (taxi)
- c) Público
- d) Otros(Especifique) _____

Apéndice 6.-Modelo de la encuesta

Variable de caracterización	Indicador – Instrumento
Demográficas	<p>¿Nacionalidad? ¿Dónde nació?</p> <p>¿Residencia?</p> <p>¿Edad?</p> <p>¿Género?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino • Otros <p>¿Estado civil?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Divorciado • Viudo • Unión Libre <p>Situación Laboral:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Empleado público • Jubilado • Empleado Privado • Desempleado • Otros
Socioeconómica	<p>¿Promedio mensual de ingresos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin ingresos • Un Salario básico unificado. (\$450) • \$451 a \$1000. • \$1001 a \$2000. • Más de \$2001 USD. <p>¿Nivel de estudios?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación Básica. • Bachillerato. • Técnico. • Tercer nivel • Cuarto nivel. <p>¿Con quién viaja?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo. • Amigos. • Familia. • Otros. <p>¿Cuántos mayores de 16 años?</p> <p>¿Cuántos menores de 16 años?</p> <p>¿Cuánto estimó gastar o gastó durante su visita a la provincia de Cotopaxi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • De \$0 a \$ 100. • De \$101 a \$200 • De \$201 a \$300 • De \$301 a \$400 • Más de \$400 <p>¿Cuánto es el gasto que destino para?:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Transporte • Otros
Motivación	<p>¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relajación. • Salud. • Estudios. • Religión. • Visita familiares. • Negocios.

	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo • Otro <p>¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia de Cotopaxi?</p> <p>¿Qué tiempo estima para su visita al cantón?</p> <ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 1 día • De 1 día a 2 días • De 3 a 4 días • Más de 4 días <p>¿A través de qué medio se informó sobre el atractivo turístico del cantón?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Referencias familiares • Redes sociales • Televisión • Páginas web • Operadoras turísticas • Otro <p>¿Cada qué tiempo realiza actividades turísticas?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada semana. • Cada mes. • Cada feriado. • Cada vacación. <p>¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es la primera vez. • Es la segunda vez • Frecuentemente
Preferencias	<p>¿Cuál es su tipo de turismo favorito?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sol y playa • Balnearios en ríos. • Turismo de naturaleza. • Visita a centros comerciales. • Turismo de aventura. • Turismo gastronómico. • Turismo cultural. • Otros <p>¿Qué tipo de hospedaje prefiere?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Hostal • Hostería • Logde • Cabañas • Otros. <p>¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comida típica • Comida gourmet • Comida rápida • Otros (Especifique) <p>¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Pesca • Natación • Picnic • Deportes • Otras actividades • Gastronomía. <p>¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propio. • De alquiler(taxi) • Público. • Otros

Apéndice 7.-Boletín informativo



Apéndice 8.-Atractivos naturales de la provincia de Cotopaxi.

Parroquia	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción
Aláquez	Páramos de la asociación Tejar Miraflores	Sitios Naturales	Bosques	Páramo	II	Los páramos de la Asociación Tejar Miraflores constituyen una gran reserva de agua que abastecen a ciudades como Latacunga y Salcedo. Las especies de flora más representativas son: paja (<i>Stipa ichu</i>) y almohadilla (<i>Plantago rígida</i>) cuya función ecológica de absorción mantiene una gran cantidad de ecosistemas a su paso
Belisario Quevedo	Cerro Putzalahua	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	El Cerro Putzalahua es uno de los más importantes recursos turísticos que tiene la ciudad de Latacunga, a tan solo quince minutos se puede disfrutar de un ecosistema de páramo biodiverso. El 60% de la vegetación es representada por pajonales, además el estrato herbáceo y arbustivo.
Joseguango Bajo	Laguna Colaya Jurídico	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Pozas	I	La laguna se ha originado por las corrientes de los canales de riego de la Hacienda Joseguango, propiedad del Sr. Dávila, misma que tiene un crecimiento paulatino hacia la parte norte por lo que se puede apreciar una zona de pantano.
Mulaló	Manantiales del Cotopaxi	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Ciénegas	II	Se encuentra formando un río de aproximadamente 4 m de ancho por 50 cm de profundidad, el agua es incolora e insípida, con una temperatura menor a los 10 °C; produce un caudal de 100 lt/s aproximadamente; forma parte del Parque Nacional Cotopax.
Mulaló	Laguna de Limpiopungo	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II	La Laguna Limpiopungo es el resultado morfológico de los lahares del Volcán Cotopaxi, formada por el derretimiento de los casquetes de hielo y nieve al ponerse en contacto con flujos piroclásticos y/o lavas.
Mulaló	Cerro Morurco	Sitios Naturales	Montañas	Altas Montañas	II	El Cerro Morurco constituye una formación rocosa ubicada en la cara sur del Volcán Cotopaxi, además es llamada Cabeza del Inca, por la forma que le dan sus torres o pilares rocosos.
Mulaló	Cerro El Morro	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	El cerro El Morro es una formación rocosa que se destaca sobre las colinas cubiertas de páramo de pajonal.

Mulaló	Volcán Cotopaxi	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	IV	El Volcán Cotopaxi es el más alto y activo del mundo con 5897 m.s.n.m., se sitúa en el Nudo de Tiopullo. Su base circular mide aproximadamente 20 km de diámetro, y su forma es de un perfecto cono que le da una belleza única.
Mulaló	Área Nacional de Recreación El Boliche	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Área Nacional de Recreación	II	El Área Nacional de Recreación el Boliche (ANRB) fue creada mediante Acuerdo Interministerial No. 0322, publicado en el Registro Oficial No. 69, del 26 de julio de 1979.
Mulaló	Parque Nacional Cotopaxi	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	II	El Parque Nacional Cotopaxi comprende en su totalidad 33393 hectáreas, ocupando el territorio de las provincias de Cotopaxi, Pichincha y Napo. Fue creado el 26 de julio de 1979.
San Juan de Pastocalle	Manantial y termas del río Blanco	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas Minerales	II	A 12 km del centro Parroquial de Pastocalle, dentro de la quebrada Río Blanco de la Reserva Ecológica Los Ilinizas se encuentran el Manantial o Termas de Río Blanco.
San Juan de Pastocalle	Laguna de los patos	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II	La Laguna de los Patos forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas; es identificada con este nombre por ser el hogar de algunas especies patos como el pato andino.
San Juan de Pastocalle	Mirador Curiquinge	Sitios Naturales	Montaña	Colina	I	Un lugar con potencialidad turística, constituye un mirador de interpretación paisajística de montaña y de volcanes.
Poaló	Vertiente mineral de Patacocha	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas Minerales	I	La vertiente se encuentra formando una poza de aproximadamente 3 m de largo por 2 m de ancho y 4 m de profundidad. Los habitantes de la zona comentan que se conoce a esta poza con este nombre por la existencia de una especie de patos.
Poaló	Cerro Pucará	Sitios Naturales	Montaña	Colina	I	Posiblemente se trate de un conjunto arqueológico preincaico (pucará); se levanta con forma espiralada, desde el sector de Milín hacia el norte, se puede apreciar la montaña que contiene tres anillos.
Cantón: La Maná						

Guasaganda	Cascada del venado	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	I	La cascada tiene una altura aproximada de 10 m y 3 m de ancho. Sus aguas son cristalinas y caen sobre una base rocosa que le da forma, cuenta con una temperatura promedio de 17 °C.
Guasaganda	Cascada de Mármol	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	I	Es un conjunto de cinco cascadas que se forman en el trayecto del mismo río, tienen una altura que varía entre 2 m a 5 m.
La Maná	Poza el rincón de la tilapia	Sitios Naturales	Ríos	Pozas naturales	I	Cuenta con tres piscinas para la crianza de tilapias rosadas, y como complemento al sitio se ha instalado una piscina en el cauce del río, de aproximadamente 10 m de diámetro con una profundidad menor a 2 m, adecuada de manera rústica para los bañistas.
Pucayacu	Cascada Tinieblas	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada forma una caída de unos 120 m con una pendiente de 60°, en el sitio se encuentran tres pozas formadas por la acción del agua.
Cantón: Pangua						
El Corazón	Puente natural de Piguapungo	Sitios Naturales	Montaña	Borde de montañiana	II	Una formación natural que une a dos colinas, y ha sido aprovechada desde hace muchos años con el fin de facilitar el paso de los transeúntes entre El Corazón y Moraspungo.
Moraspungo	Cerro calope	Sitios Naturales	Montaña	Cerro	II	En la zona alta del Cerro se puede observar vegetación nativa con la presencia de una gran variedad de especies.
Moraspungo	Cascada de Guaparita	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada se encuentra en el sector de Coparita, vía al cerro Calope, cuenta con dos caídas de agua de aproximadamente 5 m de altura, en el lugar se pueden apreciar dos rocas muy grandes que interrumpen su caída.
Moraspungo	Siete cascadas del Zapanal	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	En una longitud aproximada de 1 km, el Río Zapanal da origen a un conjunto de caídas de agua consecutivas, formando un sistema de cascadas y pozas de gran belleza. El Zapanal cuenta con siete cascadas de diferentes tamaños y formas.
Moraspungo	Pozas del puente de Guapara	Sitios Naturales	Ríos	Poza natural	II	En la vía El Corazón – Guapara - Quevedo, se encuentra una zona con diversidad de productos agrícolas de la costa, se constituyen en un atractivo turístico debido a la existencia de piscinas naturales formadas a lo largo del río.

Pinllopata	Reserva Ecológica y parque botánico	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Bosque Protector	II	Se encuentra ubicado dentro de la Hacienda Rancho Escondido bajo la declaración de Bosque Protector por el Ministerio de Ambiente.
Cantón: Pujilí						
Angamarca	Cueva de los tayos	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	I	Se encuentra ubicada en el sector de Sanquialó a 16 km de Pinllopata, en la vía Angamarca – El Corazón, puede ser visitada durante todo el año.
El tingo	Cueva de los murciélagos	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	II	Se encuentra ubicada a 10 km de la cabecera parroquial, localizada debajo del puente que comunica al sector de Guayacán con Negrillo, consta de dos cuevas.
El tingo	Cascada Milagro	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Ubicada aproximadamente a 1,4 km de la hidroeléctrica “El Estado” vía a La Maná; al lado izquierdo de la carretera se observa una pequeña cascada sobre una pared rocosa.
El tingo	Cascada del oso	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Tiene una caída de aproximadamente 120 m, que da lugar a la formación de una poza de 2,5 m de diámetro, sus aguas son incoloras e insípidas; tiene una temperatura de 10 °C; forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas.
Pilaló	Cueva minus uctu	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	II	La Cueva Minus Uctu tiene una entrada de 5 m de altura, se encuentra al pie de un cerro que asemeja una catedral gótica, los pobladores del sector dicen que tiene una profundidad de unos 500 m, y se cuenta que la cueva tiene una salida hacia otro lugar.
Pujilí	Aguas termales de aluchan	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	Es una vertiente de agua termal que nace al pie de una montaña, rodeada de un remanente de bosque de matorrales. El agua llega a una piscina construida de piedra y cemento de color verdoso.
Pujilí	Mirador de sinchaguasín	Sitios Naturales	Montaña	Colina	I	El Sinchaguasín es una colina ubicada al lado occidental de la cabecera cantonal de Pujilí, se puede acceder allí de manera directa por unas escalinatas de hormigón que tienen aproximadamente 600 gradas.
Zumbahua	Complejo lacustre verde cocha	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Pozas	I	Este recurso se encuentra conformado por tres lagunas, cuya fuente de agua proviene de vertientes aledañas.
Zumbahua	Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	Fenómenos Geneológicos	Cráter	III	Esta Laguna es de origen volcánico, formada en el cráter de un volcán inactivo que tiene una profundidad de 240 m y 3 km de diámetro aproximadamente; el cono, donde actualmente se encuentra la Laguna.

Zumbahua	Mirador cañón del Toachi	Sitios Naturales	Fenómenos Geneológicos	Escarpa de falla	II	Posiblemente el cañón se formó como producto de fuertes terremotos que se suscitaron en la zona hace más de cinco mil años; de acuerdo a algunas hipótesis.
Zumbahua	Cerro Tiglán	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	El ingreso hacia el Cerro Tiglán es desde la vía Pujilí-Zumbahua a 500 m antes del puente de Guantopolo, se tiene acceso con vehículo desde la vía a unos 300 m en dirección a la montaña, de allí una caminata por un sendero en mal estado de aproximadamente 400 m..
Zumbahua	Cerro cóndor matzi	Sitios Naturales	Montaña	Cordillera	II	Al lado sur de Zumbahua se encuentra una gran cumbre rocosa conocida como Cóndor Matzi, los visitantes que se acercan a Zumbahua la observan desde lejos ya que llama la atención por sus formas irregulares y majestuosas.
Zumbahua	Valle de altura Michacalá	Sitios Naturales	Planicies	valle	II	La planicie en la que se encuentra la Comunidad Michacalá, tiene un clima húmedo debido a las bajas temperaturas y la frecuente formación de neblina, con un relieve de aproximadamente 12%, en su parte baja se localizan cultivos primordialmente de cebolla que son comercializados.
Cantón: Salcedo						
Mulalillo	Mirador curiquingue loma	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	Para llegar a este sitio se debe realizar un recorrido desde el límite de los cultivos de la comunidad, donde inician también la zona de protección estatal, existe un sendero comunal de aproximadamente 2 km que lleva por el páramo de pajonal por el borde donde nace la quebrada Pillinga, alcanzando primeramente el sito de los tanques de captación de agua y desde este punto hacia el lado sur.
Panzaleo	Laguna de yambo	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II	La Laguna es de origen aluvial, se ha formado debido a la presencia de vertientes subterráneas, sus aguas son tranquilas de color verde por la cantidad de algas que habitan en el lugar.
Panzaleo	Mirador de Yambo	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	El mirador de la Laguna de Yambo se encuentra ubicado al lado occidental de la misma, desde la Laguna hasta el nivel del mirador existen aproximadamente 100 m de altura.
San Miguel	Complejo Llanganati .Laguna de anteojos	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II	La zona es un complejo lacustre reconocido a nivel internacional como Sitio Ramsar, constituido por alrededor de 80 cuerpos de agua, entre las cuales se destacan por su singular forma las lagunas de Anteojos, las mismas que se unen por un riachuelo.
Cantón: Sigchos						

Chuschilán	Bosque protector Moreta	Sitios Naturales	Bosques	Nublado Occidental	II	Se encuentra ubicado a 3 km de la Parroquia Chugchilán, en el recorrido hacia el bosque se cruza una gran franja de páramo de pajonal donde los vientos son fuertes. El bosque cuenta con un área aproximada de 100 has.
Chugchilán	Miador Chinaló Bajo	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	Se encuentra ubicado a quince minutos de la vía Cochaló - Sigchos, el sitio forma parte del circuito turístico ZumbahuaChugchilán. Tiene una vista privilegiada del Cañón del Río Toachi.
Chugchilán	Mirador de Turupamba	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	Se encuentra ubicado a 5 km del centro parroquial Chugchilán, es de acceso libre; se debe seguir la carretera hacia la Parroquia Pucayacu. Desde éste punto se puede observar al nevado Los Ilinizas, el Cañón de Río Toachi.
Chugchilán	Cascada de Lomapi	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Para llegar a las Cascadas de San Marcos Lomapi, se debe caminar alrededor de noventa minutos desde la vía carrozable, se debe recorrer por los costados del río.
Isilinví	Mirador y Cerro Ñahuirá	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	El Cerro Ñahuirá se encuentra ubicado en la Parroquia Isilinví, a 1 km del centro parroquial. En la cima de este recurso se puede sentir vientos suaves y una sensación de estar en el techo del mundo; tiene una vista privilegiada de 360°.
Isilinví	Peñas blancas	Sitios Naturales	Montaña	Cerro	II	Se encuentra conformada por varias formaciones rocosas deleznales que han sido labradas por el viento y demás factores naturales como la lluvia y variaciones de temperatura.
Palo Quemado	Bosque protector Zarapullo	Sitios Naturales	Bosques	Nublado Occidental	II	Se declara Bosque Protector Zarapullo el 26 de junio de 1986, y se publicada en el Registro Oficial el 30 de julio de 1986.
Sigchos	Columnas de Tangán	Sitios Naturales	Fenómenos Geológicos	Pared de roca	II	Este recurso turístico está constituido por varios farallones en el flanco oriental del bosque nublado y tiene aproximadamente 400 metros de longitud formando una "U".

Parroquia	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción
Aláquez	Páramos de la asociación Tejar Miraflores	Sitios Naturales	Bosques	Páramo	II	Los páramos de la Asociación Tejar Miraflores constituyen una gran reserva de agua que abastecen a ciudades como Latacunga y Salcedo. Las especies de flora más representativas son: paja (Stipa ichu) y almohadilla (Plantago rígida) cuya función ecológica de absorción mantiene una gran cantidad de ecosistemas a su paso
Belisario Quevedo	Cerro Putzalahua	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	El Cerro Putzalahua es uno de los más importantes recursos turísticos que tiene la ciudad de Latacunga, a tan solo quince minutos se puede disfrutar de un ecosistema de páramo biodiverso. El 60% de la vegetación es representada por pajonales, además el estrato herbáceo y arbustivo.
Joseguango Bajo	Laguna Colaya Jurídico	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Pozas	I	La laguna se ha originado por las corrientes de los canales de riego de la Hacienda Joseguango, propiedad del Sr. Dávila, misma que tiene un crecimiento paulatino hacia la parte norte por lo que se puede apreciar una zona de pantano.
Mulaló	Manantiales del Cotopaxi	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Ciénegas	II	Se encuentra formando un río de aproximadamente 4 m de ancho por 50 cm de profundidad, el agua es incolora e insípida, con una temperatura menor a los 10 °C; produce un caudal de 100 lt/s aproximadamente; forma parte del Parque Nacional Cotopax.
Mulaló	Laguna de Limpiopungo	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II	La Laguna Limpiopungo es el resultado morfológico de los lahares del Volcán Cotopaxi, formada por el derretimiento de los casquetes de hielo y nieve al ponerse en contacto con flujos piroclásticos y/o lavas.
Mulaló	Cerro Morurco	Sitios Naturales	Montañas	Altas Montañas	II	El Cerro Morurco constituye una formación rocosa ubicada en la cara sur del Volcán Cotopaxi, además es llamada Cabeza del Inca, por la forma que le dan sus torres o pilares rocosos.
Mulaló	Cerro El Morro	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	El cerro El Morro es una formación rocosa que se destaca sobre las colinas cubiertas de páramo de pajonal.

Mulaló	Volcán Cotopaxi	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	IV	El Volcán Cotopaxi es el más alto y activo del mundo con 5897 m.s.n.m., se sitúa en el Nudo de Tiopullo. Su base circular mide aproximadamente 20 km de diámetro, y su forma es de un perfecto cono que le da una belleza única.
Mulaló	Área Nacional de Recreación El Boliche	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Área Nacional de Recreación	II	El Área Nacional de Recreación el Boliche (ANRB) fue creada mediante Acuerdo Interministerial No. 0322, publicado en el Registro Oficial No. 69, del 26 de julio de 1979.
Mulaló	Parque Nacional Cotopaxi	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	II	El Parque Nacional Cotopaxi comprende en su totalidad 33393 hectáreas, ocupando el territorio de las provincias de Cotopaxi, Pichincha y Napo. Fue creado el 26 de julio de 1979.
San Juan de Pastocalle	Manantial y termas del río Blanco	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas Minerales	II	A 12 km del centro Parroquial de Pastocalle, dentro de la quebrada Río Blanco de la Reserva Ecológica Los Ilinizas se encuentran el Manantial o Termas de Río Blanco.
San Juan de Pastocalle	Laguna de los patos	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II	La Laguna de los Patos forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas; es identificada con este nombre por ser el hogar de algunas especies patos como el pato andino.
San Juan de Pastocalle	Mirador Curiquinge	Sitios Naturales	Montaña	Colina	I	Un lugar con potencialidad turística, constituye un mirador de interpretación paisajística de montaña y de volcanes.
Poaló	Vertiente mineral de Patacocha	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas Minerales	I	La vertiente se encuentra formando una poza de aproximadamente 3 m de largo por 2 m de ancho y 4 m de profundidad. Los habitantes de la zona comentan que se conoce a esta poza con este nombre por la existencia de una especie de patos.
Poaló	Cerro Pucará	Sitios Naturales	Montaña	Colina	I	Posiblemente se trate de un conjunto arqueológico preincaico (pucará); se levanta con forma espiralada, desde el sector de Milín hacia el norte, se puede apreciar la montaña que contiene tres anillos.

Guasaganda	Cascada del venado	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	I	La cascada tiene una altura aproximada de 10 m y 3 m de ancho. Sus aguas son cristalinas y caen sobre una base rocosa que le da forma, cuenta con una temperatura promedio de 17 °C.
Guasaganda	Cascada de Mármol	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	I	Es un conjunto de cinco cascadas que se forman en el trayecto del mismo río, tienen una altura que varía entre 2 m a 5 m.
La Maná	Poza el rincón de la tilapia	Sitios Naturales	Ríos	Pozas naturales	I	Cuenta con tres piscinas para la crianza de tilapias rosadas, y como complemento al sitio se ha instalado una piscina en el cauce del río, de aproximadamente 10 m de diámetro con una profundidad menor a 2 m, adecuada de manera rústica para los bañistas.
Pucayacu	Cascada Tinieblas	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada forma una caída de unos 120 m con una pendiente de 60°, en el sitio se encuentran tres pozas formadas por la acción del agua.
Cantón: Pangua						
El Corazón	Puente natural de Piguapungo	Sitios Naturales	Montaña	Borde de montañiana	II	Una formación natural que une a dos colinas, y ha sido aprovechada desde hace muchos años con el fin de facilitar el paso de los transeúntes entre El Corazón y Moraspungo.
Moraspungo	Cerro calope	Sitios Naturales	Montaña	Cerro	II	En la zona alta del Cerro se puede observar vegetación nativa con la presencia de una gran variedad de especies.
Moraspungo	Cascada de Guaparita	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada se encuentra en el sector de Coparita, vía al cerro Calope, cuenta con dos caídas de agua de aproximadamente 5 m de altura, en el lugar se pueden apreciar dos rocas muy grandes que interrumpen su caída.
Moraspungo	Siete cascadas del Zapanal	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	En una longitud aproximada de 1 km, el Río Zapanal da origen a un conjunto de caídas de agua consecutivas, formando un sistema de cascadas y pozas de gran belleza. El Zapanal cuenta con siete cascadas de diferentes tamaños y formas.
Moraspungo	Pozas del puente de Guapara	Sitios Naturales	Ríos	Poza natural	II	En la vía El Corazón – Guapara - Quevedo, se encuentra una zona con diversidad de productos agrícolas de la costa, se constituyen en un atractivo turístico debido a la existencia de piscinas naturales formadas a lo largo del río.

Pinllopata	Reserva Ecológica y parque botánico	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Bosque Protector	II	Se encuentra ubicado dentro de la Hacienda Rancho Escondido bajo la declaración de Bosque Protector por el Ministerio de Ambiente.
Cantón: Pujilí						
Angamarca	Cueva de los tayos	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	I	Se encuentra ubicada en el sector de Sanquialó a 16 km de Pinllopata, en la vía Angamarca – El Corazón, puede ser visitada durante todo el año.
El tingo	Cueva de los murciélagos	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	II	Se encuentra ubicada a 10 km de la cabecera parroquial, localizada debajo del puente que comunica al sector de Guayacán con Negrillo, consta de dos cuevas.
El tingo	Cascada Milagro	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Ubicada aproximadamente a 1,4 km de la hidroeléctrica “El Estado” vía a La Maná; al lado izquierdo de la carretera se observa una pequeña cascada sobre una pared rocosa.
El tingo	Cascada del oso	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Tiene una caída de aproximadamente 120 m, que da lugar a la formación de una poza de 2,5 m de diámetro, sus aguas son incoloras e insípidas; tiene una temperatura de 10 °C; forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas.
Pilaló	Cueva minus uctu	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	II	La Cueva Minus Uctu tiene una entrada de 5 m de altura, se encuentra al pie de un cerro que asemeja una catedral gótica, los pobladores del sector dicen que tiene una profundidad de unos 500 m, y se cuenta que la cueva tiene una salida hacia otro lugar.
Pujilí	Aguas termales de aluchan	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	Es una vertiente de agua termal que nace al pie de una montaña, rodeada de un remanente de bosque de matorrales. El agua llega a una piscina construida de piedra y cemento de color verdoso.
Pujilí	Mirador de sinchaguasín	Sitios Naturales	Montaña	Colina	I	El Sinchaguasín es una colina ubicada al lado occidental de la cabecera cantonal de Pujilí, se puede acceder allí de manera directa por unas escalinatas de hormigón que tienen aproximadamente 600 gradas.
Zumbahua	Complejo lacustre verde cocha	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Pozas	I	Este recurso se encuentra conformado por tres lagunas, cuya fuente de agua proviene de vertientes aledañas.
Zumbahua	Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	Fenómenos Geneológicos	Cráter	III	Esta Laguna es de origen volcánico, formada en el cráter de un volcán inactivo que tiene una profundidad de 240 m y 3 km de diámetro aproximadamente; el cono, donde actualmente se encuentra la Laguna.

Cantón: Salcedo						
Mulalillo	Mirador curiquingue loma	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	Para llegar a este sitio se debe realizar un recorrido desde el límite de los cultivos de la comunidad, donde inician también la zona de protección estatal, existe un sendero comunal de aproximadamente 2 km que lleva por el páramo de pajonal por el borde donde nace la quebrada Pillinga, alcanzando primeramente el sito de los tanques de captación de agua y desde este punto hacia el lado sur.
Panzaleo	Laguna de yambo	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II	La Laguna es de origen aluvial, se ha formado debido a la presencia de vertientes subterráneas, sus aguas son tranquilas de color verde por la cantidad de algas que habitan en el lugar.
Panzaleo	Mirador de Yambo	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	El mirador de la Laguna de Yambo se encuentra ubicado al lado occidental de la misma, desde la Laguna hasta el nivel del mirador existen aproximadamente 100 m de altura.

Apéndice 9.-Atractivos culturales de la provincia de Cotopaxi.

Parroquia	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción
Aláquez	Capilla y festividades de nuestro señor misericordia de Cuchitingue.	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	Junto a la Hacienda Cuchitingue se encuentra la capilla del Santuario de Nuestro Señor de la Misericordia, es una construcción antigua de aproximadamente 20 m de largo por 10 m de ancho, con paredes gruesas, bases de piedra y elementos de madera. El espacio presbiteral mide unos 4 m y sobre este existe un retablo donde se encuentra la imagen en madera del Señor de la Misericordia. Las festividades se realizan en el mes de marzo en honor al Señor de la Misericordia
Aláquez	Fiestas tradicionales San Antonio de Padua.	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Estas tradicionales fiestas se llevan a cabo el 13 de junio de cada año en el centro Parroquial de Aláquez, desde el año 2007, con el apoyo de todas las organizaciones, barrios, comunidades e instituciones parroquiales. Las festividades se inician con una novena (rito católico religioso que se realiza nueve días antes de la celebración de la fiesta), en la que se brinda a todos los asistentes y acompañantes el conocido “chocolate del prioste mayor”
Belisario Quevedo	Historia y Monumento al Fiscal.	Manifestaciones Culturales	Históricas	Monumento	I	La historia del “Fiscal” se remonta al pueblo Panzaleo-Inca, este fue una especie de sacerdote que con su baile ritual, daba gracias al padre Inti por las cosechas recibidas anualmente en la fiesta indígena del Inti Raymi. El monumento al “Fiscal”, está ubicado en el sector de Culaguango, tiene una dimensión de 2 m de altura.
Belisario Quevedo	Parque de la Familia	Manifestaciones Culturales	Obras Técnicas	Parques Recreativos	I	El Parque de la Familia se encuentra en la comunidad de Santa Rosa, asentado en un área de construcción de 2 ha.; esta obra se realizó en la ejecución del Proyecto “Corredor Central”, convenio ejecutado entre la Prefectura de Cotopaxi y el GAD Parroquial de Belisario Quevedo en el año 2012. Cuenta con senderos ecológicos, una laguna artificial con botes a remo, juegos infantiles, áreas para camping y jardines. Este parque esta administrado por el grupo de Turismo Comunitario Santa Rosa.
Guaytacama	Fiestas del Señor del Árbol	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Este Santuario se construyó en el siglo XVI, y perteneció a la familia Rovayo. En el mismo lugar un indígena de la zona Guápulo (Quito) compró a la misma familia dos caballerizas (medida de área española), para sembrar allí el árbol de

						quishuar, también conocido como árbol de Dios; este árbol está asociado con los ancestros nativos, es decir los Mallqui, los que a su vez tienen relación con la celebración nativa de difuntos. Cuenta la tradición que en 1670 se cortó un árbol de quishuar y para asombro de los fieles, se encontró una figura de Cristo, este es el origen de la devoción al Señor del árbol de Cuicuno.
Guaytacama	Fiestas de San Juan	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Las fiestas de San Juan se celebran considerando el solsticio de verano por las cosechas del maíz, en agradecimiento a las siembras que provee la Pacha Mama durante todo el año; se llevan a cabo el 24 de junio de cada año, donde participan los catorce barrios de la parroquia, exponiendo la principal tradición que son las Sanjuanadas de Cotopaxi, que es una comparsa integrada por 24 bailarines, los principales personajes son el payaso, el perro, el tigre, la camisona, la yumba de Cotopaxi y los alférez.
Guaytacama	Estación del tren Guaytacama	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura civil	II	Al lado oriental de la cabecera parroquial se encuentra la Estación de Tren Guaytacama, de acuerdo a la inscripción en la edificación data del año 1939, construida por la empresa Guayaquil & Quito Railway Company.
Guaytacama	Iglesia parroquial de Guaytacama	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	Al lado occidental del parque central de la Parroquia Guaytacama se encuentra la iglesia matriz, con una antigüedad estimada de ochenta años. La estructura está constituida por tres naves, en el interior es de estilo gótico, cuenta con un sinnúmero de imágenes, entre las que se destacan Santa Marianita, San Pablo II, San Francisco, el Sagrado Corazón de Jesús, varios crucifijos, La Inmaculada de Legarda, El Señor de la Resurrección y San Juan Bautista.
Guaytacama	Santuario del Señor del Árbol.	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	En la Parroquia Guaytacama, barrio Cuicuno se encuentra el Santuario del Señor del Árbol, construido en el siglo XVI. Se cuenta que la loma de Cuicuno fue propiedad de la familia Rovayo, y luego fue vendida a la familia Barahona. Se cuenta que en aquel tiempo se encontraba cubierta con bosques de quishuar (Buddleja incana), uno de estos árboles era frondoso con troncos gruesos, pero servía como guarida de ladrones por lo que el dueño trató de cortarlo y al hacerlo con el primer hachazo brotó sangre, a partir de ello empezaron a adorar al árbol.
Joseguango Bajo	Zoológico Agrinagro Terracultivo	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas.	Zoológico	II	Agrinagro es una empresa dedicada al cultivo de flores para exportación, la misma ha desarrollado un programa de protección animal, el zoológico forma parte de la empresa. La empresa se encuentra distribuida por áreas y funciones, cuenta con el personal adecuado para su mantenimiento, y el

						<p>área de zoológico está a cargo de tres personas. El zoológico fue creado en el año 2009, a través del Ministerio de Turismo en el 2013 se obtuvo la patente como centro zoológico</p>
Joseguango Bajo	Asociación Agropecuaria Quisinche.	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas.	Explotación Agropecuaria.	I	<p>En el sector de Quisinche en la Parroquia Joséguango Bajo, se encuentra un grupo de mujeres que realizaban trabajos independientes desde hace aproximadamente 2 años con el apoyo del MAGAP; pero se vieron en la necesidad de conformar una asociación, legalizándose el 12 de mayo del 2015, está constituida por 20 personas y bajo la denominación de Asociación Agrícola de Quisinche Bajo</p>
Eloy Alfaro	Estación del tren Latacunga	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	<p>La Estación del Tren Latacunga, es una de las paradas ferroviarias más tradicionales del Ecuador. Fue inaugurada el 22 de junio de 1907, con la llegada de un tren que partió desde Quito. Desde esa fecha se destacó por ser el punto intermedio entre Guayaquil y Quito. También por ser uno de los centros de acopio y distribución de productos agrícolas más grandes como la papa, maíz, cebolla, zanahoria y frutas típicas de la región interandina</p>
Eloy Alfaro	Iglesia San Felipe	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	<p>La iglesia se encuentra ubicada, al noroccidente del Cantón Latacunga se levanta en la tradicional Parroquia Eloy Alfaro, en el Barrio San Felipe se destaca como el más antiguo de las 20 poblaciones que conforman el territorio. De acuerdo a la Diócesis de Latacunga, la relación de Sancho Jacho de Velasco, jefe de algunas tribus, con los conquistadores permitió la construcción del primer templo en 1667. Este templo fue de paja y en honor al apóstol bíblico Felipe, de ahí el nombre que el barrio adoptaría más tarde</p>
Ignacio Flores	Parque NáuticoLaguna Ignacio Flores	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	<p>En el año de 1850, el sitio era una llanura en la que existían fuentes naturales de agua que servían como abrevadero de los animales, la irrigación de tierras cultivadas y lavandería de ropa de las familias nobles. En 1880 este lugar ya era visitado debido a que el agua de las vertientes se fue recolectando en el sitio de manera natural formando una laguna. En 1920 el cabildo latacungueño construyó la laguna artificial, con el pasar del tiempo se han realizado trabajos de ingeniería protegiendo las vertientes, colocando cemento en el lecho de la laguna, insertando un sistema de iluminación, y adecuando diferentes áreas para mayor comodidad y disfrute de la población.</p>
Juan Montalvo	Quinta Estados Unidos	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil		<p>La Quinta Estados Unidos, se encuentra ubicada al norte de la urbe latacungueña cerca al Estadio La Cocha, a unos 500 m del Centro Histórico; es una de las propiedades emblemáticas del cantón, por su historia, su belleza, y por</p>

						ser el único predio con características rústicas (rurales) dentro de la ciudad; la casona principal está construida sobre una plataforma con bases de piedra, de estilo romano, sus paredes son de ladrillo, techo de teja vidriada, posee además corredores que recorren parte de su contorno, sobre una plataforma que soporta pilares de un punto adornados en su parte inferior con hermosas plantas ornamentales, y en su interior resaltan bellos tapices sobre las paredes antiguas, es una construcción de tipo colonial; hay quienes afirman que tiene cerca de cien años.
Juan Montalvo	Santuario de Colatoa	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	El Santuario de Colatoa es un templo católico donde se venera a la Santísima Virgen de Lourdes, cuya escultura antiquísima se cree que fue esculpida en la Escuela Quiteña (siglo XVII). Según la historia fue la familia Zapata, quien trajo la misma desde el Convento de la Merced de la Ciudad de Latacunga. En los últimos años se ha complementado la construcción con arquerías exteriores, recientemente el templo ha sido declarado como Santuario por parte de la Diócesis de Latacunga. Las fiestas en honor a la Virgen de Lourdes se llevan a cabo el 8 de diciembre de cada año, pero la fiesta patronal se celebra el 1 de mayo.
Juan Montalvo	Iglesia San Sebastián	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	Su nombre se debe al patrono de la parroquia eclesiástica, cuya festividad se la realiza el 20 de enero de cada año, pese a que está en el casco colonial de la ciudad de Latacunga no forma parte del Centro Histórico.
La Matriz	Fiestas de la Mama Negra	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	III	Fiesta con la cual los habitantes de la ciudad de Latacunga celebran año tras año el aniversario de su independencia o fiesta política, celebrada la primera semana del mes de noviembre. Su organización se encuentra a cargo del GAD Cantonal de Latacunga, mediante jochas a las instituciones públicas, es una simbiosis de las culturas indígena, española y africana. La Mama Negra demuestra una mágica ceremonia destinada a interpretar la vida de diferentes pueblos, cómo el mestizaje de las expresiones populares es capaz de crear fenómenos mucho más bellos y ricos que los que proceden del exclusivismo cultural
La Matriz	Casa de los Marqueses	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	La Casa de los Marqueses de Maenza tuvo participación activa en los sucesos de la independencia, y en la visita de los científicos La Condamine y Humboldt. Es un conjunto arquitectónico de estilo Neoclásico, construido con piedra pómez, material usado por los constructores y arquitectos latacungueños, pilares asentados en piedras basas, terrazas en estilo árabe y techos tipo bóvedas o cañón, además se

						aprecia bóvedas talladas en piedra pómez con hermosos arabescos y mudéjares; se encuentra distribuida de dos plantas, un primer frontal que es cruzada por tres juegos de columnas y pasillos y una segunda que conduce a un pequeño patio.
La Matriz	Hospital Hermanas Páez	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Este conjunto ha sido restaurado en los últimos años, actualmente aloja al Centro de Salud de Latacunga. Se encuentra ubicado en el sector occidental de la ciudad a pocas cuadras del Parque Vicente León, formando parte del Centro Histórico de la Ciudad. La edificación fue construida originalmente en 1863, a partir de la donación de los terrenos por las hermanas Ana y Mercedes Páez ante un notario el 23 de agosto del mismo año, quienes auspiciaron la construcción del sanatorio, el cual se finalizó en 1868; toma el nombre de Hospital San Vicente de Paúl o de la Caridad. La planta original tiene un solo cuerpo frontal con un alto muro que en su parte izquierda da paso a una capilla y en su lado derecho, a través de una puerta doble, a un pequeño jardín y por allí al conjunto en sí, el cual en forma de damero circunda un segundo patio. La edificación es fundamentalmente de un piso, pero en su parte posterior ha sido añadido un bloque de dos niveles.
La Matriz	Edificación de la Gobernación de Cotopaxi	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Es una de las edificaciones coloniales y republicanas más antiguas de la ciudad de Latacunga que data del siglo XIX, guardando un trazado dameral (como un tablero de damas). Ubicado al costado occidental del Parque Vicente León, entre las Calles Quito y Gral. Maldonado, forma parte del Centro Histórico de Latacunga que es Patrimonio Cultural del Ecuador desde mayo de 1982
La Matriz	Parque Vicente León	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	El Parque Vicente León está ubicado en el corazón de la ciudad de Latacunga, en las calles Sánchez de Orellana y Padre Salcedo, sitio donde se desarrollaron las campañas libertadoras; en 1925 se colocó un monumento en honor a Vicente León, filántropo de la Ciudad de Latacunga, el mismo que fue realizado en Italia, al costado sur del parque se encuentra la Catedral
La Matriz	Iglesia La Merced	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	Su construcción inició en 1648, mediante la solicitud al Rey Felipe VI; al interior de la iglesia se encuentra la Virgen protectora del Volcán “Virgen de la Merced”, una imagen mestiza con cabellos humanos muy largos que sostiene en su brazo izquierdo al Niño Jesús, mientras que en el derecho sujeta un cetro. La iglesia está edificada sobre el plano de una cruz latina de una sola nave con dos cruceros, destaca

						sobre la puerta del costado izquierdo la figura de una concha marina (frente al Mercado Pichincha), precisamente en este lugar, mientras se da la fiesta de la Mama Negra del 23 y 24 de septiembre, los devotos ubican la imagen de la Virgen para que sea homenajeada con loas y coplas en su honor
La Matriz	Iglesia de Nuestra Señora del Salto	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	La iglesia fue construida para la veneración de “Nuestra Señora del Salto”, también conocida como la “Virgen Peregrina del Salto” o la “Preciosa Perla de Latacunga”; ubicada entre San Blas y la Plaza del Barrio Caliente, la historia cuenta que los márgenes del río permitían cruzar de un salto sus aguas, donde cierto día un hombre encontró en el anverso de una piedra una imagen coloreada con artística sabiduría. Afirmaron reverentes a su fe que era la Señora de un milagro a la que le bautizaron como “La Peregrina del Salto”, la preciosa Perla de Tacunga.
La Matriz	Iglesia de Santo Domingo	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	Su construcción inicial data de 1635, con una sola torre en forma de cruz latina, poseía también una capilla dedicada a Nuestra Señora del Rosario patrona de los terremotos, la eligió en 1690 su devoto el general Luis Sotomayor y Pimentel, justamente esa edificación perdura como iglesia principal. En años posteriores, al sufrir daños por movimientos telúricos, la nave central que se mantuvo en pie recibió la construcción de dos torres con ocho arquerías cada una
La Matriz	Catedral de Latacunga	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	La construcción de la Catedral descansa sobre un plano de tres naves, fue edificada con dirección hacia occidente a partir de 1950. En el terremoto de 1797 se destruyó por completo y una nueva construcción surgió en 1850; esta nueva edificación configuró una nueva base con dos cruceros y capilla, y en su finalización se edificaron dos torres gemelas y una cúpula, copia de San Pedro de Roma al estilo del padre Nicolás Herrera. Sin duda la Catedral es el edificio más representativo de Latacunga, ubicada en el centro de la ciudad frente al Parque Vicente León, entre las calles Gral. Maldonado y Quito.
La Matriz	Museo zoológico Rafael Betancourt	Manifestaciones culturales	Histórico	Museo	II	El museo empezó a funcionar entre 1855 y 1857, en esta fecha se trajeron los primeros muebles desde Guayaquil; más tarde en 1945, cuando era encargado del museo el Sr. Rafael Betancourt salió en una expedición de seis meses, recorriendo el Ecuador y en este viaje recolectó 135 especies animales que trajo, las preparó y las puso en el museo.

Mulaló	Piedra Chilintosa	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas y creencias populares	II	La Chilintosa” es una piedra que se destaca sobre la planicie por su gran tamaño, y aparenta haber sido colocada en el sitio ya que su presencia es superficial casi sin hundimiento; de acuerdo a la memoria de la gente la denominación se debe a que junto a esta piedra se escuchaban ruidos y chillidos inexplicables. Antiguamente se la llamaba “Quilindusi”, luego fue identificada como “Chilintosa” o “Silintosa”, en 1932 sobre una de las caras de la piedra, mirando al lado sur fue dibujada la Virgen del Rosario, por el destacado pintor Víctor Mideros, quien en su tiempo se caracterizó por pintar volcanes y manifestaciones relacionadas con ellos.
Mulaló	Hacienda Barrancas	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Está conformada por la casa hacienda, establos y caballerizas. Se estima que la construcción tiene una antigüedad de 100 años. La hacienda en los últimos años ha sido dedicada a la ganadería en un 90 %; obtienen alrededor de 700 lt de leche por día, cuentan con 110 ha de extensión. La estructura arquitectónica de la hacienda forma una “U” construida a base de piedra, madera, bloques de cangagua, adobe y tapial; cuenta con un patio que contiene un redondel central donde está una estatua de una yegua y un potro, en su contorno posee caminerías empedradas y alrededor jardines con plantas de cepillo (<i>Calistemon citrius</i>), aretes (<i>Fuchsia sp</i>), jaboneros (<i>Saponaria officinalis</i>), y diferentes tipos de flores.
Mulaló	Hacienda Tambo Mulaló	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	La Hacienda Tambo Mulaló es muy antigua, con una extensión de 60 ha.; su nombre se debe a que en el lugar existía un tambo o un lugar de descanso incaico. A la llegada de los españoles se fundó la hacienda como un lugar de retiro de la orden de los Jesuitas. Actualmente en la hacienda se realiza cada año un encuentro de aficionados del toreo, donde participan toreros a nivel internacional provenientes de Colombia, Bolivia, España, Perú, entre otros y se quedan durante un mes y medio.
Poaló	Fiesta del señor de Maca	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Esta fiesta tradicional de la Parroquia Poaló se celebra el 14 y 15 de septiembre de cada año, en honor al Señor de Maca, se cuenta que la imagen del Señor de Maca apareció en el tronco de un árbol de quishuar (<i>Buddleja incana</i>) en una quebrada cercana a la Comunidad Maca Chico, esta imagen tiene una altura de 50 cm.
Poaló	La Sanjuanada	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I	La Sanjuanada es una danza tradicional de los barrios y comunidades de la Parroquia Poaló, la misma que se desarrolla durante las fiestas en honor al Patrono San Francisco, y en las celebraciones especiales como el Inti

						Raymi. La danza de la Sanjuanada se complementa con otros personajes tradicionales como los perros y monos (actores populares que dramatizan el comportamiento de estos animales). Actualmente los trajes de toda la comparsa son alquilados, y principalmente representados por los niños de las escuelas del sector. La Sanjuanada se la puede presenciar también en las fiestas de las Parroquias de Tanicuchi y Guaytacama.
Poaló	Hacienda Tilipulo	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Según la historia, Rodrigo Núñez de Bonilla, cuando obtuvo permiso para adjudicación de estancias, expropió estas tierras. Después, pertenecieron a Francisco Ortiz, a Diego de Vergara, Andrés Páez, María Dávalos (1713), a Gregorio Axce, de la Compañía de Jesús. Posteriormente, en la época en la cual Cilipullo o Tiopullo se liga con Don Sancho Jacho, el hermano arquitecto Marcos Guerra, famoso por sus obras en la capital de la Audiencia de Quito, levantó el monasterio original con el nombre de “San Juan Bautista de Tilipulo”, a partir de 1720. Allí meditaron los monjes y observaron día a día trabajar en los obrajes a mujeres, niños y ancianos, hermosos tejidos que salían al exterior.
Poaló	Iglesia de Poaló	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	I	La construcción de la iglesia parroquial de Poaló se remonta a un pasado centenario, hay quienes afirman que tiene más de 200 años de haberse construido. La edificación de estilo colonial de una sola nave se asienta en una superficie aproximada de 80 m de largo por 10 m de ancho, con la fachada principal mirando hacia el norte que sirve de descanso a dos torres que terminan en punta y en las cuales se aprecian dos campanas de bronce, las paredes son de cascajo y barro tienen un espesor de 50 cm (actualmente enlucidas con cemento), y tres vitrales de 1,5 m por 0,9 m.
Tanicuchi	Centro Intercultural Comunitario Tanicuchi	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Es una casona de construcción republicana ubicada junto al parque central de la parroquia, construida con piedra pómez (cascajo), madera (no se conoce el año de construcción), el techo es de teja (de estilo moderno), gradas de piedra, tiene un salón de eventos de 50 m por 10 m para el desarrollo de actividades culturales, capacitaciones y otros eventos, en el patio central existen espacios para ferias artesanales y una colección de piezas de museo. Según comentan los pobladores del sector hace 40 años en la casona funcionaba la Escuela Manuel Quiroga. La casona fue restaurada en el año 2011 mediante la donación económica de una ONG española

Cantón: La Maná						
La Maná	Práctica de Tubing	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos deportivos	I	El tubing se practica con más frecuencia durante los meses de mayor caudal, la actividad se desarrolla en el Río San Pablo, el mismo que es alimentado por el Río Pilaló y el Río Pumbo, durante el invierno toma un nivel 2 o 3, sus aguas son cristalinas y libres de contaminación; también en el sitio también se realiza pesca artesanal de campeche (<i>Haematoxylum campechianum</i>)
La Maná	Museo Municipal La Maná	Manifestaciones culturales	Histórico	Museos Arqueológicos	II	La colección suma alrededor de 40 piezas clasificadas por Periodo, entre ellos: fragmentos de ollas ornitomorfos, cuencos fitomorfos, decorativos -zoomorfos-, platos con soporte anular, ollas con soporte trípode, compoteras, silbatos de figuras antropomorfos, entre otras.
Cantón:Pangua						
El Corazón	Reencuentro Pánguese	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	Esta festividad se dejó de celebrar por nueve años; y se retoma como “La Fiesta del Reencuentro”, a celebrarse el 10 de agosto de cada año, en el cual se hace referencia a que “Se debe volver a la tierra que los vio nacer”. En estas fechas todos quienes emigraron a otras ciudades retornan a Pangua, conmemorando el encuentro familiar.
El Corazón	Fiestas de Cantonización de Pangua	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	El nombre de Pangua se debe a uno de sus recintos y a los antiguos indígenas llamados “Pangua”. Estas festividades se las lleva a cabo el primero de junio de cada año, por el Aniversario de Fundación Cantonal; en sus inicios, esta festividad se realizaba mediante la designación de priostes, actualmente estos festejos los organiza, gestiona y lleva a cabo el GAD cantonal.
Cantón:Pujilí						
Angamarca	Fiesta de Navidad-Los Caporales	Manifestaciones culturales	Histórico	Sitios Arqueológicos	II	Estas festividades se realizan del 22 al 25 de diciembre de todos los años; para su desarrollo se eligen a dos priostes conocidos como el Compadre y la Comadre, es una tradición antigua de adoración al Niño Jesús; la organización empieza con el nombramiento de los ayudantes llamados Yuras, así se tienen Yuras para los Caporales, los Yumbos, las Chinas, los Loantes, un Yura para la Banda y para el Árbol de la Navidad (el árbol contiene, botellas de licor, cajetillas de cigarrillos, fundas de navidad, o canastillas, víveres y otros alimentos), además los guías de los caporales que son la

						Doña, el Renguante, el Guianta, la Guaricha y el Payaso, estos personajes vienen a ser los principales y se los elige cada año; los sacerdotes se ofrecen por voluntad propia y devoción.
La Victoria	Pata del Diablo	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares.	I	En una quebrada cercana al centro parroquial de La Victoria al costado sur-occidental, en esta se encuentra una gran piedra que tiene un diámetro aproximado de 2 m, sobre esta se cuenta una leyenda que relata que las huellas que se observan en ella son de la última pelea entre la Virgen y el diablo, en la que el diablo fue empujado por la Virgen a las profundidades de la quebrada, quedando como triunfadora del enfrentamiento, es por ello que las huellas quedaron marcadas sobre la gran roca.
El Corazón	Reencuentro Pánguese	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Fiestas	II	Esta festividad se dejó de celebrar por nueve años; y se retoma como “La Fiesta del Reencuentro”, a celebrarse el 10 de agosto de cada año, en el cual se hace referencia a que “Se debe volver a la tierra que los vio nacer”. En estas fechas todos quienes emigraron a otras ciudades retornan a Pangua, conmemorando el encuentro familiar.
Pujilí	Santuario del niño Iinche	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas	II	A la Hacienda Isinche, semana a semana concurren miles de devotos de la imagen del Niño Manuelito de Isinche, siendo uno de los santuarios más visitados en la Provincia; la capilla, fue construida en 1647, se encuentra restaurada, construida a base de piedra de río con tallados decorativos geométricos, una bóveda central y una cúpula cubierta con tejuelos de cerámica
Pujilí	Festividades del Corpus Christi	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas	III	Las Octavas del Corpus Christi, es una celebración de fondo religioso, de gran significancia para el mundo católico, a la llegada de los españoles con el objeto de evangelizar a los indígenas se fusionaron las fiestas aborígenes del Inti Raymi con el Corpus Christi, que se la lleva a cabo sesenta días después de la Pascua de Resurrección, la fusión de estas celebraciones de dio por la coincidencias de las fechas, celebración y similitud entre el sol con la custodia.
Pujilí	Edificio Municipal de Pujilí	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura a civil	II	El edificio del Palacio Municipal de Pujilí, constituye una de las joyas arquitectónicas de las muchas que se encuentran en su territorio, conformado por una combinación de materiales y técnicas antiguas, actualmente cuenta con una sección de construcción moderna; la estructura antigua ha sido intervenida, recuperándose y poniéndose en valor este importante edificio histórico; en el terremoto del año 1996 fue una de las edificaciones más antiguas afectadas,

						principalmente su majestuoso torreón, en 1998 se empieza la planificación para su recuperación y en el año 2000 se inician los trabajos.
Pujilí	Iglesia Matriz de	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	La iglesia Matriz de Pujilí está considerada como una de las cuatro más antiguas del país, su construcción se inició en 1680 y concluyó treinta años más tarde. Es un edificio de estilo romántico, ubicado frente al parque central de la cabecera cantonal que comparte el espacio con el edificio municipal y varias casas patrimoniales formando un conjunto de gran belleza.
Pujilí	Iglesia de San Juan	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	Se encuentra ubicada a 7 km de la cabecera cantonal de Pujilí, siguiendo la vía a Isinche. La construcción cuenta con bases de piedra de aproximadamente 2 m de ancho, la cubierta es de madera y fue cambiada de 1996 a 1998, el piso es de azulejo rústico antiguo, existen cinco ventanales con marco de madera en forma arqueada a cada lado de la nave con unas bases de 2,5 m aproximadamente.
Zumbahu a	Galería Artesanal Tigua	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Artesanías	II	En este sitio se realizan, exponen y venden las famosas Pinturas de Tigua que son “frescos pintados en cuero de borrego” utilizando la técnica Naif (técnica sin bases académicas), los hermosos paisajes y peculiares leyendas del sector como la del “Cóndor Enamorado” son plasmadas en estos, siendo Don Alfredo Toaquiza uno de los artistas que se dedica a esta actividad desde hace cuarenta años, este conocimiento lo aprendió de su padre don Julio Toaquiza quien fue uno de los precursores de este arte.
Zumbahu a	Taller Artesanal De Jatalocucho	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Artesanías	II	Está ubicado a 1 km de la Comunidad de Ponce Quilotoa, a 2 km de la Laguna de Quilotoa, los talladores de Jatalocucho se iniciaron en el año 1996. Se especializan en la pintura sobre cuero de borrego (técnica Naif), y máscaras de madera con figuras de lobos, conejos, carneros, tigres, leones, zorrillos, cóndores, y otras como los payasos, mama negra, bateas, personajes típicos que participan en las fiestas del sector.
Zumbahu a	Feria De Zumbahua	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Ferias y Mercados	II	La feria de Zumbahua se lleva a cabo todos los días sábados en la plaza ubicada en la cabecera parroquial, los comerciantes inician las actividades de la feria desde aproximadamente las 04h00, hora en la cual empiezan a llegar los comerciantes e inmediatamente se da inicio la venta y la compra de los diferentes productos; estas actividades continúan hasta las 12h00, es un lugar en donde se puede observar diferentes expresiones culturales locales, a través de la población que participa en ella.

Zumbahu a	Mirador de Shalalá	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas	Obras técnicas	II	Obra civil que facilita la observación de la Laguna Quilotoa, sin irrumpir en el entorno. Un voladizo-puente para navegar sobre la fantasía del lugar, que no deja de ser el verdadero protagonista de la intervención. Una plataforma proyectada como observatorio, una escalera-anfiteatro desciende en dirección de la superficie turquesa del agua de la Laguna, el piso se posa sobre la pendiente de roca. La vista que ofrece está enmarcada por otra plataforma, de menor escala y transversal. El vidrio que rodea la plataforma principal no posee más estructura que su grosor para no interrumpir la relación entre el observador y el lago ni entorpecer la vista de los planos transparentes.
Cantón:Salcedo						
Antonio José Holguín	Estación del tren Santa Lucía	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura Civil	I	La construcción del ferrocarril, entonces conocido como Ferrocarril del Sur, se inició en 1872, durante la segunda presidencia de Gabriel García Moreno. El inmueble mantiene el estilo arquitectónico estandarizado, al igual que todas las edificaciones de las estaciones del ferrocarril en el Ecuador, con bases de piedra, adobillos, bahareque y madera. Se encuentra a cargo de Ferrocarriles Ecuatorianos Empresa Pública (FEEP), es una de las estaciones que no han sido objeto de intervención por parte de la empresa y al momento se encuentra sin uso
Cusubamba	Laguna Artificial de Atocha ..hablar con la comunidad	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y Científicas.	Obras técnicas	II	La Laguna es una construcción de tipo artificial ubicada en la parte alta de la comunidad, que inicialmente fue un reservorio de agua para la hacienda del mismo nombre; tiene aproximadamente 8 m de fondo en la parte más profunda.
Mulalillo	Artesanías en material Reciclado.	Manifestaciones culturales	Etnográficas	Artesanías	I	Esta expresión artística artesanal se encuentra ubicada a 8 km del Cantón Salcedo, en el centro parroquial de Mulalillo, la actividad se viene llevando a cabo desde hace más de 10 años, pensando en el reciclaje de los desechos y la ayuda al medio ambiente. Se inició con trabajos de hojas de cutul (hojas que cubren a los choclos) y botellas de plástico, esto nace por la creatividad de cada persona es el caso del señor Aníbal Saquina.
Mulalillo	Iglesia Matriz de Mulalillo	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	La iglesia tiene un área aproximada de 844 m ² con orientación Norte-Sur, tiene una fachada de estilo barroco. La iglesia se encuentra a 8 km del Cantón Salcedo, ubicada al frente del parque central de la parroquia; su fachada consta de una torre única, donde se destaca en la parte baja un portón arqueado, sobre el cual se ubica una ventana con la

						misma forma, la torre es coronada de una cruz metálica iluminada en las noches
Panzaleo	Fiestas del señor De Panzaleo	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiesta	II	Las fiestas se realizan en la temporada de Carnaval, no se tiene fechas exactas para la realización, se inicia cuando el párroco selecciona a los sacerdotes, los mismos que se encargan de la organización de las fiestas. El día de la fiesta inicia con una misa a las 12h00, a la cual asisten todas las personas de la localidad y visitantes de todo el país, a las 14h00 se llevan a cabo las Entradas, donde se arroja frutas a los asistentes, mientras se realizan recorridos por las calles céntricas de Panzaleo.
Panzaleo	Iglesia de Panzaleo	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura religiosa	II	Hermoso templo de sobrio estilo que se presenta en dos fachadas conservadas; en el interior se mantienen las imágenes más antiguas que tiene el Cantón como el Señor de Panzaleo (patrono de la parroquia). La Iglesia tiene una antigüedad superior a 150 años, es una muestra representativa de la arquitectura del siglo XIX, esta construcción a pesar de los sismos y la actividad volcánica que afectaron a la Provincia, se ha mantenido en pie.
Panzaleo	Centro Recreacional Nagsiche	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y Científicas.	Obras técnicas	II	El Centro Recreacional Nagsiche, es un balneario con mucho significado para el Cantón Salcedo, ya que a su tiempo fue sitio de paseo y recreación para la población local y aledaña, al momento se encuentra en proceso de recuperación por parte del GAD Cantonal.

Nota. Obtenido del GAD provincial de Cotopaxi ,2015

Apéndice 10.- Secciones divididas acerca de la encuesta del comportamiento del turista que reside en Quito.

Sección A. Datos demográficos: para conocer el perfil sociodemográfico del turista

- **Ciudad de residencia:** Población del Ecuador donde reside habitualmente el encuestado.
- **Edad:** Años de vida del encuestado, calculada en función del año de nacimiento.
- **Género:** Conjunto de características diferenciadas que cada sociedad asigna a hombres y mujeres.
- **Nacionalidad:** País al que pertenece jurídicamente el encuestado.
- **Estado civil:** Condición de una persona según el registro civil.
- **Situación laboral:** Tipo de trabajo que realiza el encuestado.
- **Nivel de ingresos mensuales:** Promedio de ingresos en US dólares.
- **Nivel de estudios:** Titulación máxima que posee el encuestado.
- **Composición del grupo:** Número de personas que acompañan al encuestado en el viaje, y relación entre ellos.

Sección B. Motivaciones del viaje: para analizar la motivación, tipo de turismo y cómo ha conocido sobre este destino.

- **Objetivo del viaje:** Tipo de actividades a realizar durante la estadía del encuestado.
- **Visita a sitios turísticos:** Disposición a visitar, y lugares específicos que se visitarán durante la estadía del encuestado.
- **Medios de información:** Medio a través del cual se conoció sobre el destino Quito y que motivó la visita, tanto audiovisual como personal, impreso o digital.

Sección C. Organización del viaje: para conocer cuáles son los principales medios que el turista utiliza en la actualidad para organizar sus vacaciones y su ocio.

- **Mecanismo de intermediación:** Contratación del viaje a través de una agencia de viajes o departamento especializado de turismo.
- **Frecuencia de visita:** Veces que se visita Quito durante un año calendario.
- **Temporada de visita:** Época del año en la que se realiza la visita.
- **Planificación del viaje:** tiempo con el que preparó su visita.
- **Medio de transporte:** Tipo de transportación, pública o privada, que utilizó el encuestado para llegar a Quito.

Sección D. Satisfacción de la visita: para describir la satisfacción del turista residente en el país.

- **Pernoctación:** Si pernoctó o no en Quito.
- **Tipo de alojamiento:** Categoría y nombre del alojamiento turístico o privado utilizado por el turista, y calidad del servicio brindado.
- **Duración de la estadía:** Número de días que el encuestado visitó Quito.
- **Satisfacción personal:** Aspectos positivos y negativos de la visita identificados por el encuestado.
- **Estructura del gasto:** gasto total en US dólares, y distribución porcentual por día y persona.

Nota. Quito Turismo, 2020. Encuesta a los residentes.

Apéndice 11.-Modelo de la encuesta del perfil del turista del Cantón La Troncal.



Universidad de Cuenca

Anexo 3. Modelo de la encuesta

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

La presente encuesta es anónima y los datos obtenidos serán dirigidos para el análisis del perfil del turista del Cantón La Troncal. Por lo tanto se mantendrá la confidencialidad de la información obtenida.

Lugar: _____ Fecha: _____ N° Encuesta: _____
Entrevistadora: _____

1. **Sexo**
M _____ F _____
2. **Edad**
18-24 _____ 46-52 _____
25-31 _____ 53-59 _____
32-38 _____ Más de 60 _____
39-45 _____
3. **Lugar de origen**
Región Costa _____ prov. _____
Región Sierra _____ prov. _____
Región Oriente _____ prov. _____
Región Insular _____ prov. _____
Otro país _____ (especifique)
Si proviene de la provincia del Cañar, indique el cantón

4. **Cómo viaja?**
Solo _____
Con amigos _____
Con familiares _____
Con pareja _____
Con pareja e hijos _____ # hijos _____
5. **Nivel de educación**
Básico _____
Medio _____
Universitario _____
Postgrado _____
6. **Profesión**

7. **Motivo del viaje**
Estudios _____
Visita a familiares/amigos _____
Negocios _____
Turismo _____
8. **Cómo organizó su viaje?**
Solo _____
Con una operadora _____
9. **Duración del viaje**
Cuántos días _____
10. **Medio de transporte que utilizó para llegar a La Troncal**
Auto particular _____
Transporte público _____
Otro _____
11. **¿Es su primer viaje a La Troncal?**
Si _____
No _____
12. **Medio por el que se enteró de La Troncal como lugar turístico**
Por medio de familiares o amigos _____
Revista o periódico _____
Internet _____
13. **Tipo de Alojamiento que utiliza durante su estadía**
Hotel _____
Hostal _____
Pensión _____
Casa de Familiares o amigos _____
14. **Tipo de establecimiento utilizado para comer**
Restaurante _____
Comida rápida _____
Puestos de comida _____
Casa de familias o amigos _____
15. **Medio de transporte utilizado para desplazarse en La Troncal**
Taxi _____
Bus urbano _____
Carro propio _____
Moto-taxi _____
16. **Actividades de preferencia a realizar. Enumere del 1-5. Siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.**
Visita a sitios naturales _____
Visita a Balnearios _____
Visita a agua termal "Yanayacu" _____
Práctica de deportes extremos _____
Degustar la gastronomía típica _____
17. **Promedio de gasto diario por persona previsto para el viaje.**
Menos de 15 _____
De \$16 - \$35 _____
De \$36 - \$55 _____
De \$56 - \$75 _____
Más de \$75 _____
18. **Regresaría a visitar La Troncal**
Si _____
No _____

Nota. Perfil del turista del cantón Troncal,2015