



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO
EN EL CANTÓN LATACUNGA”**

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

Autora:

Pavón Ramos Ana Cristina

Tutora:

Rodas Vinueza Daniela Alejandra

LATACUNGA - ECUADOR

Febrero 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Pavón Ramos Ana Cristina, con cédula de ciudadanía No. 1805033121, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN LATACUNGA”**, siendo la Ingeniera M.Sc. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, 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, 17 de febrero del 2025



Ana Cristina Pavón Ramos
C.C: 1805033121
ESTUDIANTE

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 **PAVÓN RAMOS ANA CRISTINA**, identificada con cédula de ciudadanía **1805033121** 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 **“ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN LATACUNGA”**, 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: Mayo 2020 – Septiembre 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2024 – Marzo 2025

Aprobación en Consejo Directivo: 12 de diciembre del 202

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

Tema: **“ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN LATACUNGA”**

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.

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 solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 17 días del mes de febrero del 2025.



Ana Cristina Pavón Ramos
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“ANÁLISIS DE LA PLANTA TURISTICA, OFERTA ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN LATACUNGA”, de Pavón Ramos Ana Cristina, 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, 17 de febrero del 2025



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza

C.C: 1722220868


DOCENTE TUTORA

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

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: Pavón Ramos Ana Cristina, con el título de Proyecto de Investigación: “ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN LATACUNGA”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

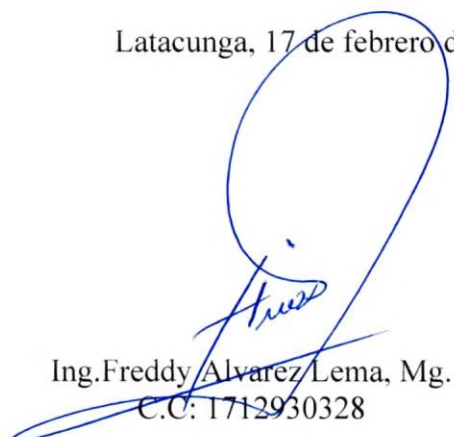
Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 17 de febrero del 2025



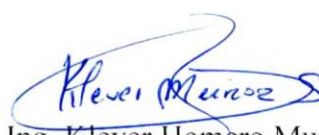
Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, Mg.
C.C: 1719291468

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Freddy Alvarez Lema, Mg.
C.C: 1712930328

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Klever Homero Muñoz, Mg.
C.C: 0501397814

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

A mis padres, Fernando y Elva, mi mayor fuente de amor y sabiduría. Gracias por ser los pilares que siempre me sostienen, por enseñarme con su ejemplo que la perseverancia y el amor incondicional son las fuerzas que me impulsan a seguir adelante. Ustedes han sido mi motor en cada paso de este camino.

A mis hermanas, mis cómplices y amigas. Cada uno de nuestros momentos juntos ha sido un regalo invaluable, y a través de cada risa, cada conversación y cada apoyo mutuo, me han mostrado el verdadero significado del amor. En cada una de ustedes llevo la fuerza para continuar, y este logro es también un reflejo de nuestra unión y amor compartido.

A mis sobrinos, Cielo, Ailany y Yosef pequeñas luces que iluminan mis días y me recuerdan la importancia de mantener la pureza del alma y la esperanza, ustedes son la promesa de que, a pesar de todo, siempre habrá razones para sonreír.

Y a mi amado Ricardo, mi compañero incansable y mi mayor inspiración, cuya paciencia, amor incondicional y apoyo constante me han dado fuerzas durante todo este proceso. Desde las largas noches de estudio hasta los momentos de alegría y triunfos estuviste a mi lado. Este logro también es tuyo, porque sin ti, todo esto no habría sido posible. Te amo y agradezco profundamente todo lo que has hecho por mí.

Ana Cristina Pavón Ramos

DEDICATORIA

A Dios, por ser la fuente de mi fortaleza, sabiduría y paz. Gracias por guiarme en cada momento de este viaje, por brindarme la paciencia para superar los obstáculos y por darme la esperanza para alcanzar mis metas. Sin Su amor y dirección, no habría sido posible llegar hasta aquí.

A mi familia, mi refugio y mi mayor apoyo. A cada uno de ustedes, por su amor incondicional, sus sacrificios y su constante ánimo. Me han dado la confianza y la motivación para seguir adelante, y esta tesis es un reflejo de todo lo que he recibido de ustedes. Gracias por estar siempre a mi lado, celebrando mis éxitos y dándome fuerzas en los momentos difíciles.

A mí mismo, por haber creído en mi capacidad, por nunca rendirme ante las adversidades y por el compromiso que he puesto en cada paso de este camino. Este logro es un testimonio de mi perseverancia, esfuerzo y dedicación.

Ana Cristina Pavón Ramos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN LATACUNGA”

Autora:

Pavón Ramos Ana Cristina

RESUMEN

El presente estudio tuvo como propósito divulgar el estado actual de la planta turística dedicada a los servicios de alojamiento en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, mediante la elaboración de un boletín informativo. Esta investigación buscó responder a la problemática relacionada con la situación de los establecimientos en el contexto de la crisis nacional marcada por problemas de seguridad e inestabilidad política, social y económica. Para ello, se establecieron objetivos específicos, como la realización de un diagnóstico situacional de los establecimientos turísticos, el cual se llevó a cabo mediante encuestas, entrevistas y la aplicación del análisis PESTLA. Los resultados evidenciaron la falta de actualización de los catastros municipales y permitieron identificar 36 establecimientos de alojamiento en la zona. Ante esta situación, surgió la necesidad de formular alternativas para mejorar la oferta turística, proponiendo estrategias operativas orientadas al fortalecimiento de los servicios. El análisis FODA permitió determinar acciones clave, como la optimización de procesos administrativos, la creación de experiencias únicas mediante campañas temáticas y el establecimiento de alianzas con proveedores locales para asegurar servicios de calidad. Finalmente, se diseñó un boletín informativo como herramienta de comunicación para los establecimientos formalmente registrados, ofreciendo información sobre temporadas de afluencia, tarifas y características del mercado turístico. La difusión de este boletín permitirá compartir los hallazgos del estudio y, mediante la adopción de estrategias operativas, contribuirá a la mejora de la oferta de servicios turísticos en el cantón Latacunga.

Palabras clave: FODA, PESTLA, estrategias operativas, planta turística, turismo.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES
THEME: “ANALYSIS OF THE TOURIST INFRASTRUCTURE AND
ACCOMMODATION OFFERINGS IN LATACUNGA CANTON”

Author:
Pavón Ramos Ana Cristina

ABSTRACT

The purpose of this study was to disseminate the actual status of the tourist plant dedicated to accommodation services in Latacunga, Cotopaxi province, through the preparation of an informative bulletin. This research sought to respond to the problems related to the situation of the establishments in the context of the national crisis marked by security problems and political, social and economic instability. To this end, specific objectives were established, such as carrying out a situational diagnosis of the tourist establishments, which was carried out through surveys, interviews and the application of the PESTLA analysis. The results showed the lack of updating of the municipal registers and allowed the identification of thirty-six accommodation establishments in the area. Given this situation, the need arose to formulate alternatives to improve the touristic offer, proposing operational strategies aimed at strengthening services. The SWOT analysis of tourist accommodation in Latacunga highlights strengths such as management experience, low prices, a welcoming environment and local links. Opportunities include tourism growth, tax incentives and digital technology. Weaknesses include poor infrastructure and lack of training, while threats include economic problems, unfair competition and fluctuations in demand. Key actions were subsequently determined, such as optimizing administrative processes, creating unique experiences through promotional actions and establishing alliances with local suppliers to ensure quality services. Finally, an informative bulletin was designed as a communication tool for formally registered establishments, offering information on peak seasons, rates and characteristics of the tourist market. The dissemination of this bulletin will allow the findings of the study to be shared and, through the adoption of operational strategies, will contribute to improving the supply of tourist services in the Latacunga.

Keywords: SWOT, PESTLA, Latacunga, Operational Strategies, Tourist plant, Tourism, informative bulletin.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
3.1. Beneficiarios directos	3
3.2. Beneficiarios indirectos	4
4. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	7
5.1. Objetivo general	7
5.2. Objetivos específicos	7
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS	8
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	10
7.1. Ley de turismo	10
7.2. Reglamento General De Actividades Turísticas	10
7.3. Turismo	11

7.4.	Planta Turística	12
7.5.	Alojamiento Turístico	12
7.6.	Servicio de alojamiento	13
7.7.	Clasificación de los alojamientos	14
7.7.1.	Hotel	14
7.7.2.	Hostal	14
7.7.3.	Hostería	14
7.7.4.	Hacienda Turística	14
7.7.5.	Lodge	15
7.7.6.	Resort	15
7.8.	Sector hotelero	17
7.9.	Gestión hotelera y la fundamentación del sistema	18
7.10.	Modelos de gestión en el sector hotelero.....	18
7.11.	Gestión de establecimientos hoteleros	19
7.12.	Gestión Financiera	19
7.13.	Matriz PEST-LA.....	21
7.14.	Matriz FODA	21
7.15.	Matriz de análisis de factores externos MEFE	22
7.16.	Matriz MEFI	22
7.17.	Boletín Informativo	22
8.	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA	23
9.	METODOLOGÍA	23
9.1.	Objetivo 1	24

9.1.1.	Enfoque Cualitativo	24
9.1.2.	Tipo de Investigación exploratoria	24
9.1.3.	Método descriptivo	24
9.1.4.	Técnicas	25
9.1.5.	Instrumentos	28
9.2.	Objetivo 2	30
9.2.1.	Investigación Diagnóstica.....	30
9.2.2.	Método Analítico	30
9.2.3.	Técnicas	31
9.3.	Objetivo 3	34
9.3.1.	Tipo de investigación descriptiva	34
9.3.2.	Técnicas e instrumentos.....	35
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	36
10.1.	Diagnóstico	36
10.2.	Establecimientos de alojamiento	36
10.3.	ENCUESTA A LOS TURISTAS DEL CANTÓN LATACUNGA	41
10.4.	Resultados de las Entrevistas	49
10.5.	ANÁLISIS PESTLA	56
10.6.	Análisis de la matriz de Evaluación de Impacto.....	57
10.7.	Matriz FODA	57
10.8.	Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI	59
10.9.	Matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos)	62

10.10.	MIE	64
10.11.	Matriz de análisis de factores estratégicos MAFE	65
10.12.	Diseño del boletín como medio de difusión	67
10.12.1.	Modelo de boletín para dueños de establecimientos.....	67
11.	IMPACTOS	69
11.1.	Impactos Técnicos:	69
11.2.	Impactos Sociales:	69
11.3.	Impactos Ambientales:	69
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
13.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
14.	ANEXOS	76
	ÍNDICE DE TABLAS	
	Tabla 1. Beneficiarios directos del proyecto	3
	Tabla 2. Beneficiarios indirectos del Proyecto.....	4
	Tabla 3. Actividades y sistema de tarea en relación a los objetivos planteados	8
	Tabla 4. Nomenclatura de los tipos de alojamiento	16
	Tabla 5 Cronograma entrevistas.....	27
	Tabla 6 Esquema matriz FODA.....	32
	Tabla 7 Esquema matriz MEFE.....	33
	Tabla 8 Ejemplo matriz MEFI	34
	Tabla 9 Información General del Establecimiento	38
	Tabla 10 Resultados de las Entrevistas.....	52
	Tabla 11 Análisis Pestla	58
	Tabla 12 Foda.....	61
	Tabla 13 Matriz de Evaluación de Factores Internos.....	63
	Tabla 14 Matriz MEFE	65
	Tabla 15 MIE.....	68
	Tabla 16 Matriz de análisis de factores estratégicos.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género	42
Figura 2 Lugar de Origen	42
Figura 3 Edad.....	44
Figura 4 Tipo de alojamiento.....	44
Figura 5 Factores son importantes al momento de elegir un establecimiento de alojamiento .	44
Figura 6 El cliente está dispuesto a pagar una determinada cantidad por un servicio de alojamiento	45
Figura 7 Cantidad de días que normalmente se aloja un huésped	46
Figura 8 Elementos esenciales al momento de escoger un establecimiento de alojamiento	47
Figura 9 Meses en los que los turistas viajan y se alojan en Latacunga	47
Figura 10 Motivo por el cual los turistas deciden alojarse en la ciudad de Latacunga	48
Figura 11 Servicios que incluiría o le hace falta al establecimiento de alojamiento	48

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Promedio de gastos en hoteles tipo resort en Latinoamérica	5
Gráfico 2 Entradas internacionales años 2018-2024	6

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título de Proyecto

“PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO DEL CANTÓN LATACUNGA”

Fecha de inicio: Octubre 2024

Fecha de finalización: Marzo 2025

Lugar de ejecución

Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi, Zona 3

Facultad que auspicia

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que Auspicia: Turismo

Equipo de trabajo:

Tutora de Titulación: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M. Sc

Coordinador del Proyecto:

Nombre: Pavón Ramos Ana Cristina

Teléfono: 0982507794

Correo electrónico: ana.pavon3121@utc.edu.ec

Área de conocimiento: Servicios

Línea de Investigación

Planificación y gestión del turismo sostenible y sustentable

Línea de vinculación de la carrera

Planificación y gestión del turismo sostenible y sustentable

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación tiene como finalidad identificar y caracterizar los establecimientos de alojamiento que operan actualmente en el Cantón Latacunga, mediante la elaboración de un registro que recopile información pertinente y actualizada sobre la temática, para lo cual se realizará un diagnóstico situacional sobre el estado actual de los registros existentes, los requerimientos que necesitan para iniciar sus actividades, las características de los alojamientos que están operando, las condiciones en las cuales laboran, entre otros factores que pueden ser analizados a través de la revisión del catastro turístico del cantón Latacunga del año 2018 proporcionado por el Municipio de Latacunga, además del trabajo de campo, entrevistas, encuestas a prestadores de servicios y usuarios de los establecimientos.

En el cantón a estudiar no ha existido ninguna actualización de esta índole, y se conoce poco referente al tema planteado, es por esto que la investigación pretende aportar más información y conocimientos sobre el tema, con el fin de contribuir con información para el desarrollo turístico en la provincia y en la región sierra.

Este proyecto a través del análisis podrá diferenciar el tipo de establecimientos que existe, de acuerdo a las zonas en las cuales se encuentran ubicados, de acuerdo al tipo de alojamiento, tales como, hosterías, hoteles, hostales, residencias y refugios, características del servicio que ofrecen, con el fin de poder hacer un compendio de datos que faciliten la elaboración de un boletín informativo que contenga datos de relevancia, de fácil comprensión para los prestadores de servicios y los visitantes. La creación de un catálogo de hospedajes en Latacunga es fundamental para mejorar la competitividad del destino turístico. Además, este catálogo puede servir como una base de datos útil para futuras investigaciones y estrategias de promoción turística.

El sector turístico como prestador de servicio, precisa buscar un equilibrio entre cuatro elementos fundamentales: el precio, la calidad y diferenciación de la oferta, la rentabilidad y la sostenibilidad. Para ello los principales grandes retos que hoy afronta el sector turístico se orienta hacia la mejora del servicio, la profesionalización de los recursos humanos, la introducción de metodología de calidad y atención al cliente, la diversificación de la oferta, optimización de la administración y gestión, la adecuación de los precios al mercado competitivo y la planificación sostenible que integre aspectos económicos con el medio ambiente (Alonso y Martín, 2006).

Según los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, la provincia de Cotopaxi ocupa el onceavo puesto como lugar de visita de los turistas extranjeros, además las preferencias dentro en lo que se respecta al sector hotelero denominan un rango de edad que va entre los 15 a 34 años en donde muestra que los turistas extranjeros prefieren los establecimientos hoteleros de 1 o 2 estrellas conjuntamente, los mayores de 35 años prefieren los establecimientos de 4 o 5 estrellas. (Ministerio de Turismo, 2018).

“La preocupación por el comportamiento del consumidor ha hecho que diferentes autores desarrollen modelos de comportamiento del mismo en general y de destinos turísticos en particular” (Lemoine-Quintero, et. al., 2021, p. 1336). Tener en consideración estos datos, permite desarrollar acciones que permitan responder de manera más efectiva a las demandas de los consumidores.

Todo esto con la implementación de estrategias efectivas, que permitan identificar las áreas de mejora, pero también las fortalezas disponibles. En función de estas acciones, y de la adecuada sistematización de los datos disponibles, también será de gran utilidad la emisión de un boletín informativo, que contribuya a difundir información relevante sobre los hospedajes disponibles en la zona.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Beneficiarios directos

Tabla 1. *Beneficiarios directos del proyecto*

Beneficiarios Directos	Descripción	Cantidad
	Los propietarios de los establecimientos del cantón Latacunga.	36

Catastro de Prestadores de Servicios Turísticos (2021).

Los favorecidos directos de este proyecto serán los propietarios de locales turísticos. Quienes con los resultados podrán tomar decisiones para mejorar varias áreas de sus establecimientos, además la información ayudará a que los turistas conozcan sobre los servicios de los establecimientos de alojamiento.

3.2. Beneficiarios indirectos

Tabla 2. *Beneficiarios indirectos del Proyecto*

Beneficiarios	Descripción
Habitantes del cantón Latacunga y del Municipio	359.398 Habitantes.
Turistas que visitan el cantón	Debido a la falta de registros precisos, se desconoce la cantidad exacta, pero su presencia se infiere como significativa por la demanda de servicios de alojamiento en los establecimientos turísticos de los cantones.

Catastro de Prestadores de Servicios Turísticos (2021)

En este estudio, los beneficiarios indirectos incluyen a la población de la ciudad, donde se ubican los establecimientos de alojamiento, así como a sus residentes, ya que podrían acceder a oportunidades laborales que mejoren su nivel de vida cuando los propietarios de estos negocios decidan implementar las estrategias propuestas y se genere un efecto multiplicador de las mejoras. El municipio también se vería favorecido, ya que al contar con información actualizada sobre el estado de la infraestructura turística de alojamiento, podría tomar decisiones que impulsen la oferta turística en el cantón. Por otro lado, los turistas que visitan Latacunga podrían beneficiarse si los establecimientos adoptan las estrategias operativas, optimizando así la calidad de sus servicios conforme a las necesidades y preferencias de los visitantes, lo que contribuiría a ofrecerles una experiencia satisfactoria.

4. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La industria hotelera global enfrenta una serie de desafíos y oportunidades en un entorno dinámico y competitivo, la creciente demanda de viajes y turismo ha impulsado la expansión de la oferta hotelera, pero también ha incrementado la competencia entre los proveedores de servicios turísticos, los consumidores presentan cada vez mayores exigencias y esperan dejarse sorprender por propuestas innovadoras que ofrezcan calidad y buen servicio al mejor precio.

En Latinoamérica, existe diversidad de opciones en lo referente a infraestructura hotelera y demás servicios complementarios ofertados por los proveedores de alojamiento.

El sondeo SERVQUAL ha sido respondida por hombres y mujeres de edades entre 29 y 56 años que gasten alrededor de \$726 y \$1930 en estadias en resorts. Estos son originarios de Perú, Panamá, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Chile y Argentina, que son los turistas que más visitan esta cadena de resorts (Rodríguez, 2018, p. 13).

Gráfico 1 Promedio de gastos en hoteles tipo resort en Latinoamérica

Fuente: Rodríguez (2018)

Países	Cantidad de encuestados (109)	Promedio de edad	Promedio de gastos en USD\$
Ecuador	7	44	726
Costa Rica	12	39	1000
Chile	9	56	1800
Argentina	10	36	854
Colombia	13	31	1638
Panamá	21	29	967
Perú	37	34	1930
Promedio		38	1273.57

En Ecuador, la oferta hotelera ha crecido significativamente en los últimos años, impulsada por el aumento del turismo tanto a nivel nacional como internacional.

De acuerdo a un análisis de ventas de la empresa Despegar.com, las reservas de hoteles en el Ecuador crecieron 37% en 2014 en comparación con 2013[...] En general, los resultados son alentadores, pues pasar de tener en 2009 una tasa negativa de visitas (-3,7%) a lograr un crecimiento de 14,4% en 2014 será siempre una buena noticia (Meléndez, 2015, p. 39).

Esta actividad se ha mantenido a lo largo del tiempo, sin embargo, se ha podido observar que el crecimiento de la misma ha sido desigual, con una mayor concentración en ciudades principales como Quito y Guayaquil, o las regiones de la costa, y menos desarrollo en regiones con potencial turístico, zonas en las cuales ha existido una mayor tendencia a la inversión y en el desarrollo de establecimientos de alojamiento.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo, en 2014 los empresarios privados destinaron \$ 211 millones al sector turístico nacional, siendo las provincias de Guayas, Manabí, Pichincha y Azuay las que registraron una mayor inversión, en particular en el sector hotelero (Meléndez, 2015, p. 39).

De acuerdo a los datos presentados por el Ministerio de Turismo del Ecuador (Mintur) el flujo de turistas, que ingresa al país proveniente de otras naciones ha presentado una disminución a través del tiempo, tal como puede observarse en la siguiente tabla en la cual se presenta la

conducta de los datos de entrada de visitantes extranjeros que arriban a Ecuador mes por mes desde el año 2018 hasta el 2024.

Grafico 2 Entradas internacionales años 2018-2024



Fuente: MINTUR (2024)

En este momento, estos factores pueden considerarse importantes desafíos, que actualmente afectan la competitividad de la industria hotelera ecuatoriana.

En Cotopaxi, la oferta de alojamientos turísticos es limitada y enfrenta problemas de calidad y consistencia en los servicios ofrecidos. A pesar de su enorme potencial, se puede observar que su infraestructura hotelera no ha crecido al mismo ritmo que la demanda, entre los factores que pueden estar afectando estas condiciones se encuentran, la falta de promoción y apoyo gubernamental, además de la necesidad de una mayor inversión privada, lo cual limita el desarrollo de instalaciones atractivas para los visitantes nacionales y extranjeros.

Latacunga, como capital de Cotopaxi, enfrenta algunos retos, se observan importantes limitaciones en la infraestructura turística, entre las cuales se encuentran las condiciones de las instalaciones para el recibimiento de una gran afluencia de turistas, la implementación de baños compartidos, habitaciones generales a pesar de tratarse de instalaciones de hoteles de tres estrellas, especialmente durante festividades locales, estas condiciones pudieron ser observadas durante las entrevistas realizadas al personal encargado de su administración, y que forman

parte de los aspectos a tomar en consideración como propuesta de mejora y requerimientos a considerar por los representantes de MINTUR.

Otro de los problemas que se identifican en la ciudad es la falta de un registro de establecimientos de alojamientos, que sirva de guía a los visitantes, facilite el desarrollo de investigaciones en el territorio, y permita a las autoridades locales atender los requerimientos de los empresarios hoteleros, así como, realizar una promoción más efectiva de estos lugares.

Además de la presencia de deficiencias e irregularidades existentes en el sistema de gestión hotelera y manejo de personal, ya que puede observarse que existe manejo de personal polivalente y contrataciones que no ofrecen garantías de seguridad social y estabilidad laboral, lo cual se constituye en un factor que puede afectar la calidad del servicio prestado, debido a la falta de preparación y formación en habilidades en el campo del servicio turístico y atención al cliente.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo general

Proponer alternativas de gestión en los establecimientos de alojamiento, a través del análisis de la información para la dinamización de la oferta turística del Cantón Latacunga.

5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la planta turística oferta de establecimientos de alojamiento mediante el catastro e inventario a través de fichas técnicas, anexos del reglamento de turismo y entrevistas.
- Plantear estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI, MIE y MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de alojamiento
- Diseñar un boletín informativo a través de la sistematización de la información recolectada como medio de difusión para los prestadores de servicios.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS

PLANTEADOS

Tabla 3. *Actividades y sistema de tarea en relación a los objetivos planteados*

OBJETIVO	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADO OBTENIDO
Objetivo 1 Diagnosticar la planta turística oferta de alojamiento mediante el Estructurar las salidas de campo en catastro e inventario a través de fichas técnicas, establecimientos de alojamiento. Diseño y elaboración la encuesta.	Investigar información de fuentes confiables establecimientos de Selección de información. Estructurar las salidas de campo en catastro e inventario a través de anexos del reglamento de turismo y entrevistas. Verificación de la encuesta. Aplicación de la entrevista. Tabulación Sistematización de la información.	Tipo de Investigación: Exploratoria los Método: descriptivo Técnicas: - Selección de establecimientos - Revisión documental y - Salidas de campo - Encuesta - Entrevista Instrumentos: - Observación directa - Catastro e inventario - Estimación de la muestra -Instructivo de preguntas y cuestionario	Situación actual de la planta turística oferta alojamiento del cantón Latacunga

Objetivo 2

Realizar el FODA del proyecto.

Plantear estrategias operativas a través de las Realizar las matrices estratégicas: PETS-LA, matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI,MIE y MEFE,MIE, MEFI y MAFE. MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de alojamiento

Objetivo 3

Fijar el diseño del boletín

Diseñar un boletín informativo a través de la Selección de información y datos que van a sistematización de la información recolectada presentarse. como medio de difusión para los prestadores de Imprimir el boletín. servicios

Tipo de Investigación: Tener definidas las estrategias Diagnóstica operativas de los establecimientos

Método: Analítico de alojamiento.

Técnicas: Análisis FODA

Instrumentos: Matriz MIE ,MEFE, MEFI, MIE, MAFE.

Tipo de Investigación:

Boletín informativo

Descriptiva

Método: Deductivo **Técnicas:**

Diseño gráfico del boletín informativo.

Instrumentos:

Computadora

Canva es una web de diseño gráfico y composición de imágenes.

Nota. Fuente de elaboración propia

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1. Ley de turismo

Ley de Turismo El presente estudio está sustentado legalmente en la ley N° 97- Ley de Turismo. La presente ley tiene como objetivo primordial determinar el código legal que está vigente, para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, así como las obligaciones y derechos de los prestadores de servicios y los usuarios que en este caso serían los turistas. Todas estas leyes estarán vigentes para todos los establecimientos prestadores de servicios que están relacionadas al turismo, tal como señala el capítulo II, artículo 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” (Ley de Turismo, 2014, pág. 2)

- a) Hospedaje.
- b) Ofrecimiento de alimentos y refrescos.
- c) Transporte, cuando su principal actividad es el turismo; incluyendo el transporte por vía aérea, marítima, fluvial, terrestre y el arrendamiento de vehículos para tal fin.
- d) Funcionamiento, cuando las agencias de viajes suministren su propio medio de transporte, dicha actividad se clasificará como parte de la agencia.
- e) La de intermediación, administración de servicios de turismo y coordinación de eventos, congresos y convenciones. En el marco de la legislación de turismo, se encuentra como actividad turística el alojamiento, mismo que es necesario para los visitantes tanto nacionales como internacionales que se movilizan de un lugar a otro, por algún tiempo determinado, generando así actividades económicas para la nación, las mismas que deben cumplir con diferentes requisitos para su debida función. Así los señalan el artículo 8 y 9 de la legislación turística.

Art. 8.- “Para ejercer de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, la misma que acredita la aptitud del servicio que ofrece y se sujetan a las normas técnicas y de calidad vigentes” (Ley de Turismo, 2014, pág. 2)

Art. 9.- "El Registro de Turismo implica la inscripción del proveedor de servicios turísticos, ya sea individuo o entidad, antes del comienzo de las actividades y únicamente en el Ministerio de Turismo, respetando las condiciones que dicta el Reglamento de esta Ley." "En el registro se

determinará la categoría y clasificación que corresponda" Turismo, 2014, página 2) Reglamento General De Actividades Turísticas

Por su naturaleza, alcance y particularidad, el servicio de hospedaje necesita ser regulado mediante un cuerpo normativo específico, donde se definan los estándares a los que debe sujetarse dicha actividad. Con el objetivo de que su conceptualización, clasificación, categorización y servicio proporcionado se ajusten a estándares técnicos y metas que faciliten la creación de una oferta de calidad Dentro de las actividades turísticas disponibles, el hospedaje juega un papel crucial en la experiencia del viaje, la evaluación de la satisfacción de los turistas y la posición de los distintos destinos turísticos de Ecuador a escala nacional e internacional. Por lo tanto, el país necesita disponer de un marco normativo que le posibilite situarse como una potencia turística en el escenario global. (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016, págs. 3, 4) El reglamento general de las actividades turísticas establece normas que los establecimientos de hospedaje deben respetar para su correcto funcionamiento. Luego, la categorización se determinará por el Ministerio de Turismo. Es crucial examinar el Capítulo I, artículo 4, ítem 12, en el que se indica que En el ámbito nacional y de manera privada, se llevan a cabo las siguientes funciones:

- a) La otorgación del registro de turismo
- b) La categorización, reasignación y reasignación de responsabilidades.
categorización y recategorización de establecimientos
- c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento

Es importante tener en cuenta que, según la Organización mundial del turismo, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el traslado de individuos (viajeros) a sitios fuera de su ambiente cotidiano por razones personales, laborales o comerciales.

7.2. Turismo

La palabra turismo, “proviene de tour o turn, derivado del verbo latino tor nare que se deriva a su vez del sustantivo tornus, que significa volver, girar o retornar, en suma, quiere decir ir y volver” (Gurria, 2019, p. 14). El turismo es una actividad que conlleva el traslado voluntario de ciertos individuos o colectivos, durante un periodo específico de tiempo, con el objetivo de conocer, descubrir, y disfrutar de diversidad de espacios y lugares geográficos, puede darse en diferentes modalidades o condiciones, y se constituye en una importante actividad económica, en la que se encuentran involucrados lugares de alojamiento, comida, espacios históricos,

culturales y recreativos, así como, toda una infraestructura social y de negocios que se ven beneficiados con la llegada de nuevos visitantes.

7.3. Planta Turística

Hace referencia al conjunto de servicios básicos que ofrece una zona o región turística determinada. Flores (2012), define a la planta turística como “el conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen los requerimientos del visitante, bajo estándares de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada” (p. 14).

Según Buzo (2019), La industria turística comprende todas las compañías dedicadas a satisfacer las necesidades del visitante durante su permanencia en un destino como es: alojamiento, restauración, desplazamiento, recreación, entre otros. Sin embargo, con el pasar de los años no han existido más definiciones relevantes que las citadas anteriormente. Cada uno de estos autores destacan que la planta turística es toda, estructura o servicio destinado a cumplir con la satisfacción del cliente en el destino con estándares de calidad que hagan propicia su estadía en el sitio.

Es decir que la planta turística es aquella que está estructurada por la provisión de servicios de turismo como alojamiento, restauración, transporte y demás componentes turísticos, bajo convenios establecidos conforme a el tipo de producto o servicio que brinda. Es importante destacar que la planta turística está destinada a cumplir con las expectativas deseadas por el turista. Complementan su ocio vacacional en los lugares turísticos

Alojamiento Turístico

El hospedaje es una actividad turística que puede ser llevada a cabo por individuos o entidades, que implica la oferta remunerada del servicio de alojamiento no permanente a visitantes nacionales o foráneos. Para ello, se tomarán en cuenta los requisitos relacionados con su categoría y categoría, establecidos en este reglamento. (MINTUR, 2015).

Para Álvarez, Díaz y Álvarez (2001), El servicio de hospedaje es un elemento esencial en la actividad turística, en conjunto con los servicios de ocio, transporte, comunicaciones y restauración. Se resalta la relevancia del servicio de hospedaje, ya que de la duración del alojamiento depende la cantidad y clase de servicios turísticos que se proporcionan. El número de turistas dispuestos a dormir en la ciudad, simultáneamente ejerce un efecto multiplicador con sus familiares y amigos en sus lugares de origen. Es así que los turistas se transforman en los propios promotores de la propuesta de alojamiento local y basan sus expresiones a favor o

en contra según el servicio que hayan recibido. Por lo tanto, Oreja (2000), señala que el servicio de hospedaje es un soporte estratégico de gran relevancia en la actividad turística y el entendimiento de su estado actual. Es crucial para identificar y tratar los desafíos de cualquier actividad turística, es donde se calculan la ocupación hotelera, la tarifa media y se pueden recopilar datos sobre el perfil del turista que visita Cotopaxi. Boullón (2006), señala que la planta turística es un conjunto de instalaciones las cuales se dividen en: Equipamiento: encierra todas las instalaciones administradas por la actividad pública o privada las cuales se proponen prestar servicios básicos. Se considera este tipo de negocios como hoteles, bares, restaurantes, agencias de viajes, entre otros.

Instalaciones: son aquellas instalaciones cuya función es facilitar la ejecución de actividades turísticas. Dentro de esta categoría se encuentran miradores, muelles, teleféricos, piscinas, canchas, entre otros. “Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin” (Cruz, 2016, pág. 4)

Así se puede entender que la Planta Turística, se refiere al conjunto de servicios fundamentales y adicionales que cumplen con las necesidades del visitante, bajo criterios de calidad, supervisado por entidades nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y la mejora de la oferta proporcionada, además de facilitar al turista la permanencia en un lugar determinado, donde el servicio deberá ser óptimo para que la estadía del visitante sea amena, llegando a satisfacer sus necesidades.

Estas empresas u organizaciones se encargan de ofertar productos turísticos para venderlos a los visitantes turísticos y generar ingresos económicos a cambio de prestar un servicio, cabe mencionar que la planta turística se divide en:

- Alimentación
- Alojamiento
- Transporte
- Ocio y recreación

7.4. Servicio de alojamiento

“El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros” (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016, pág. 3). El alojamiento es un servicio necesario para el turista, debido a que se mantiene en constante

movimiento de un lugar a otro dentro de un determinado tiempo, interviniendo ahí el servicio de alojamiento; el turista puede buscar hospedajes de acuerdo a sus gustos y preferencias.

7.5. Clasificación de los alojamientos

El Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) se manifiesta referente al tema dejando en claro que se dividen en tipo de alojamiento, tipo de habitación, tipo de camas y además se basa según su modalidad es decir en qué lugar está ubicado ya sea en la playa, montañas, entre otras.

7.5.1. Hotel

Establecimiento de hospedaje turístico que dispone de instalaciones para proporcionar servicio de alojamiento en habitaciones privadas con baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un inmueble o una sección independiente del mismo, y ofrece el servicio de alimentos y bebidas.

7.5.2. Hostal

Establecimiento de hospedaje turístico que dispone de infraestructuras para proporcionar el servicio de alojamiento en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, dependiendo de su categoría; puede proporcionar a sus huéspedes el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, comida y/o cena), sin embargo, también puede ofrecer otros servicios adicionales. Debe tener al menos 5 habitaciones.

7.5.3. Hostería

Establecimiento de hospedaje turístico que dispone de infraestructuras para proporcionar el servicio de alojamiento en habitaciones o alojamientos privados, con baño y aseo privado, que pueden constituir bloques autónomos, ocupando la totalidad de un inmueble o una porción independiente del mismo; ofrece el servicio de alimentos y bebidas, sin embargo, también ofrece otros servicios adicionales. Posee jardines, espacios verdes, áreas para deportes y recreación, y aparcamiento. Debe tener al menos 5 habitaciones.

7.5.4. Hacienda Turística

Establecimiento de hospedaje turístico que dispone de infraestructuras para proporcionar el servicio de alojamiento en habitaciones privadas con baño y aseo privado y/o compartido según su categoría, situadas en zonas naturales o próximas a núcleos de población. Su edificación puede poseer valores históricos, culturales y patrimoniales y mantener actividades rurales como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, conexión con la

comunidad local, entre otras; facilita el disfrute en contacto directo con la naturaleza, ofrece espacio para aparcar y ofrece servicio de alimentos y bebidas.

7.5.5. Lodge

Establecimiento de hospedaje turístico que dispone de infraestructuras para proporcionar el servicio de alojamiento en habitaciones o alojamientos privados, dotados de cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, según su categoría. Ubicado en espacios naturales donde se valora el paisaje y se preserva la armonía con el entorno. Es un lugar ideal para llevar a cabo excursiones planificadas, como la observación de flora y fauna, la cultura local, paseos por caminos, entre otros. Ofrece el servicio de alimentos y bebidas, aunque también ofrece otros servicios adicionales. Debe tener al menos 5 habitaciones.

7.5.6. Resort

Se trata de un complejo turístico que dispone de instalaciones para brindar el servicio de alojamiento en habitaciones privadas con baño y aseo privado. Su principal objetivo es proporcionar actividades recreativas, lúdicas, deportivas y/o de descanso, donde se destaca el ambiente natural; cuenta con variadas instalaciones, equipamiento y una variedad de servicios adicionales, ocupando la totalidad de una propiedad. Ofrece el servicio de comidas y bebidas en diversos lugares apropiados para el propósito. Es posible que se encuentre en zonas de vacaciones o en áreas naturales como montañas, playas, bosques, lagunas y más. Debe tener al menos 5 habitaciones.

Los lugares de hospedaje se categorizan en diversas categorías, esto variará en función de las propiedades y la calidad de las instalaciones y del servicio que proporciona el establecimiento.

Tabla 4. *Nomenclatura de los tipos de alojamiento*

ACTIVIDAD	NOMENCLATURA
Hotel	H
Hotel Residencia	HR
Hotel Apartamento	HA
Hostal	HS
Hostal Residencia	HSR

Pensión	P
Hostería	HT
Motel	M
Refugio	RF
Complejo Vacacional	CV
Apartamento	AP
Cabaña	C
Campamento Turístico o Camping Silueta frontal de “carpa” con indicativo de categoría	

Según la OMT la categorización de hoteles a nivel internacional se realiza a través de estrellas, criterios que reafirma, ya que se establecen características a cumplir para cada uno de ellos. Actualmente existen diferentes establecimientos de hospedaje alrededor de los principales centros turísticos y ciudades más importantes, y debido a las necesidades de los clientes de adquirir servicios y productos cada vez más personalizados se han establecido clasificaciones o tipologías que diferencian las entidades de alojamiento. Los aspectos más importantes que se toman en cuenta según secretaria de Turismo (2019) es la “remuneración previamente definida y la prestación de servicio complementario que se pueda ofrecer”.

Categorización de los establecimientos turísticos de acuerdo con el Reglamento de Hospedaje turístico

Hotel 2 estrellas a 5 estrellas

Hostal 1 estrella a 3 estrellas

Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas

Lodge Resort 4 estrellas a 5 estrellas

Refugio Categoría única

Campamento turístico Categoría única Casa

de huéspedes Categoría única.

Tabla N°. Nomenclatura

7.6. Sector hotelero

Según Mestres Soler (1999), el sector de hoteles significa conjunto de establecimientos que brindan servicios de alojamiento a los turistas, estableciendo una tarifa, y proporcionando servicios adicionales si así lo requieren, pero cabe recalcar que esto dependerá del establecimiento en el que se hospeden.

Fernández y Cuadrado (2011), menciona que es fundamental para el desarrollo turístico, ya que es la carta de presentación del lugar que visita, siendo el mismo uno de los entes impulsores de la economía turística.

En Ecuador, el turismo ha sido considerado una de las principales actividades que impulsan la economía y producen divisas. En 2014, 1 557.006 visitantes extranjeros arribaron al país, lo que representó un aumento del 14,1 % en comparación con el año anterior 2013 y generó \$ 1.487,20 miles de dólares, lo que significa un incremento del 18,9 % en comparación con 2013 (Segura-Ronquillo, 2015, p. 35).

Se trata de una actividad productiva que genera importantes ingresos económicos al país,

A nivel de Ecuador, la actividad turística figura como el tercer ingreso del país en el sector exportador sin considerar petróleo y derivados, presentando ingresos que sobrepasan los mil millones de dólares al año [...] A nivel de país al corte del 2015 se determina que los ingresos generados por el turismo ascendieron a 1017 millones de dólares, mientras que en el 2016 aumentó a 1173 millones de dólares, cifras importantes para la dinamización económica del país (Félix-Mendoza, et. al., 2017, p. 641).

Las empresas de servicio turístico tienen espacio físico para su actividad. Pero deben fortalecerse en distintas áreas frente a la competencia nacional. Los atractivos turísticos son potencialmente atrayentes para el turista, pero tienen que mejorar con señalización, servicios básicos y senderos, ya que los turistas llegan al atractivo con mucha dificultad,

La gestión hotelera persigue como principal función administrar: tiempo, recurso ya sean estos físicos o humanos, para permitirse desarrollar sus actividades obteniendo una radiografía actualizada del sistema y así poder cambiar las inconformidades que puedan existir. Herrera (2020) menciona: “la gestión del proceso de fabricación y manipulación de los servicios hoteleros son esenciales para asegurar el confort, la calidad y seguridad de los turistas” entendiéndose como sistema de gestión la cadena de funciones que se realizan dentro del establecimiento y que deben estar armónicamente relacionadas para conseguir estos factores.

La gestión con eficiencia persigue el objetivo de mejora continua y desarrollo automatizado, que asegure viabilidad con el transcurso del tiempo y de acuerdo con las palabras de (Sobrosa, 2018) persigue aprovechar en cantidad los recursos disponibles y así poder dar garantía de una renovación continua, es decir, que el sector hotelero madure de acuerdo con las mejoras realizadas constantemente ya sean estas tecnológicas, de infraestructura o de factor humano que permitan adaptarse al entorno social generando estabilidad y crecimiento económico haciéndolas sostenibles a largo plazo.

7.7. Gestión hotelera y la fundamentación del sistema

La gestión hotelera persigue como principal función administrar: tiempo, recurso ya sean estos físicos o humanos, para permitirse desarrollar sus actividades obteniendo una radiografía actualizada del sistema y así poder cambiar las inconformidades que puedan existir. Correia (2012), menciona: “la gestión del proceso de fabricación y manipulación de los servicios hoteleros son esenciales para asegurar el confort, la calidad y seguridad de los turistas” entendiéndose como sistema de gestión la cadena de funciones que se realizan dentro del establecimiento y que deben estar armónicamente relacionadas para conseguir estos factores.

7.8. Modelos de gestión en el sector hotelero

Tomando la definición de López, (2001) los modelos de gestión son herramientas que brindan facilidades para encontrar un enfoque determinado, así como también cumplir con objetivos de forma rigurosa y obtener un marco de referencia para establecer el diagnóstico de la empresa, transformándose entonces en una herramienta fundamental para optimizar procesos, utilidades y crecimiento continuo. La principal función de los modelos de gestión se basa en la administración, integración y generación de actividades que involucren a los agentes internos y externos a través de políticas de soluciones y de mejora continua.

En base al razonamiento de López, Imelda y Cuevas (2011), la gestión inicia cuando en un determinado centro de trabajo se establece una iniciativa, donde también se obtiene procesos con la finalidad de garantizar estrategias que trabajen en base a mecanismos tácticos y operativos para obtener una implementación y evaluación de la gestión desarrollada. A partir de estos criterios podemos definir que un modelo de gestión en sector hotelero es una herramienta que deberá ir adecuada a las características del establecimiento para estandarizar procesos y lograr alcanzar la satisfacción máxima del usuario a través de la calidad de servicios prestados.

7.9. Gestión de establecimientos hoteleros

Se refiera a todas las actividades que se realizan en este tipo de establecimientos comerciales con fines administrativos, orientados a generar eficiencia en las operaciones de los mismos, su principal objetivo es mantener altos estándares de eficiencia, competitividad, optimización de recursos, calidad y satisfacción de los clientes, lo cual otorga mayores posibilidades de competir en un mercado que posee un alto nivel de demanda de estas condiciones.

Entre las principales áreas de la gestión hotelera se encuentran, la gestión operativa, que facilita la coordinación de las actividades que se realizan diariamente en este tipo de establecimientos, la gestión de recursos humanos, referida a la contratación y manejo del personal, y la gestión financiera, que implica principalmente el manejo de los recursos económicos, presupuestos, gastos entre otros.

Dentro de estos procesos de gestión en el momento actual cobra una gran importancia, tener en consideración aspectos como la planeación estratégica, la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental, debido a las exigencias de las dinámicas del mundo actual y de los requerimientos de los clientes, que comienzan a mostrar preferencia por establecimientos que cumplan con estas condiciones.

Para Cisneros et al. (2009) la hotelería constituye un pilar fundamental en el desarrollo del turismo. Debido al incesante flujo de la actividad turística es preciso mantener una gama sólida y amplia de alojamiento capaz de cubrir las necesidades de hospedaje y alimentación de los clientes. De acuerdo con Foster (2011) dentro de cada segmento de la industria hay diversos tipos de establecimientos dirigidos a diferentes mercados de viaje como: Hoteles tradicionales, Moteles, Resorts, Hoteles de convenciones, Hoteles residenciales (Biller-Reyes, 2020, p. 272).

En el Ecuador estas disposiciones se encuentran reguladas por el Reglamento General De Actividades Turísticas (2002), en el cual se determinan los tipos de alojamiento y los servicios que los mismos deben ofrecer a los clientes.

7.10. Gestión Financiera

La gestión financiera de los establecimientos hoteleros requiere del cumplimiento de una serie de procesos que permiten que este tipo de negocios pueda ser rentable y sostenible a través del tiempo.

Se encarga de analizar las decisiones y acciones que tiene que ver con los medios financieros necesarios en las tareas de dicha organización, incluyendo su logro, utilización y control

(Córdoba, 2012). La función primordial de las finanzas es asignar recursos lo que incluye adquirirlos, invertirlos y administrarlos, convirtiendo a la misión y visión en operaciones monetarias (Arévalo-Haro, 2019, p. 8).

Por lo cual es importante que se realicen periódicamente diagnósticos situacionales que permitan identificar las condiciones del mercado, las preferencias de los consumidores, la cantidad de establecimientos que se dedican a la misma actividad comercial y las principales características de estos, con el fin de poder planificar y gestionar de forma adecuada el propio negocio.

En esto también es fundamental el análisis de la oferta y la demanda de servicios en la zona, entendiendo como la demanda, la cantidad de clientes interesados en los servicios que se ofrecen y como la oferta, los beneficios que ofrece el establecimiento y la cantidad de establecimientos que ofrecen este tipo de servicios, lo cual permitirá generar acciones tendentes a satisfacer los requerimientos existentes, administrar de forma adecuada los recursos, desarrollar estrategias operativas que permitan el continuo funcionamiento a pesar de las posibles fluctuaciones en la afluencia de clientes, propias de este tipo de actividad, que suele tener mayor demanda durante determinados días y épocas del año.

De esta forma dentro de los procesos de comercialización de los establecimientos de alojamiento y hospedajes, es necesario tener en consideración el costo de los bienes, el manejo de presupuestos y de inventarios de los productos que se ofrecen a los clientes,

En este sentido, es imprescindible comprender los métodos técnicos que deben ser abordados, aplicados y evaluados para dar respuesta a las demandas de sistematización, de la gestión de costos de alimentos y bebidas, sobre todo cuando se hace referencia a un sector amplio, dentro de la economía y el turismo como es el de la red hotelera, deberán ser detallados y caracterizados de forma general y particular, para no caer en excedentes ni en pérdidas para los comercializadores (Biller-Reyes, 2020, p. 272).

En función de todos estos elementos se realizan las inversiones necesarias para el buen funcionamiento del negocio, esperando obtener de estas siempre un beneficio económico,

La inversión, básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de acometerla [...] El presupuesto de inversión, costo de inversión, o presupuesto de capital, cualquiera de las diferentes terminologías, no es más que la inversión necesaria para

poner en condiciones de operar una entidad de servicios o productiva. Este presupuesto está formado por el Capital Fijo y por el Capital de Trabajo. (Santos, 2008, cit. por, (Arévalo-Haro, 2019, p. 8).

La implementación de métodos y técnicas específicas permite la adecuada administración y aprovechamiento de estos recursos.

7.11. Matriz PEST-LA

La matriz de Pest La, se trata de un análisis que comienza por el estudio de los factores generales que afectan de manera directa el entorno de la empresa que son Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos y, estos representan las siglas de la herramienta PEST. Cada empresa puede diseñar la estrategia que mejor se adapte a las tendencias que afectan directamente a la empresa y al entorno en el que se desenvuelve [...] Como herramienta PEST surge para definir la posición en que se encuentra la empresa en el mercado ya que identifica los factores que en un momento dado pueden afectar de forma directa la oferta y la demanda de sus productos o servicios, así como en los costos que se deberán manejar de acuerdo a los factores económicos que imperen en el medio en que se desarrolle (Brittan, 2012, cit. por, Mancillas, 2021, p. 15).

7.12. Matriz FODA

Es un gráfico o matriz que consta de cuatro elementos de análisis, dos externos y dos internos, las fortalezas y debilidades son los elementos internos propios de la organización o los procesos analizados, las oportunidades y las amenazas, son los elementos externos que pueden llegar a influir en el desarrollo de los procedimientos, las oportunidades son factores que se pueden aprovechar, mientras que las amenazas son factores que pueden afectar de forma negativa el desenvolvimiento de los mismos (Arriaga, 2019).

La matriz FODA permite identificar los elementos más importantes que se deben considerar y tener en cuenta a la hora de hacer un análisis, al identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en el desarrollo de determinadas actividades, situaciones o procesos productivos se pueden relacionar las variables que pueden afectar el desarrollo de los mismos.

7.13. Matriz de análisis de factores externos MEFE

Se trata de una herramienta de análisis que permite la visualización de los elementos externos que influyen en las dinámicas organizacionales.

David (2013) señala que para elaborar una matriz de factores externos debe realizarse lo siguiente: 1. Analizar las principales fuerzas externas de la organización se realiza una lista de todas las posibles amenazas y oportunidades de la organización, 2. Realizar una descripción de las fuentes claves de los factores externos. 3. Analizar la relevancia de las tendencias y eventos externos. 4. Elaboración de la matriz MEFE. 5. Análisis de la matriz MEFE con sus ponderaciones clasificándolas en torno a las siguientes categorías: (1) fuerzas económicas; (2) fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales; (3) fuerzas políticas, gubernamentales y legales; (4) fuerzas tecnológicas, y (5) fuerzas competitivas [...] El objetivo es contar con un entendimiento macro y micro del entorno económico para categorizar los tipos de riesgos que afectan al negocio (Carrera, et. al., 2024, p. 2434).

7.14. Matriz MEFI

Se trata de una herramienta estratégica utilizada para identificar, evaluar y analizar los factores internos que afectan a una organización, los cuales pueden incluir fortalezas y debilidades dentro de la organización, dentro de la empresa.

David (2013) señala que para elaborar una matriz de factores internos son los siguientes: 1. Analizar las principales funciones, procesos y actividades que realiza la organización 2. Definir criterios de valoración cualitativos y cuantitativos. 3. Identificación de las fortalezas y debilidades de la empresa. 4. Elaboración de la matriz MEFI. 5. Análisis de la matriz MEFI con sus ponderaciones (Carrera, et. al., 2024, p. 24373).

La matriz MEFI contribuye a que las organizaciones puedan tener una visión clara de su posición interna y a desarrollar estrategias para mejorar su desempeño constantemente.

7.15. Boletín Informativo

Se trata de una comunicación breve, que por lo general se realiza de forma escrita, puede ser en formato impreso o digital, se publica periódicamente y contiene información clara y precisa respecto a determinados temas, orientado a determinado tipo de audiencia. De acuerdo a su contenido, puede tratarse de un boletín de noticias, un boletín educativo, un boletín promocional o un boletín de eventos.

En función de la entidad que lo emite puede tratarse de un boletín corporativo, institucional u organizacional, y según su finalidad la frecuencia de publicación puede ser diaria, semanal, mensual o quincenal.

8. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Qué alternativas de gestión pueden implementarse en los establecimientos de alojamiento del Cantón Latacunga para la dinamización turística?

Para dinamizar el turismo en los establecimientos de alojamiento del Cantón Latacunga, se pueden implementar estrategias como diversificar los servicios ofrecidos, incluyendo actividades culturales y gastronómicas locales, mejorar la calidad del servicio mediante la capacitación del personal, y fortalecer la presencia digital en plataformas de reservas y redes sociales. Además, la creación de paquetes turísticos integrados, que combinen alojamiento, transporte y actividades, facilitará la experiencia del visitante, mientras que adoptar prácticas sostenibles atraerá a turistas conscientes del impacto ambiental. Por último, establecer alianzas con agencias de viajes y operadores turísticos locales contribuirá a ofrecer una experiencia más completa y aumentar la visibilidad de la región.

9. METODOLOGÍA

.La metodología utilizada para el análisis de la planta turística y oferta de alojamiento en el Cantón Latacunga sigue un enfoque de investigación de campo, ya que recopila datos primarios directamente del entorno real, lo cual permite obtener información actualizada y contextualizada sobre los establecimientos de alojamiento, según Tamayo & Tamayo (2007). Se plantea un diagnóstico exhaustivo mediante el catastro e inventario de la oferta disponible, utilizando fichas técnicas elaboradas con base en los anexos del reglamento de turismo y complementadas con entrevistas semi-estructuradas a propietarios y gerentes para comprender en profundidad las características operativas y administrativas de los alojamientos.

A partir del análisis de la información recopilada, se utilizarán matrices estratégicas como PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI, MIE y MAFE, que permitirán identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, así como evaluar factores internos y externos que afectan a los establecimientos, con el fin de proponer estrategias operativas que dinamicen la oferta turística. Finalmente, se diseñará un boletín informativo basado en la sistematización de la información obtenida, el cual servirá como un medio de difusión para los prestadores de servicios turísticos en Latacunga, contribuyendo así al fortalecimiento del sector de alojamiento en el cantón.

9.1. Objetivo 1

9.1.1. Enfoque Cualitativo

Hernández, Fernández y Baptista (2021) destacan que la investigación cualitativa es un proceso flexible que se adapta según los datos obtenidos. Se basa en interpretar fenómenos dentro de su contexto natural y desarrollar teorías de manera inductiva conforme avanza el estudio. La presente investigación mantiene un enfoque cualitativo porque se investiga la planta turística de alojamiento con respecto al cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

9.1.2. Tipo de Investigación exploratoria

Hernández-Sampieri, et. al. (2014), un autor destacado en metodología de investigación, señala que la investigación de campo se basa en la observación sistemática de comportamientos y situaciones reales. La recolección de datos debe estar alineada con un problema de investigación claramente formulado, y las observaciones deben ser validadas mediante pruebas rigurosas para asegurar su fiabilidad. Primero se realizaron las visitas in situ debido a que se recolectó datos e información. Para tener un correcto orden en la exploración de los establecimientos, para determinar características de los alojamientos basada y observaciones directas, entrevistas y encuestas en los lugares de estudio de esta forma se garantiza precisión y relevancia en el trabajo académico pues se aportaron datos significativos en la validez y aplicabilidad de los resultados.

9.1.3. Método descriptivo

Este es un análisis de carácter descriptivo, dado que se detallan los fenómenos analizados y sus particularidades. Los estudios descriptivos tienen como objetivo detallar las propiedades, atributos y perfiles de individuos, colectivos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se encuentra bajo estudio. En otras palabras, solo buscan evaluar o recolectar datos de forma individual o colectiva sobre los conceptos o variables a las que hacen referencia, es decir, su propósito no es señalar la relación entre estos (Hernández-Sampieri, 2014, p. 92).

En el contexto de la presente investigación, se describen las condiciones en las que se encuentran las instalaciones y el funcionamiento general de los establecimientos de Latacunga, y Provincia de Cotopaxi.

9.1.4. Técnicas

9.1.4.1. Selección de Establecimientos de Alojamiento en Latacunga

Una vez recopilada la información mediante el catastro con un total de 72 sitios de alojamientos que forman parte de la planta turística, se procede a la selección basándose en diferentes

criterios específicos de búsqueda, tales como la clasificación, categoría, tipo de alojamiento, ubicación geográfica, tarifas y tipos de servicio que ofrecen al turista. Este proceso implica un análisis detallado de los datos obtenidos a través de la revisión de fuentes confiables, con el objetivo de identificar aquellos alojamientos que se ajusten a las necesidades y preferencias del usuario. Ver anexo #5

9.1.4.2. Revisión documental

La revisión documental consiste en la recopilación, análisis e interpretación de información proveniente de fuentes relevantes. Identificar y obtener documentos relacionados con la oferta de alojamiento. Esto incluye informes, estudios, registros oficiales y publicaciones locales. Empezando por la revisión de los registros de establecimientos de alojamiento (Ministerio de Turismo, municipalidad). Seguido de las normativas locales relacionadas con el turismo y los alojamientos. Se analizó las características principales de los alojamientos en el cantón (tipología, capacidad, servicios ofrecidos, ubicación geográfica). Para posteriormente lograr contrastar la información obtenida. Los datos que se revisaron para realizar la investigación fueron los siguientes:

Plan de desarrollo turístico del cantón Latacunga del año 2020.

Base de datos del catastro.

Informes de organizaciones como el Ministerio de Turismo de Ecuador.

Artículos sobre el turismo en la región andina y su influencia en Latacunga.

Publicaciones académicas relacionadas con la planta turística y los alojamientos en contextos similares

9.1.4.3. Salidas de campo

Sirvió para recopilar información primaria directamente de los establecimientos para analizar las características, condiciones y percepciones sobre los servicios de alojamiento. Siendo una actividad clave para obtener un análisis de la planta turística. En la visita las encuestas fueron dirigidas a los propietarios, gerentes o personal administrativo que se encontraba presente en cada sitio alojamiento. También la visita sirvió para observar el entorno, las instalaciones y las dinámicas que se manejan dentro de cada uno de los establecimientos. Se observó la accesibilidad, el estado físico de los establecimientos y otros aspectos importantes para la investigación.

Las respuestas obtenidas reflejan la realidad del lugar, lo que fortalece la validez de los datos recogidos. La salida de campo ayudo para determinar la ubicación geográfica de los establecimientos de alojamientos considerando su representatividad (hoteles, hostales, hosterías, haciendas turísticas, etc.)

9.1.4.4. Encuesta

Para este estudio, se realizó una encuesta a cinco turistas en cada uno de los establecimientos de alojamiento del cantón Latacunga, alcanzando un total de ciento ochenta encuestados. El propósito de la encuesta fue obtener información detallada sobre las experiencias, percepciones y necesidades de los visitantes que se hospedaron en los establecimientos del cantón Latacunga. Mediante respuestas proporcionadas por los encuestados, se buscó comprender elementos vinculados con la calidad de los servicios proporcionados, la satisfacción de los turistas, sus preferencias en cuanto a tipos de alojamiento, así como identificar áreas de mejora en la infraestructura y atención en los establecimientos. Además, se pretendió recoger datos que contribuyan al diagnóstico de la planta turística del cantón, proporcionando una visión más completa sobre las expectativas y comportamientos de los turistas que visitan la región. Se implementó mediante un cuestionario dirigido exclusivamente a personas, proporcionando información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. Esta herramienta puede arrojar resultados cuantitativos o cualitativos y se estructura en preguntas predefinidas con un orden lógico y un sistema de respuestas escalonado (Arias y Covinos, 2021, p. 81). Ver anexo #4

9.1.4.5. Entrevista

En este estudio se llevará a cabo una entrevista estructurada, es decir, de manera formal y planificada, dirigida a los actores clave, específicamente a los propietarios de los establecimientos de alojamiento del cantón Latacunga. Para el diseño de las preguntas, se consideraron factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales vinculados a la actividad turística, con el propósito de conocer la perspectiva y visión de los dueños o representantes de estas empresas respecto a la situación actual de la planta turística. A través de estas entrevistas, se recopiló información sobre temporadas altas y bajas, desafíos al ofrecer sus servicios, clasificación, categorías y tipos de habitaciones disponibles. Ver anexo #3

Tabla 5 *Cronograma entrevistas*
ESTABLECIMIENTO

FECHA

REFUGIO DE MONTAÑA COTOPAXI CARA SUR	01/10/2024
HOTEL SAN LUIS	01/10/2024
HOTEL MAKROZ	01/10/2024
GOLDEN REST	01/10/2024
EL ALAMO	01/10/2024
MAK IN HOUSE HOSTAL	01/10/2024
HOSTAL ROSITA LATACUNGA	01/10/2024
BALCONES DEL RIO	01/10/2024
FANTASIA	03/10/2024
HOSTAL SAN RAFAEL	03/10/2024
LORETO	03/10/2024
HOSTAL CAFE TIANA	03/10/2024
BELLAVISTA	03/10/2024
HOTEL RODELU	05/10/2024
HOSTAL COTOPAXI	05/10/2024
LOS ANDES	05/10/2024
HOSTAL SUNRISE	06/10/2024
HOTEL LOS ILINIZAS	06/10/2024
COTOPAXI JOSE RIBAS	06/10/2024
<hr/>	
ADVENTURE CLIMBERS	06/10/2024
HOTEL CARIBBEAN REAL	08/10/2024
MADERANEGRA BY HUASICAMA	08/10/2024
CABAÑAS LOS VOLCANES	08/10/2024

HOTEL JOSHED	08/10/2024
HOTEL MAKROZ COLONIAL	09/10/2024
HOSTAL MIRADOR COTOPAXI	09/10/2024
THE BRONX	10/11/2024
COWORKING LATACUNGA	10/11/2024
HOSTAL CAMPO VERDE	10/11/2024
HOTEL ENDAMO	10/102024
RONDADOR COTOPAXI	10/102024
CUSCUNGO COTOPAXI	10/102024
HOTEL ZAFIRO REAL LTGA	10/102024
HACIENDA LA CIENEGA	10/102024
HOTEL SAN AGUSTIN PLAZA	18/102024
INCA HACIENDA	18/102024
HOSTAL SANTIAGO LATACUNGA	18 /102024

9.1.5. Instrumentos

9.1.5.1. Cálculo de la muestra

Una muestra es un grupo seleccionado de encuestados que representa a la población total. El tamaño de la muestra se alinea con una porción considerable de esa población que comparte las características relevantes para el estudio, lo que permite optimizar los recursos en términos de costo y tiempo. En este contexto, se determinó el tamaño de la muestra utilizando la fórmula para calcular muestras en poblaciones infinitas o desconocidas, aplicando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

La fórmula aplicada es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1 - p)}{e^2}$$

Donde: n= Tamaño de la muestra

Z^2 = Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza que busquemos, usaremos un valor determinado; en este caso se considera 1,96.

p= Probabilidad de escogencia del unto muestral. Para muestreos aleatorios es 0.5

e = Error máximo aceptado que es 0.05

$$n = \frac{1,96 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

n = 384

El tamaño de la muestra se considera significativo para un número de 384 encuestados.

9.1.5.2. Observación directa

La observación directa implica visitar físicamente los establecimientos de alojamiento para evaluar su infraestructura, servicios, estado de mantenimiento, cumplimiento de normativas y otros aspectos relevantes. Se lleva a cabo de forma organizada utilizando fichas técnicas que guían al observador en los aspectos específicos a verificar, garantizando así la uniformidad y precisión de la información recolectada.

9.1.5.3. Catastro e inventario

Un inventario que contenga los nombres de los establecimientos de alojamiento es un registro detallado que lista todos los lugares disponibles para hospedarse en una determinada área geográfica, como un cantón, ciudad o región turística. Este inventario incluye el nombre de cada establecimiento, y generalmente se complementa con información relevante como su ubicación exacta, tipo de alojamiento (hotel, hostel, cabañas, posadas, entre otros), categoría o clasificación (según estrellas o normativa local), capacidad (número de habitaciones y camas), servicios ofrecidos (wifi, restaurante, parqueadero, áreas recreativas, etc.).

El propósito de este inventario es proporcionar una visión clara y organizada de la oferta de alojamiento disponible, lo que facilita el diagnóstico de la planta turística, la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de políticas que fortalezcan la competitividad y calidad de los

servicios turísticos en la región. Además, sirve como herramienta útil para promocionar los destinos turísticos y orientar a los visitantes

9.1.5.4. Cuestionario

Un cuestionario es un instrumento de investigación creado para recolectar datos mediante preguntas estructuradas, usualmente empleadas para recopilar datos de una población o muestra determinada. De acuerdo con Algor Cards (2023), es necesario que el cuestionario sea meticulosamente elaborado para asegurar la claridad, pertinencia y exactitud de las preguntas, lo que facilita la obtención de datos fiables y válidos. Las interrogantes pueden ser cerradas, abiertas o combinadas, y su organización debe estar en sintonía con los propósitos del estudio.

El cuestionario se llevó a cabo con el objetivo de recopilar toda la información necesaria y adecuada de todos los lugares de hospedaje elegidos para su análisis y tabulación de resultados futuros.

9.2. Objetivo 2

9.2.1. Investigación Diagnóstica

Una investigación diagnóstica basada en un análisis FODA en el marco de la planta turística que ofrece hospedaje en el cantón Latacunga se enfoca en analizar la condición presente del sector con el objetivo de detectar elementos internos y externos que inciden en su progreso. El objetivo es conseguir un panorama preciso y claro que facilite la creación de estrategias eficaces para mejorar la propuesta de hospedaje.

9.2.2. Método Analítico

Hoy en día, este método y su implementación en estrategias operativas es básicamente la práctica de dividir un problema o una situación complicada en partes más de manera más pequeñas y fácilmente controlables para, luego, estudiarlas de manera autónoma en detalle para, de esa manera, comprender todo el problema en su totalidad. Con el desarrollo de las herramientas tecnológicas y la disponibilidad de grandes cantidades de datos, se ha vuelto mucho más sofisticado.

9.2.3. Técnicas

9.2.3.1. Análisis FODA

El Análisis FODA implica llevar a cabo una valoración de los elementos fuertes y débiles que, en su totalidad, determinan la condición interna de una Dependencia o Entidad, además de su

evaluación externa. Además, facilita obtener una visión global de su situación estratégica. Es importante entender conceptualmente las variables que se evaluarán, pues de esta manera se podrá realizar un correcto Análisis FODA. Esto está representado por una matriz, como se describe a continuación.

Tabla 6 *Esquema matriz FODA*

FORTALEZAS	DEBILIDADES		
	OPORTUNIDADES	FO	DO
	AMENAZAS	FA	DA

Nota. Modelo de la matriz FODA, tomado de Chiavenato (2019)

9.2.3.2. Matriz MEFE

La matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) es una herramienta estratégica que se utiliza para analizar las oportunidades y amenazas externas que afectan a una organización, proyecto o sector. Su propósito principal es identificar y evaluar los factores del entorno externo que influyen en el desempeño de la entidad, facilitando la toma de decisiones informadas. Estructura básica: Factores externos, peso, calificación, puntuación ponderada.

Para su realización se siguieron los siguientes pasos:

1. Identificación de factores clave: Se identifican los factores externos clave que pueden influir en la organización. Estos factores pueden ser económicos, políticos, sociales, tecnológicos, legales, ambientales, entre otros.
2. Asignación de peso: Se asigna un peso a cada factor identificado, en función de su importancia relativa para la organización. El peso puede ser asignado en una escala del 1 al 10, donde 1 representa poca importancia y 10 representa máxima importancia.
3. Evaluación de impacto: Se evalúa el impacto de cada factor identificado en la organización. Se utiliza una escala del 1 al 5, donde 1 representa un impacto mínimo y 5 representa un impacto significativo.
4. Cálculo de puntuación: Se multiplica el peso asignado a cada factor por la evaluación de impacto correspondiente. Esto genera una puntuación para cada factor evaluado.

5. Análisis de resultados: Se suman las puntuaciones obtenidas para cada factor evaluado. Esto proporciona una puntuación total que indica el impacto general de los factores externos en la organización.

6. Interpretación de resultados: Se interpreta la puntuación total obtenida. Una puntuación alta indica que los factores externos tienen un impacto significativo en la organización, mientras que una puntuación baja puede indicar un impacto menor. La MEFE ayuda a las organizaciones a comprender las oportunidades y amenazas externas que enfrentan, lo que les permite desarrollar estrategias adecuadas para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

Tabla 7 Esquema matriz MEFE

Factor Crítico de Éxito	Valor	Clasificación	Calificación Ponderada
Oportunidad			
Amenaza			
Total			

Nota: Estructurada de acuerdo a lo señalado por Rojas (2019)

9.2.3.3. Matriz MEFI

La Matriz de Evaluación de Factores Interna (MEFI) es también un instrumento de diagnóstico creado para analizar los datos internos de nuestra empresa. Además, desempeña otras varias funciones: Determinar, a través de una auditoría interna, riesgos y oportunidades que pueden impactar directamente en la gerencia, organización, supervisión y planificación de la compañía. Elaborar estrategias basándose en la compilación y evaluación de oportunidades y riesgos de los ámbitos más relevantes de la organización. Procedimientos para emplear una matriz MEFI.

Rojas (2019) señala que la Matriz de evaluación de los factores internos se utiliza para evaluar los factores internos que influyen en el desempeño y la competitividad de la organización. A continuación, se describe de forma sintética cómo se realiza:

1. Identificación de factores clave: Se identifican los factores internos clave que afectan a la organización. Estos pueden incluir fortalezas y debilidades en áreas

como recursos humanos, estructura organizativa, procesos internos, capacidad financiera, entre otros.

2. **Asignación de peso:** Se asigna un peso a cada factor identificado, en función de su importancia relativa para el éxito de la organización. El peso puede ser asignado en una escala del 1 al 10, donde 1 representa poca importancia y 10 representa máxima importancia.
3. **Evaluación de desempeño:** Se evalúa el desempeño actual de la organización en cada factor identificado. Se utiliza una escala del 1 al 5, donde 1 representa un desempeño deficiente y 5 representa un desempeño excelente.
4. **Cálculo de puntuación:** Se multiplica el peso asignado a cada factor por la evaluación de desempeño correspondiente. Esto genera una puntuación para cada factor evaluado.
5. **Análisis de resultados:** Se suman las puntuaciones obtenidas para cada factor evaluado. Esto proporciona una puntuación total que indica el desempeño general de la organización en relación con los factores internos evaluados.
6. **Interpretación de resultados:** Se interpreta la puntuación total obtenida. Una puntuación alta indica fortalezas internas significativas, mientras que una puntuación baja puede indicar debilidades internas que requieren atención y mejora.

La MEFI ayuda a las organizaciones a identificar sus fortalezas y debilidades internas, lo que les permite tomar decisiones estratégicas para mejorar su competitividad y desempeño.

Tabla 8 *Ejemplo matriz MEFI*

Factor Crítico de Éxito	Valor	Clasificación	Calificación Ponderada
Fortalezas			
Debilidades			
Total			

1. Elaborar una lista de fortalezas y debilidades. Este listado debe incluir un máximo de 20 factores que encontramos dentro de nuestra empresa y que pueden influir en nuestra propia expansión, debemos tener en cuenta tanto los aspectos positivos como los negativos.
2. Asignar valores. Seguidamente asignaremos un valor a cada factor que también deben ir de 0,0 a 1,0 teniendo en cuenta su grado de importancia siendo 0,0 “sin importancia” y 1,0 “muy importante”. Recuerda que la suma de todos los valores debe ser igual a 1,0
3. Asignar calificaciones. A continuación, asignaremos una calificación a cada factor, teniendo en cuenta la siguiente escala: Una debilidad mayor = 1
Una debilidad menor = 2
Una fortaleza menor = 3
Una fortaleza mayor = 4
4. Definir la calificación ponderada. En este paso multiplicaremos el peso de cada factor por la calificación correspondiente. El resultado será, una vez más, la calificación ponderada.
5. Hallar el valor ponderado. Por último, sumaremos el valor final de cada factor.

9.3. Objetivo 3

9.3.1. Tipo de investigación descriptiva

Es una investigación que busca el "qué" de lo que se estudia en lugar del "por qué". Como sugiere el nombre, intenta describir y explicar qué se está estudiando, pero no por qué sucede. En esta publicación, te diremos todo lo que necesitas saber sobre la investigación técnica con ejemplos, así que sigue leyendo (Hernández et al, (2019)). La orientación descriptiva de la investigación se sustenta en el hecho que el estudio tendrá un alcance que llegará hasta el conocimiento de la situación actual del objeto de estudio, es decir de la planta turística, sin ir más allá de dicho proceso.

9.3.1.1. Método Deductivo

El diseño de un boletín informativo para los prestadores de servicios del sector de turismo rural sostenible debe basarse en una sistematización adecuada de la información recolectada, que permita difundir de manera clara y efectiva las oportunidades, tendencias y buenas prácticas del sector. A través del método deductivo, se parte de la necesidad general de mejorar la comunicación entre los prestadores y los actores clave del sector, para luego estructurar la

información en secciones relevantes, adaptadas a sus necesidades específicas. Este boletín no solo debe ser una herramienta informativa, sino también un medio para fortalecer la capacitación y el desarrollo de los prestadores, promoviendo la calidad en los servicios ofrecidos.

9.3.2. Técnicas e instrumentos

9.3.2.1. Diseño Gráfico del Boletín informativo

En primer lugar, se realizó un resumen sobre el cantón Latacunga. Se investigaron y recopilaron datos relevantes. Posteriormente, se obtuvieron datos específicos sobre los establecimientos de alojamiento legalmente registrados, tipos, clasificación, servicios, precios y ofertas. Una vez recopilada toda la información, se procedió a organizarla de manera clara y organizada en un diseño atractivo y de fácil lectura. Se crearon dos secciones para presentar la información de manera estructurada, resaltando los detalles más relevantes. Además, se utilizaron diversos estilos de letras para enfatizar la información clave y hacerla más llamativa visualmente. En resumen, el diseño del Boletín Informativo se realizó de manera virtual utilizando CANVA, con un formato de página vertical tamaño A4.

Los boletines informativos se pueden clasificar en varias categorías, cada una con beneficios específicos. Los corporativos informan sobre las actividades y logros de una empresa, mejorando la comunicación interna. Los educativos ofrecen material formativo y actualizaciones académicas, apoyando el aprendizaje. Los de noticias mantienen a la audiencia informada sobre eventos y cambios en políticas. Los comerciales promocionan productos y servicios, mientras que los de marketing ayudan a atraer y retener clientes. Finalmente, los comunitarios promueven la cohesión social mediante noticias locales. Los beneficios generales de los boletines incluyen una comunicación constante, fidelización de la audiencia, aumento de la visibilidad, y la capacidad de promover productos o servicios, atrayendo a nuevos suscriptores.

9.3.2.2. Instrumento

La computadora fue el recurso clave para elaborar el diseño del boletín. Se utilizó la aplicación CANVA para desarrollar el formato y presentar la información de forma organizada y visualmente atractiva.

Mediante la aplicación CANVA se elaboró el boletín informativo con información de fácil comprensión para los lectores, añadiendo a su vez un tipo de letra claro visualizar y también con colores llamativos para los usuarios que harán uso del mismo.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1. Diagnóstico

Como primer paso para nuestro estudio, realizamos visitas a los lugares de interés turístico de Latacunga para corroborar si los datos registrados en los catastros municipales coincidían con la realidad. Estas visitas de campo nos permitieron obtener información de primera mano acerca de la condición presente de cada empresa.

10.2. Establecimientos de alojamiento

Establecimientos de alojamiento.

Tabla 9 *Información General del Establecimiento*

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CLASIFICACIÓN	CATEGORIA	PROVINCIA	CIUDAD
REFUGIO DE MONTAÑA ALOJAMIENTO COTOPAXI CARA SUR	REFUGIO	Categoría única	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL SAN LUIS	ALOJAMIENTO HOTEL	2 Estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL MAKROZ	ALOJAMIENTO HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
GOLDEN REST	ALOJAMIENTO HOTEL	3 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
EL ALAMO	ALOJAMIENTO HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
MAK IN HOUSE HOSTAL	ALOJAMIENTO HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL ROSITA LATACUNGA	ALOJAMIENTO HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
BALCONES DEL RIO	ALOJAMIENTO HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
FANTASÍA	ALOJAMIENTO HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA

HOSTAL SAN RAFAEL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
LORETO	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL CAFE TIANA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
BELLAVISTA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	4 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL RODELU	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL COTOPAXI	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
LOS ANDES	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL SUNRISE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL LOS ILINIZAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
COTOPAXI JOSE RIBAS	ALOJAMIENTO	REFUGIO	Categoría única	COTOPAXI	LATACUNGA
ADVENTURE CLIMBERS	ALOJAMIENTO	HOSTAL	3 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA

HOTEL CARIBBEAN REAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
MADERANEGRA	BY				
HUASICAMA	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
CABAÑAS LOS VOLCANES	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL JOSHED	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL MAKROZ COLONIAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL MIRADOR COTOPAXI	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
THE BRONX	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
COWORKING LATACUNGA	ALOJAMIENTO	HABITACIONALES	Categoría Única	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL CAMPO VERDE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL ENDAMO	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
RONDADOR COTOPAXI	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA
CUSCUNGO COTOPAXI	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL ZAFIRO REAL LTGA	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA

HACIENDA LA CIÉNEGA	ALOJAMIENTO	HACIENDA TURÍSTICA	4 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOTEL SAN AGUSTIN PLAZA	ALOJAMIENTO	HOTEL	4 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
INCA HACIENDA	ALOJAMIENTO	HACIENDA TURÍSTICA	3 estrellas	COTOPAXI	LATACUNGA
HOSTAL LATACUNGA	SANTIAGO ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 estrella	COTOPAXI	LATACUNGA

Figura**10.3. ENCUESTA A LOS TURISTAS DEL CANTÓN LATACUNGA**

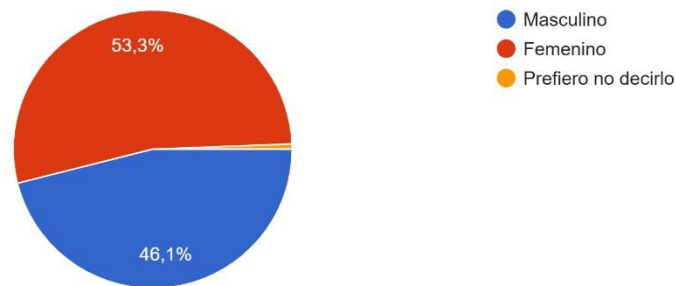
Mediante el uso de una encuesta aplicada directamente a los visitantes. Los datos obtenidos ofrecen un fundamento firme para perfeccionar la propuesta turística. En términos de edad, la mayor parte de los turistas se ubica en el rango de 25 a 34 años, lo que apunta a un perfil de viajeros activos, probablemente interesados en experiencias culturales y recreativas. La menor representación de turistas mayores de 45 años podría indicar que la oferta turística en Latacunga podría no estar completamente alineada con las preferencias de este grupo, lo que sugiere la importancia de diversificar las experiencias para adaptarse mejor a distintos grupos etarios.

En cuanto al tipo de alojamiento, la mayoría de los encuestados prefiere opciones económicas como los hostales, lo que refleja una tendencia a priorizar la relación calidad-precio. Sin embargo, también se observa un interés moderado en hoteles, lo que sugiere que hay espacio para optimizar la propuesta en este sector. Los factores más influyentes para elegir un alojamiento son el precio y la ubicación, lo que resalta la relevancia de proporcionar opciones accesibles y convenientemente ubicadas cerca de los principales atractivos turísticos.

La duración de la estadía es principalmente corta, lo que podría estar relacionado con escapadas de fin de semana o viajes de negocios. Los servicios más valorados incluyen el servicio a la habitación, el espacio para la alimentación y las comodidades básicas como baños privados y parqueo. Sobre la estacionalidad, los meses más populares para visitar Latacunga son marzo y abril, lo que podría estar relacionado con el clima y eventos locales, mientras que los meses de septiembre y diciembre son menos visitados.

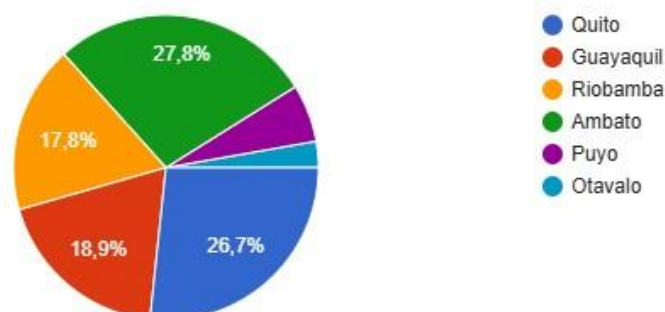
Finalmente, los turistas que se hospedan en Latacunga lo hacen principalmente por motivos de vacaciones, seguidos por visitas a familiares y participación en fiestas populares. Esto resalta la importancia de la ciudad como un destino turístico, aunque también sugiere que se podrían fortalecer las opciones de turismo de negocios. En resumen, Latacunga debe centrarse en ofrecer alojamientos accesibles y bien ubicados, adaptando su oferta a las preferencias de los turistas y aprovechando los picos de demanda durante los meses clave, mientras busca estrategias para atraer más visitantes durante los períodos de menor afluencia.

1 Género



La categoría "Femenino" representa el porcentaje más alto, con un 53.3%. Esto indica que, en este grupo, las ciudadanas que se identifican como mujeres son ligeramente más numerosas. La categoría "Masculino" representa el 46.1% de los datos, posicionándose como la segunda opción más frecuente. La opción "Prefiero no decirlo" representa un porcentaje menor, lo que sugiere que la mayor parte de las personas encuestadas se sienten cómodas compartiendo su identidad de género. En términos generales, la ligera mayoría femenina podría influir en las conclusiones del estudio, especialmente si las preferencias y percepciones de las mujeres difieren significativamente de las de los hombres en cuanto a los servicios de alojamiento o experiencias turísticas. Por lo tanto, es importante considerar estos resultados al analizar el comportamiento de los turistas y al diseñar estrategias de marketing turístico que respondan adecuadamente a las necesidades de cada grupo.

Figura 2 Lugar de Origen



Los resultados muestran que la mayor participación de encuestados proviene de una ciudad clave de la Sierra central, lo cual es comprensible dado su papel como centro económico y

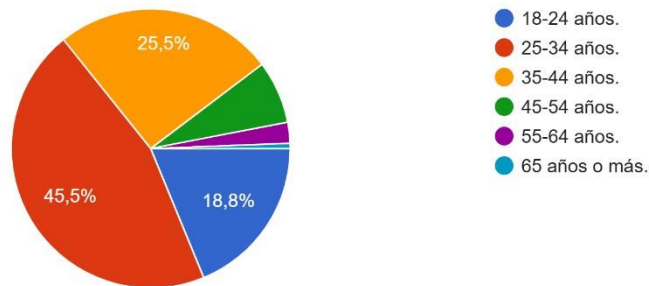
Figura

cultural de la región. Esta proximidad geográfica facilita el flujo de turistas hacia Latacunga, lo que podría influir en las percepciones y experiencias recogidas en la encuesta.

La capital del país también presenta una alta participación, lo cual era previsible debido a su gran tamaño poblacional y su importancia como uno de los principales centros urbanos. La facilidad de acceso a encuestas en esta ciudad, sumada a su cercanía a Latacunga, probablemente contribuyó a este resultado. Esto sugiere que Quito es un mercado emisor relevante para el turismo en Latacunga, lo cual es valioso para el diseño de estrategias de promoción turística. Por otro lado, aunque Guayaquil es la ciudad más poblada del país, su participación en la encuesta es ligeramente menor que la de Ambato y Quito. Esto podría atribuirse a factores logísticos, como la mayor distancia geográfica y los costos asociados al traslado, lo que podría limitar el número de turistas provenientes de esta ciudad. Sin embargo, su participación sigue siendo significativa, lo que indica que Latacunga atrae visitantes de distintas regiones del país.

En cuanto a Riobamba, aunque su contribución es menor en comparación con las tres principales ciudades, sigue siendo relevante, lo que puede estar relacionado con su cercanía y conectividad regional con Latacunga. Finalmente, las ciudades de Otavalo y Puyo presentan la menor cantidad de respuestas. Esto probablemente se deba a que son localidades con menor población y a que, posiblemente, Latacunga no se encuentra dentro de sus principales destinos turísticos. Esto puede reflejar una baja presencia de campañas de promoción o una menor conexión geográfica y cultural con Latacunga. En resumen, los resultados indican que la proximidad geográfica, el tamaño poblacional y la relevancia económica y cultural de las ciudades influyen directamente en la participación de encuestados. Estos hallazgos son cruciales para orientar las estrategias de marketing turístico, enfocando los esfuerzos en los mercados emisores más relevantes y explorando oportunidades para captar visitantes de localidades con menor participación.

3 Edad

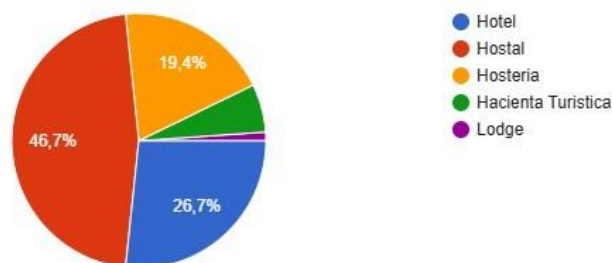


La distribución de edad de los encuestados muestra una mayor participación de adultos jóvenes, principalmente en los grupos de 25-34 años, seguidos de 35-44 años y 18-24 años. Esto sugiere que la mayoría de los turistas en Latacunga son personas activas en etapas productivas, probablemente atraídas por experiencias culturales y actividades recreativas.

La menor participación de los grupos de 45 años en adelante indica una menor representación de turistas mayores. Esto podría reflejar una oferta turística que no se ajusta completamente a sus necesidades o preferencias, como opciones de mayor comodidad o actividades menos demandantes físicamente.

Estos resultados sugieren que, para atraer a un público más amplio, sería útil diversificar la oferta turística con experiencias adaptadas a distintos grupos de edad y ajustar las estrategias de marketing según sus intereses y hábitos de consumo.

Figura 4 *Tipo de alojamiento*

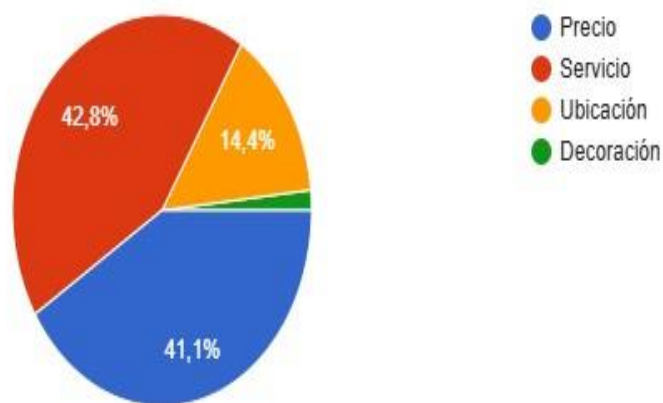


La mayoría de los viajeros a Latacunga eligen hostales, lo que refleja una preferencia por opciones económicas y funcionales. Esto indica que muchos turistas buscan ahorrar en alojamiento para gastar en otras experiencias. Aunque en menor proporción, la demanda de hoteles muestra interés en opciones más cómodas y completas, sugiriendo una oportunidad para

Figura

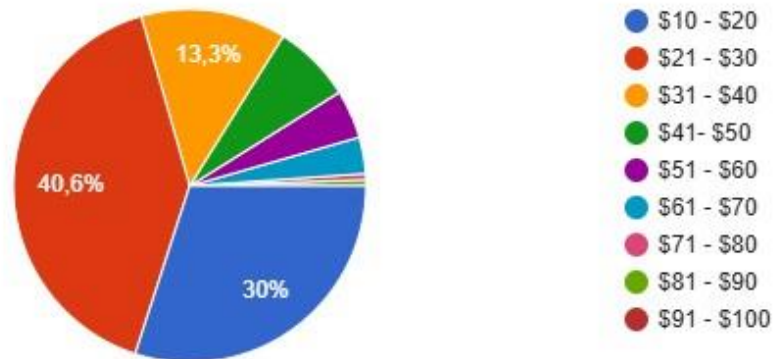
fortalecer la oferta hotelera. La baja preferencia por hosterías, haciendas turísticas y lodges podría deberse a costos más altos o ubicaciones menos accesibles. Estos resultados sugieren la necesidad de ajustar la oferta de alojamiento, enfocándose en opciones económicas y explorando estrategias para hacer más atractivas las opciones menos elegidas.

Figura 5 Factores son importantes al momento de elegir un establecimiento de alojamiento



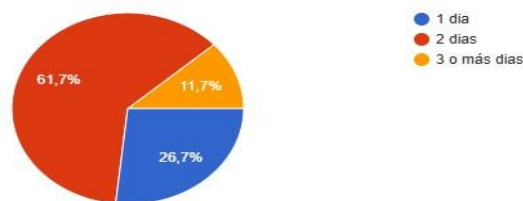
Los resultados revelan que el precio y la ubicación son los factores más influyentes al momento de elegir alojamiento en Latacunga, concentrando más de la mitad de las respuestas. Esto indica que los consumidores priorizan la economía y la conveniencia geográfica, posiblemente debido a su situación económica, la duración de sus viajes o el tipo de experiencia turística que buscan. La importancia del precio refleja una tendencia hacia opciones accesibles y funcionales, mientras que la relevancia de la ubicación sugiere que los turistas valoran la proximidad a sitios de interés o facilidades de transporte. Aunque otros factores también son considerados, su menor peso en la decisión muestra que el costo y la ubicación son los principales determinantes. Estos hallazgos sugieren que las estrategias de marketing turístico en Latacunga deberían enfocarse en destacar ofertas económicas y ubicaciones convenientes para captar el interés de los visitantes.

6 El cliente está dispuesto a pagar una determinada cantidad por un servicio de alojamiento



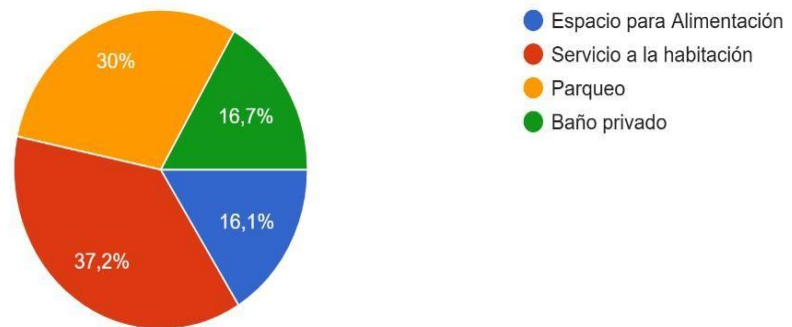
La encuesta muestra que los turistas en Latacunga prefieren alojamientos con precios moderados, especialmente en el rango de \$51 a \$70, seguido por opciones más económicas entre \$10 y \$20. Esto evidencia una marcada sensibilidad al precio, indicando que los consumidores buscan un equilibrio entre calidad y costo. La baja preferencia por precios muy altos o muy bajos sugiere que los viajeros valoran la relación calidad-precio y evitan tanto opciones de lujo como aquellas que puedan percibirse como de baja calidad. Estos resultados son importantes para la industria hotelera, ya que destacan una fuerte demanda en los rangos de precios medios. Esto indica la necesidad de ajustar las tarifas y ofrecer servicios competitivos para atraer a este segmento de mercado, maximizando así la ocupación y la rentabilidad.

Figura 7 Cantidad de días que normalmente se aloja un huésped



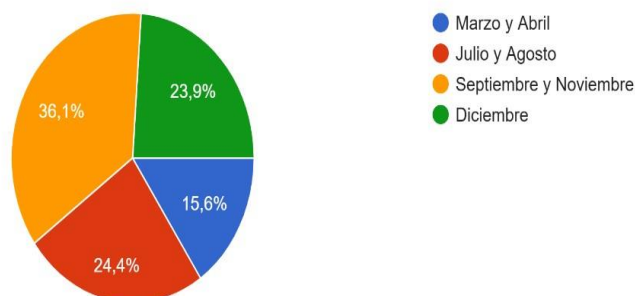
Estos resultados sugieren que la mayoría de las estadías son cortas, posiblemente relacionadas con viajes de negocios o escapadas de fin de semana. La baja proporción de estadías prolongadas indica que los viajes de larga duración o vacaciones extensas no son tan comunes entre los encuestados. Esta información es valiosa para el sector turístico, ya que orienta hacia la oferta de servicios y paquetes enfocados en estancias cortas.

Figura 8 Elementos esenciales al momento de escoger un establecimiento de alojamiento

Figura

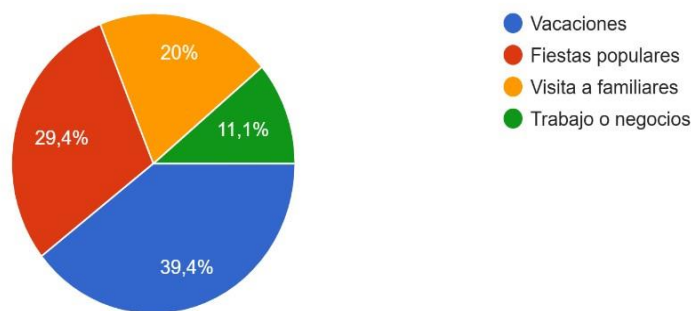
La encuesta revela que el servicio a la habitación es el factor más valorado al elegir alojamiento en Latacunga, con un 37.2% de las preferencias. Esto indica que los turistas priorizan la comodidad y la atención personalizada durante su estancia, reflejando una expectativa de servicio de calidad. El espacio para alimentación ocupa el segundo lugar con un 30%, lo que muestra la importancia de opciones para preparar o consumir alimentos en el alojamiento, probablemente para mayor comodidad o ahorro en gastos de restaurantes.

El baño privado y el parqueo tienen porcentajes similares, cerca del 16%, lo que sugiere que son vistos como necesidades básicas más que como factores decisivos. Estos resultados indican que los establecimientos en Latacunga podrían atraer a más huéspedes mejorando su servicio a la habitación y ofreciendo opciones de alimentación convenientes, sin descuidar las comodidades esenciales como baños privados y parqueo seguro.

Figura 9 *Meses en los que los turistas viajan y se alojan en Latacunga*

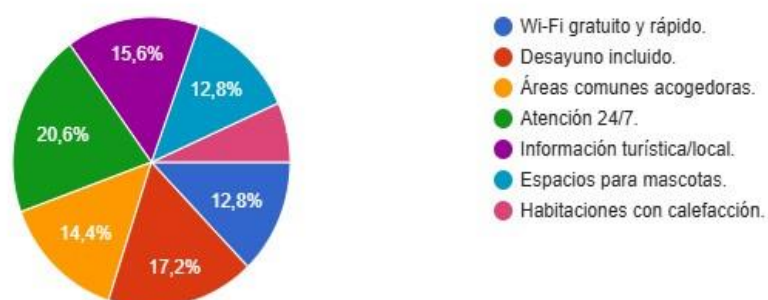
La encuesta indica que septiembre y noviembre son los meses más populares para visitar Latacunga, con un 36.1%, probablemente debido a factores climáticos o eventos locales. Los meses de diciembre y julio también atraen turistas, posiblemente por las vacaciones escolares y festividades. En cambio, los meses de marzo, y abril son menos populares, lo que sugiere que la ciudad es menos visitada en esos períodos. Esto sugiere que las estrategias de promoción deben enfocarse en los meses de mayor afluencia y explorar formas de atraer turistas durante los meses más tranquilos.

Figura 10 *Motivo por el cual los turistas deciden alojarse en la ciudad de Latacunga*



La encuesta revela que el principal motivo para alojarse en la ciudad de Latacunga es por vacaciones, con un 39.4% de las preferencias. Esto indica que la ciudad es un destino turístico popular, posiblemente debido a sus atractivos naturales, culturales o históricos. Le siguen las razones de visitar a familiares (29.4%) y asistir a fiestas populares (20%), lo que sugiere que Latacunga también es un destino para visitar a seres queridos y participar en eventos locales. El trabajo o negocios representa una menor proporción de las respuestas (11.1%), indicando que, aunque existe un componente de turismo de negocios, el turismo de ocio es predominante.

Figura 11 *Servicios que incluiría o le hace falta al establecimiento de alojamiento*



La encuesta revela que los huéspedes valoran principalmente la atención al cliente las 24 horas del día (20.6%) y el Wi-Fi gratuito y rápido (17.2%) al elegir un alojamiento. Esto sugiere que los viajeros buscan comodidad, conexión y asistencia en todo momento. Además, un porcentaje significativo valora el desayuno incluido (15.6%) y espacios comunes acogedores (14.4%), lo que indica que buscan experiencias sociales y un ambiente agradable durante su estancia. Los servicios como información turística local y habitaciones con calefacción también son importantes, aunque en menor medida. La demanda por espacios para mascotas (12.8%) sugiere un creciente interés por opciones de alojamiento que permitan viajar con animales.

Los resultados de la encuesta reflejan varios aspectos clave sobre el perfil de los turistas que visitan Latacunga. En cuanto al género, se observa una ligera predominancia femenina, con un 53.3%, lo que puede influir en el diseño de estrategias de marketing turístico, ya que es probable que las mujeres tengan preferencias específicas sobre los servicios de alojamiento y las experiencias turísticas. En cuanto a la procedencia, las ciudades cercanas como Ambato y Quito tienen una alta participación, lo que sugiere que la proximidad geográfica juega un papel importante en la elección de Latacunga como destino. Aunque Guayaquil, la ciudad más poblada, tiene una participación menor, sigue siendo relevante como mercado emisor de turistas.

10.4. Resultados de las Entrevistas

Se realizaron entrevistas a un total de treinta y seis representantes, propietarios y/o gerentes de los establecimientos de alojamiento ubicados en el cantón Latacunga. El análisis de la matriz de establecimientos de alojamiento en Latacunga revela varios patrones y aspectos clave que pueden influir en la competitividad y los servicios ofrecidos en la ciudad. En términos generales, los establecimientos varían significativamente en cuanto a número de habitaciones, tarifas y servicios adicionales, lo que refleja la diversidad de opciones disponibles para los turistas. La mayoría de los establecimientos manejan tarifas bajas a moderadas, con precios que varían desde los \$8 hasta los \$120, lo que indica una oferta accesible para distintos segmentos de turistas. Es notable que algunos alojamientos, como Hacienda La Ciénaga y Inca Hacienda, tienen tarifas significativamente más altas, lo que sugiere un enfoque hacia un turismo de mayor poder adquisitivo o experiencias más exclusivas.

En cuanto a los tipos de habitaciones, la mayoría de los establecimientos ofrecen habitaciones individuales, dobles y triples, lo que refleja una orientación hacia grupos y turistas familiares. Además, casi todos los alojamientos incluyen servicios como Wi-Fi, televisión y aire acondicionado, lo que indica que estos son servicios esenciales para los turistas que visitan la ciudad. Sin embargo, algunos establecimientos ofrecen extras como minibares o televisores en las habitaciones, que pueden ser un punto diferenciador para atraer turistas que buscan mayor comodidad. La mayoría de los establecimientos también incluyen servicios básicos como alojamiento, alimentación y áreas comunes, con normas de limpieza diarias, lo que asegura un entorno higiénico y agradable para los huéspedes.

En términos de seguridad, es positivo que todos los establecimientos mencionen que las normas de limpieza se siguen a diario, lo cual es un factor clave para la satisfacción del cliente. La mayoría de los establecimientos también cumplen con las medidas de seguridad básicas, tales como la presencia de un plan de evacuación y medidas de seguridad adecuadas, lo que es crucial para la confianza de los turistas. No obstante, se observa que la accesibilidad para personas con movilidad reducida no está presente en todos los establecimientos, lo cual podría ser una oportunidad para mejorar la inclusión. Además, la mayoría de los establecimientos cumplen con las normativas locales, aunque se puede observar que algunos no han registrado fechas recientes de inspección, lo que podría generar dudas sobre el cumplimiento constante de las normativas de seguridad y calidad.

Por último, algunos de los establecimientos, como Refugio de Montaña Cotopaxi Cara Sur y Adventure Climbers, tienen precios significativamente bajos, lo que podría atraer a turistas más jóvenes o aventureros, que buscan una experiencia más económica o orientada al ecoturismo. Estos alojamientos, sin embargo, pueden carecer de las comodidades adicionales que los turistas más exigentes podrían preferir. En general, la matriz muestra que Latacunga tiene una oferta diversa en cuanto a alojamientos, lo que permite captar diferentes segmentos de turistas, desde aquellos que buscan opciones económicas hasta los que prefieren experiencias más lujosas. Para mejorar su competitividad, algunos alojamientos podrían beneficiarse de una actualización de sus instalaciones y servicios, especialmente en lo que respecta a la accesibilidad y la renovación de inspecciones de seguridad. Además, es importante seguir priorizando el cumplimiento de las normativas y la calidad del servicio, lo cual es clave para fomentar una experiencia turística positiva y segura.

Tabla 10 Resultados de las Entrevistas

En la matriz se muestra una información detallada de 36 sitios de hospedaje en Latacunga , que muestra una variedad de opciones para los turistas .La gama de servicios incluye cabañas, áreas de campamento, hoteles, hostales y haciendas para aventureros. Los usuarios eligen su tipo de habitación preferido ya sea individuales dobles, triples, familiares con baños privados o compartidos. La presencia de servicios básicos como WiFi y TV en la mayoría de los alojamientos implica un nivel mínimo de comodidad para los invitados.

La información sobre estándares de limpieza, claves, medidas de seguridad y planes de evacuación es una característica notable El enfoque demuestra una dedicación para garantizar la seguridad y la comodidad de los turistas, lo que resulta en una sensación de calma y seguridad durante su estadía

Nombre del establecimiento	N° de habitaciones	Tipos de habitaciones	Baño privado	Servicios básicos	Normas de limpieza	Ama de llaves	Tarif a baja	Accesible movilidad reducida	Medidas de seguridad	Plan de evacuación	Cumple normativas	Última inspección
REFUGIO DE MONTAÑA COTOPAXI CARA SUR	14	Cabañas y áreas de camping		Alojamiento, alimentación, áreas comunes	Diario	si	\$15	no	si	si	si	12/2/2024
HOTEL SAN LUIS	12	Individual, doble, triple	privado	Wifi, televisión,	Diario	si	12	si	si	si	si	1/2/2024

HOTEL MAKROZ	33	Individual,doble,triple privado	Wifi, televisión,	Diario	si	\$60	si	si	si	si	
<hr/>											
GOLDEN REST	34	Individual,doble,triple privado	Wifi, televisión,	Diario	si	\$25	si	si	si	si	15/2/2024
EL ALAMO	20	Individual,doble,triple privado	Wifi, televisión,	Diario	si	15	si	si	si	si	
MAK HOUSE HOSTAL	IN 13	Individual,doble,triple privado ,suit	Wifi,televisión,aire	Diario	si	15	si	si	si	si	22/2/2024
HOSTAL ROSITA LATACUNGA	12	Individual,doble,triple privado	Wifi,televisión,aire	Diario	si	\$10	si	si	si	si	18/2/2024
BALCONES DEL RIO	15	Individual,doble,triple privado Individual,doble,famil	Wifi,televisión	Diario	si	12	si	si	si	si	14/2/2024
FANTASIA	20	iar privado	Wifi,televisión,aire	Diario	si	15	si	si	si	si	20/2/2024
HOSTAL SAN RAFAEL	30	Individual,doble,triple privado	Wifi,televisión,aire	Diario	si	\$15	si	si	si	si	4/1/2024

CLIMBERS	20	Individual, doble, triple	compartido	Wifi, televisión, aire Diario	si	\$10	si	si	si	si	2/3/2024
HOTEL											
CARIBEAN			privado	Wifi, televisión, aire Diario	si	\$40	si	si	si	si	3/3/2024
REAL	32	Individual, doble, triple									
MADERANEGRA BY											
			privado								
HUASICAMA	29	Individual, doble, triple		Wifi, televisión, aire Diario	si	\$60	si	si	si	si	24/3/2024
CABAÑAS											
LOS	34		privado	Televisión, mini bar Diario	si	\$80	si	si	si	si	6/1/2024
VOLCANES		Individual, doble, triple									
HOTEL JOSHED											
	43	Individual, doble, triple	privado	Wifi, televisión, aire Diario	si	\$31	si	si	si	si	
HOTEL											
MAKROZ	34		privado	Wifi, televisión, aire Diario	si	\$40	si	si	si	si	
COLONIAL		Individual, doble, triple									
HOSTAL											
MIRADOR			privado								
COTOPAXI	37	Individual, doble, triple		Wifi, televisión, aire Diario	si	\$28	si	si	si	si	8/3/2024
THE BRONX	22	Individual, doble, triple	privado	Wifi, televisión, aire Diario	si	\$19	si	si	si	si	12/3/2024
COWORKING											

HACIENDA	26	Individual, doble, triple	privado	Wifi, televisión, aire Diario	si	\$120	si	si	si	si	18/2/2024
HOSTAL											
SANTIAGO			privado								
LATACUNGA	34	Individual, doble, triple		Wifi, televisión, aire Diario	si	\$20	si	si	si	si	21/3/2024

10.5. ANÁLISIS PESTLA

La matriz PESTLA analiza factores externos que influyen en los establecimientos turísticos, incluyendo aspectos políticos que afectan su funcionamiento, la situación económica que impacta en el turismo local, y el contexto social marcado por la migración en los cantones estudiados. La tecnología se presenta como una limitación en áreas rurales por la falta de conectividad. También se considera la legalidad en la operación de los negocios y la contratación de personal. Finalmente, se examinan los aspectos ambientales, promoviendo la sostenibilidad en los servicios ofrecidos.

Tabla 11 *Matriz Pestla*

Factores	
<p>Político</p> <p>Las políticas turísticas en Latacunga fomentan inversiones y promoción, pero la falta de continuidad genera incertidumbre. Normativas ambientales elevan costos, aunque impulsan el turismo sostenible. La seguridad y los impuestos afectan la ocupación y rentabilidad hotelera, mientras que la llegada de turistas depende de la promoción y relaciones internacionales.</p>	<p>Económico</p> <p>El crecimiento económico de Latacunga influye en la demanda hotelera y los costos operativos. La competencia informal afecta la rentabilidad de los hoteles registrados. La falta de acceso a crédito limita la modernización de pequeños negocios. La estacionalidad turística genera ingresos fluctuantes, requiriendo estrategias de adaptación.</p>
<p>Social</p> <p>Latacunga atrae turistas por su rica cultura y la festividad "Mama Negra". El turismo se enfoca en ecoturismo y cultura, especialmente para la clase media y alta. El sector hotelero genera empleo, pero enfrenta desafíos de capacitación. La comunidad local es clave como anfitriona, y la seguridad es fundamental para el desarrollo turístico.</p>	<p>Tecnológico</p> <p>Los hoteles en Latacunga usan marketing digital y tecnologías (cerraduras electrónicas, auto check-in) para mejorar la experiencia, aunque con recursos limitados. Además, priorizan la conectividad y adoptan sistemas inteligentes para optimizar costos y promover la sostenibilidad</p>
<p>Ecológico</p>	<p>Legal</p>

<p>Latacunga impulsa a sus hoteles a adoptar prácticas ecológicas, como recolección de agua, eficiencia energética y reciclaje, para minimizar su impacto ambiental. Además, buscan certificaciones y emplean tecnologías renovables, como paneles solares. También promueven actividades turísticas que respetan el entorno natural.</p>	<p>Los hoteles deben cumplir regulaciones sobre uso del suelo, licencias, y estándares de seguridad. Exigen contratación formal, salarios justos y seguridad social para los empleados. Deben seguir normativas ambientales y tarifas reguladas para evitar sanciones y proteger a los consumidores.</p>
---	--

10.6. Análisis de la matriz de Evaluación de Impacto

Identificación de Factores: Se identifican los factores externos en seis áreas: Político, Económico, Social, Tecnológico, Legal y Ambiental, relevantes para el sector o negocio.

Análisis de Impacto: Se evalúa cómo cada factor afecta al negocio, considerando oportunidades y amenazas. Esto incluye el análisis de políticas, normativas, tendencias económicas, cambios sociales, avances tecnológicos, requerimientos legales y aspectos de sostenibilidad.

Asignación de Peso y Puntaje: Se asigna un peso a cada factor según su importancia y se califica su impacto (positivo o negativo) en una escala definida (por ejemplo, del 1 al 5).

Cálculo del Impacto Total: Se multiplica el peso por el puntaje de impacto para cada factor y se suman los resultados para obtener el impacto total en cada área.

Interpretación de Resultados: Se analizan los resultados para identificar las áreas críticas que requieren atención o estrategias específicas, orientando la toma de decisiones.

Este enfoque ayuda a comprender cómo los factores externos influyen en el desempeño y competitividad del negocio.

10.7. Matriz FODA

El FODA es una herramienta de análisis estratégico que permite evaluar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización o sector. En el caso del sector hotelero de Latacunga, las fortalezas incluyen la experiencia de los propietarios, la economía del servicio y la adopción de tecnologías sostenibles. Las oportunidades destacan el desarrollo del sector turístico, las políticas de promoción y la demanda de ecoturismo. Sin embargo, las debilidades incluyen la falta de infraestructura moderna, personal no especializado y problemas de

accesibilidad. Las amenazas abarcan la competencia desleal, la falta de transporte adecuado y dificultades económicas. El FODA ayuda a identificar áreas de mejora y estrategias para aprovechar oportunidades, minimizando los riesgos.

Tabla 12 Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Los dueños de establecimientos de alojamiento turísticos cuentan con experiencia y conocimientos en la administración de los hospedajes y el tipo de clientes que acude a estos por el servicio.	O1. Sector turístico en desarrollo dentro de la provincia
F2. El servicio de alojamiento en la zona es económico en comparación con otras regiones del país.	O2. Innovación en productos y servicios que se ofrecen a los clientes.
F3. Muchos alojamientos al ser negocios familiares ofrecen un ambiente acogedor y agradables.	O3. Las políticas nacionales y locales de promoción turística, como incentivos fiscales y capacitaciones, fomentan la inversión y el desarrollo en el sector hotelero.
F4. Los establecimientos hoteleros han empezado a emplear paneles solares para abastecer parte de sus requerimientos energéticos lo cual garantiza la continuidad del servicio.	O4. Las normativas ambientales estrictas representan una oportunidad para posicionar a los hoteles como destinos responsables, atrayendo a turistas conscientes del medio ambiente.
F5. Algunos establecimientos hoteleros ofrecen información a los visitantes respecto a la riqueza cultural y ecológica de la región.	O5. Festividades como la "Mama Negra" y la proximidad al Parque Nacional Cotopaxi impulsan la demanda turística en el cantón.
F6. Vinculo con guías locales y operadoras turísticas.	O6. La adaptación de tecnologías como sistemas inteligentes y marketing digital puede mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, además de ampliar la visibilidad en el mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. La infraestructura de algunos sitios de alojamiento de la localidad presenta deterioros significativos y visibles.	D4. El personal de servicio de los hospedajes no cuenta con formación especializada en el área de turismo.
D2. Carente actualización de los equipos tecnológicos para la instalación de software administrativos.	A1. Latacunga carece de una infraestructura urbana que proporcione facilidades de transporte interno a los turistas extranjeros. A2.
D3. Existen alojamientos que aún no cuentan con servicio de wifi.	Los problemas económicos del país, dificultan algunos procesos de inversión en el sector turístico y hotelero.

A3. La presencia de establecimientos informales en temporada alta (fiestas).	gestionar la información del establecimiento.
A4. La competencia desleal provoca la reducción de precios e impacta los márgenes de beneficio de los establecimientos.	D8. El personal de los establecimientos desconoce sobre idiomas, atención al cliente, técnicas de servicio e información turística.
D5. Algunos alojamientos se encuentran alejados de las rutas de transporte público lo cual interfiere con su accesibilidad.	A5. Las fluctuaciones en la demanda turística, dificultan la planificación turística del cantón.
ubicación de algunos establecimientos dentro de Google Maps no se encuentra registrada.	A6. Las pequeñas y medianas empresas enfrentan barreras para financiar mejoras o expansiones, dificultando su competitividad en un mercado.
D7. Carente manejo de redes sociales y herramientas informáticas que permitan	

10.8. Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI

Las calificaciones en la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) se asignan según la importancia y el rendimiento de cada factor. Las fortalezas, como la experiencia de los dueños, el servicio económico y el ambiente acogedor, reciben calificaciones altas porque son aspectos fundamentales que contribuyen positivamente a la competitividad del establecimiento. La implementación de paneles solares y la promoción de la cultura y ecología local también se valoran positivamente, destacando el enfoque sostenible y culturalmente enriquecedor. Por otro lado, las debilidades, como la infraestructura deteriorada, la falta de actualización tecnológica, la carencia de Wi-Fi y la formación insuficiente del personal, reciben calificaciones bajas debido a su impacto negativo en la calidad del servicio y la accesibilidad, lo que limita la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado. La escasa presencia en plataformas digitales, como Google Maps y redes sociales, también se considera una debilidad, ya que reduce la visibilidad y la capacidad de atraer turistas.

Tabla 13 *Matriz de Evaluación de Factores Internos*

Factores de Evaluación	Peso	Calificación	Ponderación
Fortalezas			
Los dueños de los establecimientos turísticos cuentan con experiencia y conocimientos en la administración de los hospedajes y el tipo de clientes que acude a estos por el servicio.	0.12	3	0.36
El servicio de alojamiento en la zona es económico en comparación con otras regiones del país.	0.05	3	0.15
Muchos alojamientos al ser negocios familiares ofrecen un ambiente acogedor y agradables.	0.08	4	0.32
Los establecimientos hoteleros han empezado a emplear paneles solares para abastecer parte de sus requerimientos energéticos lo cual garantiza la continuidad del servicio.	0.07	3	0.21
Algunos establecimientos hoteleros ofrecen información a los visitantes respecto a la riqueza cultural y ecológica de la región	0.09	4	0.36

Vínculo con guías locales 0.03 3 0.09 y operadoras turísticas.

Debilidades			
La infraestructura de algunos sitios de alojamiento de la localidad presenta deterioros significativos y visibles.	0.11	1	0.11
Carente actualización de los equipos tecnológicos para la instalación de software administrativos.	0.04	2	0.08
Existen alojamientos que aún no cuentan con servicio de wifi.	0.06	2	0.12
El personal de servicio de los hospedajes no cuenta con formación especializada en el área de turismo.	0.02	1	0.02
Algunos alojamientos se encuentran alejados de las rutas de transporte público lo cual interfiere con su accesibilidad.	0.13	1	0.13
La ubicación de algunos establecimientos dentro de Google Maps no se encuentra registrada.	0.01	2	0.02

Carente manejo de redes sociales y herramientas informáticas que permitan gestionar la información del establecimiento.	0.14	1	0.14
El personal de los establecimientos desconoce sobre idiomas, atención al cliente, técnicas de servicio e información turística.	0.05	2	0.1
Total	1		2.23

10.9. Matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos)

Las calificaciones en la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) reflejan cómo los factores externos impactan el sector turístico en Latacunga. Las amenazas como la falta de infraestructura de transporte y los problemas económicos tienen un impacto negativo significativo, lo que reduce la competitividad y afecta la demanda turística. Factores como la competencia desleal, la presencia de establecimientos informales y las barreras financieras también dificultan el crecimiento y la rentabilidad del sector.

Por otro lado, las oportunidades son vistas como áreas con gran potencial para el desarrollo, como el crecimiento del sector turístico, las políticas de promoción y la innovación en productos y servicios. Además, la adopción de tecnologías y el cumplimiento de normativas ambientales se consideran factores clave para mejorar la competitividad y atraer turistas conscientes del medio ambiente. Las festividades locales y la cercanía al Parque Nacional Cotopaxi también son aspectos positivos que contribuyen al aumento de la demanda. En general, las oportunidades suman un impacto positivo que podría impulsar el sector si se aprovechan adecuadamente.

Tabla 14 *Matriz MEFE*

Factores de Evaluación	Peso	Calificación	Ponderación
------------------------	------	--------------	-------------

Amenazas			
Latacunga carece de una infraestructura urbana que proporcione facilidades de transporte interno a los turistas extranjeros.	0.15	1	0.15
Los problemas económicos del país, dificultan algunos procesos de inversión en el sector turístico y hotelero.	0.12	1	0.12
La presencia de establecimientos informales en temporada alta (fiestas).	0.08	2	0.16
La competencia desleal provoca la reducción de precios e impacta los márgenes de	0.10	1	0.10
beneficio de los establecimientos.			
Las fluctuaciones en la demanda turística, dificultan la planificación turística del cantón.	0.05	2	0.1
Las pequeñas y medianas empresas enfrentan barreras para financiar mejoras o expansiones, dificultando su competitividad en un mercado.	0.07	2	0.14
Oportunidades			
Sector turístico en desarrollo dentro de la provincia.	0.09	4	0.36
Innovación en productos y servicios que se ofrecen a los clientes.	0.06	3	0.18
Las políticas nacionales y locales de promoción turística, como incentivos fiscales y capacitaciones, fomentan la inversión y el desarrollo en el sector hotelero.	0.11	3	0.33

Las normativas ambientales estrictas representan una oportunidad para posicionar a los hoteles como destinos responsables, atrayendo a turistas conscientes del medio ambiente.	0.04	4	0.16
Festividades como la "Mama Negra" y la proximidad al Parque Nacional Cotopaxi impulsan la demanda turística en el cantón.	0.02	3	0.06
La adaptación de tecnologías como sistemas inteligentes y marketing digital puede mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, además de ampliar la visibilidad en el mercado.	0.11	4	0.44
Total	1		2.30

10.10. MIE

La matriz evaluativa muestra que la planta turística y la oferta de alojamiento en el cantón Latacunga se encuentran en una posición promedio, con un valor ponderado de EFI de 2.23 y un EFE de 2.30, ubicándose en el cuadrante V. Esto refleja que, aunque existen fortalezas competitivas, también se enfrentan desafíos significativos tanto a nivel interno como externo. La situación demanda una estrategia enfocada en optimizar la eficiencia operativa, diversificar la oferta turística, establecer alianzas estratégicas con actores locales y adaptarse a las tendencias emergentes del sector turístico. Fortalecer las capacidades internas y aprovechar las oportunidades externas serán aspectos clave para mejorar la competitividad del destino.

Tabla 15 MIE

Total, ponderado EFI		Fuerte	Promedio	Débil
		4 3,00 a 4,00	3 2,00 a 2,99	2 1,00 a 1,99
Total, Ponderado EFE	Alto 3,00 a 4,00	I	II	III
	Medio 2,00 a 2,99	IV	V	VI
	Bajo 1,00 a 1,99	VII	VIII	IX

Valores de EFI Y EFE

EFI=2,23

EFE=2,30

10.11. Matriz de análisis de factores estratégicos MAFE

Tabla 16 Matriz de análisis de factores estratégicos

ESTRATEGIAS FO (FORTALEZAS + OPORTUNIDADES)	ESTRATEGIAS FA (FORTALEZAS + AMENAZAS)
F103 Capacitación continua del personal, es crucial que todo el personal se mantenga actualizado	sobre las mejores prácticas en atención al cliente, incluyendo la personalización del servicio según el perfil de los huéspedes (familias, turistas de negocios, viajeros de

aventura, etc.) A su vez debe implementarse las tecnologías, aprovechando las plataformas de gestión de reservas, CRM (Customer Relationship Management) y análisis de datos para personalizar la experiencia y anticipar las necesidades de los clientes.

F3O1

Establecer alianzas con restaurantes, artesanos, guías turísticos y otros negocios locales para ofrecer experiencias únicas a los huéspedes. Por ejemplo, paquetes que incluyan recorridos gastronómicos o actividades de ecoturismo.

F5 06

Implementar un sistema de gestión de reservas automatizado que se integre con reduciendo costos y mejorando la gestión del espacio.

servicios de transporte privado o compartir alianzas con empresas locales para facilitar traslados a los principales puntos turísticos. También se pueden organizar rutas guiadas que incluyan transporte hacia las áreas de mayor interés, como parques naturales o centros históricos, para proporcionar comodidad y mejorar la experiencia del visitante.

F1 A2

Los dueños de los establecimientos turísticos cuentan con experiencia y conocimientos en la administración de los hospedajes y el tipo de clientes que acude a estos por el servicio.

F3 A3

Ofrecer un servicio profesional, limpio y

ESTRATEGIAS DO (DEBILIDADES + OPORTUNIDADES)

ESTRATEGIAS DA (DEBILIDADES + AMENAZAS)

múltiples plataformas online, optimizando la disponibilidad de habitaciones y evitando sobreventas. A su vez, un sistema inteligente de control de inventarios ayudará a gestionar los suministros de manera más eficiente, F5 A1

Para compensar la falta de infraestructura de transporte interno, los hoteles pueden ofrecer

seguro que resalte frente a los establecimientos informales, destacando la fiabilidad y el confort. Creando ofertas atractivas para la temporada alta, como descuentos para estancias prolongadas o paquetes que incluyan actividades locales o acceso exclusivo a eventos durante las fiestas

D103

Realizar un diagnóstico de los sitios de alojamiento con deterioro visible, priorizando la renovación y mantenimiento de los hoteles más afectados.	D5 A1 Trabajar de la mano con las autoridades locales para identificar oportunidades de mejora en la infraestructura urbana y promover el acceso al hotel desde puntos de transporte público clave.
Estableciendo alianzas con empresas de construcción y proveedores locales para optimizar costos y tiempos de renovación	D3A4
D501 Realizar un diagnóstico de los sitios de alojamiento con deterioro visible. Priorizar la renovación y mantenimiento de los hoteles más afectados.	Implementar políticas de precios flexibles que mantengan la rentabilidad, ajustando tarifas según la demanda y segmentando el mercado (ofertas especiales para diferentes tipos de clientes).
Establecer alianzas con empresas de construcción y proveedores locales para optimizar costos y tiempos de renovación	D1A2 Mejorar la experiencia del cliente mediante la capacitación del personal y la implementación de tecnología de bajo costo para agilizar operaciones y mejorar el servicio. Creando paquetes promocionales atractivos que ofrezcan valor agregado (ej. servicios complementarios, actividades locales) para mejorar la competitividad sin reducir excesivamente los precios.
D3O5 Integrar sistemas inteligentes de gestión hotelera para optimizar operaciones y mejorar la experiencia del cliente. Identificando opciones de transporte alternativo, como servicios de transporte privado o asociaciones con empresas de transporte local, para facilitar el acceso a los alojamientos alejados	

10.12. Diseño del boletín como medio de difusión

10.12.1. *Modelo de boletín para dueños de establecimientos*

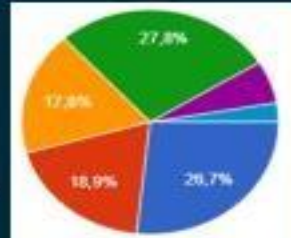
Figura Modelo de boletín para dueños de establecimiento

>>> BOLETÍN INFORMATIVO

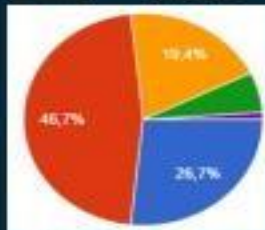
ESTADÍSTICAS DE TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN LATACUNGA

Febrero 2025

El análisis revela que la mayoría de los encuestados proceden de Ambato, seguida por Quito y Guayaquil, lo que sugiere que la proximidad geográfica y el tamaño poblacional influyen en la participación.

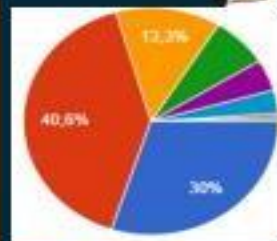


HOSTAL HOTEL

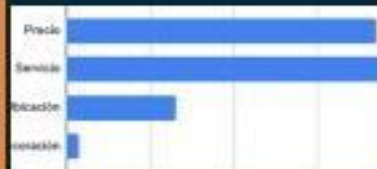


>>> **HOSTALES 46.7%**
Los viajeros de Latacunga prefieren hostales por ser económicos, pero existe una oportunidad para fortalecer la oferta hotelera y diversificar opciones como hosterías, haciendas turísticas.

\$20 - \$30

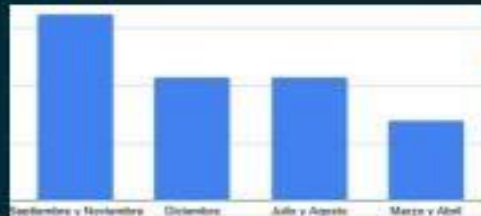


>>> **\$20 - \$30**
Los turistas en Latacunga prefieren alojamientos con precios moderados, buscando un equilibrio entre calidad y costo.



>>> **SERVICIO Y PRECIO**

Los turistas en Latacunga valoran principalmente el servicio a la habitación y el espacio para alimentación al elegir alojamiento, priorizando la comodidad y atención personalizada.



>>> **TEMPORADA PREFERIDA PARA VIAJAR**

Septiembre y noviembre son los meses más populares para visitar Latacunga, mientras que marzo y abril registran menor afluencia turística.

ESTRATEGIAS OPERATIVAS



SERVICIO

El presente boletín tiene como objetivo compartir estrategias clave identificadas a partir de un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para impulsar el desarrollo turístico en Latacunga. Se abordarán aspectos de infraestructura, gestión y operación

Infraestructura

- Alianzas Estratégicas: Se establecerán alianzas con restaurantes, artesanos, guías turísticos y otros negocios locales para ofrecer experiencias únicas a los huéspedes, como paquetes con recorridos gastronómicos o actividades de ecoturismo

Gestión

- Alianzas Estratégicas: Se establecerán alianzas con restaurantes, artesanos, guías turísticos y otros negocios locales para ofrecer experiencias únicas a los huéspedes, como paquetes con recorridos gastronómicos o actividades de ecoturismo

Operación

- Gestión de Reservas: Se implementará un sistema de gestión de reservas automatizado que se integre con múltiples plataformas online.

11. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

Impactos Técnicos, Sociales, Ambientales y Económicos del Estudio de la Planta Turística Oferta de Alojamiento en el Cantón Latacunga

El análisis de la planta turística y la oferta de alojamiento tienen como propósito proponer alternativas de gestión que fortalezcan los establecimientos del sector y fomenten el dinamismo turístico en la región. Este proceso puede generar diversos impactos técnicos, sociales, ambientales:

11.1. Impactos Técnicos:

La actualización de los sistemas de gestión permitirá una operación más eficiente y sostenible, gracias al análisis detallado de datos recogidos durante el estudio.

La adopción de tecnologías innovadoras facilitará la promoción y administración de la oferta de alojamiento en Latacunga, fortaleciendo su competitividad turística.

11.2. Impactos Sociales:

El fortalecimiento de la oferta turística generará nuevas oportunidades de empleo para los habitantes locales, beneficiando especialmente a jóvenes y mujeres.

La colaboración entre actores locales, como propietarios de establecimientos, autoridades y la comunidad, permitirá un desarrollo turístico más coordinado y participativo.

11.3. Impactos Ambientales:

La gestión de la planta turística fomentará la adopción de prácticas sostenibles en los alojamientos, como el ahorro de recursos energéticos, la adecuada gestión de residuos y la conservación del entorno natural.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- De los 72 establecimientos de alojamiento en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, se seleccionaron treinta y seis para el estudio en función de diversos parámetros como ubicación, servicio, categoría, infraestructura y tipo de establecimiento. El análisis reveló que la mayoría de estos sitios cuentan con personal polivalente sin formación profesional en turismo, lo que limita la calidad del servicio. Además, los empleados carecen de conocimientos sobre atención al huésped y manejo operativo adecuado, y los encargados

no tienen información suficiente sobre los atractivos turísticos locales, dificultando la orientación a los visitantes.

- Se definieron estrategias para mejorar los alojamientos en Latacunga, enfocándose en calidad de servicio, diversificación turística, sostenibilidad, alianzas y promoción cultural. El análisis FODA destacó fortalezas como la experiencia de los propietarios y la economía de los servicios, oportunidades en ecoturismo, debilidades como falta de infraestructura y personal capacitado, y amenazas como la competencia desleal y problemas de accesibilidad.
- Como parte de los resultados, se elaboró un boletín informativo exclusivamente dirigido a los propietarios de los establecimientos de alojamiento en Latacunga. Este material fue diseñado con un enfoque práctico, brindando información relevante sobre estrategias de mejora en la gestión hotelera, recomendaciones para optimizar la calidad del servicio y la importancia de adoptar prácticas sostenibles.

Recomendaciones:

- El fortalecimiento de la infraestructura hotelera y la capacitación del personal son aspectos fundamentales para posicionar a Latacunga como un destino turístico competitivo y atractivo tanto a nivel nacional como internacional. Para mejorar la infraestructura hotelera, es crucial realizar renovaciones y modernizaciones en los establecimientos de alojamiento. Esto implica una actualización integral de las habitaciones, asegurando espacios confortables, bien iluminados y con mobiliario ergonómico. Las habitaciones deben estar equipadas con tecnología moderna, como cerraduras electrónicas, televisores inteligentes y enchufes adecuados para dispositivos electrónicos.
- Por otro lado, la capacitación del personal del establecimiento es clave para ofrecer un servicio eficiente, profesional y ajustado a las expectativas de los visitantes. Se debe invertir en la formación continua en varias áreas. Es fundamental capacitar al personal hotelero en diversas áreas clave para garantizar un servicio eficiente y de alta calidad. En primer lugar, el desarrollo de habilidades para una atención al cliente personalizada, empática y orientada a superar las expectativas de los turistas resulta esencial. Además, es importante formar al equipo en el manejo operativo del hotel, abarcando procedimientos operativos, protocolos de seguridad, gestión de reservas y control de inventarios. La mejora en los conocimientos de idiomas también es crucial, fortaleciendo competencias en inglés y, de ser posible, en otras lenguas extranjeras como francés o alemán, para facilitar la comunicación con turistas internacionales.

- Ampliar el alcance del boletín informativo mediante la implementación de talleres o capacitaciones tanto presenciales como virtuales para los propietarios de los establecimientos. Esto permitiría no solo garantizar que la información contenida en el boletín se comprenda de manera clara, sino también proporcionar herramientas prácticas para su implementación. Además, estos talleres podrían enfocarse en la mejora continua de la gestión hotelera, optimización de la calidad del servicio y la adopción efectiva de prácticas sostenibles, fomentando un cambio real en los estándares del sector y mejorando la competitividad de los establecimientos a nivel local y nacional.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Al día online . (11 de 10 de 2022). *LATACUNGAES EL SEGUNDO CANTÓN DE COTOPAXI*.
 . Obtenido de <https://aldiaonline.net/?p=183278>
- Albornoz, M., Gómez, M., Silva, D., & López, A. (2022). El *Boletín de Coyuntura*; N° 35, 7-15. Obtenido de <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1849/2242>
- Arias, F. (2008). *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Panapo.
- Astudillo, S., Cordero, O., Beltrán, P., & Escandón, M. (2023). Percepción de la calidad de los servicios turísticos en áreas rurales. *Pasos* 21(4), 825-836. Obtenido de <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/34204>
- Banco Central del Ecuador, BCE. (2023). *Boletín de Cuentas Nacionales Trimestrales*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Indices/c122032023.htm>
- Banco Mundial. (2020). *COMUNICADO DE PRENSA: La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson.
- Bisquerra, R. (2009). *Investigación Cuantitativa* (Segunda ed.). La Muralla. Recuperado el 12 de 09 de 2023, de https://www.academia.edu/38170554/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACION_EDUCATIVA_RAFAEL_BISQUERRA_pdf
- Bodgan, S. T. (1994). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. En *Introduction so Qualitative Research Methods* (pág. 331).

- Cámara, C., Gómez, G., & Mórcafe, F. (02 de 10 de 2019). Instrumental para evaluar los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, *XL*(1), 52-71. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/3768/376859616005/html/>
- Chiavenato. (2019). *Gestión del Talento Humano*,. 5ta. Edición Mc Graw – Hi 474 páginas.
- (2008). *Constitución Nacional de la República del Ecuador*.
- Díaz, R. T. (27 de 07 de 2020). *Ensayo del reglamento general a la Ley de Turismo*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/470578003/Ensayo-Reglamento-a-La-Ley-de-Turismo-Del-Ecuador>
- Ecuador al mundo. (2023). *Lugares turísticos de Salcedo*. Obtenido de <https://ecuadoralmundo.com/lugares/turismo-en-salcedo/>
- Espinoza, A. (2022). *Estrategias de desarrollo para el sector turístico del Ecuador, post-pandemia COVID-19*. Universidad de Guayaquil: Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/62545>
- Fernández, M., Rodríguez, M., Pérez, O., & Hernández, A. (2021). Propuesta de glosario con términos de patrimonio en idioma inglés para Guías de Turismo. . *Revista Vinculando*.
- Fernández, R. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, *4*(3). Obtenido de <https://core.ac.uk/reader/235987880>
- Fuentes, A. (22 de 07 de 2015). Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo. *Universidad Central del Ecuador, Ecuador*. doi:<https://doi.org/10.29166/siembra.v3i1.270>
- Gallardo, W. (2021). Gestión estratégica, factor clave para el éxito organizacional. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, *3*(2), 1-24. doi:www.doi.org/10.47666/summa.3.2.40
- García, A. (2023). El método bibliográfico (1). Las técnicas bibliográficas y su evolución histórica. *Revista Internacional de Ciencias Humanas y Crítica de Libros*, *10*. Obtenido de <https://revistarecension.com/2023/08/02/el-metodo-bibliografico-1-las-tecnicas-bibliograficas-y-su-evolucion-historica/>
- Garrido, C. (07 de 10 de 2020). *Beneficios del Turismo para El País*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>
- Genovese, C., & Schmidt, M. (2019). El planeamiento estratégico: desafío de su implementación para las PYMES. *REVISTA CEA VOL. III N.º 2*, 163-173.
- Gestión, R. (31 de 08 de 2023). *Gestión Digital*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/en-ecuador-el-sector-turistico-tiene-mas-problemas-de-empleo-adeecuado/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2019). *Fundamentos de metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.

- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- La Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). *Turismo responsable, sostenible y accesible*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>
- Ley de Turismo . (29 de 12 de 2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Los Andes. El periodico regional . (22 de 02 de 2021). *Saquisilí ofrece cascadas, miradores y ferias artesanales*. Obtenido de <https://www.diariolosandes.com.ec/saquisili-ofrece-cascadas-miradores-y-ferias-artesanales/>
- Lozano, L., Caicedo, J., Fernández, T., & Onofre, R. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH Vol.4* , 87-99. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7368617.pdf>
- Mamani, W. (13 de 05 de 2016). *Turismo* . Obtenido de <https://asesorenturismoperu.wordpress.com/2016/05/13/historia-de-la-hoteleria/>
- Mariño, K., Llerena, E., & Proaño, G. (31 de 01 de 2022). Evolución de las empresas turísticas de alojamiento caso de estudio Baños-Tungurahua. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000800118
- Márquez, A. (2020). *Bases y orientaciones para el diseño de herramientas gráficas de comunicación corporativa*. Barcelona, España: Barceló.
- Méndez, C. (2011). *Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Bogotá Colombia: Mc Graw-Hill interamericana.
- Mendoza, Á., Zepeda, A., & Villafuerte, J. (2021). TURISMO EN TIEMPO DE PANDEMIAS. COVID-19 EN LATINOAMÉRICA. *Turismo y Sociedad, vol. 29*, 129-155. doi:<https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>
- Ministerio de Turismo . (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (14 de 10 de 2022). *Reglamento de alojamiento turistico* . Obtenido de <https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-alojamiento-turistico-2022>
- Ministerio de Turismo. (14 de 10 de 2022). *Reglamento de alojamiento turistico*. Obtenido de No. 20150024-A: <https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-alojamiento-turistico-2022>
- Ministerio de Turismo. (2022). *Turismo en Cifras— Catastro de Servicios Turísticos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>

- Ministerio de Turismo. (2023). *Trámites y Servicios Institucionales*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mintur>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). *Ley de Turismo*.
- Morales, C. (2020). *Turismo sin límites: Optimización del proceso de servicio al cliente y determinación de los factores que influyen en el desarrollo de un nuevo servicio turístico*. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8321>
- OMS. (27 de 4 de 2020). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. Obtenido de Organización mundial de la: <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Organización Mundial de Turismo, OMT. (2022). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#T>
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas, Venezuela: Fedeupel.
- Peiró, R. (01 de 07 de 2020). *Análisis PEST*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>
- Porter, M. (2007). *Estrategia Competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Editorial Patria, trigésima séptima reimpresión. Obtenido de <https://elibro.upc.elogim.com/es/ereader/upc/114079>
- Raza, D., & Acosta, J. (2023). Turismo comunitario y desarrollo local: el caso de Yunguilla en Ecuador. *SATHIRI*, 18(1), 200-218. doi:<https://doi.org/10.32645/13906925.1199>
- Real Academia Española, RAE. (2022). *Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. Actualización 2022*. Obtenido de <https://dle.rae.es/innovar>
- Reyes, L., & Carmona, F. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *Universidad Simón Bolívar*. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20para%20la%20comprensi%C3%B3n%20ontol%C3%B3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Robbins, S. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson.
- Rojas, C. (2019). *La gestión estratégica como herramienta organizacional*. Barquisimeto Venezuela: Ediciones de la Universidad Fermín Toro.
- Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Quinta Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Sancho, A. (2023). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo (OTM): <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Tamayo, & Tamayo. (2007). *El proceso de Investigación Científica* (Cuarta edición ed.). México: Editorial Limusa. Recuperado el 07 de 07 de 2023, de

<https://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>

- Tapella, E. (2011). *El mapeo de actores claves*. Universidad Nacional de Córdoba. Obtenido de <https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>
- Turismo, R. G. (22 de 01 de 2015). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEYDE-TURISMO.pdf>
- Universidad EUDE. (S/F). *Planeación de Negocios: Administración y Desarrollo de Negocios*. Madrid, España: Universidad EUDE.
- Ventura. (07 de 09 de 2013). *Diagnóstico situacional*. Obtenido de <https://prezi.com/ejacvmsjvxjn/diagnostico-situacional/#:~:text=consiste%20en%20investigar%20la%20realidad,causa%20y%20consecuencia%20de%20estos>.
- Zambonino, M. (2023). Perspectiva del Turismo ante la inseguridad en Esmeraldas, Ecuador. *Revista Internacional De Gestión, Innovación Y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR* 3(1), 97-103.

