



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS**

**MAESTRÍA EN**

**ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS NATURALES**

**INFORME FINAL**

**INCIDENCIA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL INGRESO  
ECONÓMICO DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN  
EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

**Informe final presentado como requisito para  
optar al Grado de Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales**

**Autor**

**Francisco Javier Mullo Sosa**

**Director**

**Msc. Renato Gustavo Cevallos Becerra**

**Quito – Mayo, 2015**

## **CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO**

Yo, Francisco Javier Mullo Sosa, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional.

Además, de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, todos los derechos del presente Trabajo de Grado, por su reglamento y normativa institucional vigente, pertenecen a la Universidad Tecnológica Equinoccial.

---

Francisco Javier Mullo Sosa

C.I. 050244035-7

**INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO****APROBACIÓN DEL DIRECTOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el señor Francisco Javier Mullo Sosa, previo a la obtención del Grado de Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial por medio de la Dirección General de Posgrados para ser sometido a la evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los..... del mes de..... de.....

---

Msc. Renato Gustavo Cevallos Becerra

## DEDICATORIA

A Dios, por ser el dador de la vida y ser el artífice principal de la felicidad.

A mis padres y hermanos: Las mejores alegrías solamente brotan del esfuerzo.

A mis suegros y mis cuñados: El que persevera alcanza todas las cosas con éxito

A mi esposa, amiga y compañera de la vida, Ángeles. Una meta más cumplida, vamos juntos por mas sueños y con mucho amor

A mis hijos, Matías y Joaquín. Por ustedes conquistare el mundo.

A mis abuelitos, Ruth y Fernando, por su grata compañía.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por sus bendiciones y por regalarme la salud y la sabiduría para seguir adelante luchando por las cosas que valen la pena.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, por abrirme sus puertas y brindarme los conocimientos de un grandioso equipo de profesionales.

Al Msc. Renato Cevallos, por haberme permitido compartir este tiempo de investigación y por brindarme sus conocimientos en el campo turístico.

A mi digna familia por ser el motor principal y nunca dejarme rendir ante las adversidades de la vida. Dios les bendiga siempre

Gracias a todas las personas que de alguna u otra manera contribuyeron a lograr este peldaño más en mi vida.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO .....	2
INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	6
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	8
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE ANEXOS.....	10
RESUMEN .....	11
ABSTRACT .....	12
INTRODUCCIÓN .....	13
Prestadores de Servicios turísticos .....	17
Turismo y desarrollo .....	17
La Planificación Turística como instrumento de gestión.....	18
Justificación De La Investigación .....	20
Objetivos De La Investigación .....	22
Objetivo General: .....	22
MARCO TEÓRICO .....	25
1.1 Importancia del turismo en la economía.....	25
1.2 El sistema turístico .....	26
1.3. Retos del sector turístico en el Ecuador.....	28
1.4. Planificación y desarrollo de los destinos turísticos .....	29
1.5. Impactos económicos del turismo. ....	31
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA .....	35
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO .....	35
2.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	37
2.3 ZONIFICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	38
2.4 ASPECTOS SOCIECONÓMICOS.....	39
2.5 ASPECTOS TURÍSTICOS.....	42
2.6 F.O.D.A DEL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA .....	54
2.6.1 Análisis FODA Del Centro Histórico De Latacunga .....	56
Matriz de Resumen .....	56

Matriz de Impacto FODA.....	59
Matriz De Acción FODA .....	64
Matriz De Síntesis .....	69
<b>3.1 ANÁLISIS DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA .....</b>	<b>72</b>
<b>3.2 LA CALIDAD APLICADA AL TURISMO. ....</b>	<b>73</b>
<b>3.3 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURISTICO DE ALOJAMIENTO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA.....</b>	<b>77</b>
<b>ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA ECONOMÍA DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA. ....</b>	<b>85</b>
<b>4.1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>85</b>
<b>4.2 METODOLOGÍA.....</b>	<b>85</b>
<b>PROPUESTA TÉCNICA PARA LA DINAMIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA. ....</b>	<b>92</b>
<b>5.1 INTRODUCCIÓN. ....</b>	<b>92</b>
<b>5.2. PROPUESTA.....</b>	<b>92</b>
<b>5.2.1 Creación Del Club De Productos Turísticos.....</b>	<b>92</b>
<b>5.2.2. Plan de Dinamización turística .....</b>	<b>94</b>
<b>5.2.2.1 Misión y Visión del Plan .....</b>	<b>95</b>
<b>5.2.2.2 Acciones Estratégicas.....</b>	<b>95</b>
<b>5.2.2.3. Objetivos estratégicos.....</b>	<b>96</b>
<b>6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>98</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>99</b>
<b>8. ANEXOS.....</b>	<b>102</b>

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen No. 1. Ingresos y egresos de divisas por turismo .....</b>	<b>25</b>
<b>Imagen No. 2. Mapa Político Administrativo del cantón Latacunga ....</b>	<b>38</b>
<b>Imagen No. 3. Mapa del Centro Histórico de Latacunga.....</b>	<b>39</b>
<b>Imagen No. 4. Recaudación Impuesto a la Renta de Latacunga .....</b>	<b>41</b>
<b>Imagen No. 5. Población ocupada por rama de actividad de Latacunga.....</b>	<b>41</b>
<b>Imagen No. 6. Posición del turismo en la economía del Ecuador.....</b>	<b>73</b>
<b>Imagen No. 7. Beneficios del club de productos turísticos.....</b>	<b>94</b>
<b>Imagen No. 8. Estructura del Plan de dinamización Turística .....</b>	<b>94</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Población del cantón Latacunga .....	40
Tabla No. 2. Establecimientos de alimentación de Latacunga .....	44
Tabla No. 3. Establecimientos de alojamiento de Latacunga .....	46
Tabla No. 4. Ficha resumen del inventario de atractivos turísticos del centro histórico de Latacunga.....	50
Tabla No. 5. Matriz de resumen del centro histórico de Latacunga .....	56
Tabla No. 6. Matriz de Impacto – Fortalezas .....	59
Tabla No. 7. Matriz de Impacto – Oportunidades.....	61
Tabla No. 8. Matriz de Impacto – Debilidades.....	62
Tabla No. 9. Matriz de Impacto – Amenazas.....	63
Tabla No. 10. Matriz de Acción F-O.....	65
Tabla No. 11. Matriz de Acción F-A.....	66
Tabla No. 12. Matriz de Acción D-O.....	67
Tabla No. 13. Matriz de Acción D-A.....	68
Tabla No. 14. Matriz de Síntesis.....	70
Tabla No. 15. Principios para entender la calidad.....	75
Tabla No. 16. Matriz de evaluación de la calidad del servicio de Alojamiento en el centro histórico de Latacunga.....	79
Tabla No. 17. Matriz de ponderación de la incidencia de las actividades Turísticas en la economía de los prestadores de servicios Turísticos del centro histórico de Latacunga.....	87

**ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Anexo No. 1. Ficha para inventario de atractivos turísticos Parte I....</b>	<b>102</b>
<b>Anexo No. 2. Ficha para inventario de atractivos turísticos Parte II....</b>	<b>103</b>
<b>Anexo No. 3. Ficha para inventario de atractivos turísticos Parte II....</b>	<b>104</b>
<b>Anexo No. 4. Ficha de resumen para inventario de Manifestaciones Culturales.....</b>	<b>105</b>
<b>Anexo No.5. Ficha de resumen para inventario de Manifestaciones Culturales Parte II.....</b>	<b>106</b>
<b>Anexo No. 6. Ficha de resumen para inventario de recursos naturales.....</b>	<b>107</b>
<b>Anexo No. 7. Ficha de resumen para inventario de atractivos Turísticos .....</b>	<b>108</b>

## RESUMEN

Aunque el fenómeno turístico tradicionalmente se ha estudiado desde múltiples disciplinas como la sociología, antropología, geografía, entre otras, durante los últimos años la economía del turismo ha sido una de las más incipientes áreas de investigación. La generalización de los paquetes de software econométricos y la adaptación de la teoría económica han contribuido, sin duda, a profundizar en la visión económica del turismo. En este contexto, este estudio presenta una revisión de uno de los temas que más interés han suscitado dentro del desarrollo de destinos turísticos, La incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico de Latacunga. De esta manera, tras una breve investigación de literatura enmarcada en la importancia del turismo para la economía, el segundo apartado relata la descripción geográfica del área de estudio, desde su línea base hasta el análisis FODA, considerando georreferenciaciones de la zona al igual que el inventario de atractivos turísticos que tiene la ciudad de Latacunga.

A continuación, el tercer apartado analiza la calidad de los establecimientos turísticos hoteleros de la ciudad de Latacunga que están afiliados a la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi, con la intención de controlar y medir el servicio que los empresarios hoteleros ofertan a los demandantes, aplicando metodologías de evaluación que controlan desde el ambiente interno hasta la infraestructura externa que las instalaciones presenta como parte de la industria hotelera de la ciudad de Latacunga Posteriormente, el cuarto apartado mide la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de Latacunga a través de una matriz de ponderación, en donde se conoce la verdadera incidencia que dichas actividades tienen sobre los gestores del turismo, tomando en cuenta entrevistas realizadas a empresarios y técnicos en el área. El quinto y último apartado considera las propuestas estratégicas para la toma de decisiones por parte de las autoridades públicas y privadas con la intención de dinamizar la actividad turística en la zona medular de la ciudad de Latacunga, utilizando programas y estrategias que aporten al desarrollo social de la zona.

## ABSTRACT

Although the tourism phenomenon has been studied from multiple disciplines such as sociology, anthropology, geography, among others, in recent years the tourism economy has been one of the most emerging research areas. The generalization of econometric software packages and adaptation of economic theory have undoubtedly contributed to deepening economic vision of tourism. In this context, this study presents a review of one of the topics that have aroused interest in the development of tourist destinations, the impact of tourism on the economy of touristic service of down town of Latacunga. Thus, after a brief literature search framed on the importance of tourism to the economy, the second section relates the geographical description of the study area, from its base to line SWOT analysis, considering georeferencing places like the inventory of tourist attractions of Latacunga.

On the other hand the third section analyzes the quality of hotel tourist establishments in Latacunga that are affiliated with the CAPTUR, with the intention of controlling and measuring service hotel owners offered to applicants applying assessment methodologies that control from the internal environment to the external infrastructure facilities presented as part of the hotel industry in Latacunga; Subsequently, the fourth section measures the impact of tourism on the economy of the providers of tourist services the down town of Latacunga through a ponderation matrix, where the true incidence that such activities have on tourism managers, considering interviews with entrepreneurs and technicians in the area knowned. The fifth and final section considers the strategic proposals for decision-making by public and private authorities with the intention of boosting tourism in the core area of Latacunga, using programs and strategies that contribute the social development of the area.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los temas turísticos, también han tomado el ritmo de reinventarse al igual que las modas de ropa, tendencias en construcción, entre otros. Un turismo responsable ya no tiene que ser refrendado como ecoturismo, turismo verde, ambientalismo, observación de aves, etc. De igual manera, turismo responsable no sólo es aquel que exclusivamente se lo practica en la naturaleza sino también en la ciudad y mucho más si esta tiene tintes coloniales que verdaderamente permitan cumplir los objetivos del turismo como tal.

Es así que la responsabilidad debe ser compartida, y quienes estamos involucrados en la actividad turística estaremos contribuyendo a que el entorno de la industria se convierte en sostenible, es decir, perdure en el tiempo y sea rentable para todos los actores de la actividad forjando día a día la conciencia de que el turismo como actividad económica se puede seguir catapultando de acuerdo a la medida que la conciencia siga creciendo y evolucionando

Es aquí donde Ecuador apuesta muy decididamente a que el turismo es el camino que le permitirá a la industria preservar sus culturas y etnias, proteger sus recursos naturales, garantizar un estándar de calidad a sus visitantes, y generar rentabilidad a sus actores. Los beneficios del turismo sostenible garantizan calidad en todo aspecto.

La sostenibilidad busca el balance y sinergia entre sus tres actores principales: social, ambiental y económico. Si uno de estos elementos se aleja del balance, la actividad deja de ser sostenible. Ese punto de encuentro entre los actores permite seguir buscando nuevas oportunidades, las cuales en el tiempo se convertirán en beneficios tangibles que a la larga se miden a través de la efectividad que las actividades turísticas dan a sus benefactores. El turismo sostenible como lo ha definido la Organización Mundial del Turismo es aquel que "satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro."

Ahora bien, el turismo que manejamos, tiene como finalidad fomentar todas aquellas acciones que defiendan la idea de que el turismo tiene que atender las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras; y al mismo tiempo proteger y fomentar las oportunidades para el futuro, identificando todas aquellas prácticas que integren las tres dimensiones fundamentales de la sostenibilidad turística, la comunidad local, los visitantes y los recursos naturales que constituyen el eje principal de los atractivos turísticos del país.

El turismo no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento que busca establecer modelos de desarrollo turísticos para cada zona de destino para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales, también denunciar los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer y valorar y exigir la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos eficaces.

El fundamento principal del turismo, es propender al bienestar de la población, promoviendo el desarrollo y fuentes de empleo tomando en cuenta las dimensiones ecológicas, sociales y económicas del turismo. El turismo pretende abrir nuevas oportunidades y alternativas de trabajo para las pequeñas y medianas empresas así como para los sectores informales de la economía, disminuyendo la exclusión social y económica, antes que expandir el tamaño total del sector.

El turismo es una alternativa de desarrollo para los países pobres porque hoy en día es uno de los generadores más importantes de divisas y empleo; al ser una de las actividades económicas más dinámicas de este tiempo. ECUADOR puede llegar a convertirse, a corto plazo, en el destino de turismo, más importante de América Latina. La vida en estado puro y sus cuatro regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía, son un concepto total, en armonía con la naturaleza y sus ecosistemas, las comunidades, la cultura, la historia y su territorio.

## ANTECEDENTES

Considerando que el turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, contribuyendo al bienestar de muchas regiones y países. A pesar de ello, la sistematización del objeto de estudio desde los principios del análisis económico es relativamente reciente **(Carmelo & Ginés, 1997)**. Esto debido a que el turismo ha empezado a surgir como una verdadera actividad técnica y económicamente rentable y de desarrollo para las localidades que albergan este tipo de servicio, conjugados con las bellezas paisajísticas tanto naturales como culturales existentes en la zona de influencia en donde se desarrolla la actividad y se presta los servicios turísticos.

A nivel de país, el turismo en los años setenta jugó un papel trascendental en el desarrollo económico, contribuyendo a que la economía del país logre en unas pocas décadas situarse en el grupo de los países considerados como destinos turísticos, actualmente este sector sigue influenciando enormemente en la economía de los pueblos ecuatorianos, tanto así que la Cartera de Turismo del Ecuador ha generado inversiones económicas enormes para el desarrollo de los pueblos.

Bajo esta premisa, el PLANDETUR 2020 menciona que: “el país está experimentando un proceso de cambio profundo que busca sentar las bases para desarrollar un turismo sostenible que ofrezca oportunidades de visitas inolvidables, ofreciendo bienestar y gestionando de mejor manera los recursos culturales y naturales existentes en la patria” con la intención de forjar una unión consolidada en el crecimiento socio económico a través de experiencias vividas por nuestros visitantes, además a todo lo mencionado anteriormente, en la actualidad el turismo ecuatoriano tiene como eslogan “Ecuador Potencia Turística”, para lo cual ha fundamentado su gestión en cinco pilares. los mismos que son: Seguridad, Calidad, Destinos y Productos, Conectividad y Promoción, que permitirá en los próximos años posicionar al Ecuador como destino turístico a nivel mundial.

En el caso de la provincia de Cotopaxi, es importante recalcar que es una provincia del centro del Ecuador, paso obligado para las diferentes

provincias tanto del Norte como del sur de la patria, posee atractivos turísticos de gran belleza en donde se destacan paisajes, lagunas, montañas y en especial el gran coloso como es el volcán Cotopaxi.

Según la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi, en una de sus revistas menciona que: “La ciudad de Latacunga, es la capital provincial ubicada en el corazón del país, conocida como la ciudad *plácida y mágica*, su nombre proviene del kichwa “Llactakunka” que quiere decir Dios de las Aguas, bella y atractiva resguardada por el imponente volcán Cotopaxi”.

Si bien es cierto, la situación actual de la actividad turística en la ciudad de Latacunga, no es la mejor, debido a diferentes factores que han provocado que el turismo no sea desarrollado de la mejor manera, factores de diferente tipo: social, político, económico, administrativo, entre otros, lo cual hace que dicha actividad no tome el impulso y desarrollo que debería tener en el territorio local, tampoco es menos cierto que se tiene una gran demanda en algunos atractivos de la ciudad, esto realmente no representa un gran ingreso económico para la población en general, ya que la mayoría de dichos visitantes, nada más hacen de nuestra ciudad un lugar de paso; es decir, que llegan únicamente a los atractivos más conocidos, desarrollan las actividades previstas y regresan al lugar de donde han hecho su centro turístico de distribución, para allí planificar y desarrollar otras actividades turísticas internas o externas a la ciudad y a la provincia.

En el campo académico, la ciudad de Latacunga cuenta con dos instituciones de Educación Superior como es la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC) y la Escuela Politécnica del Ejército Sede Latacunga (ESPE-L), las mismas que cuentan con carreras afines al turismo, en este tenor, existen varios estudios realizados por estudiantes y docentes de la UTC que han trabajado en el levantamiento de información turística de la ciudad de Latacunga actualizando el catastro turístico, así como también existe información sobre una planificación territorial del turismo en Latacunga, si bien es cierto tanto la primera investigación como la segunda influye directamente a prestadores de servicios turísticos, las investigaciones están enfocadas de una manera general al turismo receptivo en Cotopaxi y particularmente en Latacunga, esto debido a que las investigaciones que se



han desplegado han sido elaboradas por estudiantes de pregrado, los mismos que direccionan sus trabajo académicos bajo un enfoque generalizado y ambiguo entre el turismo y el ecoturismo.

## **Marco Teórico**

### **Prestadores de Servicios turísticos**

Considerando que el turismo es un servicio que se brinda a turistas nacionales y extranjeros, surge la necesidad de que esta actividad cuente con los prestadores o actores del turismo, los mismos que son personas naturales o jurídicas, de hecho y de derecho, que brindan facilidades turísticas a los visitantes, las mismas que pueden ser alojamiento, alimentación, transporte, guianza o intermediarios, con la intención de satisfacer las necesidades que tienen los turistas que llegan a los lugares de destino.

### **Turismo y desarrollo**

Considerando que el turismo puede crear una plataforma de desarrollo que a la larga se pueda convertir en una de las primeras fuentes de ingreso económico, en función de dinamizar sectores sociales, es importante considerar que para que exista un desarrollo del turismo, el mismo tiene que ser permanentemente innovado y revalorizado en todos sus niveles.

El desarrollo del turismo a través del tiempo ha demostrado que esta actividad puede convertirse en un instrumento real de desarrollo si se interpreta y ejecuta de manera correcta. Al generar riqueza y oportunidades de movilidad social, el fenómeno turístico es una herramienta que puede combatir la pobreza. De igual forma, dicho fenómeno puede ser un vehículo de promoción y difusión de la cultura nacional. En suma, los impactos positivos del turismo en toda la sociedad pueden coadyuvar a la construcción de un desarrollo nacional sostenible.

Bajo esta consideración, el turismo debe enmarcarse en mantener una triple rentabilidad basado en la premisa del equilibrio en sus 3 ejes, como es el sociocultural, el económico y el ambiental, de manera que permita generar actividades enmarcadas en la conservación de los recursos naturales y culturales y al mismo tiempo en mantener una sociedad desarrollada, con

estándares de vida óptimos cumpliendo lo establecido en el Plan Nacional del Buen Vivir.

Ahora, es importante analizar que:

No existe un proceso de desarrollo turístico equilibrado si aumentan las diferencias sociales y económicas en la sociedad o si se produce el beneficio excesivo de determinados grupos sociales o territorios frente a la marginación o empobrecimiento de otros... Todo esto trata, en suma, de impulsar el turismo con respeto al medio ambiente, evitando el deterioro del capital natural y cultural, pero buscando al mismo tiempo, incorporar a las comunidades locales al desarrollo. **(Fernandez & Aldo, 2003)**

### **La Planificación Turística como instrumento de gestión.**

Hoy en día, la planificación turística se ha convertido en una necesidad para potencializar los diferentes espacios existentes en el Ecuador dándole un valor importante a cada recurso existente, conjugando con actividades turísticas, convirtiendo las ofertas en productos que sean mercadeables en el medio actual.

En los últimos años, el Ecuador ha venido generando diferentes estrategias de planificación enmarcadas en el Buen Vivir, esto ha provocado que los diferentes actores turísticos tomen cartas en el asunto para enmarcar la actividad turística hacia un nuevo enfoque que atraiga, satisfaga y venda el producto ofertado por los diferentes prestadores turísticos acreditados en el Ecuador.

Es así que nacen nuevos procesos de planificación turística llevados a cabo sobre una zona determinada procurando el desarrollo turístico sostenible del lugar seleccionado, tal es el caso que presenta el GAD de Ibarra, el GAD de Cuenca y obviamente todos los procesos de planificación que Quito Turismo ha desarrollado para convertir a su zona de influencia en uno de los destinos turísticos más importantes a nivel mundial.

En el proceso de planificación debe tomar en cuenta tanto los recursos disponibles, susceptibles de ser transformados en productos turísticos, como la capacidad de carga turística del territorio. Asimismo, también se debe tener presente la oferta actual a nivel nacional de destinos turísticos semejantes al seleccionado, a fin de delimitar la competencia potencial del lugar. De este modo, partiendo de un análisis de la oferta y demanda turística real del territorio, es posible identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del destino en la actualidad, y a partir de ellas se formularon las estrategias y acciones a emprender a fin de posicionar al lugar entre los destinos turísticos del territorio. **(Villacis, 2012)**

Es por eso que el desarrollo planificado y la ordenación integrada de los espacios turísticos deben garantizar de manera efectiva la inserción armónica del turismo en el medio local desde el punto de vista sostenible. La especificidad y diversidad de los lugares de destino ha de ser el factor esencial a la hora de intervenir en la planificación y gestión de las instalaciones y actividades turísticas en el espacio. **(Salinas, 2002)**

Tan importante es la planificación turística para los pueblos que tienen recursos turísticos, que en el Ecuador está en auge la elaboración de planes de desarrollo turístico involucrando ejes sostenibles, que permitan construir verdaderos destinos en función del desarrollo local, dinamizando los espacios turísticos, los mismos que se definen como “la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que son la materia prima del turismo”(ibídem)

El turismo como práctica social colectiva integra mecanismos singulares de relación que afectan a la identidad del espacio (Hiernaux, 1996) y en tanto espacio para el consumo, incluye múltiples componentes con la función de atender a una clientela generalmente creciente, que usa temporalmente sus instalaciones. Desde esta perspectiva cualquier destino turístico, es un sistema

territorial de características particulares por su finalidad social, que cuenta como elementos primarios básicos (materia prima) con sus atractivos y atracciones y como elementos secundarios con aquellos que posibilitan su consumo: alojamientos, entretenimientos, comercios, etc. (Vera y otros, 1997). Así entonces como las actividades turísticas son múltiples, su reflejo espacial es diverso y su configuración particular dependerá de las concepciones sociales que tengan éxito sobre cómo debe ser el espacio-tiempo del ocio en su condición de lugar de evasión respecto al mundo del trabajo y su cotidianeidad. El valor recreativo del espacio, a diferencia de otros bienes de consumo, no puede ser trasladado, sino que debe ser consumido en el sitio donde se localiza, lo cual conlleva a conflictos con otros usos y actividades instaladas con anterioridad sobre él, dada su condición de recurso no renovable. **(Salinas, 2002)**

Entre todo esto, es indispensable mencionar que el turismo planificado siempre cumple expectativas grandes que logran transformar sitios potenciales en destinos turísticos efectivos capaces de desarrollar una localidad, una región o un país.

### **Justificación De La Investigación**

La Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), es una institución de Educación superior de alto rendimiento académico, la misma que oferta dentro de la Dirección de Posgrados el programa de Maestría en Ecoturismo y Manejo de áreas naturales, el mismo que opera bajo autorización del CONESUP mediante Resolución RCP.S24.No.458.08 de 13 de noviembre de 2008 **(Universidad Tecnológica Equinoccial, 20)**. En este sentido, la UTE ha emitido diferentes líneas de investigación que sirven para direccionar los proyectos de investigación que realizan los maestrantes que desean optar por el título de Magister.

En este sentido, es importante reconocer que el Análisis económico del turismo, es una línea que permite investigar verdaderamente como se

manejan los diferentes sectores turísticos y así entender la dinámica que esta actividad tiene en la economía del Ecuador.

Conociendo que el turismo genera beneficios que ayudan al desarrollo económico del país como la contribución del turismo a la creación de empleo, o simplemente siendo un motor empresarial en donde prácticamente se fusionan varios factores claves que permiten desarrollar actividades en donde los visitantes se sientan satisfechos del servicio ofertado por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Es importante entender que el desarrollo de actividades turísticas en un destino es vital para la vida económica de cada uno de los prestadores de servicios turísticos ya que en función de estas actividades el nivel económico de la población se va elevando y por ende va exigiendo a la sociedad a un desarrollo más justo y equitativo para todos y es por eso que según la Organización Mundial de Turismo, el turismo en sí se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo.

Es por esta razón que se pretende desarrollar un análisis sobre la incidencia que tienen las actividades turísticas en los ingresos económicos de los prestadores de servicio turístico ubicados en el centro histórico de la Ciudad de Latacunga ya que esto permitirá reactivar el flujo de visitantes a través de una herramienta que simule las inversiones de los actores turísticos de manera que permitan tomar decisiones sobre el futuro turístico - económico para la ciudad de Latacunga y de esa manera contribuir al buen vivir en donde todos somos beneficiados.

Una vez elaborado el análisis, los beneficios serán colectivos, partiendo desde la misma ciudad de Latacunga ya que receptorá un mayor flujo de visitantes y por ende esto permitirá la dinamización de la actividad turística, comercial, cultural y económica dentro de la ciudad, recalando que la investigación que se pretende desarrollar, es una investigación netamente de campo en donde los prestadores de servicios turísticos serán los principales actores involucrados y de cierta manera los más beneficiados con la investigación antes mencionada.

Es así que la investigación pretende sentar bases técnicas para que los prestadores de servicios turísticos opten por innovar actividades que permitan tener una mayor rentabilidad y por ende un mejor beneficio económico para todos.

### **Hipótesis De La Investigación**

La escasez de actividades turísticas, es la principal razón del reducido ingreso económico en los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de Latacunga.

### **Objetivos De La Investigación**

#### **Objetivo General:**

Analizar la incidencia de las actividades turísticas en el ingreso económico de los prestadores de servicios turísticos en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga para la reactivación del flujo de visitantes

#### **Objetivos Específicos:**

- Realizar una síntesis teórica, sustentando de manera técnica la profundidad de la investigación, aclarando la importancia de la incidencia de la actividad turística en los empresarios de Latacunga.
- Establecer un diagnóstico situacional de las actividades turísticas de los prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico de Latacunga determinando así la realidad de la zona de estudio.
- Analizar la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de la ciudad de Latacunga, a través de una tabla ponderada permitiendo obtener resultados verídicos del impacto económico que provoca la actividad turística en los empresarios.
- Proponer alternativas de dinamización turística en el centro histórico de Latacunga proponiendo programas y estrategias que permitan el aprovechamiento efectivo de los recursos cultural del centro histórico

obteniendo el beneficio social y económico para los prestadores de servicios turísticos del sector.

### **Métodos y técnicas empleadas**

Para la presente investigación, se trabajó en 5 fases, las mismas que fueron y son la columna vertebral del proyecto, la primera fase se desarrolló mediante un marco teórico y mediante una investigación de literatura actualizada, que permita sustentar la importancia de la realización del tema de estudio, la segunda fase consistió en realizar recopilaciones de información tanto primaria como secundaria, la misma que facilite datos sobre la historia y el desarrollo económico del sitio que sirvió como objeto de estudio, además se aplicó la técnica de la entrevista a los prestadores de servicio turístico, los mismos que suministraron la información requerida para la investigación, en este sentido se trabajó con una Matriz FODA la misma que encaminó a conocer la realidad del sitio turístico y de sus servidores turísticos, esta se aplicó en talleres con todos los actores turísticos involucrados

Para la zonificación del área de estudio se trabajó con Sistemas de Información geográfica, los mismos que permitieron geo referenciar la zona con coordenadas exactas, determinando así con veracidad el lugar a potencializar turísticamente.

En función del desarrollo de la primera y segunda fase, surgió la visita de campo a los diferentes prestadores de servicios turísticos como una tercera fase, con la intención de analizar a cada una de las actividades que los mismos ofertan en el Centro Histórico de Latacunga, para conocer la importancia que brindan las actividades turísticas en el ámbito económico de los prestadores de servicio turístico.

La cuarta fase consistió en medir la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico de Latacunga a través de una tabla de ponderación en donde se pudo observar la importancia que tienen cada una de las actividades en la

economía de la población latacungueña, de manera especial en los tour-operadores.

Por ultima, la quinta fase consistió en proponer varias estrategias que permitan tomar decisiones a los administradores del turismo en la ciudad de Latacunga, las mismas que son: Creación de un club de productos turísticos y la creación de un plan de dinamización turística con la intención de proponer programas y estrategias que permitan desarrollar las actividades turísticas en el centro histórico de Latacunga, tomando decisiones estratégicas para potencializar la zona como un destino turístico importante. Cabe recalcar que la investigación se la desarrolló solamente con los prestadores de servicios turísticos asociados a la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi, en ese sentido esta institución otorgó las facilidades necesarias para que la investigación pueda ser elaborada en un tiempo determinado.



## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Importancia del turismo en la economía

En la revista del ministerio de Turismo del año 2005 dice que: “la actividad turística en el mundo ha crecido sustancialmente durante el último cuarto de siglo como fenómeno económico y social presentando no solo un desarrollo sino una diversificación en los destinos visitados en donde América Latina se ha convertido en uno de los más visitados a nivel mundial”, es importante mencionar que hoy en día el sistema económico del Ecuador, depende en un alto porcentaje de los ingresos generados por las exportaciones de los productos primarios y obviamente de los servicios que se ofertan en el país. (ver Imagen 1).

Imagen No. 1  
INGRESOS Y EGRESOS DE DIVISAS POR TURISMO



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador  
Boletín N° 1. Principales Indicadores de Turismo Enero 2014

Ahora bien, como se conoce, el turismo como servicio se divide en diferentes actividades que dinamizan el sector turístico de una manera extensa, los principales servicios y actividades que se encargan de esta dinamización están los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, entre otros.

Es por estas razones, que el turismo juega un papel preponderante en la economía de los países y particularmente en la economía ecuatoriana, tanto así que al analizar datos económicos en los últimos 3 años hubo un crecimiento sustancial en el ingreso de visitantes, es así que en “el 2011 arribaron al país 1'141.037 visitantes, mientras que en el 2012 se registraron 1'271.000 arribos creciendo en un 12% en relación de año a año” **(Turistas Visitaron el Ecuador en el 2012, 2013)** este crecimiento que se va dando año tras año, se debe justamente a las nuevas estrategias de aplicación de mercadeo que el Ministerio ha venido aplicando para mejorar el desarrollo de la actividad, es por eso que “el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.038,7 millones de dólares durante el año 2012 y durante el período enero – septiembre se registra 766,8 millones de dólares en el año de referencia, en tanto que para el año 2013 en ese mismo período, el país ha logrado obtener 854,9 millones de dólares, esto es, el 12% de incremento” **(Ministerio de Turismo, 2014 Enero)**

## **1.2 El sistema turístico**

Al analizar diferentes conceptos sobre el sistema turístico, se puede mencionar que, el sistema como tal es un conjunto de ejes fundamentales, involucrados en el desarrollo de la actividad turística de una manera integral que permite dinamizar efectivamente la economía de los pueblos logrando grandes beneficios de interés común. Es así que, “la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores tales como la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado” (Sancho, 1998, p. 96)

En ese tenor, el funcionamiento óptimo del sistema turístico para que rinda beneficios a los diferentes servidores, debe estar fusionados y concatenados entre todos los factores, de manera que el producto final sea bien elaborado y técnicamente sustentado satisfaciendo las necesidades que la demanda exige.

Es por esta razón, que su estructura como tal, tiene un alto nivel de complejidad debido a las particularidades que cada uno de los factores antes mencionados exige al operador para su buen funcionamiento. A continuación se presenta una breve descripción de los factores o componentes del sistema turístico:

**Oferta.-** Se dice que la oferta turística es un elemento clave que forma el mercado turístico, en ese sentido “es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se añade el desarrollo de un programa de promoción orientado a los posibles consumidores, manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio acorde al mercado” **(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, 2010)**

En si la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios que se encuentra en el mercado y que es elaborado tanto por el sector público y privado con la finalidad de dar a conocer los productos que ofertan a los potenciales compradores y así satisfacer necesidades existentes en el mercado.

**Demanda.-** Hace referencia a los visitantes, compradores o clientes potenciales que forman parte del mercado turístico y que buscan algún producto elaborado para así satisfacer sus necesidad, en otras palabras, es “el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos” (Sancho, 1998, p. 96)

**Espacio Geográfico.-** Este apartado, hace referencia justamente al mercado o al área en donde se conjugan la oferta y la demanda e intercambian productos con la intención de satisfacer mutuas necesidades dando cumplimiento a las exigencias del modelo de sistema turístico planteado.

**Operadores de Mercado.-** “Son las empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda: agencias de

viajes, compañías de transporte regular, organismos públicos y privados que intervienen en la ordenación y/o promoción del turismo”(ibídem).

### **1.3. Retos del sector turístico en el Ecuador**

Como se ha mencionado en diferentes párrafos de esta investigación, el turismo en el Ecuador es uno de las potenciales fuentes de ingreso económico al país, debido a que este, está ubicado entre los 17 países más biodiversos del mundo, lo que ha provocado el interés y la curiosidad de propios y extraños en conocer cada uno de los rincones que ofrece el Ecuador.

Esta riqueza más toda la exuberancia de las diferentes regiones del Ecuador, ha hecho que el sector turístico siga creciendo como destino y a la par empieza a luchar con otros destinos existentes en los países vecinos.

Es así que el turismo como tal se ha venido a convertir en uno de los ejes estratégicos que trata el Plan Nacional del Buen Vivir, con la intención del cambio de la matriz productiva, fomentando el turismo comunitario, y así el desarrollo de los pueblos, logrando generar conciencia local para propender a una revolución enmarcada en el desarrollo de los diferentes sectores en los que el turismo como tal se dinamiza

Ahora bien:

El potencial turístico en Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. De acuerdo a un estudio sobre competitividad de Ecuador, la fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes. En tal sentido, la diversidad natural y cultural del país juega un papel determinante en la sostenibilidad del turismo y los beneficios económicos asociados con él (España, 2012, p. 80)

En ese sentido es importante reconocer que los retos que hoy día el Ecuador tiene en función del turismo, están enmarcados y sustentados en el cambio de la matriz productiva como una de las industrias en el Sector de Servicios para potencializar, bajo esta perspectiva los retos que se pretende cumplir están enmarcados en:

- \* Mejoramiento de la Infraestructura turística de los diferentes destinos turísticos priorizados.
- \* Capacitación permanente a servidores turísticos en atención y servicio al cliente.
- \* Fortalecimiento del Turismo Comunitario
- \* Estrategias de mercadeo y publicidad
- \* Fortalecimiento de la oferta turística en todos los rincones del Ecuador.

En fin, hablar de retos que el Ecuador tiene para consolidarse como una verdadera potencia turística, es hablar de una conciencia que permita identificarse con el desarrollo de los pueblos, a través de la conservación, la preservación y el cuidado tanto de bienes públicos como privados, para así presentar la mejor cara al resto del mundo.

#### **1.4. Planificación y desarrollo de los destinos turísticos**

El sector turístico, al igual que la economía mundial, está sujeto a constantes cambios. Estos cambios provienen tanto de la evolución de la propia actividad, como del entorno en la que se desarrolla.

Bajo esta premisa importante, “un espacio determinado debe abordarse como destino turístico desde 3 grandes marcos conectados entre sí: el que atañe a los aspectos sociales del desarrollo, el que recoge los elementos de la sostenibilidad ambiental y territorial, el que aborda aspectos económicos” **(Bercial & Timón, 2005)**

Es así, que uno de los grandes retos de cualquier proyecto de desarrollo turístico sería aunar diferentes sectores productivos en un mismo marco territorial para crear sinergias entre todos los componentes y sectores económicos, lo cual en muchas ocasiones choca de frente con la

desestructuración de gran parte de los espacios turísticos o potencialmente turísticos, especialmente en el interior.

Ahora bien:

La rentabilidad del destino implica, evidentemente, la rentabilidad individual de los productos construidos, así como la obtención de beneficios por parte de los agentes económicos implicados. Para ello es necesario construir unas bases imprescindibles desde la gerencia del plan y las administraciones concernidas, que aseguren que los esfuerzos e inversiones privadas no se vean estrangulados por deficiencias estructurales. Sin embargo, la rentabilidad final de un destino es algo notablemente más complejo que la de los productos turísticos individuales o agregados que existen en ese destino, por lo que debe medirse más allá de la cuenta de resultados de las empresas que participan del sistema turístico. El desarrollo turístico integrado sólo podrá serlo si forma parte solidaria del *desarrollo territorial integrado*, por lo que debe medirse también en avance social, cultural y ambiental del conjunto de la comunidad.(Ibidem)

A pesar de su indudable importancia la consolidación de los principios de sostenibilidad en el desarrollo turístico es lenta, y generalmente no se comienzan a implementar de forma voluntaria. De hecho, y salvo honrosas excepciones, un turismo equilibrado desde el punto de vista social y ambiental basado en los principios del desarrollo sostenible no suele imponerse por sí mismo, sino que las iniciativas en este sentido se ponen en marcha cuando empiezan a surgir problemas que tocan directamente a la estructura productiva de los destinos.

Esto es claramente patente en el caso de los ámbitos maduros de los países desarrollados, que sólo han comenzado a poner en marcha mecanismos correctores en el momento en que se ha visto comprometida la viabilidad de todo el sistema.

Evidentemente, este compromiso debe ir más allá de las declaraciones retóricas, dado que tanto por las características del sector como por la sensibilidad geográfica y social de los ámbitos preferentes para el desarrollo turístico, la sostenibilidad ambiental, cultural y económica están directamente ligadas. Así pues, asegurar la rentabilidad económica del turismo en un destino emergente a medio y largo plazo obliga, necesariamente, a trabajar con metodologías y técnicas que aseguren igualmente la conservación y mejora de los valores en los que se apoyan los productos turísticos.

Desde este punto de vista es ineludible considerar dos aspectos directamente complementarios a la hora de poner en valor un territorio como destino turístico avanzado: en primer lugar, la conservación, mejora y transmisión del patrimonio; y en segundo, su utilización como recurso de cara a la producción. En este sentido, es imprescindible superar una visión exclusivamente a corto plazo, siendo necesario valorar los recursos, es decir, la base del producto turístico, no sólo desde el punto de vista de la rentabilidad inmediata que puedan generar, sino evaluando también la viabilidad de su uso futuro y su conexión con los intereses de la demanda y su evolución en el tiempo.

### **1.5. Impactos económicos del turismo.**

Se dice que:

El turismo tiene grandes repercusiones económicas y también sociales. El turismo despierta el interés por el pasado, por la arquitectura, por las artes y las costumbres de los demás, debido a que las personas acuden a los festivales de arte y a visitar centros históricos tanto en su país como en el extranjero.

En las áreas bien desarrolladas, el turismo puede enriquecer a sus habitantes dando origen a más comercios, teatros y restaurantes, con lo que el residente puede disponer de

opciones que anteriormente no tenía a su alcance. En áreas menos desarrolladas, sin embargo los enclaves turísticos pueden ser fuente de frustración y resentimiento al estar provistas estas pequeñas zona frecuentadas por turistas con buenas carreteras, un sistema de abastecimiento de agua adecuado, y demás servicios, mientras que el resto de la comunidad permanece como siempre (Pérez, 2009, p. 44).

El desarrollo de la actividad turística tiene consecuencias sobre el entorno, destino, ciudad, región, etc. en que se desarrolla; no es, pues, una actividad neutral. Denominamos impactos a estas consecuencias, y pueden ser positivos y negativos. Podemos analizar dichos impactos en función de tres dimensiones: impactos económicos, impactos medioambientales e impactos socioculturales.

Puesto que la actividad turística constituye una actividad económica, los impactos económicos del turismo han sido muy estudiados, aunque no deja de tener una gran complejidad por la amplia variedad de subsectores que intervienen o que se relacionan directa o indirectamente con la actividad turística. Esto enlaza con la más pura tradición de medición económica, aunque en este caso las dificultades a la hora de obtener estadísticas adecuadas son grandes.

### **Impactos económicos positivos del turismo.**

A efectos de su consideración en la balanza de pagos, los ingresos por turismo constituyen una exportación invisible. El flujo de divisas que genera forma parte de la balanza de servicios. Para muchos países es una fuente importante de divisas que ayuda a compensar total o parcialmente los déficits por cuenta corriente.

Así pues, la actividad turística genera movimientos de capital entre diferentes zonas de un país y entre países. Desde esta perspectiva, el turismo receptor genera una entrada de flujos desde el extranjero, mientras que el turismo emisor genera la correspondiente salida de fondos al extranjero.



La diferencia entre el flujo de ingresos y pagos por turismo internacional forma parte de la balanza de servicios, donde se contabilizan los ingresos y pagos por turismo. Esta subbalanza resume sistemáticamente las transacciones turísticas entre un país y el resto del mundo durante un periodo de tiempo determinado.

Es así que dentro de los beneficios económicos que deja el turismo, están:

- \* Dinamización del sector económico – productivo del Ecuador.
- \* Generación de empleo formal e informal en los diferentes destinos turísticos del país.
- \* Mejoramiento de la oferta turística en el Ecuador

Estos tres impactos son los que generalmente han revolucionado la economía del país basada en la actividad turística.

### **Impactos económicos negativos del turismo**

Hasta ahora hemos hecho una descripción de los impactos positivos del turismo. Sin embargo, también debemos tener en cuenta la otra cara de la moneda, es decir, los efectos negativos de la actividad turística. La consideración de los impactos económicos negativos debe constituir un paso central para valorar las oportunidades que ofrece el turismo y para tener en cuenta los problemas que puede ocasionar.

El desarrollo de la actividad turística o su intensificación generalmente provoca un proceso de aumento de precios (inflación). Este proceso inflacionista se debe, en parte, al mayor poder adquisitivo de los turistas en contraste con el de la población local. Pero existe otro proceso inflacionista importante a largo plazo, las subidas de precios del suelo y de las viviendas o alojamientos turísticos. El suelo se convierte en un bien escaso en un espacio territorial determinado (limitado por la proximidad y la centralidad), que compite con otras actividades económicas. Los alojamientos turísticos en destinos masificados experimentan aumentos de precios por la presión de la demanda.

La utilización de recursos escasos en una sola actividad tiene también un coste de oportunidad. Éste debe considerarse con relación a las actividades económicas alternativas más rentables. En muchos casos, es difícil encontrar una actividad económica alternativa y de mayor rentabilidad. En

general, en las zonas turísticas costeras las actividades tradicionales (agrícolas, pesqueras) se han abandonado y sustituido por el turismo. La rentabilidad de las actividades turísticas ha favorecido el abandono de las actividades tradicionales que, comparativamente, ya no son rentables. Esto puede, además, agravar la situación de desempleo en sectores no turísticos. El principal riesgo en este proceso de cambio y transformación de la estructura productiva es el paso a una situación de monocultivo turístico. Teniendo en cuenta la mayor competencia entre los destinos turísticos y la estacionalidad propia de algunos segmentos como el de sol y playa o el turismo de alta montaña, el riesgo más probable ante una caída de demanda puede significar una crisis importante para la economía local o regional. Estos riesgos son mayores en economías poco diversificadas y poco desarrolladas, donde la dependencia de la actividad turística es elevada. Aparte de lo mencionado, es importante recalcar que otro de los impactos negativos que deja el turismo es justamente la contaminación en todos sus niveles, debido a que a mayor presencia demográfica, la contaminación aumenta en un ciento por ciento ocasionando problemas ambientales que a la larga repercuten en efectos del cambio climático.

## CAPÍTULO II

### DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

#### 2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

Al analizar el contexto histórico de la ciudad de Latacunga, es importante considerar que la ciudad como tal tiene diferentes versiones según algunos historiadores, por lo que se ha complicado identificar netamente el origen de este lugar, es así que según el Plan de Desarrollo del GAD Municipal de Latacunga, dice que:

- \* El Cantón Latacunga se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi, nombre que significa en caribe, rey de la muerte; en quechua, masa de fuego; en colorado, ladera alegre; en cayapa y aymará, cuello, trono o altar de la luna; en araucano y panzaleo, cerro del animal tierno.
- \* Se discute si el nombre Latacunga proviene de "Tacunga" equivalente a asiento del nuevo curandero; "lactacunda", cuello de la región; "latacunga", cuello resplandeciente; "latacunqui", cabo de hacha; "lacta kunka ", dios de las aguas; o del cacique Taconque que fundó Tacunga.
- \* El territorio de la actual provincia de Cotopaxi, donde se ubica el cantón Latacunga, estuvo habitado por diversas parcialidades aborígenes que entraron por oleadas migratorias. Max Ulhe, Jijón y Zúñiga consideran que la civilización primitiva que llegó a la región fue la protopanzalea de descendencia chibcha. Otras olas migratorias serían la de los Cayapas-colorados procedentes de Centro América, los Atacameños, los Quijos procedentes del Oriente que formarían los cacicazgos independientes de Tacunga, Mulliambato y Píllaro, Quizapincha y otros.
- \* En tiempos de la prehistoria ecuatoriana, se desarrollaron en el periodo de integración las culturas: Macají, Santa Elena o Protopanzaleo II de descendencia Chibcha y la Cosanga-Píllaro procedentes de la Amazonía. Después existieron numerosas migraciones de pueblos como los Uru-

Puquinas, Paeces y Chimés, que formaron el gran Chimú Ecuatoriano, quienes recibieron influencia de: los Cayapas-Sáchilas y Atacameños, que venían del norte; de los Quijos y Jíbaros del Oriente, formándose así, cacicazgos independientes como los de Tacunga, Mulliambato, Píllaro, Quizapincha, Mocha, Cacha, Yaruquíes, Alausíes, etc.

\* Los Tacungas habitaron en la Hoya de Latacunga-Ambato, lo que hoy ocupa la provincia de Cotopaxi, lugar de asentamiento de tribus como los Alaquis, Callus, Cusubambas, Mulliambatus, Pansalius que formaron el reino Panzaleo, Pilahaluis, Pujilís, Saquisilís, Sigchus, Tanicuchis y Yanacunas. Estos resistieron contra la invasión Inca durante muchos años, pero luego decidieron unirse a ellos por el respeto y comprensión con los que fueron tratados y por procedimientos de amistad y matrimonios. Así fusionados lucharon contra los españoles.

\* Antes de la llegada de los españoles, Latacunga era un tambo incásico, condición que la mantuvo hasta después de la conquista. La tradición cuenta que Huayna-Capac al llegar a esta región dijo: “Llacta cunani” que quiere decir: “Os entrego esta tierra”. Las civilizaciones aborígenes desarrollaron la agricultura, la cría de animales, las artesanías, los tejidos y realizaban intercambios de productos con la costa.

\* El cantón como actualmente se lo conoce, se encuentra a 2.850 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 12°C, encierra en su territorio a la capital de la provincia, Latacunga, cuya fundación española fue realizada por el primer Encomendero en 1534, con el nombre de Asiento de San Vicente Mártir de Latacunga. En 1539, Gonzalo Pizarro, aumentó el número de pobladores y finalmente la fundación definitiva y oficial la efectuó el Capitán Antonio Clavijo en 1584, con el título de Corregimiento, en el cual habitaban 30.000 indígenas y 30 españoles hombres. Luego el 11 de noviembre de 1811 es elevado a la categoría de villa.

\* Al inicio de la época colonial, empezó el reparto del territorio entre los conquistadores, estableciéndose el régimen de encomiendas, mitas y trabajo forzado en los obrajes. El reparto de tierras se lo realizó desde Quito, pues formaba parte de la Real Audiencia de Quito. En la colonia se establecieron

los marquesados: De Villa Orellana, de Maenza, y de Miraflores. Esta zona fue codiciada por la nobleza de Quito.

\* Los jesuitas instalaron la primera escuela en 1643 hasta su expulsión en 1653. La educación posterior corrió a cargo de los franciscanos, dominicos y agustinos. Por la cercanía a Quito, los ricos reforzaban allá la formación de sus hijos. Así surgieron los grandes políticos y escritores. En 1745 asumió la presidencia de la Real Audiencia de Quito, Fernando Sánchez de Orellana, Marqués de Solanda, natural de Latacunga.

\* En diciembre de 1808, los marqueses se reunieron en Tilipulo y Salache para preparar el grito de la independencia del 10 de agosto de 1809. El 80% de los miembros de la Junta de Gobierno eran cotopaxenses. Luis Fernando Vivero, fue escogido el 9 de octubre de 1820 para secretario de la Junta de Gobierno de Guayaquil. Y muchos más contribuyeron a la causa libertaria.

## 2.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

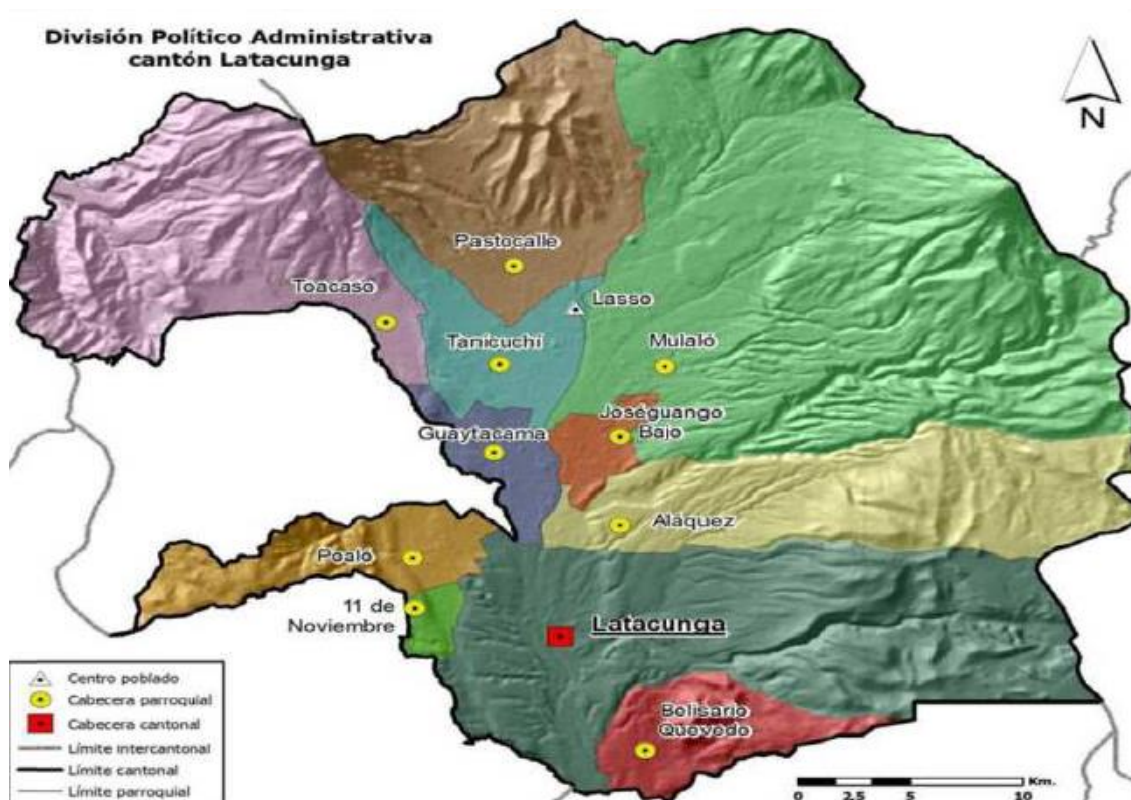
La ciudad de Latacunga se encuentra ubicada en el centro del Ecuador, en la Región Interandina del Ecuador, al oriente de la provincia de Cotopaxi, al sur del volcán Cotopaxi, en la hoya del Patate, a 2850 metros sobre el nivel del mar, limita, al Norte con la Provincia de Pichincha, al Sur, con el cantón Salcedo, al este con la Provincia de Napo y al Oeste con los cantones Sigchos, Pujili y Saquisilí.

Su división política, está distribuida en parroquias urbanas como: “Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián), La Matriz, San Buenaventura. Y en parroquias rurales como son: Toacaso, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchi, Guaytacama, Alaquéz, Poaló, Once de Noviembre, Belisario Quevedo, Joseguango Bajo” (**GAD Municipal de Latacunga, 2011**).

El clima en la ciudad de Latacunga oscila entre los 10 a 15°C, provocando un clima en ciertas ocasiones templado y en otras presenta un clima ventoso y frío.

Imagen No. 2

### MAPA POLÍTICO ADMINISTRATIVO DEL CANTÓN LATACUNGA



Fuente: Instituto Geográfico Militar – Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Latacunga  
 Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

### 2.3 ZONIFICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Para la elaboración de la zonificación se trabajó en función de los atractivos turísticos que existen dentro de la zona urbana del centro histórico de Latacunga, para lo cual se utilizó varias metodologías y varios softwares que permitió georreferenciar la zona de estudio, a continuación se da a conocer los sitios georreferenciados y el mapa estructurado de acuerdo a los puntos geográficos.

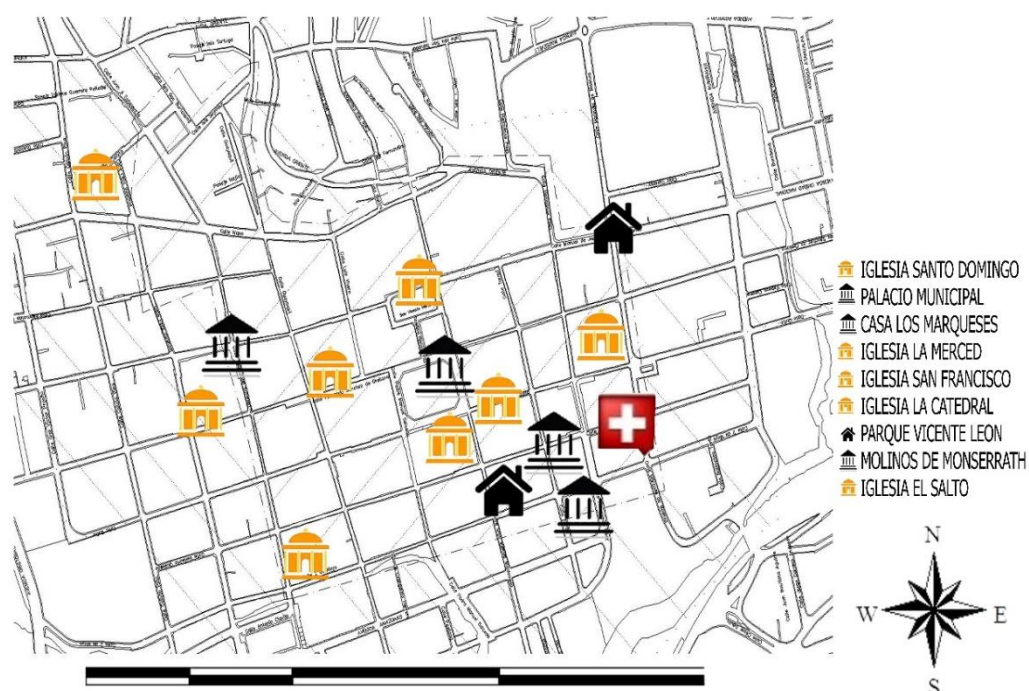
De la misma manera, hay que mencionar que la zonificación servirá para conocer cuáles son los prestadores de servicios turísticos activos en el

centro histórico de Latacunga y a la vez los que son afiliados a la Cámara Provincial de Turismo, para en función de ello levantar la información económica necesaria.

### Imagen No. 3

#### Mapa del Centro Histórico de Latacunga

ZONIFICACIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICO DE LATACUNGA



Fuente: Plan de Desarrollo ecoturístico del Centro Histórico de Latacunga

Elaborado Por: Ing. Javier Mullo Sosa

## 2.4 ASPECTOS SOCIECONÓMICOS

### 2.4.1 Población.

Considerando que la población de la ciudad de Latacunga es mestiza y de acuerdo al último censo realizado en el 2010, existe una mayor numero de pobladores en zonas urbanas que en rurales, dando a entender que existe un alto índice de migración por parte de la gente del campo.

Tabla #1.  
Población del Cantón Latacunga

Áreas	2
Urbana	98355
Rural	72134
Total	170489

Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

### **Población económicamente activa (PEA)**

A partir de los 12 años las personas pueden desempeñar actividades de cualquier índole que sean remuneradas o no, en cuyo caso permite la segmentación de esta población en Activa e Inactiva, respectivamente.

En promedio, alrededor del 73,5% de la población del Cantón Latacunga está en el segmento de los que pueden realizar actividades, remuneradas o no; el resto son niños menores de 12 años. De este promedio del 73,5%, el 36,3% realiza actividades económicas o remuneradas y se la considera Económicamente Activa.

El resto de la población realiza actividades no remuneradas o no económicas, aun cuando (como en el caso de los quehaceres domésticos, que cubre el 33,4% de la población mayor de 12 años) son actividades de sostenimiento fundamental de la PEA. El otro componente importante de las personas inactivas corresponde a los estudiantes, que representa el 13,4%.

Se puede concluir que, por cada persona ocupada económicamente en el Cantón Latacunga, tiene 11,77 cargas inactivas. La Población Económicamente Activa (PEA), tiene dos componentes: los ocupados y los desocupados. Las cifras oficiales señalan que en promedio-la desocupación alcanza al 4% de la PEA, que se puede considerar como bastante baja.

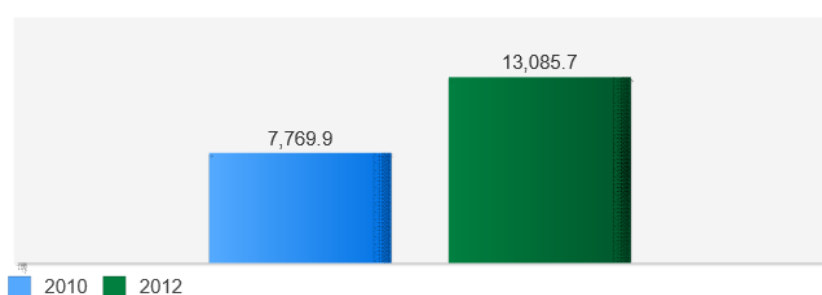
#### **2.4.2. Actividades económicas**

El cantón Latacunga, se ha considerado como uno de los cantones netamente agropecuarios, debido a la fertilidad de sus tierras, pero, según datos del INEC 2010, el comercio y las industrias manufactureras siguen creciendo de forma abrupta, dando a conocer que el cantón como tal es



bastante productivo, razón por la que la economía de Latacunga tiende a dinamizarse de manera permanente, considerando que existen empresas que declaran los impuestos al estado y otras lógicamente no lo hacen, tanto así que en la recaudación de impuestos del 2012 del cantón Latacunga, representó el 74,4% del total de la provincia de Cotopaxi, respecto al 2010 creció en un 68,4%.

Imagen No. 4  
Recaudación Impuesto a la Renta de Latacunga



Fuente: Servicio de Rentas Internas  
Elaborado Por: Ing. Javier Mullo Sosa

Es así que la actividad económica en la ciudad de Latacunga es dinamizada por la población local en diferentes ramas.

Imagen No. 5  
Población Ocupada por Rama de Actividad de Latacunga



Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado Por: Ing. Javier Mullo Sosa

## **2.5 ASPECTOS TURÍSTICOS**

El Cantón Latacunga es privilegiado, debido a su riqueza cultural y natural de sus atractivos, favorecido por la situación geográfica. Las actividades turísticas se encuentran centradas en los atractivos turísticos, que son visitados en cualquier época del año por turistas nacionales y extranjeros.

La Oferta Turística en el Cantón Latacunga en los servicios de hospedaje, alimentación, recreación, transporte y agencias de viajes, es escasa ya que no cuenta con una planta e infraestructura turística que sea capaz de brindar la satisfacción, comodidad y seguridad a los turistas, que visitan cada día los atractivos turísticos del cantón.

Por esa razón, la presente investigación pretende hacer un análisis general de los servicios turísticos que están afiliados a la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi, para posteriormente proponer una herramienta que permita medir y controlar las inversiones que se realizarán en el sector turístico del cantón Latacunga

.

### **2.5.1 Problemática del turismo**

El turismo interno en la Provincia de Cotopaxi no ha sido aprovechado de manera conveniente y al parecer, ha quedado fuera de las políticas nacionales. No obstante, su carácter masivo y de baja inversión puede ser potencialmente visto como una fuente de generación de recursos para los gobiernos sub-nacionales.

Según el Ministerio de Turismo, los atractivos turísticos que ofrece la provincia de Cotopaxi son variados. En primer lugar debe destacarse la belleza de sus paisajes naturales que están dominados por las cimas nevadas de las montañas y particularmente por el volcán Cotopaxi. Existen lugares cargados de historia, sitios para la pesca, el montañismo, paseos campestres, ferias multicolores y un variado folclore. Existen buenos hoteles, una red vial que cuenta con cerca de 150Km. de carretera asfaltada y 262 Km. de carretera afirmada.

Además no existen estudios sobre el impacto del sector turístico en la economía de la provincia de Cotopaxi y, mucho menos, de lo que él significa para los diferentes cantones.

Por otro lado el Cantón Latacunga, por ser la capital de la Provincia tampoco cuenta con estadísticas del número de visitantes que entran al Cantón y de los recursos generados. De todas maneras, dada la diversidad de la oferta que presenta, especialmente en lo que se refiere al turismo de naturaleza y al de cultura, se puede afirmar que el turismo es un sector importante en la economía Cantonal.

La falta de información sobre lugares, servicios, rutas, horarios de medios de transporte, infraestructura existente, seguridad, costos, etc., sumada a la falta de infraestructura de servicios adecuada y de vías de comunicación, son percibidos como los principales obstáculos para el desarrollo del sector turístico. A esto se añade la poca inversión estatal para el desarrollo turístico. Pero también se constata una débil inversión interna de las empresas locales lo que complica el crecimiento sostenido de este sector.

### **2.5.2 Alimentación**

Considerando que el servicio de alimentación es uno de los factores más importantes dentro de la oferta turística de un destino, hay que suponer que en la Ciudad de Latacunga se cuenta con una amplia variedad de oferta gastronómica en diferentes puntos del cantón, pero de manera asombrosa, solamente 54 establecimientos dedicados a la alimentación están registrados en la Cámara Provincial de Turismo, dato que relativamente afecta a la oferta turística de Latacunga debido a que cada prestador de servicios alimenticios trabaja de manera individual sin medir el daño que se ocasiona al turismo receptivo de la ciudad de Latacunga.

A continuación se presenta la lista de establecimientos dedicados a la alimentación y que son afiliados a la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi.

Tabla # 2.  
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN DE LATACUNGA

#	INSTITUCIÓN	DIRECCIÓN
1	Asadero El Leñador N°1	Av. Amazonas y 5 de Junio
2	Asadero El Leñador N°2	Av. Amazonas y Pastaza
3	Asadero El Leñador N°3	Av. Eloy Alfaro y General Luis Vargas Torres
4	Chifa Taiwan	Calle Antonio Clavijo y Sucre
5	Chifa Chang Jiang	Calle Antonia Vela y 5 de Junio
6	Chifa Hong Kong	Av. Amazonas y General Maldonado
7	Chifa Dragón	Av. Amazonas y Pastaza
8	Chifa Cantón	Av. Eloy Alfaro
9	Chifa Dragón	Av. Unidad Nacional y Emilio Sandoval
10	Chifa Miraflores	Padre Salcedo y 2 de Mayo
11	Chugchucaras Rosita	Av. Eloy Alfaro
12	Chugchucaras Emanuel	Quijano y Ordoñez y Av. Rumiñahui
13	Chugchucaras Don Goyo	Quijano y Ordoñez y Márquez de Maenza
14	Chugchucaras Don Guaita	Av. Rumiñahui y Quijano y Ordoñez
15	La Casa del Abuelo	General Maldonado y Quijano Ordoñez
16	Marisquería Jambeli	Av. Amazonas y Jaime Roldos
17	Marisquería El Caracol	Dos de Mayo y Tarqui
18	Mama Miche Marisquería	Hermanas Páez y Quito
19	Parrilladas la Española	Dos de Mayo y Guayaquil
20	Parrilladas El Copihue Rojo	Calle Quito 14-38 y Tarqui
21	Parrilladas Mama Miche Steak House	Av. Amazonas y Clemente Yerovi
22	Paradero Los Pinos	Panamericana 2 Km, al Norte Lasso
23	Paradero Chalupas	Panamericana Norte km.16 sector La Avelina
24	Paradero La Avelina	Panamericana Norte Km.16, Lasso
25	Paradero El Rincón De El Baquita	Panamericana Norte sector la Avelina vía a Tanicuchi
26	Paradero La Finca	Panamericana Sur Km.1 ½
27	Picantería Charito	Quijano y Ordoñez y Márquez de Maenza
28	Picantería Luis Alcides Pila	Guayaquil y Av. Amazonas
29	Pizzería Buon Giorno	Calle Sánchez de Orellana y Gral. Maldonado
30	Pollo Gus	Av. Eloy Alfaro

31	Pollos Don Serbulo	Av. 5 de Junio y Cuba San Felipe
32	Súper Pollo Rico N°1	Quito y Guayaquil
33	Súper Pollo Rico N°2	Av. Amazonas y Diego Noboa
34	Pollos Don Serbulo	Av. 5 de Junio y Av. Eloy Alfaro
35	Parrilla Quilotóa	Av. Eloy Alfaro y General Julio Andrade
36	Restaurante Amazonas	Av. Amazonas y 5 de Junio
37	Restaurante El Coyote Del Sur	Av. Unidad Nacional y Emilio Sandoval
38	Restaurante Mi Gorda Bella	Antonia Vela y Calixto Pino
39	Restaurante Sabor Campechano	Av. Eloy Alfaro
40	Restaurante Pappa	Panamericana Norte, Km 18 Sector Lasso
41	Restaurante Rincón Manabita Bahía Star	Av. Amazonas y Pastaza
42	Restaurante Sabor Latino	Av. Marco Aurelio Subía
43	Restaurante Mesón Colonial Café Bar Que Vida	General Maldonado y Quito
44	Restaurante Club Cotopaxi	Tarqui y Quito
45	Recepciones Bambú	Ciudadela Rumipamba
46	Chef´S Café Restaurante	Av. Atahualpa y Sánchez de Orellana
47	Cafetería El Pasaje	Pasaje Padre Salcedo
48	Cafetería Magma	Belisario Quevedo y General Maldonado
49	Café Restaurante Turístico El Templario	Sánchez De Orellana y Luis Fernando Vivero
50	Abuelo Café Bar	Calle Quito y Leopoldo Pino
51	Heladería Nice Cream	Guayaquil y Sánchez de Orellana
52	Helados de Paila N°1	Sánchez de Orellana 15-13 y Luis F. Vivero
53	Helados de Paila N° 2	Quijano y Ordoñez y Tarqui
54	La Fornace Gelateria Cafetería Ltda.	Quito y Juan Abel Echeverría

Fuente: Archivo Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi

Elaborado Por: Ing. Javier Mullo Sosa

## 2.5.3 Alojamiento

Tabla #3.

## ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LATACUNGA

#	INSTITUCIÓN	DIRECCIÓN
1	Hotel Bronx	Ciudadela Rumipamba , Remigio Romero y Cordero
2	Hotel Caribbean Real	Barrio San Martin - Av. General Proaño a 300 mt. de la Jefatura de Transito
3	Hotel Central	Calle Sánchez de Orellana y Pedro Salcedo
4	Hotel Cotopaxi	Calle Padre Salcedo N.- 5-61
5	Hotel Domus	Belisario Quevedo y General Maldonado
6	Hotel Estambul	Calle Belisario Quevedo y Padre Salcedo
7	Hotel Endamo	Calle 2 de Mayo 438 y Tarqui
8	Hotel El Márquez	Calle Márquez de Maenza y Roosevelt
9	Hotel Fantasía	Barrio Los Sauces km. 4 ½ vía a Quito
10	El Gran Hotel Julio Sampedro	Calle Belisario Quevedo y Juan Abel Echeverría
11	Hotel Jimmy	Av. 5 de Junio 189 y Av. Cotopaxi
12	Hotel Joshed Imperial	Av. Amazonas y Velasco Ibarra
13	Hotel Latacunga	Av. Eloy Alfaro y Gral. Montero
14	Hotel La Cocha	Calle Puruahes y Cañarís
15	Hotel La Merced	Calle Quijano y Ordoñez 9-104 y Calixto Pino
16	Hotel Los Ilinizas	Av. Amazonas frente a la Corte Superior de Justicia
17	Hotel Nacional	Calle Antonia Clavijo 4-42 y Antonio José de Sucre (sector Aeropuerto)
18	Hotel Plaza Real	Calle Félix Valencia 5/2 y Antonia Vela
19	Hotel Ritzor	Quito 1991 y Calixto Pino
20	Hotel Rosim	Calle Quito 16-49 y Padre Salcedo
21	Hotel Rodelu	Calle Quito 16-31 y Padre Salcedo
22	Hotel San Luis	Av. Flavio Alfaro 53-52 y Av. Eloy Alfaro
23	Hotel Santiago	Calle 2 de Mayo y Guayaquil
24	Hotel Tilipulo	Calle Guayaquil y Belisario Quevedo
25	Hostal El Balcón	Av. Amazonas 70-59 y Tarqui
26	Hostal El Álamo	Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría
27	Hostal Sunrise	Calle Gonzales Suarez s/n y Benjamín Terán
28	Hostal Lactacunga	Avenida Eloy Alfaro 73 – 213
29	Hostal Los Andes	Calle Flavio Alfaro 1-13 y Av. Eloy Alfaro

30	Hostal La Posada del Turista	Calle 2 de Mayo y Félix Valencia
31	Residencial La Laguna	Av. Rumiñahui y Roosevelt
32	Residencial Las Rieles	Av. Marco Aurelio Subía
33	Residencial Amazonas	Calle Félix Valencia 4-67 y Av. Amazonas
34	Residencial Los Nevados	Av. 5 de Junio 53-19 y Eloy Alfaro
35	Residencial Antonia Vela	Calle Antonia Vela y Calixto Pino
36	Cabañas Los Volcanes	Lasso
37	Cabañas la Laguna	Calle Sumaco S/N Vía a Santán
38	Cabañas Hospedaje de Paso	Av. Miguel Iturralde km 7 1/2
39	Motel La Naranja Azul	Tiobamba , Panamericana Sur

Fuente: Archivo Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi

Elaborado Por: Ing. Javier Mullo Sosa

Es importante recalcar y considerar que tanto el servicio de alojamiento como el servicio de alimentos y bebidas que existen en los diferentes puntos del cantón Latacunga, no poseen una categoría registrada en el Ministerio de Turismo, ya que los establecimientos mencionados en las tablas 2 y 3 solamente son registrados a la Cámara de Turismo de Cotopaxi como mero trámite para obtener los permisos de operación.

#### 2.5.4 Atractivos turísticos de la ciudad de Latacunga

En Cotopaxi, alrededor del 23% de la Provincia forma parte del SNAP<sup>1</sup>, principalmente conformado por bosques andinos y subtropicales, repartidos en las 4 áreas naturales protegidas existentes en la provincia, estas son: Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Llanganates, Reserva Ecológica Los Ilinizas y El Área de Recreación El Boliche, es en estas áreas naturales, en donde la flora y la fauna se encuentran en gran variedad, dando el

<sup>1</sup> SNAP: Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, controlado y direccionado desde el Ministerio del Ambiente como órgano rector.

complemento ideal a los hermosos parajes que presenta esta región andina, convirtiéndolos así en los principales atractivos turísticos naturales que tiene la Provincia y la región central del Ecuador.

En cuanto se refiere a la ciudad de Latacunga, es importante recordar que desde el comienzo de la colonia empezó el reparto del territorio entre los conquistadores y se estableció el régimen de encomiendas, mitas y trabajos forzados en los obrajes. Dicho reparto de tierras se lo realizó desde Quito, pues el Corregimiento de Latacunga formaba parte de la Real Audiencia con el Nombre de San Vicente Mártir.

Es este uno de los cuantos acontecimientos que la ciudad de Latacunga posee y así mismo estas son las riquezas culturales y tradicionales que encantan a visitantes que arriban a la ciudad, el mirar manifestaciones culturales como las peleas de gallos, coplas populares, vacas locas, el juego de la pelota nacional, la comida típica y otras expresiones culturales hace de Latacunga una ciudad acogedora y verdaderamente cultural.

En cuanto a los atractivos turísticos que posee el cantón Latacunga, existen un sinnúmero de investigaciones enmarcadas en dar a conocer la riqueza turística que posee el cantón, sin embargo, en esta investigación se realizó el inventario de atractivos turísticos aplicando la metodología propuesta por el MINTUR<sup>2</sup> aplicando así las 4 etapas requeridas para elaborar el inventario de atractivos turísticos en el Centro Histórico de Latacunga.

Las 4 etapas que se realizaron para obtener el inventario de atractivos turísticos son:

**Clasificación De Los Atractivos.-** “Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar”. (TURISMO, METODOLOGIA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS, 2004)

**Recopilación De Información.-** “En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo” (ibídem)

---

<sup>2</sup> MINTUR: Ministerio de Turismo del Ecuador, Cartera de Gobierno encargada en controlar, regular promocionar y difundir el turismo en el Ecuador



**Trabajo De Campo.-** En este apartado se menciona que:

“Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo, es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo, el trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad, es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como municipios y consejos cantonales, gobernaciones, casas parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo” (ibídem)

**Evaluación y Jerarquización.-** “Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente” (ibídem)

Ahora bien, comprendiendo que el Inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico, también es una herramienta importante que permite a la población en general conocer sobre un destino turístico y a la vez permite rescatar la identidad cultural de los pueblos, poniendo en funcionamiento todo el sistema turístico en donde las facilidades turísticas juegan un papel importante en el desarrollo de los destinos.

Es así que se elaboró el inventario de atractivos turísticos que a continuación se presenta en la ficha resumen.

TABLA # 4

## FICHA RESUMEN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA

N°.	Nombre del Atractivo	Calidad		Entorno Max 10	Estado de Conservación Max 10	Acceso Max 10	Servicios Max 10	Asociación con otros atractivos Max 5	Significado				Suma	Jerarquía I – II – III – IV
		Valor Intrínseco Max 15	Valor Extrínseco Max 15						Local	Regí.	Nací.	Inter		
1	Casa de la Cultura	7	7	7	7	7	8	3	1	1	-	-	48	II
2	Casa de los Marqueses de Miraflores	2	3	3	5	4	5	3	1	-	-	-	25	I
3	Centro de Salud de Cotopaxi	7	8	7	7	7	7	3	1	2	-	-	49	II
4	Colegio Vicente León	7	7	7	7	8	7	3	1	2	-	-	50	II
5	Escuela Politécnica del Ejército	7	8	7	7	7	7	3	1	2	-	-	50	II

6	<b>Gobernación de Latacunga</b>	8	9	9	8	9	8	4	1	2	-	-	58	II
7	<b>Iglesia La Catedral</b>	8	8	7	7	7	7	3	2	1	-	-	49	II
8	<b>Iglesia de La Merced</b>	7	6	7	7	7	6	4	1	2	-	-	50	II
9	<b>Iglesia de Nuestra Señora Del Salto</b>	7	7	7	8	7	7	4	1	2	-	-	47	II
10	<b>Iglesia de San Agustín</b>	6	6	6	7	7	9	4	1	1	-	-	47	II
11	<b>Iglesia de Santo Domingo (Monasterio)</b>	8	7	6	7	8	7	4	2	-	-	-	50	II
12	<b>Iglesia de San</b>	5	4	4	4	7	7	4	1	-	-	-	36	II

	<b>Francisco</b>													
13	<b>Municipio de Latacunga</b>	6	6	7	5	7	7	4	1	-	-	-	44	II
14	<b>Museo Escuela Isidro Ayora</b>	6	6	5	7	7	7	3	1	-	-	-	42	II
15	<b>Museo Zoológico "Rafael Betancourt"</b>	8	8	7	7	9	7	3	1	-	-	-	50	II
16	<b>Parque Rafael Cajiao</b>	3	2	3	3	5	5	2	1	-	-	-	24	I
17	<b>Parque Vicente León</b>	6	8	7	7	8	8	4	1	-	-	-	49	II
18	<b>Plaza Sucre</b>	2	3	3	3	5	5	2	1	-	-	-	24	I

19	<b>Virgen del Calvario</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	-	-	-	<b>44</b>	<b>II</b>
20	<b>Monumento al Rey Moro</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	-	<b>2</b>	<b>1</b>	-	-	-	<b>20</b>	<b>I</b>
21	<b>Monumento a la Mama Negra</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	-	<b>2</b>	<b>1</b>	-	-	-	<b>20</b>	<b>I</b>
22	<b>Parque de la Réplica</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	-	<b>3</b>	<b>1</b>	-	-	-	<b>24</b>	<b>I</b>

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

## **2.6 F.O.D.A DEL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA**

En la ciudad de Latacunga, los análisis que se han elaborado para medir las fortalezas y debilidades que tiene el cantón en función del turismo, han sido desarrollados de una manera muy superficial, de manera que no ha existido una verdadera herramienta que permita conocer que es lo que Latacunga posee. En ese sentido, la presente investigación pretende generar varias estrategias que permitan tomar decisiones y a la vez que permitan gestionar procesos de inversión turística en el Centro histórico de Latacunga, a través de los diferentes prestadores de servicios turísticos, es así que se ha desplegado una investigación de campo para poder ubicar las distintas variables que se tratan a continuación en varias matrices que permitirán pulir cada una de las estrategias que se vayan a tomar con el paso del tiempo.

Además el presente análisis FODA se lo va a desarrollar para todo un cantón aunque este es sumamente complicado, debido a la falta de colaboración de los actores, es por esta razón que se han seleccionado variables consultadas con varias empresas de servicio turístico para que en función de los datos obtenidos, se pueda elaborar el sistema de inversión turística para los prestadores de servicio turístico del cantón Latacunga

El presente análisis está enfocado en investigar cada uno de los factores que conforman la matriz FODA del Centro Histórico de Latacunga, sujetas a estudio de sostenibilidad turística, obteniendo así un análisis claro de sus fortalezas y debilidades de los prestadores de servicio turístico, entorno al lugar en el que está ubicado el objeto de estudio, como se vinculan con la sociedad del sector y de qué manera económicamente hablando aportan al desarrollo productivo, social, y turístico del cantón Latacunga, de tal manera que se pueda dar soluciones a problemáticas existentes con la colaboración conjunta de los propietarios de las empresas y fortalecer acciones que vayan de la mano con la sostenibilidad sabiendo que para dicho análisis se utilizará cada una de las matrices mencionadas anteriormente que permitan conjugar los factores para dar apertura al análisis y como estos contribuirán al desarrollo del cantón y de las empresas. La matriz es una herramienta que permitirá conocer la realidad turística del cantón Latacunga y de algunas instituciones que servirán como objeto de estudio y que

de cierta manera permitirá tomar una decisión en función del desarrollo turístico del cantón y obviamente del crecimiento empresarial de los prestadores turísticos. Para este análisis se trabajó con una metodología que consta de:

\* Análisis de variables (macro= económicas, políticas, tecnológicas, culturales sociales, legales micro= competencia poder de negociación de proveedores, poder de negociación de clientes, amenazas y sustitutos).

\* Matriz resumen

\* Matriz de impacto

\* Matriz de acción

\* Matriz – síntesis

### 2.6.1 Análisis FODA Del Centro Histórico De Latacunga

#### Matriz de Resumen

La matriz de resumen se estructurará de tal manera que en cada uno de sus cuadrantes se dé a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que a consideración de los actores involucrados juegan un papel fundamental en sus empresas.

Tabla # 5

Matriz de Resumen del Centro Histórico de Latacunga

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1 Buena comunicación al interior de cada área turística	1 Mejorar la imagen del turismo en el cantón
2 Personal con experiencia en el área	2 Excelencia en la atención al turista interno y externo
3 Reconocer que es necesario mejorar internamente	3 Trabajo mancomunado entre políticos, técnicos y ciudadanía para mejorar el turismo
4 Gestión de desechos sólidos reconocido a nivel local y nacional	4 Entrega oportuna de los recursos por parte de las autoridades
5 Existencia de un Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal y Turístico	5 Información financiera oportuna y confiable
6 Conocimiento del entorno cantonal en el turismo	6 Aplicación de nuevas tecnologías
7 Soporte y coordinación tecnológico entre áreas	7 Seguridad digital de la información turística
8 Predisposición al cambio	8 Optimización, eficiencia y agilidad en los Procesos



<p>9 Facilidad de comprensión y comunicación con la gente del público</p> <p>10 Trabajo en equipo</p> <p>11 Adecuado espacio físico</p> <p>12 Capacidad de autogestión y emprendimiento</p> <p>13 Dispone de material promocional turístico</p> <p>14 Distribución de puestos bien estructurados</p> <p>15 Organización y cumplimiento de objetivos</p> <p>16 En la planificación territorial tiene un marco legal definido</p> <p>17 Genera servicios oportunos y de calidad a los turistas</p> <p>18 Experiencia en comunicación de la información de recursos</p> <p>19 Atención oportuna al turista</p>	<p>turísticos</p> <p>9 Excelentes relaciones interinstitucionales locales, nacionales e internacionales</p> <p>10 Existe predisposición de los públicos para desarrollar proyectos</p> <p>11 Involucramiento social</p> <p>12 Alto potencial de oferta turística y productiva del cantón</p> <p>13 Marco referencial con lineamientos claros para la gestión turística</p> <p>14 Alternativas de financiamiento para proyectos turístico productivo de pequeños productores</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>1 Deficiente y desactualizado equipamiento tecnológico, fotográfico, video, material didáctico y herramientas de trabajo</p> <p>2 Falta de mantenimiento y de equipamiento de recolección</p> <p>3 Escasos medios de transporte</p>	<p>1 Des credibilidad de los pobladores, proveedores y organismos cooperantes</p> <p>2 Insatisfacción y falta de apoyo comunitario</p> <p>3 Recorte de presupuestos técnicamente establecidos para el turismo</p> <p>4 Disminución de recursos financieros designados por</p>

4 Deficiente coordinación y comunicación municipal interna y externa	las autoridades
5 Malas condiciones médicas del personal	5 Insuficientes insumos en los lugares estratégicos para hacer turismo
6 Insuficiente infraestructura física	6 Incipiente participación ciudadana
7 Incertidumbre, desmotivación en el turismo	7 Crecimiento de zonas industriales sin planificación ni permisos ambientales
8 Infraestructuras obsoletas como la de los refugios en las áreas naturales del cantón	8 Inestabilidad en la política turística
9 Escaso conocimiento de las competencias turísticas de otros cantones	9 No existe un Marco Regulatorio, para asumir competencias productivas.
10 Insuficiente software especializado en el turismo	10 Limitado presupuesto para la ejecución de proyectos
11 Falta de una cultura organizacional y trabajo en equipo	11 Falta de coordinación con las diversas direcciones.
12 Falta de un plan de contingencia turística	12 Se genera un producto intangible, por lo que no es valorado adecuadamente el trabajo realizado
13 Escasa gestión y autogestión	13 Falta de interés de parte de los pobladores para asociarse
14 Falta de organización operativa	14 No existe control la acreditación de organismos competentes
15 Falta de capacitación	15 Falta de capacitación por instituciones externa
16 No disponer de suficiente personal técnico calificado	
17 Inexistencia de información estadística para la toma de decisiones	
18 Inadecuada gestión de promoción turística y productiva.	

**Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa**

### Matriz de Impacto FODA

A continuación se analizará con la participación conjunta de los propietarios la incidencia de cada uno de los ítems de la matriz de resumen de como favorece y afecta a la empresa y en el sector donde esta se desarrolla con la ayuda de matrices de impacto. Para la elaboración de la matriz de impacto en primer lugar es importante determinar los valores que se asignarán a cada variable dependiendo de la incidencia que tenga cada una de ellas.

Puntuación De Incidencia o Impacto:

BAJA: Poca incidencia de la variable

MEDIA: Incidencia relativa de la variable

ALTA: Incidencia alta de la variable

Tabla # 6

#### Matriz de Impacto – Fortalezas

FORTALEZAS		5 (+)	3 (+/-)	1 (-)
F1	Buena comunicación al interior de cada área turística	X		
F2	Personal con experiencia en el área		X	
F3	Reconocer que es necesario mejorar internamente		X	
F4	Gestión de desechos sólidos reconocido a nivel local y nacional		X	
F5	Existencia de un Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal y Turístico	X		
F6	Conocimiento del entorno cantonal en el turismo		x	

F7	Soporte y coordinación tecnológico entre áreas		X	
F8	Predisposición al cambio	X		
F9	Facilidad de comprensión y comunicación con la gente del publico			X
F10	Trabajo en equipo		X	
F11	Adecuado espacio físico	X		
F12	Capacidad de autogestión y emprendimiento		X	
F13	Dispone de material promocional turístico	X		
F14	Distribución de puestos bien estructurados		X	
F15	Organización y cumplimiento de objetivos	X		
F16	En la planificación territorial tiene un marco legal definido		X	
F17	Genera servicios oportunos y de calidad a los turistas		X	
F18	Experiencia en comunicación de la información de recursos		X	
F19	Atención oportuna al turista	X		

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

Tabla # 7

## Matriz de Impacto- Oportunidades

OPORTUNIDADES		5 (+)	3 (+/-)	1 (-)
O1	Mejorar la imagen del turismo en el cantón		X	
O2	Excelencia en la atención al turista interno y externo	X		
O3	Trabajo mancomunado entre políticos, técnicos y ciudadanía para mejorar el turismo			X
O4	Entrega oportuna de los recursos por parte de las autoridades			X
O5	Información financiera oportuna y confiable	X		
O6	Aplicación de nuevas tecnologías		X	
O7	Seguridad digital de la información turística			X
O8	Optimización, eficiencia y agilidad en los Procesos turísticos		X	
O9	Excelentes relaciones interinstitucionales locales, nacionales e internacionales	X		
O10	Existe predisposición de los públicos para desarrollar proyectos	X		
O11	Involucramiento social		X	
O12	Alto potencial de oferta turística y productiva del cantón		X	
O13	Marco referencial con lineamientos claros para la gestión turística			X
O14	Alternativas de financiamiento para proyectos turístico productivo de pequeños productores			X

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

Tabla # 8

## Matriz de Impacto – Debilidades

DEBILIDADES		5 (+)	3 (+/-)	1 (-)
D1	Deficiente y desactualizado equipamiento tecnológico, fotográfico, video, material didáctico y herramientas de trabajo		X	
D2	Falta de mantenimiento y de equipamiento de recolección		X	
D3	Escasos medios de transporte		X	
D4	Deficiente coordinación y comunicación municipal interna y externa	X		
D5	Malas condiciones médicas del personal	X		
D6	Insuficiente infraestructura física		X	
D7	Incertidumbre, desmotivación en el turismo			X
D8	Infraestructuras obsoletas como la de los refugios en las áreas naturales del cantón	X		
D9	Escaso conocimiento de las competencias turísticas de otros cantones		X	
D10	Insuficiente software especializado en el turismo	X		
D11	Falta de una cultura organizacional y trabajo en equipo			X
D12	Falta de un plan de contingencia turística			X
D13	Escasa gestión y autogestión			X
D14	Falta de organización operativa		X	
D15	Falta de capacitación	X		
D16	No disponer de suficiente personal técnico calificado			

D17	Inexistencia de información estadística para la toma de decisiones		X	
D18	Inadecuada gestión de promoción turística y productiva.			X

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

Tabla # 9

Matriz de Impacto - Amenazas

AMENAZAS		5 (+)	3 (+/-)	1 (-)
A1	Des credibilidad de los pobladores, proveedores y organismos cooperantes			X
A2	Insatisfacción y falta de apoyo comunitario		X	
A3	Recorte de presupuestos técnicamente establecidos para el turismo	X		
A4	Disminución de recursos financieros designados por las autoridades		X	
A5	Insuficientes insumos en los lugares estratégicos para hacer turismo	X		
A6	Incipiente participación ciudadana		X	
A7	Crecimiento de zonas industriales sin planificación ni permisos ambientales	X		
A8	Inestabilidad en la política turística		X	
A9	No existe un Marco Regulatorio, para asumir competencias productivas.		X	
A10	Limitado presupuesto para la ejecución de proyectos		X	
A11	Falta de coordinación con las diversas direcciones.	X		
A12	Se genera un producto intangible, por lo que no es valorado adecuadamente el trabajo realizado	X		
A13	Falta de interés de parte de los pobladores para asociarse			X

A14	No existe control la acreditación de organismos competentes	X		
A15	Falta de capacitación por instituciones externa		X	

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

### Matriz De Acción FODA

A continuación se conjugaran cada una de los factores de la matriz ponderándolos, de tal manera que puedan pasar el filtro para clasificarlos logrando así identificar posibles soluciones a las falencias y potencializar las fortalezas de las empresas.

Esta matriz permite resumir los impactos externos y la capacidad de reacción de la empresa, dando nuevamente valoración a las variables más representativas que facilitan una visión clara para poder determinar las estrategias adecuadas, de ahí se puede pasar este segundo filtro las estrategias que cumplan la calificación necesaria que se sacará después de ponderar a cada una de ellas con valores ya mencionados anteriormente (5-3-1) dependiendo de la importancia o el grado de magnitud, llevando al final a sumar dichas ponderaciones y a dividir el total entre el número de F.O.D.A. que existan en cada cuadro de la matriz.



Tabla # 10  
MATRIZ DE ACCIÓN F-O

OPORTUNIDADES FORTALEZAS	O1. Excelencia en la atención al turista interno y externo	O2. Información financiera oportuna y confiable	O3. Excelentes relaciones interinstitucionales locales, nacionales e internacionales	O4. Existe predisposición de los públicos para desarrollar proyectos	SUMA
F1. Buena comunicación al interior de cada área turística	5	3	3	5	16
F2. Existencia de un Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal y Turístico	3	5	3	1	12
F3. Predisposición al cambio	3	5	3	1	12
F4. Adecuado espacio físico	5	1	3	5	14
F5. Dispone de material promocional turístico	1	1	5	5	12
F6. Organización y cumplimiento de objetivos	3	5	3	1	12
F7. Atención oportuna al turista	5	3	1	3	12
SUMA	25	23	21	21	90

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

El resultado de la Matriz de Acción FO es de 90, las variables que pasan al siguiente filtro, son aquellas que salen de la división del total de la Tabla dividido para el número de fortalezas y oportunidades (ejemplo:  $90/7 = 12,85$  y  $90/4 = 22,5$ ) entonces todas aquellas fortalezas que sean mayores a 12 pasan a la siguiente matriz y de la misma manera, las oportunidades que sean mayores a 22 pasan a la siguiente matriz.

Tabla # 11  
MATRIZ DE ACCIÓN F-A

AMENAZAS FORTALEZAS	A1. Recorte de presupuestos técnicamente establecidos para el turismo	A2. Insuficientes insumos en los lugares estratégicos para hacer turismo	A3. Crecimiento de zonas industriales sin planificación ni permisos ambientales	A4. Falta de coordinación con las diversas direcciones.	A5. Se genera un producto intangible, por lo que no es valorado adecuadamente el trabajo realizado	A6. No existe control la acreditación de organismos competentes	SUMA
F1. Buena comunicación al interior de cada área turística	3	5	5	3	5	1	22
F2. Existencia de un Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal y Turístico	1	1	3	3	5	3	16
F3. Predisposición al cambio	3	5	5	3	1	1	18
F4. Adecuado espacio físico	5	3	3	1	1	3	16
F5. Dispone de material promocional turístico	1	5	5	3	3	1	18
F6. Organización y cumplimiento de objetivos	5	3	1	3	5	5	22
F7. Atención oportuna al turista	5	3	1	5	5	5	24
SUMA	23	25	23	21	25	19	136

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

El resultado de la Matriz de Acción FA es de 136, las variables que pasan al siguiente filtro, son aquellas que salen de la división del total de la Tabla dividido para el número de fortalezas y amenazas (ejemplo:  $136/7 = 19,4$  y  $136/6 = 22,6$ ) entonces todas aquellas fortalezas que sean mayores a 19 pasan a la siguiente matriz y de la misma manera, las amenazas que sean mayores a 22 pasan a la siguiente matriz.

Tabla # 12  
MATRIZ DE ACCIÓN D-O

OPORTUNIDADES DEBILIDADES	O1. Excelencia en la atención al turista interno y externo	O2. Información financiera oportuna y confiable	O3. Excelentes relaciones interinstitucionales locales, nacionales e internacionales	O4. Existe predisposición de los públicos para desarrollar proyectos	SUMA
D1. Deficiente coordinación y comunicación municipal interna y externa	3	5	3	1	12
D2. Malas condiciones médicas del personal	5	3	1	5	14
D3. Infraestructuras obsoletas como la de los refugios en las áreas naturales del cantón	5	1	1	3	10
D4. Insuficiente software especializado en el turismo	3	1	1	1	6
D5. Falta de capacitación	5	5	5	1	16
SUMA	21	15	11	11	58

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

El resultado de la Matriz de Acción DO es de 58, las variables que pasan al siguiente filtro, son aquellas que salen de la división del total de la Tabla dividido para el numero de debilidades y oportunidades (ejemplo:  $58/5 = 11,6$  y  $58/4 = 14,5$ ) entonces todas aquellas debilidades que sean mayores a 11 pasan a la siguiente matriz y de la misma manera, las oportunidades que sean mayores a 14 pasan a la siguiente matriz.

Tabla # 13  
MATRIZ DE ACCIÓN D-A

AMENAZAS DEBILIDADES	A1. Recorte de presupuestos técnicamente establecidos para el turismo	A2. Insuficientes insumos en los lugares estratégicos para hacer turismo	A3. Crecimiento de zonas industriales sin planificación ni permisos ambientales	A4. Falta de coordinación con las diversas direcciones.	A5. Se genera un producto intangible, por lo que no es valorado adecuadamente el trabajo realizado	A6. No existe control la acreditación de organismos competentes	SUMA
D1. Deficiente coordinación y comunicación municipal interna y externa	3	5	3	3	1	5	20
D2. Malas condiciones médicas del personal	5	1	3	5	5	3	22
D3. Infraestructuras obsoletas como la de los refugios en las áreas naturales del cantón	1	3	1	1	5	3	14
D4. Insuficiente software especializado en el turismo	5	5	3	3	1	3	20
D5. Falta de capacitación	5	5	3	5	3	1	22
SUMA	19	19	13	17	15	15	98

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

El resultado de la Matriz de Acción DA es de 98, las variables que pasan al siguiente filtro, son aquellas que salen de la división del total de la Tabla dividido para el numero de debilidades y amenazas (ejemplo:  $98/5 = 19,6$  y  $98/6 = 16,3$ ) entonces todas aquellas debilidades que sean mayores a 19 pasan a la siguiente matriz y de la misma manera, las amenazas que sean mayores a 16 pasan a la siguiente matriz.

**Matriz De Síntesis**

Para definir los objetivos estratégicos en base al análisis anterior, se procedió a realizar una matriz síntesis para resumir los aspectos más relevantes y en los que deberá enfocarse el cantón para la determinación de sus objetivos estratégicos.

En la elaboración de las estrategias, es importante preguntarse lo siguiente

Estrategia FO: ¿Cómo una fortaleza aprovecha una oportunidad?

Estrategia FA: ¿Cómo las fortalezas disminuyen el efecto de las amenazas?

Estrategia DO: ¿Cómo se debe trabajar las debilidades para aprovechar las oportunidades?

Estrategia DA: ¿Cómo trabajar con las debilidades para mitigar la afectación de las amenazas?

Las estrategias servirán para la toma de decisiones en el caso de que se pretenda generar inversión turística por parte de los servidores turísticos, en ese sentido, es importante de que la presente herramienta sea analizada por técnicos en turismo y que comprendan la profundidad de las estrategias a desarrollar. Considerando que el análisis FODA tuvo varias fases de discusión, se recalca que verdaderamente falta apoyo de autoridades y servidores turísticos para el mejor desarrollo de la matriz FODA.

Tabla # 14  
MATRIZ DE SÍNTESIS

FORTALEZAS		DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Buena comunicación al interior de cada área turística</li> <li>➤ Adecuado espacio físico</li> <li>➤ Organización y cumplimiento de objetivos</li> <li>➤ Atención oportuna al turista</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Deficiente coordinación y comunicación municipal interna y externa</li> <li>➤ Malas condiciones médicas del personal</li> <li>➤ Falta de capacitación</li> <li>➤ Insuficiente software especializado en el turismo</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Excelencia en la atención al turista interno y externo</li> <li>➤ Información financiera oportuna y confiable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Dar capacitación a las distintas áreas involucradas con el turismo en el cantón para mejorar las distintas actividades turísticas y así satisfacer las necesidades de los visitantes en general.</b></li> <li>➤ <b>Hacer realidad el plan de desarrollo cantonal mediante autogestión económica a las autoridades competentes para de este modo conservar el patrimonio cultural de Latacunga</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Mantener capacitaciones continuas al personal técnico para que así mejoren sus funciones institucionales en el ámbito turístico del cantón.</b></li> <li>➤ <b>Realizar trabajos coordinados con el Ministerio de turismo por medio de gestión y autogestión para implementar y mejorar la infraestructura turística</b></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recorte de presupuestos técnicamente establecidos para el turismo</li> <li>➤ Insuficientes insumos en los lugares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Por medio del trabajo organizado en el área turística dando cumplimiento a los objetivos planteados.</b></li> <li>➤ <b>Planificación financiera para obtener</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Incentivar el apoyo a servidores turísticos y de autoridades locales para que el turismo siga fortaleciendo y desarrollándose sin perder la cultura y</b></li> </ul>

<p>estratégicos para hacer turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crecimiento de zonas industriales sin planificación ni permisos ambientales</li> <li>➤ Se genera un producto intangible, por lo que no es valorado adecuadamente el trabajo realizado</li> <li>➤ Falta de coordinación con las diversas direcciones</li> </ul>	<p><b>recursos e incentivar a la comunidad a un nuevo emprendimiento social, a través de inversiones por parte de los prestadores de servicio turístico</b></p>	<p><b>recursos del cantón, a través de un adecuado manejo y análisis de la calidad empresarial.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Creación y puesta en marcha de un organismo encargado de la supervisión y promoción del turismo a nivel cantonal para que exista una relación en cada área.</b></li> </ul>
--	---	--

**Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa**

## CAPITULO III

### 3.1 ANÁLISIS DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA

En el presente apartado, se pretende realizar un análisis del servicio turístico de alojamiento ofertado en el centro histórico de Latacunga, con la intención de medir las posibilidades de inversiones turísticas en las empresas y así mejorar la oferta del cantón y lograr satisfacer las necesidades que los visitantes tienen cuando llegan a la ciudad.

Ahora bien, en este sentido, una empresa es un proyecto de inversión de capital y trabajo libremente creado por sus propietarios, con el propósito de producir bienes y servicios que respondan a las necesidades del mercado y, al mismo tiempo, obtener ganancias, funcionando idealmente como un sistema, o un conjunto de elementos integrados, en el que las personas cooperan realizando actividades planificadas para lograr objetivos y metas comunes.

Este propósito a nivel de la ciudad de Latacunga, se cumple parcialmente ya que pocos son los empresarios que verdaderamente han realizado una inversión de capital y trabajo ya que ciertas instituciones han sido creadas solamente con la intención de lucrar y no de servir, tanto así que del 100% de las empresas que ofertan servicios turísticos, solamente un 25% conocen el manejo administrativo de los servicios ofertados, mientras que el 75% de las empresas, son administradas y creadas por profesionales ajenos al sector turístico.

Es así que la ciudad de Latacunga, a pesar de ser considerada como patrimonio cultural, no ha recibido un beneficio colectivo por parte de los prestadores de servicio turístico, que lo único que han hecho es aprovechar de manera abrupta la llegada de turistas nacionales y extranjeros para enriquecer las instituciones que brindan el servicio turístico.

Ahora, hay que recalcar que en los últimos años, el Ecuador como tal ha alcanzado diferentes resultados en función de las ganancias que ha dejado el turismo, tanto así que este se ha convertido en uno de los principales ingresos que posee el país, como se puede ver en la siguiente imagen.



## Imagen # 6

### Posición del turismo en la economía del Ecuador



Fuente: **Ministerio de Turismo del Ecuador**  
**Boletín N° 7. Principales Indicadores de Turismo Julio 2014**

Al observar la ilustración, es importante considerar que para los servidores turísticos del centro histórico de Latacunga, debe ser una prioridad, primero las alianzas estratégicas y en segundo lugar la inversión en el sector turístico ya que al igual que el destino turístico Quito, las empresas deben trabajar mancomunadamente para un bien general.

### 3.2 LA CALIDAD APLICADA AL TURISMO.

Se entiende por calidad del turismo:

El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”

**(OMT, 2003)**

En este sentido, El concepto clásico de calidad está plasmado en el adagio popular: “El cliente siempre tiene la razón”. La calidad es determinante para que

los clientes confíen en un destino turístico y lo den a conocer en su círculo familiar, profesional o amical.

Hay casos de destinos turísticos que se han caracterizado por la calidad de la oferta turística que brindan a los visitantes, como es Quito, que aparte de ser considerado como destino turístico líder en Sudamérica, también se ha caracterizado por prestar mucha atención a la calidad que se oferta en él, tanto así que hoy en día todas las empresas turísticas de Alojamiento están siendo auditadas bajo la “CERTIFICACIÓN Q”, la misma que se encarga de medir estándares de calidad ofertadas al visitantes, logrando brindar lujo calidad y confort.

En el caso particular de la ciudad de Latacunga, se han realizado diferentes diagnósticos a través de investigaciones con estudiantes de Ingeniería en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, acerca de la realidad que presentan las empresas turísticas de alojamiento en torno a la calidad y lastimosamente, pocas son las empresas que verdaderamente cumplen con varios estándares de calidad pero todavía no logran ofertar un servicio de alojamiento 100% eficaz, tanto así que ese es el factor que ha repercutido en el costo de las habitaciones por noche, la misma que oscila entre los 10 a 20 dólares, debido al poco interés en mejorar el servicio.

De la misma manera, existen empresas que se han preocupado por salir adelante y ofertar calidad a los visitantes y estas son aquellas instituciones que necesitan de una inversión que capte el interés de turistas nacionales y extranjeros, que estén motivados por visitar el centro del país.

Es por eso que ahora ya los empresarios hoteleros de Latacunga han comprendido que la calidad que oferta la empresa, le va a dar mayor productividad y eso lo hará más competente en el mercado turístico

La calidad genera percepciones positivas en los clientes que llegan a diferenciar una empresa de sus competidores a la hora de tomar decisiones sobre el destino turístico. Hay que tener en cuenta que la competencia, ya sea local, nacional o internacional, desarrolla también sus propias armas competitivas.

A nivel de turismo, de manera especial en el servicio turístico de alojamiento, se plantea diferentes principios para entender la calidad.

Tabla # 15

## PRINCIPIOS PARA ENTENDER LA CALIDAD

PRINCIPIOS PARA ENTENDER LA CALIDAD		
1	La satisfacción del cliente determina la calidad	Las características o atributos de los productos y servicios ya no definen su calidad, sino el grado de satisfacción que disfruta el cliente al consumirlos.
2	La calidad la evalúa finalmente el consumidor.	La calidad no está determinada por los proveedores de servicios. Son los clientes quienes, en última instancia, evalúan la calidad del servicio.
3	La calidad es un concepto relativo.	El mercado se segmenta según las necesidades de los diferentes grupos de consumidores. Las necesidades y la calidad son conceptos relativos.
4.	Cada cliente tiene expectativas propias sobre la calidad.	Las expectativas resultan de fuentes internas (necesidades personales y experiencias previas) y externas (publicidad, recomendaciones, etc.).
5.	La calidad es dinámica en el tiempo.	Lo que hoy genera satisfacción en el cliente, en un plazo cada vez más breve puede llegar a ser insuficiente y generar insatisfacción.
6.	La calidad de una empresa es la calidad de sus recursos humanos.	Resulta crucial calificar y adiestrar adecuadamente el capital humano y estimular el mejor aprovechamiento de sus conocimientos, aptitudes y motivaciones.
7.	La calidad genera valor.	El consumidor está dispuesto a abonar un precio más elevado por los beneficios y el valor que adquiere. La calidad materializa el concepto de "valor por dinero".
8.	La calidad es una responsabilidad colectiva de la empresa.	La exigencia de calidad es compromiso de todos los actores de la empresa: desde los mandos gerenciales hasta los trabajadores

		con menos requerimientos técnicos, incluyendo a los proveedores externos.
9.	La calidad resulta de un proceso de aprendizaje continuo e incluyente.	La calidad es el resultado de un proceso de múltiples ensayos y mejoras, de métodos sistemáticos de monitoreo que inciden y modifican la cultura de trabajo, los comportamientos y la productividad.

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

Al comprender los principios de la calidad, en diferentes talleres con los prestadores de servicio turístico de alojamiento, se comprendió la importancia que tiene el manejo empresarial, así también se discutió sobre los beneficios que arrojan estos principios y se definió en que, cuando se aborda el tema de la calidad, muchos empresarios suelen enfatizar los costos que implica su planificación e implementación, sin apreciar los beneficios que ella reporta a la empresa. Concebir y aplicar una estrategia de gestión de calidad representa una inversión, ciertamente, pero puede reportar muchas ventajas económicas al negocio. Los beneficios de incorporar prácticas de calidad en una empresa turística pueden enunciarse así:

**Potencia la diferenciación y la competitividad.-** Gracias a la calidad sus prestaciones, una empresa adquiere mayor competitividad, al no depender únicamente de la reducción de los precios para vender más. Los viajeros están dispuestos a pagar más por servicios de calidad que respondan a sus expectativas

**Brinda garantías y aumenta la confianza del cliente.-** La calidad de los servicios reduce la incertidumbre sobre la demanda futura: se incrementa la probabilidad de que los clientes vuelvan por nuevas experiencias satisfactorias y de captar nuevos clientes.

**Mejora la imagen de la empresa.-** La calidad redonda en una posición destacada de la empresa en el mercado, generando la lealtad de los clientes, que la recomendarán a sus familiares, amigos y colegas. Ello significa mayor demanda y ahorro de gastos en publicidad.

**Reduce costos y eleva la productividad.-** Al aplicar procedimientos eficientes de calidad, se evita pérdida de insumos y pagos por compensación al cliente por servicios deficientes. La empresa ahorra costos y mejora la productividad laboral.

### **3.3 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO DE ALOJAMIENTO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA**

El centro histórico de la ciudad de Latacunga, es uno de los atractivos turísticos más importantes que posee dicho cantón, la ubicación estratégica que posee y la historia que lo enriquece, hace de Latacunga un potencial destino turístico en el Ecuador.

La evaluación de la calidad del servicio turístico en alojamiento se debe a que en primer lugar este servicio fue el único que participo de manera activa en la presente investigación y en segundo lugar es el más abundante dentro del área de estudio, lo que provoca que la evaluación de la calidad sea de manera general para todo el servicio de alojamiento.

No se ha de subestimar que la aplicación del proceso de mejora de la calidad de los servicios en los hoteles implica cambios profundos en la cultura laboral individual y colectiva. Ello entrañará necesariamente un proceso lento, pues se trata de lograr cambios de actitud y de comportamientos personales y grupales.

Una dinámica de aprendizaje de la calidad se ha de sustentar en la práctica diaria y en las condiciones reales de trabajo, aplicando un sistema que combine: incentivos adecuados al desempeño, un asiduo entrenamiento y un monitoreo regular y participativo.

La gestión de la calidad de los servicios turísticos debe ser permanente y total, englobando los soportes tangibles y los aspectos intangibles. Para facilitar el monitoreo y la gestión diaria de la calidad, se recomienda elaborar una lista de comprobación (o de chequeo) de los factores, componentes e indicadores de calidad verificables.

Una matriz de verificación será elaborada para cada área de servicio, precisando los niveles alcanzados, las mejoras que restan por realizarse y su grado de prioridad o urgencia.

Dicha matriz habrá de ser llenada periódicamente por el grupo de trabajadores de cada área de servicio, que opera como un círculo de calidad. El instrumento será objeto de verificación periódica y conjunta con el coordinador, supervisor o administrador del negocio, a los efectos de apreciar los avances, asegurarse cómo mantenerlos y concertar soluciones para las prestaciones deficientes identificadas.

Tabla # 16

Matriz de evaluación de la calidad del servicio de alojamiento en el centro histórico de Latacunga

SERVICIO DE ALOJAMIENTO								
FACTOR	COMPONENTE	INDICADOR DE CALIDAD	NIVEL ALCANZADO			MEJORAS A IMPLEMENTAR	GRADO DE URGENCIA	
			1	2	3		Alto	Medio
IMAGEN	Arquitectura	Empresa concebida y edificada de acuerdo al estilo de la cultura local y con materiales del medio	X			<b>Las empresas deben retirar toda la publicidad de pancartas y letreros de locales comerciales, para empezar a recuperar el patrimonio</b>	X	
	Mobiliario	Estilo y materiales locales, apropiado a la categoría del establecimiento.		X		<b>Los establecimientos turísticos deben invertir en mejorar el estilo acorde al medio en el que se encuentran en este caso, debe ser un estilo colonial</b>	X	
	Equipamiento	Acorde a la localización del destino turístico, a la categoría del negocio y a las expectativas del cliente		X		<b>Los establecimientos deben implementar libros y buzones de sugerencias para que los clientes den a conocer las expectativas</b>		X

					que tienen del lugar y así mejorar el servicio		
	Decoración	Ornamentación consecuente con el lugar, la clase de servicio y la categoría del establecimiento.		X	Rescatar la identidad cultural de Latacunga en base a la decoración artística de los establecimientos ubicados en el casco colonial	X	
	Insumos	Locales, de acuerdo a la categoría del servicio y a las expectativas del cliente.	X		Desarrollar estudios sobre satisfacción del cliente para conocer la calidad de la oferta brindada	X	
	Presentación	Adecuado uso de la vestimenta por el personal que trata con los viajeros.		X	Equipar al personal con vestimenta acorde al servicio que se está brindando, ya sea recepción, ama de llaves, camareros, entre otros	X	
SEGURIDAD	Accidentes	Mantenimiento regular de instalaciones, equipos e implementos eléctricos.		X	Contratar el servicio de mantenimiento de manera permanente para que se haga un monitoreo de las	X	



					instalaciones una vez por semana, garantizando así la seguridad a los visitantes		
		Dispositivos de protección en pendientes, pisos deslizadizos y lugares riesgosos.		X	Implementar dispositivos que den a conocer los sitios de riesgo en los establecimientos	X	
	Siniestros	Equipo de primeros auxilios y de socorro suficiente, visible y en lugares de fácil acceso (incendios y catástrofes naturales).	X		Abastecer semanalmente un equipo de primeros auxilios para los visitantes de manera que se brinde garantía y seguridad en las actividades que se va a desarrollar dentro o fuera del establecimiento.	X	
		Vías de evacuación señalizadas, de fácil acceso y siempre despejadas.	X		Implementar señalética que permita conocer las vías de evacuación y salidas de emergencia de los establecimientos hacia sitios seguros.	X	
FUNCIONALIDAD E HIGIENE	Arquitectura  Mobiliario	Estado de conservación de la estructura: techo, pisos, paredes.			X	Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento	X

		Estado de conservación de móviles: puertas, ventanas.			X	<b>Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento</b>	X		
		Organización de los espacios facilitando accesos y circulación.			X	<b>Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento</b>	X		
		Estado de conservación de acabados y estructura: estabilidad, lacado, etc.			X	<b>Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento</b>	X		
		Estado de conservación de móviles: cajones y puertas			X	<b>Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento</b>	X		
		Disposición de acuerdo al lugar			X	<b>Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento</b>	X		
	Equipamiento	Perfecto funcionamiento de equipos eléctricos, iluminación y refrigeración.	X				<b>Invertir recursos en el mejoramiento de los equipos electrónicos de los establecimientos con el fin de garantizar buena atención y servicio al cliente</b>	X	
		Perfecto funcionamiento de teléfono, radio, TV, etc.				X	<b>Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la</b>	X	

					imagen del establecimiento			
		Perfecto funcionamiento de equipos ambientales: ventiladores y estufas		X	Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento	X		
		Perfecto funcionamiento de grifería y sistema de distribución de agua.		X	Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento	X		
	Higiene	Pulcritud y desinfección periódica de baños, habitaciones y cocina.		X	Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento	X		
		Locales de acceso público limpios		X	Garantizar calidad en todos los ámbitos y cuidar la imagen del establecimiento	X		
		<b>Adecuada presentación y limpieza de la vestimenta del personal.</b>	X			Capacita a los empleados de los establecimientos hoteleros en atención y servicio al cliente, así como también en normas de protocolo y etiqueta		X
		Disposición, evacuación y tratamiento adecuado de todo tipo de desechos.	X			Aportar a la conservación del medio ambiente a través de una construcción de pozos sépticos o de un tratamiento de aguas	X	

						<b>servidas para el tratamiento de los residuos y desechos líquidos y sólidos</b>		
	Orden	Espacios adecuados para almacenar implementos e insumos.	X			<b>Implementar un espacio adecuado en el establecimiento, de manera que permita el almacenamiento y distribución de productos creados y adquiridos por la institución</b>	X	

**Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa**

Como se mencionó en párrafos anteriores, el servicio de alojamiento se lo considero debido a que los representantes de las empresas hoteleras del área de estudio participaron activamente en el proceso investigativo, además de ello, es importante recalcar que el servicio de alojamiento en el centro histórico de Latacunga está formando parte de ordenanzas municipales en los que de alguna manera u otra se ven obligados a un mejoramiento continuo tanto a nivel de infraestructura como a nivel de la calidad en atención y servicio al cliente.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA ECONOMÍA DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA.

#### 4.1 INTRODUCCIÓN

Considerando que la información que las instituciones brindan siempre es importante para la toma de decisiones a nivel empresarial y a mayor y mejor cantidad de información brindada, la toma de decisiones siempre tendrá un cause positivo. “Es primordial a la hora de decidir, que los empresarios analicen detenidamente la información de diferente índole, producto de las actividades normales de la empresa, y al mismo tiempo apoyarse en experiencias pasadas para realizar predicciones, que conlleven a una toma de decisiones más acertadas” (**Betty de la Hoz Suarez, 2008**).

La toma de decisiones basadas en la información es una actividad fundamental en las empresas actuales, esta es la base para su supervivencia y buen funcionamiento. Comprender el proceso de toma de decisiones es algo vital para los administradores y más cuando conocen y manejan ciertas herramientas que facilitan el proceso de toma de decisiones, encaminando a la empresa hacia el éxito.

Es así que para los empresarios, la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos de Latacunga, es en algunos casos indispensable, mientras que para otros simplemente es un hobby.

#### 4.2 METODOLOGÍA

Para analizar la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos, se realizó entrevistas a los diferentes ofertantes de servicios a través de visitas in situ en donde se pudo comprobar que

las distintas actividades turísticas que se desarrollan en la ciudad de Latacunga tienen un impacto fuerte en la situación económica de los empresarios.

Para comprobar esta aseveración se presenta una tabla de ponderación en donde se puede visualizar los indicadores de evaluación con su respectiva calificación, la misma que da a conocer la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de Latacunga.

Tabla # 17

Matriz de ponderación de la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del Centro histórico de Latacunga

SERVICIOS / ACTIVIDADES TURÍSTICAS	DESCRIPCIÓN	INCIDENCIA DE LAS ACTIVIDADES EN LA ECONOMÍA			PORCENTAJE/ INTERPRETACIÓN	TOMA DE DECISIONES
		ALTO	MEDIO	BAJO		
Alojamiento	Se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.		X		De acuerdo al 100% de los establecimientos hoteleros visitados y que están registrados en la Cámara Provincial de Turismo, el 80% menciona que la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los empresarios hoteleros es media, debido a que los visitantes prefieren llegar a otros destinos turísticos u hospedarse en hosterías con una gama de servicios más amplia. Mientras que el 20% restante dice haber firmado alianzas estratégicas con operadores turísticos para brindar el servicio de alojamiento a los visitantes que llegan a Latacunga.	Al observar dicha interpretación, es importante de que los empresarios hoteleros se capaciten en atención y servicio al cliente y de igual manera en planes de inversión turística para así brindar un servicio más completo a la demanda de la zona

Alimentos y Bebidas	Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento.	X		Considerando el 100% de los establecimientos de A&B registrados en la Cámara Provincial de Turismo, el 90% menciona que tienen incidencia directa con las actividades turísticas desarrolladas en la zona, ya que la alimentación típica es una de las fortalezas de la ciudad de Latacunga, mientras que el 10% de servidores de A&B dicen que no tienen incidencia debido a que el servicio ofertado es más para la población en general.	En este apéndice, es indispensable tomar en cuenta la importancia de la inversión turística y de las mejores en el servicio de A&B, ya de que de ellos depende la oferta y abastecimiento gastronómico de los visitantes, por ende se necesita implementar espacios acorde a la demanda.
Operación	La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Se realizará a través de Agencias Operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente	X		En este apartado, lastimosamente no existe información sobre las operadoras de turismo afiliadas a la Cámara Provincial, sin embargo se realizó visitas a los establecimientos en los que supieron manifestar que la incidencia de las actividades en la economía de los operadores tiene una repercusión del 90% ya que de eso depende la subsistencia de la familia y	Si bien es cierto los operadores turísticos de la zona se han desvinculado de la Cámara Provincial de Turismo debido a la ineptitud profesional, es importante de que este servicio, forme un club o asociación en donde se



	<p>autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento</p>				<p>del negocio, mientras que el 10% dice que la operación para ellos es un hobby ya que tienen actividades económicas alternas como la docencia que son la principal fuente de ingreso.</p>	<p>establezcan parámetros que rijan la actividad turística de la zona</p>
Intermediación	<p>La actividad de intermediación es la ejercida por Agencias de Servicios Turísticos las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las Agencias de Servicios Turísticos pueden ser dos clases: Agencias de Viajes Internacionales, Agencias de Viajes Mayoristas y Agencias Duales. Son Organizadoras de Eventos Congresos y Convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la</p>			X	<p>Este tipo de servicio no existe registros en la ciudad de Latacunga ya que la principal fortaleza de esta ciudad es netamente la operación de tours y la gastronomía. Sin embargo existen centros de capacitación que no forman parte de la planta turística, por tal razón no existe ninguna incidencia en la economía.</p>	<p>La decisión a tomar en este apartado sería la formación de grupos intermediarios que formen parte del sistema turístico, de tal manera que los diferentes eventos organizados por dichas instituciones estén directamente vinculados con el servicio turístico ofertado en la ciudad de Latacunga.</p>

	organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial					
Transportación	Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación.			X	Al igual que en la intermediación, el servicio de transportación es muy escaso en la ciudad de Latacunga y mucho más en el centro histórico de la misma, a tal punto que existe una sola empresa de transporte turístico en la ciudad, la misma que trabaja con instituciones publicas y privadas de la zona brindado el servicio de transporte a diferentes destinos del Ecuador	Para mejorar este servicio se debería implementar un plan de dinamización turística que incite a las personas a invertir en el servicio de transporte ya que este es muy escaso en la zona, fortaleciendo así la planta y la oferta turística de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

Al interpretar el resultado de la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de Latacunga, se deduce que los establecimientos hoteleros han enfocado “su servicio a otros sectores como es la producción, la educación, a los negocios menos al sector turístico debido a que este no ha tenido un mayor desarrollo en la ciudad” **(Sampedro S. J., 2014)**. En el caso de alimentos y bebidas, es importante conocer que gran parte de los establecimientos registrados tienen una incidencia bastante significativa en torno a las actividades turísticas, dado que “los turistas visitan la ciudad de Latacunga por la calidad de nuestra gente y por las delicias culinarias que se prepara y de la misma manera por la accesibilidad de los costos” **(Garzón, 2014)**. Por último, en el caso de los operadores turísticos, se dice que: “la actividad que se desarrolla es la que da de alimentar a la familia y la que paga deudas, no es un hobby es un trabajo serio y de mucho sacrificio con la intención de brindar calidad en el servicio turístico ofertado” **(Guerrero, 2014)**

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA TÉCNICA PARA LA DINAMIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.**

#### **5.1 INTRODUCCIÓN.**

Después de realizar una amplia investigación sobre la realidad social, económica y turística que vive la ciudad de Latacunga, en especial los prestadores de servicios turísticos, es importante realizar varias propuestas que permitan tomar decisiones a las autoridades gubernamentales como a los gerentes de los diferentes servicios turísticos en torno al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Latacunga de una manera organizada y que de esa forma los prestadores de servicios turísticos vean en el turismo una alternativa de desarrollo, de crecimiento personal y profesional y como una oportunidad laboral y no la consideren como una traba a las distintas actividades que cotidianamente desarrollan.

En ese sentido, en este apéndice se pretende proponer varias estrategias a los servidores turísticos para que la consideren en pos del desarrollo de la ciudad de Latacunga.

#### **5.2. PROPUESTA.**

##### **5.2.1 Creación Del Club De Productos Turísticos**

Comprendiendo que los países en vías de desarrollo presentan oportunidades para su desarrollo a través del turismo, si bien, en muchas ocasiones no se diseñan y crean productos y/o actividades turísticas de forma adecuada. En este sentido, en los últimos años han aparecido nuevas herramientas que pueden ayudar a promocionar y comercializar mejor un destino turístico específico, sobre todo, con la finalidad de mejorar el desarrollo socioeconómico de un destino a través de la actividad turística. Es el caso del club de producto. Esta herramienta puede ayudar a mejorar una zona geográfica como destino turístico a través de la

creación de actividades turísticas, y a contribuir a mejorar el nivel de calidad de vida de la población del destino a través de la creación de empleo y de la creación de nuevas empresas, sobre todo, en aquellas zonas localizadas en los países en vías de desarrollo, donde el turismo puede ayudar a mitigar la pobreza.

Ahora bien, “el estudio de club de producto ha venido generando importancia para los académicos e investigadores durante los últimos tiempos, si bien, se configura como una nueva modalidad para promocionar y comercializar un destino, producto o actividad turística” **(Portillo, 2011)**.

Así, para **(Porter, 1987)**, el club de producto hace referencia a “los grupos estratégicos de empresas que mantienen altos niveles de similitud en su orientación, reforzándose al enfrentarse con el diamante de la competitividad y asentados en la generalización e importancia de la concentración geográfica de sus actividades”.

Por tanto, el diseño, creación y puesta en marcha de un club de producto tiene unas características propias según: **(Pérez Serradilla, 2012)**:

- \* Se forman alrededor de una idea o producto común, y generalmente genera sinergias entre todos los *stakeholders*, lo que a su vez, genera una reducción de los costes, especialmente de promoción y comercialización.
- \* Los intereses comunes prevalecen sobre los individuales, creando un fortalecimiento frente al mercado y frente a las instituciones.
- \* Organiza la promoción de los destinos tomando como eje un producto identificado, es decir, una marca única, facilitando la promoción y la presencia en catálogos, ferias, foros e internet.
- \* Nivel homogéneo de calidad y prestación de servicios que repercute en una mayor eficiencia en la gestión estableciendo estrategias empresariales comunes.

Por tanto, la puesta en marcha de un club de producto genera diversos beneficios, a las que hay que sumarle que puede generar en un destino el aumento del desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, generando más recursos económicos en el destino, posibilitando el aumento de la creación tanto de nuevas empresas como de empleo. Así, esta herramienta también ayuda a mejorar los productos y/o actividades ya existentes en el destino.

Imagen # 7

## Beneficios del Club de productos turísticos

BENEFICIO...	...para los integrantes	...para los turistas	...para la población
	Oportunidades de negocio.	Nuevas ofertas.	Nuevos empleos.
	Mayor promoción del destino.	Diversificación de servicios.	Desarrollo socioeconómico.
	Fortalecimiento de la imagen del destino.	Mayor confianza en el producto/actividad.	Creación de empresas.
	Más apoyo institucional para las empresas.	Mayor lealtad a los productos.	Aumento de la imagen del destino.
	Mejora de la comercialización.		
	Nuevas formas de gestión.		
	Costes más bajos.		

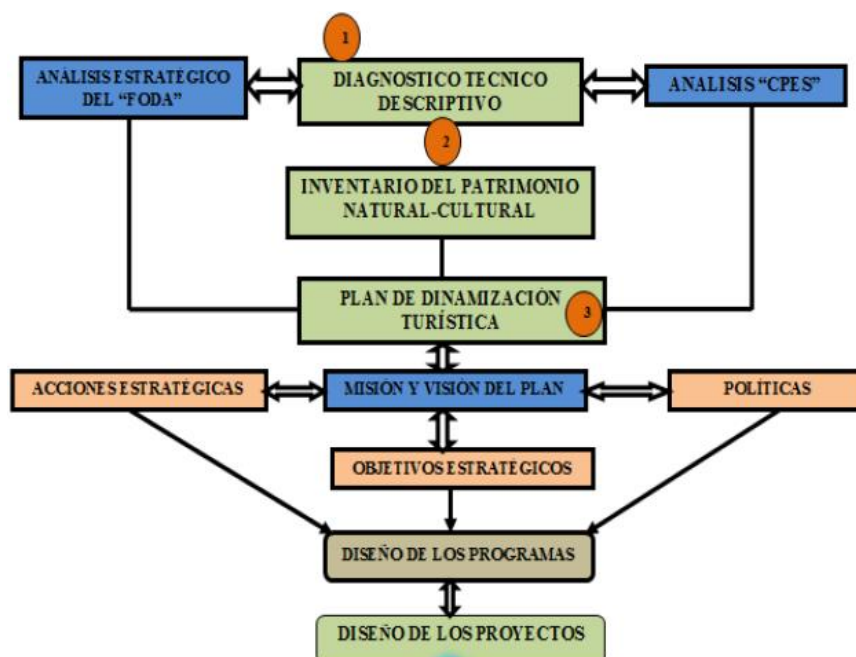
Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

## 5.2.2. Plan de Dinamización turística

La estructuración del plan está dirigida a insertar al turismo como una nueva alternativa de desarrollo que permita visualizar el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales y expresiones culturales con que cuenta la zona; para aquello la propuesta está determinada de la siguiente forma:

Imagen # 8

## Estructura del plan de dinamización turística.



Elaborado por: Ing. Javier Mullo Sosa

### **5.2.2.1 Misión y Visión del Plan**

#### **Misión**

Lograr que el presente Plan sea una herramienta de gestión y administración que integre, organice, oriente, dirija, coordine, ejecute y supervise los programas y proyectos del desarrollo turístico en todos los ámbitos de actuación, buscando posesionar a la ciudad de Latacunga como un destino turístico de orden regional, nacional e internacional.

#### **Visión**

Conseguir que hasta el año 2018 Latacunga se posea y consolide en el mercado turístico como una ciudad líder en la práctica de turismo sostenible, garantizando la calidad y seguridad de sus productos y servicios, generando oportunidades de empleo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes para ello se garantizará la innovación, conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para la práctica del turismo alternativo.

### **5.2.2.2 Acciones Estratégicas**

Entre las acciones a efectuarse para la buena articulación del Plan están las siguientes:

- \* Cambio de actitud y aptitud de los socios en valores interpersonales morales con el fin de impulsar una participación sociocultural activa amena y socialmente responsable.
- \* Convenios con las organizaciones sociales de carácter gubernamental y no gubernamental que viabilice la articulación de programas, proyectos que ayuden al desarrollo de la zona.
- \* Diseño, articulación y comercialización de los servicios, facilidades e infraestructura turística en los mercados nacionales e internacionales.
- \* Generación de fuentes de trabajo.
- \* Investigación permanente sobre la conservación, preservación y aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y cultural de la comunidad.
- \* La Organización y capacitación de los actores sociales.
- \* Relaciones interpersonales y seguridad.

### 5.2.2.3. Objetivos estratégicos

Entre los objetivos que contribuirán a la dinamización turística están:

- \* Lograr en los mercados nacionales e internacionales la oferta de los productos y servicios turísticos que posee la ciudad de Latacunga, mediante la aplicación de estrategias de Marketing Turístico para lograr la captación de los clientes que deseen participar en la operación turística.
- \* Consolidar a Latacunga como una zona turística de crecimiento óptimo organizado de forma sostenible a nivel regional mediante el aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales con los que cuenta para mejorar la calidad de vida de la población local.
- \* Diseñar un turismo abierto y expandible de forma que los espacios naturales propios y de localidades vecinas formen parte ineludible de la oferta turística mediante la participación activa de la población local para alcanzar una organización sólida entre los actores sociales y fomentar la seguridad para los visitantes.
- \* Desarrollar actividades recreacionales, educativas, y de investigación de forma dimensionado en el tiempo y en el espacio mediante la adopción de medidas que nos permitan alcanzar la estacionalidad cero para evitar la concentración de corrientes turísticas en periodos de tiempo muy reducidos y tener la capacidad de acogida sin vulnerar la capacidad de carga.
- \* Establecer políticas comunitarias mediante la adopción de medidas, normas, leyes que permita el control de las actividades socioeconómicas para lograr un adecuado crecimiento en función a la organización de los actores.
- \* Generar capacitación, orientación y socialización permanente del plan mediante la participación de especialistas en la materia para concientizar y focalizar a la población sobre los ejes de desarrollo y su participación para cumplir con las propuestas planteadas.
- \* Diseñar programas de preservación y gestión sostenible del patrimonio ambiental y cultural a través de una adecuada investigación con la finalidad de crear conciencia ambiental y valoración sociocultural en los integrantes de la zona.



- \* Lograr una adecuada articulación de facilidades e infraestructura turística mediante la gestión, planificación y ejecución de iniciativas comunitarias para lograr una oferta turística de calidad a los visitantes.
- \* Elaborar un plan de marketing turística con el fin de vender el producto turístico existente dentro de la comunidad para lograr la afluencia de visitantes nacionales e internacionales.
- \* Buscar alianzas estratégicas en las entidades públicas y privadas que dediquen a la actividad turística mediante la autogestión con el fin de constar en los paquetes que ofertan para la operación.
- \* Establecer una comunicación permanente entre las autoridades y sus dirigidos mediante el dialogo, participación, solvencia y resolución de conflictos para combatir la ignorancia y consolidar a la organización como entidad competitiva, creativa e impulsora.
- \* Lograr la generación de trabajo dentro de la comunidad mediante la inserción de proyectos productivos y la práctica de la actividad turística para combatir la pobreza y lograr un crecimiento social equitativo.

Los objetivos estratégicos son ejes orientadoras que permite focalizar estratégicamente las acciones que impiden el desarrollo de un sector a una nueva forma de planificación aplicando herramientas que permita cumplir con la propuesta planteada en función a las iniciativas colectivas e individual de un grupo social.

## 6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Al analizar los objetivos propuestos en la presente investigación, es conveniente presentar los resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos planteados, es así que:

- \* Al analizar teóricamente la dinámica del turismo, se comprobó que todas las ciudades del mundo tienen su respectiva importancia en cuanto a turismo se refiere, de una manera especial la ciudad de Latacunga ya que esta tiene características especiales y por ende las actividades turísticas desarrolladas en dicha ciudad tienen una característica especial, la misma que sintetiza en una palabra, COLONIAL, razón por la cual la gran cantidad de tour-operadores ubicados en el centro histórico de Latacunga subsisten gracias a la incidencia de las actividades turísticas.
- \* Otro de los resultados importantes fue la elaboración del FODA y el levantamiento de la línea base de la zona que fue objeto de estudio, ya que esta metodología FODA arrojó las posibles estrategias que se deben tomar en cuenta para el buen desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Latacunga.
- \* Uno de los resultados esperados fue justamente la medición de la incidencia de las actividades turísticas en la economía de los servidores turísticos del centro histórico de Latacunga, la misma que indica datos importantes, uno de ellos es la subsistencia de familias y empresas en torno al desarrollo y a la venta de productos turísticos a visitantes nacionales y extranjeros. Es allí en donde se considera la innovación de actividades y proyectos turísticos para una mejor dinamización del objeto de estudio.
- \* Por último, la presente investigación arroja varias propuestas a considerar para la dinamización del centro histórico de la ciudad de Latacunga, las mismas que permitan generar fuentes de empleo, seguridad ciudadana y desarrollo local, estas estrategias son, la creación de un club de productos turísticos, la generación de un plan de dinamización turística para la ciudad de Latacunga.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de  
[www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto\\_turistico/Fit/fit/.../Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/.../Amazonas.pdf)
- Turistas Visitaron el Ecuador en el 2012. (Enero de 2013). Quito, Ecuador.
- Acerenza, M. A. (2006). *Aspectos Económicos, Socio Económicos, Socio - Culturales y Ambientales del Turismo*. Mexico: Trillas.
- Bercial, R. Á., & Timón, D. A. (2005). NUEVAS TENDENCIAS EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS.
- Betty de la Hoz Suarez, M. A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media. *Revista de Ciencias Sociales*, 88-109.
- Briceño de Gomez, M. Y. (Junio de 2008). La servucción y la calidad en la fabricación del servicio. *Vision Gerencial*, 21 - 32.
- Briceño de Gómez, M. Y. (2008). La Servucción y la Calidad en la Fabricación del Servicio. *Visión Gerencial*, 21 - 32.
- Carmelo, L., & Ginés, M. (1997). Economía del Turismo. *Economía Aplicada*, 5(15), 71 - 109.
- Cotopaxi, C. P. (2013). Guia de Prestadores turísticos de Cotopaxi. *CAPTUR COTOPAXI*, 24.
- EIGLIER, P. y. (1998). *Servucción: El Marketing del servicio*. España: McGraw-Hill.
- España, R. (Marzo de 2012). El Sector Turístico Ecuatoriano. Situación Actual y Perspectivas. 80. Quito, Pichincha, Ecuador.
- España, R. (Marzo de 2012). El Sector Turístico Ecuatoriano. Situación Actual y Perspectivas. Quito, Pichincha , Ecuador.
- Fernandez, G., & Aldo, G. (Octubre de 2003). *Informar, sensibilizar y educar para un turismo sostenible*.
- GAD Municipal de Latacunga. (2011). Diagnóstico Estratégico Cantonal. *Plan de Ordenamiento Territorial de Latacunga*. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
- GAD Municipal de Latacunga. (s.f.). Diagnóstico Estratégico Cantonal. *Plan de Ordenamiento Territorial de Latacunga*. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
- Garzón, S. M. (13 de Diciembre de 2014). Incidencia de las actividades turísticas en la economía. (I. J. Mullo, Entrevistador)
- Guerrero, S. I. (17 de Diciembre de 2014). Incidencia de las actividades turísticas en la economía . (I. J. Mullo, Entrevistador)

- Manuel, F. P. (2000). *Introducción al estudio económico del turismo*. Madrid: Civitas.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (2010). *MINCETUR - Turismo*. Obtenido de [www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto\\_turistico/Fit/fit/.../Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/.../Amazonas.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2005). Proyecto de oferta de alojamiento de hogares. En M. d. Turismo. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2014 Enero). *Boletín N°1 Principales Indicadores de Turismo*. Quito.
- OMT. (2003).
- Pérez Serradilla, M. y. (2012). *El club de producto como herramienta de comercialización de productos turísticos*. Sevilla.
- PEREZ, M. (2009). Manual del Turismo Sostenible. 2009, 44.
- Porter, M. (1987). *From competitive advantage to corporate strategy*. Cambridge: Harvard Business.
- Portillo, B. (2011). *El club del producto ecoturístico en España: Un método para su configuración y evaluación*. Madrid.
- Salinas, E. (2002). *Ordenación y Planificación de los espacios turísticos*. Génova.
- Sampedro, I. M. (20 de Agosto de 2014). Las inversiones turísticas en el cantón Latacunga. (I. J. Mullo, Entrevistador)
- Sampedro, S. J. (3 de Diciembre de 2014). Incidencia de las actividades turísticas en la economía de los Servidores turísticos. (I. J. Mullo, Entrevistador)
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- TORD, H. (6 de MAYO de 2013). QUE ES UN HOTEL BOUTIQUE. *COMERCIO.PE*.
- Turismo, M. d. (2004). Metodología Para el Inventario de Atractivos Turísticos. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Turismo, M. d. (2004). Metodología Para el Inventario de Atractivos Turísticos. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Turismo, M. d. (2007). *PLANDETUR 2020*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Universidad Tecnológica Equinoccial, U. (20). <http://www.ute.edu.ec/DefaultDGP.aspx?idPortal=8&idCategoria=623&idSeccion=584&idCarrera=5&idIdioma=1>. Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de




<http://www.ute.edu.ec/DefaultDGP.aspx?idPortal=8&idCategoria=623&idSeccion=584&idCarrera=5&idIdioma=1>.

Villacis, C. (Enero de 2012). Teoría del Turismo Sostenible. *Teoría del Turismo Sostenible*. Quito, Pichincha, Ecuador: UTE.

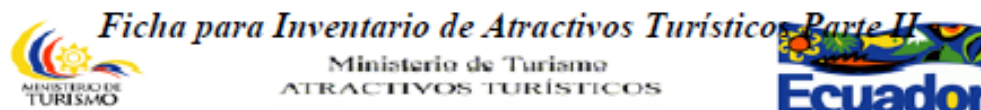
## 8. ANEXOS

## ANEXO 1

*Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos Parte I*

  		
<b>1.1 DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR:.....		1.2 FICHA N°:.....
SUPERVISOR EVALUADOR:.....		1.4 FECHA: .....
NOMBRE DEL ATRACTIVO:.....		
CATEGORIA:.....	TIPO:.....	SUBTIPO:.....
<b>2 UBICACIÓN</b>		
PROVINCIA:.....	CANTÓN:.....	PARROQUIA:.....
CALLE:.....	NUMERO:.....	TRANSVERSAL:.....
<b>3 CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO:.....		DISTANCIA (Km):.....
NOMBRE DEL POBLADO:.....		DISTANCIA (Km):.....
<b>4 CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>		
V		
A		
C	ALTURA (M.S.N.M):.....	TEMPERATURA (Grad.Cent):.....
L		
O		
A		
E		
L		
N		
I		
T		
R		
D		
i		
N		
A		
S		
E		
D		
C		
O		

## ANEXO II



C A L O R I E X D I T A R I O D E C O	4. USOS (SIMBOLISMO)			5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
				ALTERADO..... <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO..... <input type="checkbox"/>
				DETERIORADO..... <input type="checkbox"/>	CONSERVADO..... <input type="checkbox"/>
				EN PROCESO DE DETERIORO..... <input type="checkbox"/>	
				CAUSAS:.....	
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):			6. ENTORNO		
			CONSERVACIÓN..... <input type="checkbox"/>		EN PROCESO DE DETERIORO..... <input type="checkbox"/>
			DETERIORADO..... <input type="checkbox"/>		
			CAUSAS:.....		

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	
P TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO
	LASTRADO				AUTOMOVIL					
	EMPEDRADO				4X4					
	SENDERO				TREN					
O ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO					DÍAS AL MES
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
Y AEREO					OTROS					HORAS AL DÍA
					AVIÓN					
					AVIONETA					
					HELICÓPTEROS					
O	OBSERVACIONES:.....									

## ANEXO III

*Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos Parte III*

Ministerio de Turismo  
ATRATIVOS TURÍSTICOS

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORIAS										
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTROS
	No ESTABLE	PLAZAS	No ESTABLE	PLAZAS	No ESTABLE	PLAZAS	No ESTABLE	PLAZAS	No ESTABLE	PLAZAS	
ALOJAMIENTO											
ALIMENTACIÓN											
ESPARCIMIENTO											

AGENCIA DE VIAJE:.....  ALMACENES DE ARTESANIAS:.....   
 CORREO:.....  TELEFONOS, FAX, TELEX:.....  OTROS:.....

OBSERVACIONES:.....

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA****9.1 ACUA:**

DOTABLE:.....  ENTUBADA:.....  TRATADA:.....  DE POZO:.....  NO EXISTE:.....  OTROS:.....

**9.2 ENERGIA ELÉCTRICA**

SISTEMA INTERCONECTADO:.....  GENERADOR:.....  NO EXISTE:.....  OTROS:.....

**9.3 ALACANTARILLADO**

RED PÚBLICA:.....  POZO CIEGO:.....  POZO SEPTICO:.....  NO EXISTE:.....  OTROS:.....

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILOMETROS:.....

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

LOCAL:.....  NACIONAL:.....

PROVINCIAL:.....  INTERNACIONAL:.....











