

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

### CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

#### MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO

---

**Tema:** “RECURSOS NATURALES Y CULTURALES Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN LA COMUNIDAD COTOPILALÓ EN LA PARROQUIA TOACASO DEL CANTÓN LATACUNGA”

---

#### Trabajo de Investigación

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Gerencia de Proyectos de Ecoturismo

**Autor:** Ing. Iza Anguisaca Xavier Leonidas

**Director:** Ing. Mg. Morales Fiallos Fabián Rodrigo

Ambato - Ecuador

2011

Al Consejo de Posgrado de la UTA

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: “Recursos Naturales y Culturales y su Incidencia en el Desarrollo del Ecoturismo en la Comunidad Cotopilaló en la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga”, presentado por: Ing. *Xavier Leonidas Iza Anguisaca* y conformada por: Licda. Mg. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz, Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos, Dra. Mg. Carmita del Rocío Núñez López Miembros del Tribunal, *Ing. Mg. Fabián Rodrigo Morales Fiallos*, Director del Trabajo de investigación y presidido por Dr. José Romero, Presidente del Tribunal; Ing. Juan Garcés Chávez, Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las en la bibliotecas de la UTA.

-----  
Dr. José Romero

Presidente del Tribunal de Defensa

-----  
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez

DIRECTOR CEPOS

-----  
Ing. Mg. Fabián Rodrigo Morales Fiallos.  
Director del Trabajo de Investigación

-----  
Lcda. Mg. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz  
Miembro del Tribunal

-----  
Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos  
Miembro del Tribunal

-----  
Dra. Mg. Carmen del Rocío Núñez López  
Miembro del Tribunal

## AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema “Recursos Naturales y Culturales y su Incidencia en el Desarrollo del Ecoturismo en la Comunidad Cotopilaló en la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga”, nos corresponde exclusivamente a *Xavier Leonidas Iza Anguisaca* Autor y de *Fabián Morales*, Director del Trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

-----  
Ing. Xavier Leonidas Iza Anguisaca.  
Autor

-----  
Ing. Mg. Fabián Rodrigo Morales Fiallos  
Director

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

Cedo los derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

-----  
Ing. Xavier Leonidas Iza Anguisca

## DEDICATORIA

*El presente trabajo de investigación, fruto del gran esfuerzo, dedicación y constancia dedico a Dios, por darme la fortaleza de continuar con la investigación a pesar de las adversidades que se presentan en la vida.*

*A mi esposa y a mis hijos que de una u otra manera supieron apoyarme para la culminación del estudio de la Maestría y el trabajo investigativo, a pesar de las limitantes económicas, con su esfuerzo y apoyo incondicional, hicieron posible la formación profesional.*

*El Autor*

## **AGRADECIMIENTO**

*Al culminar el presente trabajo de investigación y una etapa más de la vida profesional; es necesario hacer llegar el profundo agradecimiento a todas aquellas personas, que de una u otra forma apoyaron en el transcurrir del tiempo, para que este sueño se hiciera realidad.*

*Mi gratitud sincera a los maestros quienes día a día y de una manera generosa impartieron sus conocimientos para la formación académica y ética. Así también a mi esposa, padres y hermanos que hicieron posible para que esta investigación se posible.*

*Además un agradecimiento profundo y sincero de manera particular al ingeniero Fabián Morales Director de Tesis por su importante aporte y orientación en la ejecución de la investigación.*

*El autor.*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>Índice de Contenidos</b>	<b>Página</b>
Portada.....	i
Al Consejo de Posgrado de la UTA.....	ii
Autoría de la Investigación.....	iii
Derechos de Autor.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de Tabla.....	xii
Índice de Ilustración.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Executive Summary.....	xvii

### **CAPITULO I EL PROBLEMA1**

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1 CONTEXTUALIZACIÓN.....	1
1.1.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	4
1.2 ANÁLISIS CRÍTICO.....	5
1.3 PROGNOSIS.....	6
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.5 INTERROGANTES.....	6
1.6 DELIMITACIÓN DEL CONTENIDO.....	6
1.7 JUSTIFICACIÓN.....	7
1.8 Objetivos.....	8
1.8.1 Objetivo general.....	8
1.8.2 Objetivos específicos.....	9

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	10
2.2 Fundamentación filosófica .....	12
2.3 Fundamentación Sociológica .....	12
2.4 Fundamentación Axiológica .....	13
2.5 Fundamentación Legal .....	13
2.6 Estrategias Fundamentales .....	16
2.7 DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES .....	19
2.7.1 Recursos naturales .....	19
2.7.2 Modalidades del turismo rural .....	19
2.7.3 Modalidades de turismo rural .....	20
2.7.4 Ecoturismo .....	20
2.7.5 Actividades turísticas .....	20
2.7.6 Guía .....	22
2.7.7 Turismo comunitario .....	23
2.7.8 Turismo de aventura .....	23
2.8 Recursos Culturales .....	24
2.8.1 Costumbres .....	24
2.8.2 Tradiciones .....	24
2.8.3 Cosmovisión .....	24
2.8.4 Comunidad .....	25
2.9 Mercado turístico .....	25
2.9.1 Oferta turística .....	25
2.9.2 Servicios turísticos .....	25
2.9.3 Producto turístico .....	26
2.10 Infraestructura turística .....	27
2.11 Demanda Turística .....	27
2.11.1 Turismo interno .....	27
2.11.2 Turismo receptivo .....	28
2.12 Marca turística .....	28
2.13 Empresa turística .....	29

2.14	Medios de difusión .....	29
2.14.1	Mercadotecnia.....	29
2.14.2	Publicidad.....	29
2.14.3	Relaciones públicas.....	30
2.15	Hipótesis .....	31
2.16	Señalamiento de Variables .....	31

### **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

3.1	Enfoque .....	32
3.2	Modalidad básica de la investigación .....	33
3.3	Nivel o tipo de investigación .....	33
3.4	Población y muestra .....	34
3.4.1	Población .....	34
3.4.2	Muestra .....	34
3.5	Operacionalización de variables .....	35
3.6	Técnicas de Recolección de Información .....	37
3.6.1	Recolección de la información .....	37
3.7	Plan de Procesamiento y Análisis.....	38

### **CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1	Análisis e interpretación de los resultados de la comunidad y los dirigentes de la organización.....	40
4.2	Análisis e interpretación de los prestadores de servicios del Cantón Latacunga.....	48
4.3	Análisis de la oferta .....	57
4.3.1	Análisis de la oferta complementaria.....	57
4.4	Análisis de los canales de distribución y comercialización .....	64

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones .....	65
5.1 Recomendaciones .....	66

**CAPÍTULO VI**  
**PROPUESTA**

6.1. Título de la propuesta .....	68
6.2 Antecedentes de la propuesta .....	68
6.3 Justificación .....	70
6.4 Objetivos .....	72
6.4.1 Objetivo General .....	72
6.4.2 Específicos .....	72
6.5 Análisis de factibilidad.....	72
6.5.1 Factibilidad técnica.....	72
6.5.2 Factibilidad económica.....	73
6.5.3 Factibilidad social .....	73
6.6 Fundamentación .....	74
6.7 Fundamentación legal.....	74
6.8 Metodología, Modelo Operativo .....	76
6.9 Recursos Turísticos de la Comunidad .....	79
6.9.1 Sitios naturales.....	79
6.9.2 Recursos Culturales .....	82
6.10 Diseño de Productos Turísticos .....	83
6.10.1 Análisis de precios del producto turístico Cotopilaló .....	89
6.11 Estrategias de Promoción.....	93
6.11 Administración .....	99
6.12 Organigrama Estructural.....	100
6.13 Organigrama Funcional .....	100
6.14 Prevención de la Evaluación.....	106
6.15 Feed Back / Retroalimentación .....	108
<b>c. MATERIALES DE REFERENCIA.....</b>	<b>109</b>

BIBLIOGRAFÍA.....	109
ANEXO 1 .....	112
ANEXO 2 .....	113
ANEXO 3 .....	114
ANEXO 4 .....	115
ANEXO 5 .....	116
ANEXO 6 .....	117
ANEXO 7 .....	118
ANEXO 8 .....	118
ANEXO 9 .....	119
ANEXO 10 .....	120
ANEXO 11 .....	121

## CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1; Operacionalización de Variables .....	35
Tabla 2; Operacionalización de variables.....	36
Tabla 3; Plan de recolección de información.....	38
Tabla 4; Matriz Poblacional .....	39
Tabla 5; ENCUESTAS APLICADAS SEGÚN EL GÉNERO .....	40
Tabla 6; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD.....	41
Tabla 7; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL NIVEL DE EDUCACIÓN	42
Tabla 8; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL ATRACTIVO NATURAL	43
Tabla 9; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL ATRACTIVO CULTURAL	44
Tabla 10; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LAS ACTIVIDADES .....	45
Tabla 11; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA ZONA DE AMORTIGUAMIENTO.....	46
Tabla 12; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA DISPONIBILIDAD .....	47
Tabla 13; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL GÉNERO .....	48
Tabla 14; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD.....	49
Tabla 15; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL NIVEL DE EDUCACIÓN.....	50
Tabla 16; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LA MODALIDAD DE TURISMO.....	51
Tabla 17; TOUR OPERADORA ENCUESTADO SEGÚN EL TIPO DE TURISTA	52
Tabla 18; TOUR OPERADORAS ENCUESTADAS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIOS OFERTADOS.....	53
Tabla 19; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL TIPO DE PAQUETE TURÍSTICO QUE COMERCIALIZAN.....	54
Tabla 20; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN .....	55
Tabla 21; TOURS OPERADORAS ENCUESTADOS SEGÚN LA CAPACIDAD DE GASTO.....	56
Tabla 22; HOTELES Y RESIDENCIALES REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI. ....	57

Tabla 23; HOSTERÍAS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI. ....	59
Tabla 24; RESTAURANTES Y ASADEROS REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI. ....	60
Tabla 25; DISCOTECAS Y KARAOQUES REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI. ....	63
Tabla 26; MODELO OPERATIVO (CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES) .....	78
Tabla 27; ESCALAR ILINIZA NORTE 1 PAX.....	89
Tabla 28; ESCALAR ILINIZA NORTE 2 PAX.....	89
<b>Tabla 29; ESCALAR ILINIZA NORTE 3 PAX .....</b>	<b>90</b>
Tabla 30; BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 1 PAX.....	90
Tabla 31; BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 2 PAX.....	91
Tabla 32; BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 3 PAX.....	91
Tabla 33; TURISMO COMUNITARIO 1 PAX .....	92
Tabla 34; TURISMO COMUNITARIO 2 PAX .....	92
Tabla 35; TURISMO COMUNITARIO 3 PAX .....	93
Tabla 36; PLANIFICACIÓN FINANCIERA .....	104
Tabla 37; MODELO DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE .....	107

## CONTENIDO DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1; Árbol de problemas .....	4
Ilustración 2; Estrategias Fundamentales .....	16
Ilustración 3; Variable dependiente .....	17
Ilustración 4; Variable Independiente .....	18

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO**

**TEMA:** “Recursos Naturales y Culturales y su Incidencia en el Desarrollo del Ecoturismo en la Comunidad Cotopilaló en la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga”

**Autor:** Ing. Xavier Leonidas Iza Anguisaca

**Director:** Ing. Mg.Fabián Rodrigo Morales Fiallos

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación está basada en el estudio técnico para la elaboración de la propuesta para el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales de la comunidad Cotopilaló, perteneciente a la parroquia de Toacaso del cantón Latacunga.

Por lo tanto el presente documento es un instrumento de desarrollo sostenible de la comunidad, con el cual se traza las estrategias y directrices generales para la formulación del producto turístico de la localidad, tomando como referencias las potencialidades turísticas naturales y culturales de la comunidad y través de la cual se pueda definir, promocionar y comercializar un producto con identidad local.

En este contexto se describe cada uno de los circuitos y rutas turísticas diseñadas a partir de los recursos naturales y culturales de la comunidad y la zona de influencia, para la cual se analiza los servicios que se pueden ofertar para el

desarrollo de los tours en la comunidad, ya que forma parte de la Reserva Ecológica los Ilinizas.

En este estudio se aplicó las diferentes técnicas y métodos recopilados en diferentes fuentes, así mismo la experiencia en la administración de forma empírica en la comunidad; parámetros que son importantes para el diseño de los circuitos y rutas, además la aplicación de las diferentes herramientas de recolección de información primaria y secundaria, se llegó a conocer las preferencias de los turistas, también el análisis minucioso de los medios comúnmente utilizadas por los turistas nacionales y extranjeros para realizar sus viajes.

En la propuesta, constan las rutas, los medios de difusión y promoción turística, el orgánico estructural para la definición de un modelo administrativo y el presupuesto global del costo tentativo para la implementación del proyecto, así también la propuesta se enmarca en el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales de la Reserva Ecológica los Ilinizas y los recursos culturales de la comunidad.

**TECHNIQUE UNIVERSITY OF AMBATO**  
**CENTRE STUDIES OF POSTGRADUATE**  
**SCIENCES HUMAN AND EDUCATION FACULTY**  
**MASTER IN MANAGEMENT OF PROJECTS IN ECO-TOURISM**

**TOPIC:** "Natural and Cultural Resources and his Incidence in the Development of the Ecotourism in Cotopilaló Community in the Parish Toacaso of Canton Latacunga"

**Author:** Ing. Xavier Leonidas Iza Anguisaca

**Director:** Ing. Mg. Fabián Rodrigo Morales Fiallos

**EXECUTIVE SUMMARY**

This investigation is based on the technical study for the elaboration of the proposition for the sustainable use of natural and cultural resources of Cotopilaló community, belonging to the parish Toacaso of the Canton Latacunga. Therefore this document is an instrument of sustainable development of the community, which will trace the strategies and guidelines for the formulation of the tourist product, taking as reference the natural and cultural tourist potential of the community and through which you can define, promote and market a product with local identity.

In this context is described each of the circuits and tourist routes designed by the natural and cultural resources of the community and the zone of influence, for which discusses the services that can bid for the development of the tours in the community, as part of the the Ilinizas ecological reserve. In this study was applied different techniques and methods compiled in different sources, likewise the experience in the administration of empirically in the community; parameters that are important to the design of circuits and routes, also the implementation of the various tools of gathering primary information and second information, came to be

known preferences of tourists, also meticulous analysis of the media commonly used by national and foreign tourists for their travel.

In the proposal, set routes, the media and promoting tourism, the professional structural to the definition of an administrative model and the overall budget of the tentative cost for the implementation of the project, thus also the proposal is part of the sustainable use of natural resources of the Ilinizas ecological reserve and the cultural resources of the community.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible del ecoturismo y turismo comunitario en las áreas protegidas y las comunidades indígenas que guardan un gran valor cultural, desarrolladas por iniciativas locales son muy importantes para el desarrollo socio económico de la población involucrada de forma directa e indirecta; tal es el caso que en los últimos dos años a mejorado los ingresos de los recursos económicos por esta actividad al menos en un 10%.

Es así que el con las campañas de promoción y difusión desarrolladas por el Ministerio de Turismo está posesionándose en el mercado turístico internacional, por lo que no es solamente un lugar de paso, sino más bien un destino turístico en América Latina, en este mismo contexto se puede notar que la Provincia de Cotopaxi, está transformándose en un lugar de distracción, aventura y recreación para los turistas nacionales e internacionales, ya que posee una gama de atractivos focales e importantes para los turistas; como el Volcán activo más alto del Mundo el Cotopaxi, la mágica Laguna del Quilotoa, los imponentes llinizas, a demás de los atractivos culturales como; la Mama Negra, el Corpus Cristi, los mercados indígenas de Saquisilí, Pujilí, Zumbahua, la convivencia de los pueblo indígenas milenarios en los páramos Andinos.

Considerando todos estos recursos importantes que posee la Provincia se puede verificar que no se ha dado a conocer los atractivos complementarios, tal vez con menos importancia pero que al realizar un producto turístico completo, se puede tomar en cuenta, y eso es lo que pretendemos con esta investigación, diversificar los diferentes productos y servicios turísticos dentro de la comunidad de la Cotopilaló. Tomando en cuenta todo lo antes expuesto la comunidad de la Cotopilaló tiene la posibilidad de poner en el mercado un producto turístico diferente con servicios de calidad para proyectar al posicionamiento en el mercado turístico en el mediano y largo plazo.

El presente documento se formuló en función al diseño de rutas y paquetes turísticos, las diferentes estrategias de promoción, difusión y comercialización del producto turístico de la localidad; conociendo a través de la aplicación de las herramientas el perfil del consumidor potencial; analizando la oferta complementaria, indicando los lugares turísticos más relevantes de la comunidad y su radio de influencia y las actividades que se puede desarrollar en los mismos, realizando alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores de turismo nacional e internacional, de la misma forma con los hoteles de la Provincia manejando un porcentaje de comisión. En este marco la investigación se encuentra dividida en capítulos, los mismos que se detallan de la siguiente manera:

**En lo que se refiere al capítulo I,** Se menciona todo lo referente al planteamiento del problema, la contextualización del problema; en la que se describe la importancia de la investigación, así también se indica el árbol de problemas con sus causa y efectos, también el planteamiento de las principales interrogantes relacionado a las variable de la investigación, seguido por la justificación y el planteamiento de los objetivos de la investigación.

**En el capítulo II;** Se realiza la investigación secundaria para la cual se realizó el análisis de los antecedentes de la investigación relacionado a documentos existentes con este tipo de información, también se realizó la fundamentación filosófica, sociológica, axiológica y legal, en este capítulo se plantea la constelación de ideas, desde el cual se enmarca en la revisión bibliográfica para fundamentar las principales teorías relacionadas a las variables de la investigación, de la cual se derivan la indagación de las actividades relacionadas al ecoturismo, turismo comunitario, la identidad cultural y los medios de promoción y difusión turística en su conjunto.

**Referente al capítulo III,** Se puede visibilizar la metodología que se utilizó en el proceso de investigación; en la que se indica las modalidades básicas de este trabajo, el tipo de investigación utilizada en el proceso de consolidación de la propuesta de acuerdo a la población y muestra a la que se aplicó la herramienta

fundamental que es la encuesta. En este marco se define la Operacionalización de las variables, se define el plan de recolección y procesamiento de la información según el requerimiento.

**En el capítulo IV;** se realiza el análisis e interpretación de los resultados, basando en la población y muestra que se aplicó las encuestas a las personas claves de la localidad y a los tour operadores de la ciudad de Latacunga que podría transformar en los aliados estratégicos para la comercialización del producto, también se realizó el análisis de los principales prestadores de servicios turísticos registrados en la Cámara de Turismo de la Provincia de Cotopaxi considerando a estos como la oferta complementaria.

**En el capítulo V;** Se mencionan las principales conclusiones y recomendaciones a la que se llegó posterior a la investigación de campo, el procesamiento de información, el análisis e interpretación de la información primaria y secundaria recopilada en todo el proceso investigativo.

**Finalmente en el capítulo VI;** Se plantea la propuesta, desde la problemática existente, con el cual se daría una alternativa socio económica a la población involucrada en la zona de intervención de la investigación, en este marco se plantea el desarrollo del ecoturismo y turismo comunitario, partiendo desde el punto de vista que la comunidad de encuentra en la zona de amortiguamiento y forma parte de la Reserva Ecológica los Ilinizas, por lo tanto se debería potencializar la riqueza natural existente y por otro lado tomando en consideración la importancia de la conservación de los recursos culturales en la comunidad en sí. En la propuesta se enmarca componentes de diseño y descripción de rutas turísticas, la difusión, promoción y comercialización de producto turístico de la localidad y el cálculo de un presupuesto global para su implementación.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 CONTEXTUALIZACIÓN**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), a partir de la segunda mitad del siglo pasado, el turismo internacional ha registrado una gran expansión, tanto en movimiento de viajeros como en generación de ingresos y puestos de trabajo, situándose como uno de los sectores líder de la economía mundial.

Por lo tanto el turismo y sus diferentes modalidades han favorecido la participación de los países en desarrollo en el mercado global, para aportar en la generación de recursos económicos, con mayor énfasis en los países subdesarrollados o considerados de tercer mundo.

El turismo en la actualidad ha animado el interés de los gobiernos de países en proceso de desarrollo por su capacidad de generar divisas a través de los recursos naturales y culturales que posee cada uno de ellos, además favorecer la inversión privada, las mismas que generan empleo en su propio territorio.

De acuerdo a la cuenta satélite del MINTUR, se conoce que desde los años setenta y ochenta, los países y los diversos gobiernos han promovido el turismo como sector importante en el crecimiento económico de cada país, coincidiendo en esa época con el movimiento de turistas en masa y algunos de estos países se construyeron en grandes centros turísticos, transformando los mismos como un destino turístico para los europeos.

El turismo tiene un gran importancia, puesto que dinamiza todo un proceso en el tema de explotación racional de los recursos naturales y se conviertan en el desarrollo socio económico de los pueblos dentro de estas se encuentran,

además con el apareamiento del ecoturismo, estas actividades han tenido un fortalecimiento impresionante, ya que se combina las actividades de ocio con el cuidado y protección de los recursos naturales y culturales dentro de un territorio determinado.

La misma cuenta satélite, indica que el turismo y el ecoturismo en el país constituyen uno de los rubros de generación de divisas más significativos con los que cuenta, al punto que ha llegado a considerarse como un sector estratégico para el desarrollo del país.

En este marco el ecoturismo constituye en una importante captación de divisas luego del petróleo y el ingreso de divisas por la migración, por lo tanto se conoce que el Ministerio de Turismo Contrató una reciente consultoría sobre los productos turísticos que posee, dentro del cual se identifica tres tipos de productos turísticos ó modalidades de turismo bien marcados y relevantes; considerando así al turismo de naturaleza ó visita a las áreas protegidas del país (Ecoturismo), turismo cultural (turismo comunitario) y de interés especial (turismo de aventura).

La Organización Mundial del Turismo (OMT); manifiesta que el está considerado como uno de los 17 países mega diversos del mundo, considerando su tamaño, pues en el país se puede encontrar gran diversidad en flora, fauna, etnias, culturas, costumbres y tradiciones ancestrales, a demás que se puede movilizar con facilidad hacia los cuatro regiones; Costa, Andes, Amazonia y Galápagos, tomando en consideración que a tan solo 4 - 5 horas del centro del país se puede acceder a las hermosas playas, gigantes montañas en los andes y visitar el pulmón del mundo que se encuentra en la Amazonía.

Con los criterios anteriores se puede deducir que el ecoturismo en la Provincia de Cotopaxi y el Cantón Latacunga conforma una red de productos que integran de manera creativa todas corrientes turísticas identificadas en la consultoría, efectuadas por el Ministerio de Turismo.

Desde esta perspectiva, los destinos eco turísticos en la Provincia de Cotopaxi cuentan con un enorme potencial, las mismas que aun no han sido aprovechados, para incidir sobre tipos de productos priorizados y captar crecientes segmentos de la demanda turística internacional, uno de los más dinámicos y globalizados de la economía.

En este contexto, dentro de la geografía de la Provincia de Cotopaxi encontramos a la Parroquia Toacaso, dentro del cual está ubicada la comunidad Cotopilaló con una riqueza turística natural y cultural sin igual, al ser poseedora de grandes nevados, cerros, montañas, páramos, bosques, restos incaicos, tradiciones, leyendas, gastronomía, y una gran diversidad de flora y fauna que provoca que propios y extraños queden fascinados ante tanta belleza, es un sector que invita al turista a sumergirse en la profundidad de sus bosques, en la maravilla de sus cerros, montañas y nevados que le ponen más cerca del cielo, a ser parte de sus tradiciones, fiestas y gastronomía, testigos admiradores de su religiosidad e identificación ancestral; toda esta riqueza hasta hoy escondida.

Por lo tanto la actividad turística en la comunidad Cotopilaló tiene un potencial impresionante, a demás que las personas como actores del desarrollo socioeconómico de la comunidad, tomando en cuenta el trabajo comunitario han sido ejemplo en la zona a través de las diferente políticas de conservación de paramos, búsqueda de alternativas económicas para evitar los problemas sociales de la migración desde la comunidad hacia las grandes ciudades del país.

### 1.1.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS

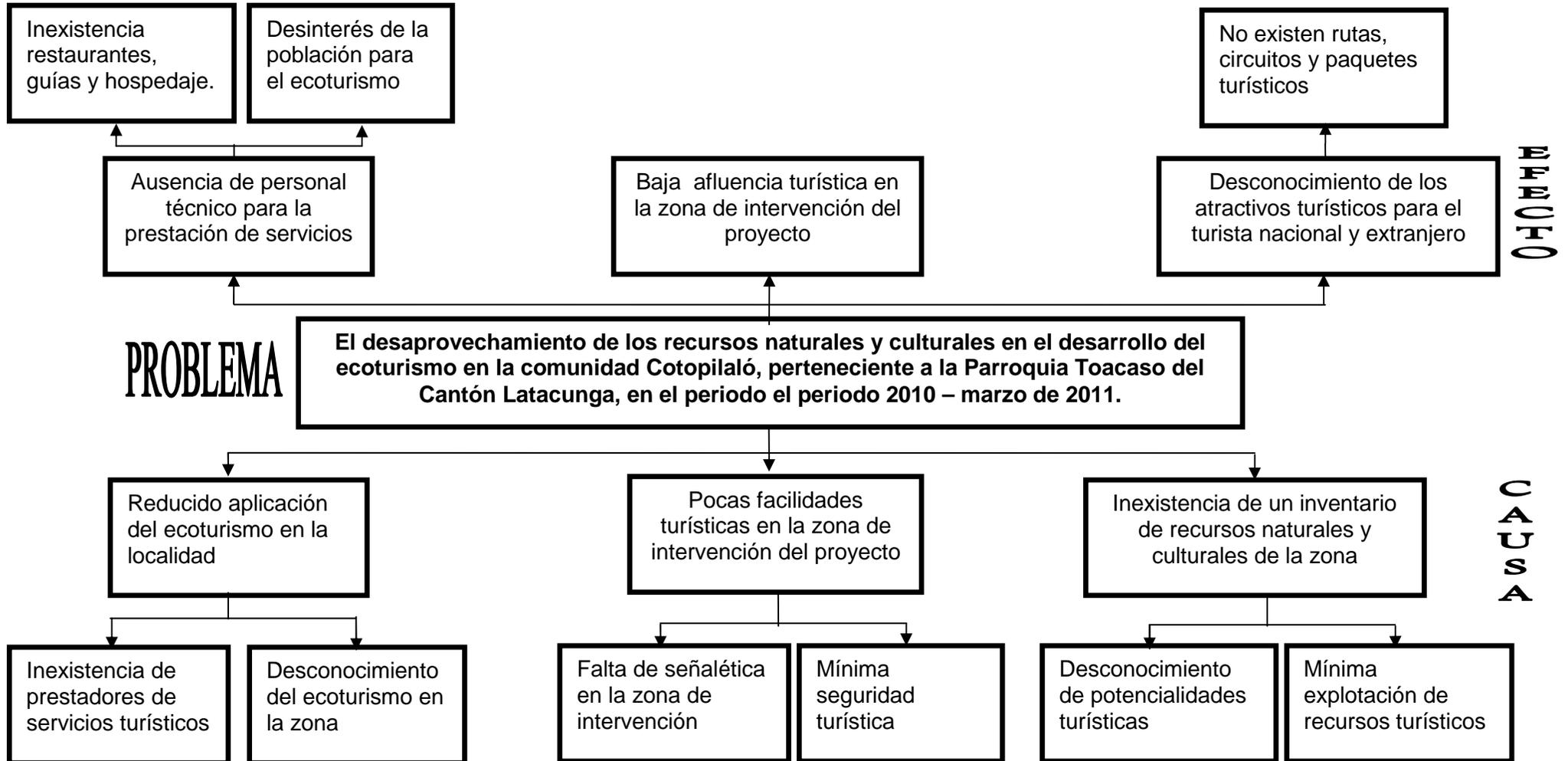


Ilustración 1; Árbol de problemas

## 1.2 ANÁLISIS CRÍTICO

Partiendo del problema central que se basa en desaprovechamiento de los recursos naturales y culturales, la cual incide en el desarrollo Ecoturístico en la comunidad Cotopilaló, perteneciente a la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga, se identifica las principales causas que genera a este problema, además los efectos que trae en relación al desarrollo sustentable del proyecto.

Siendo una de las causa fundamentales para generar el problema, el mínimo conocimiento de la población local referente al ecoturismo, la misma que está sostenida por la sub causa que se refiere a la inexistencia de prestadores de servicios turísticos y el desconocimiento del ecoturismo en la zona, todos estos enunciados traen como efecto, el no contar con personal técnico para la prestación de servicios, por lo tanto no existen inversiones privadas o comunitarias referentes a restaurantes y esto genera el desinterés del trabajo en equipo o comunitario por los miembros de la comunidad Cotopilaló.

Asimismo otra de las causas es que existe, deficiente facilidades turísticas en la zona de intervención del proyecto, refiriéndose a la falta de la señalética turística en la zona como medios de información y descripción de las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la comunidad, y la mínima seguridad, todos estos elementos hacen que la consecuencia sea la poca afluencia turística hacia la comunidad, a demás que esta mínima afluencia baya en decrecimiento.

Y la ultima causa está vinculado a no contar con un inventario de recursos turísticos naturales y culturales, ya que es generado por el desconocimiento de las potencialidades turísticas y la mínima explotación de recursos turísticos de la comunidad, los mismos que traen como efecto el desconocimiento de los recursos turísticos por parte de los turistas locales, nacionales e internacionales y en este marco los comuneros no se preocupan por promocionar y adecuar rutas turísticas en la comunidad, ya que dedican a otras actividades que no vincula directamente al ecoturismo.

### 1.3 PROGNOSIS

Para abrir un panorama futuro, en caso de no aplicar una estrategia adecuada para el manejo y explotación sostenible de los recursos naturales y culturales de la comunidad, los problemas sociales referentes a la migración será cada día creciente, así como la pérdida de los recursos naturales a través de la frontera agrícola hacia los páramos y los bosques nativos de la comunidad.

### 1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incidirá los recursos naturales y culturales en el desarrollo del Ecoturismo en la comunidad Cotopilaló en la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga?

### 1.5 INTERROGANTES

¿Qué son los recursos naturales?

¿Qué son los recursos culturales?

¿Qué es el ecoturismo?

¿Qué recursos naturales y culturales posee la comunidad?

¿Cuál es la situación actual del desarrollo del ecoturismo en la comunidad?

¿Qué alternativa de solución requiere la comunidad?

### 1.6 DELIMITACIÓN DEL CONTENIDO

**Campo:** Ambiental, Ecoturístico y Comunitario

**Área:** turismo de naturaleza, Turismo Comunitario

**Aspecto:** naturales, turismo sostenible y comunitario

**Espacial**

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

Parroquia: Toacaso

Comunidad: Cotopilaló

## **Temporal**

Lapso de tiempo para efectuar la investigación es el período diciembre de 2010 a marzo de 2011.

### **1.7 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se basa en una problemática que se enmarca en el mínimo aprovechamiento de los **recursos naturales**, la cual incide en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad Cotopilaló, perteneciente a la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga.

Por lo tanto, se convierte en un tema de interés para la población local, la organización al que esta filial la comunidad y por supuesto para la investigación, tomando como referencia la vinculación al sector turístico en la zona en calidad de iniciativas privadas y que han dado buen resultado.

En este contexto se puede apoyar técnicamente en la organización de los productos turísticos, relacionados con el ecoturismo en la comunidad, cuyos esfuerzos están encaminados a la promoción, difusión y comercialización de dichos productos turísticos a nivel local, nacional e internacional.

Por tanto se puede dar a conocer a los turistas locales, nacionales e internacionales todas la potencialidades turísticas que posee la comunidad, las mismas que están agrupadas en **recursos naturales y culturales** con una riqueza incalculable hasta hoy desaprovechada, para lo cual se debe realizar capacitaciones permanentes para que se brinde servicios reales y de calidad, para posicionar una imagen y una marca turística de esta zona.

En este marco, los turistas en la actualidad no poseen una alternativa diferente para efectuar visitas hacia la comunidad, y se mantiene con la modalidad del turismo tradicional y por lo tanto no existen otros sitios de interés para la recreación y esparcimiento en la Provincia.

La investigación tiene una gran importancia, ya que se ejecutará en comunidad que poseen una organización social muy bien estructurada y sólida y que forman parte de una OSG. Además la ejecución y el desarrollo del ecoturismo, es una alternativa viable para la generación de fuentes de empleo directo para los guías e indirectamente para las tiendas, hoteles, transportistas y población en general.

Con la inserción de este producto turístico en el mercado se tendrá afluencia de la demanda turística y tendrá una proyección cierta para captar la demanda futura, con el que se genera una nueva alternativa de la dinámica económica para el beneficio de la población local, con el cual también se aporta a la **conservación y el fortalecimiento de la identidad cultural** de la población local.

A través de la investigación se conoce la diversidad cultural existente dentro de la comunidad; como la música, el idioma, la danza, los saberes ancestrales y su forma de vida en conjunto, las cuales se debe rescatar y fortalecer para brindar una oferta turística diferente y se pueda consolidar en un destino turístico a mediano y largo plazo, de la misma forma los atractivos naturales que mantiene en los páramos y bosques nativos que aun se mantiene conservados se debe aprovechar sustentablemente para el desarrollo de las diferentes actividades que se generan a partir del ecoturismo.

## **1.8 Objetivos**

### **1.8.1 Objetivo general**

Determinar la incidencia de los recursos naturales y culturales en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad Cotopilaló perteneciente a la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga.

### **1.8.2 Objetivos específicos**

1. Fundamentar teóricamente los recursos naturales y culturales en el ecoturismo.
2. Identificar los recursos naturales y culturales que posee la comunidad.
3. Formular una propuesta para desarrollar el ecoturismo en la comunidad Cotopilaló.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En referencia a la información a las investigaciones que han realizado anteriormente y que guarda relación al tema del desarrollo del ecoturismo en la Comunidad Cotopilaló, se pudo identificar los siguientes documentos:

- ✓ Plan de Desarrollo y Promoción Turística UNOCANC; en su parte pertinente dice textualmente “En esta ruta se puede realizar las actividades de caminatas desde el centro de operaciones Rio Blanco hacia el nevado los Nevados los Ilinizas; visitando los principales atractivos del paramo de la Cotopilaló” información que ha sido desarrollado por IZA, O. (2007) en el territorio de la Unión de Organizaciones Campesinas del Norte de Cotopaxi, documento que sirve para la implementación del desarrollo del ecoturismo y turismo comunitario en esta OSG, tomando como referencia la base natural y cultural existente en las comunidades que conforman la organización, utilizando una metodología participativa para la recolección de información referente a los atractivos turísticos naturales y culturales, insumos que aportan para la generación de proyectos específicos relacionados a las diferentes modalidades del turismo que se pueden efectuar dentro de cada una de las comunidades. En este contexto, del trabajo saca las siguientes conclusiones;

El diagnóstico de la zona, revela que las potencialidades que posee todas las comunidades de la Organización es grande.

El turismo será una actividad complementaria a las actividades económicas de las familias campesinas de la zona de la UNOCANC, puede convertirse un rubro muy importante en la economía familiar, que a mediano y largo plazo se convierte en el motor del desarrollo local.

- ✓ La Tesis de grado denominado; Plan de Marketing Estratégico para Rinallacta Tourism Operator CIA. Ltda. Documento que relaciona con el presente tema de investigación ya que dentro del mismo se considera el ecoturismo como una modalidad del turismo, a demás toma en consideración a la zona del presente estudio para una de las rutas turísticas que propone dicha Compañía, en la que manifiesta “Rinallacta oferta un producto exclusivo; para arribar a este pico volcánico del que está ubicado al Noroccidente de la Provincia de Cotopaxi (sector Cotopilaló), en el Km. 30 vía Sigchos, este es un viaje inolvidable para las personas que lo visitan, su cima cubierta por las nieves perpetuas que su pico más alto alcanza una altitud de 5.248 metros, este volcán forma parte del macizo montañoso del mismo nombre, que se encuentra al sur de la ciudad de Quito” Documento generado por MORENO, A. (2007), investigación efectuado en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, con el fin de determinar las estrategias para la comercialización de los productos turísticos de la Compañía, la misma que ha sido utilizado la metodología descriptiva para cada uno de los sitios de interés y las actividades turísticas que se implementan para su comercialización, en tal virtud, sirve como insumo para efectuar y potenciar las diversas modalidades de turismo en la zona de intervención del presente documento, de la investigación se toma esta principal conclusión,

El Plan de Marketing Estratégico se ha elaborado bajo un estricto análisis de las cinco “P” donde se obtiene las técnicas y estrategias de promoción, difusión y comercialización de los productos a través de los canales de distribución que en su mayoría utilizan, como es la página Web como el principal medio de información para los turistas nacionales y extranjeros al momento de realizar sus viajes.

- ✓ Asimismo, el Plan de Desarrollo Local de la UNOCANC, que en la parte pertinente indica: “Para enfrentar la fragilidad de los recursos naturales de la zona, la UNOCANC cuenta con una buena capacidad técnica (recursos humanos preparados) y logística (viveros forestales), lo que le permitirá continuar y ampliar la cobertura hacia las comunidades y principalmente a

las familias campesinas para impulsar masivamente los sistemas forestales, agro forestales y silvo pastoriles de acuerdo a las características agro ecológicas de los sistemas de producción arriba descritos”, documento que ha sido elaborado por la UNOCANC (2008), la misma que ha sido compilado y preparado en las comunidades de esta OSG, para tener un direccionamiento y un horizonte para el desarrollo socioeconómico en las comunidades filiales, tomando como foco de importancia a la población local involucrada y los recursos naturales de la zona a través de una metodología participativa y por tanto aporta al mejoramiento del nivel de vida de las comunidades.

## **2.2 Fundamentación filosófica**

En función a las iniciativas locales generados desde la organización de Segundo grado (UNOCANC), por ende vinculado directamente a la comunidad Cotopilaló, se prevé la necesidad de mejorar las condiciones de educación desde los niños, ya que es la única alternativa para prestar un servicio de calidad a los turistas una vez que se inicie a comercializar el producto Ecoturístico de la comunidad en mención. Además que los ejes de conservación y preservación ambiental está vinculado directamente a las políticas de la comunidad, la organización y las instituciones públicas que generan alternativas de desarrollo a través del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, lo que se convierte en un fundamente crítico – propositivo de conservación y aprovechamiento sustentable.

## **2.3 Fundamentación Sociológica**

Tomando en cuenta que la investigación se llevó a cabo dentro de una comunidad indígenas, es imprescindible precisar que una vez ejecutada la propuesta establecida en este documento, se apoyará a la comunidad a conservar sus propios recursos y de hecho el ecoturismo no tiene el afán de desvincular a la comunidad de sus quehacer cotidianos, sino mas bien estas actividades hacerles complementarios a las actividades de ecoturismo, con esto se genera nuevas alternativas socioeconómica adicionales a la comunidad

para, apuntalar de una u otra forma la reducción de la migración de los jóvenes hacia las grandes ciudades, ya que se vincularán a las actividades turísticas a través de algunas opciones de prestación de servicios turísticos, tales como agentes de comercialización del producto establecido de la localidad, servicios de guianza, alojamiento, alimentación, alquiler de caballos, etc.

## **2.4 Fundamentación Axiológica**

La investigación y la propuesta están vinculadas directamente con el rescate, la conservación y la preservación de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad, transformando en un modo de vida a través de la explotación sustentable y racional de estos recursos. Además se encamina al uso de las buenas prácticas del ecoturismo a través de la concientización sobre la importancia de la flora y la fauna que se encuentra en su contorno para mantener un equilibrio natural dentro de la comunidad.

Prácticas que de una u otra forma lo han estado llevando a cabo el proceso de conservación de los recursos naturales de la comunidad, con el aporte de organismos internacionales y técnicos locales formados dentro de la misma, todos con el enfoque del manejo sustentable del recurso páramo que es el gran generador de las vertientes de agua que sirve para brindar este liquido vital a 2 cantones de la Provincia de Cotopaxi.

## **2.5 Fundamentación Legal**

Para la fundamentación legal que tiene relación con las actividades que se plantea en la propuesta como resultado de esta investigación, para la cual se considera las diversas normativas legales, partiendo de la constitución de la república que manifiesta;

## **Capítulo cuarto;**

### **Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.**

Art. 57.- Se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la constitución y los pactos, convenios, declaraciones, y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos.

1. Mantener, desarrollar y fortalecer su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y forma de organización social.
  
8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y entorno natural. El estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

De la misma forma se analiza el Código Orgánico de organización territorial, Autonomía y Descentralización, que faculta a los diferentes niveles d gobierno apoyar y generar las actividades relacionadas al turismo como una parte del fomento productivo.

**Artículo 42.-** Competencias exclusivas de gobierno autónomo descentralizado Provincia I.

- f. Fomentar las actividades productivas Provincia les especialmente las agropecuarias.

**Artículo 55.-** Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.

- h. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del Cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

**Artículo 65.-** Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado Parroquial rural.

d. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y protección del ambiente.

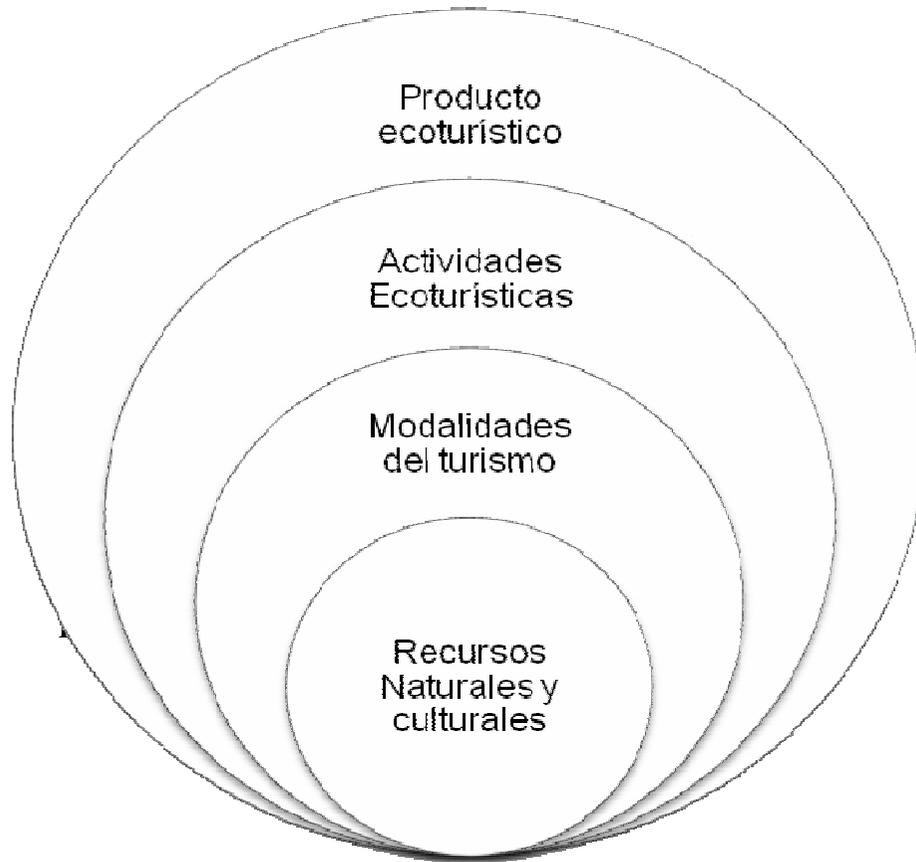
e. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriano, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos.

Asimismo el artículo 4, referente a la política estatal con relación al sector del turismo y la vinculación con la presente investigación, dice que debe cumplir los siguientes objetivos;

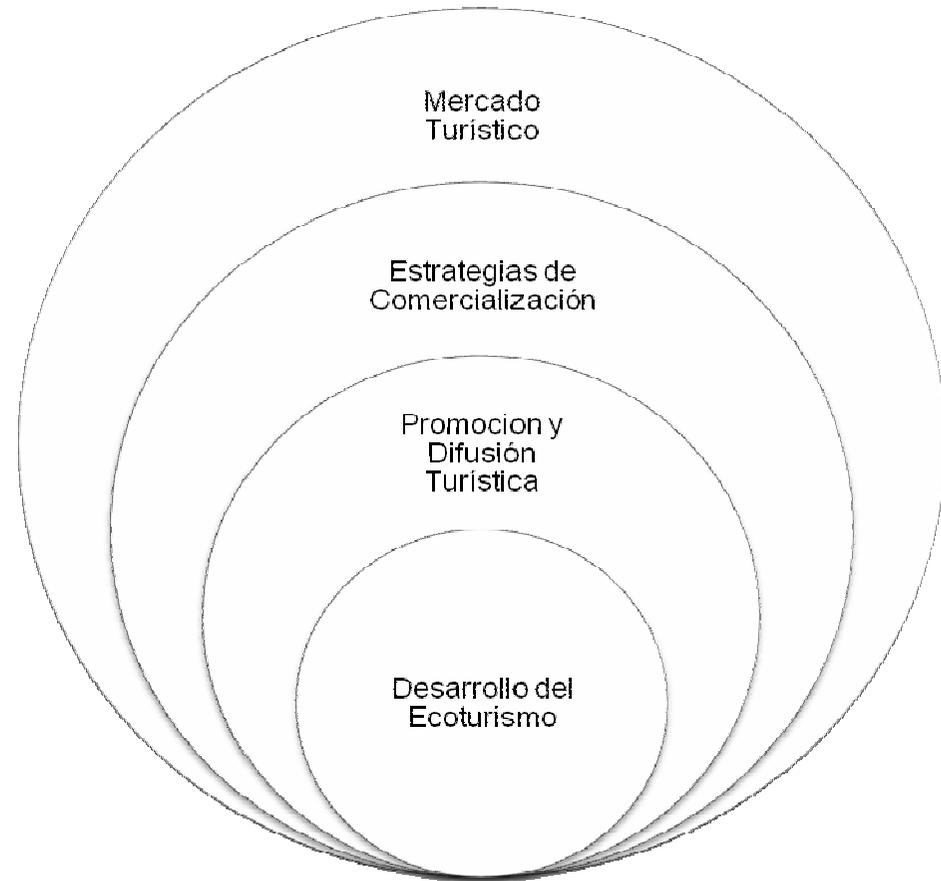
b. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación;

De la misma forma en el capítulo III DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO, artículo 14, numeral 8. Dice que será también un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del -FPTCE.

## 2.6 Estrategias Fundamentales



**Variable Independiente**



**Variable Dependiente**

**Constelación de Ideas (variable dependiente)**

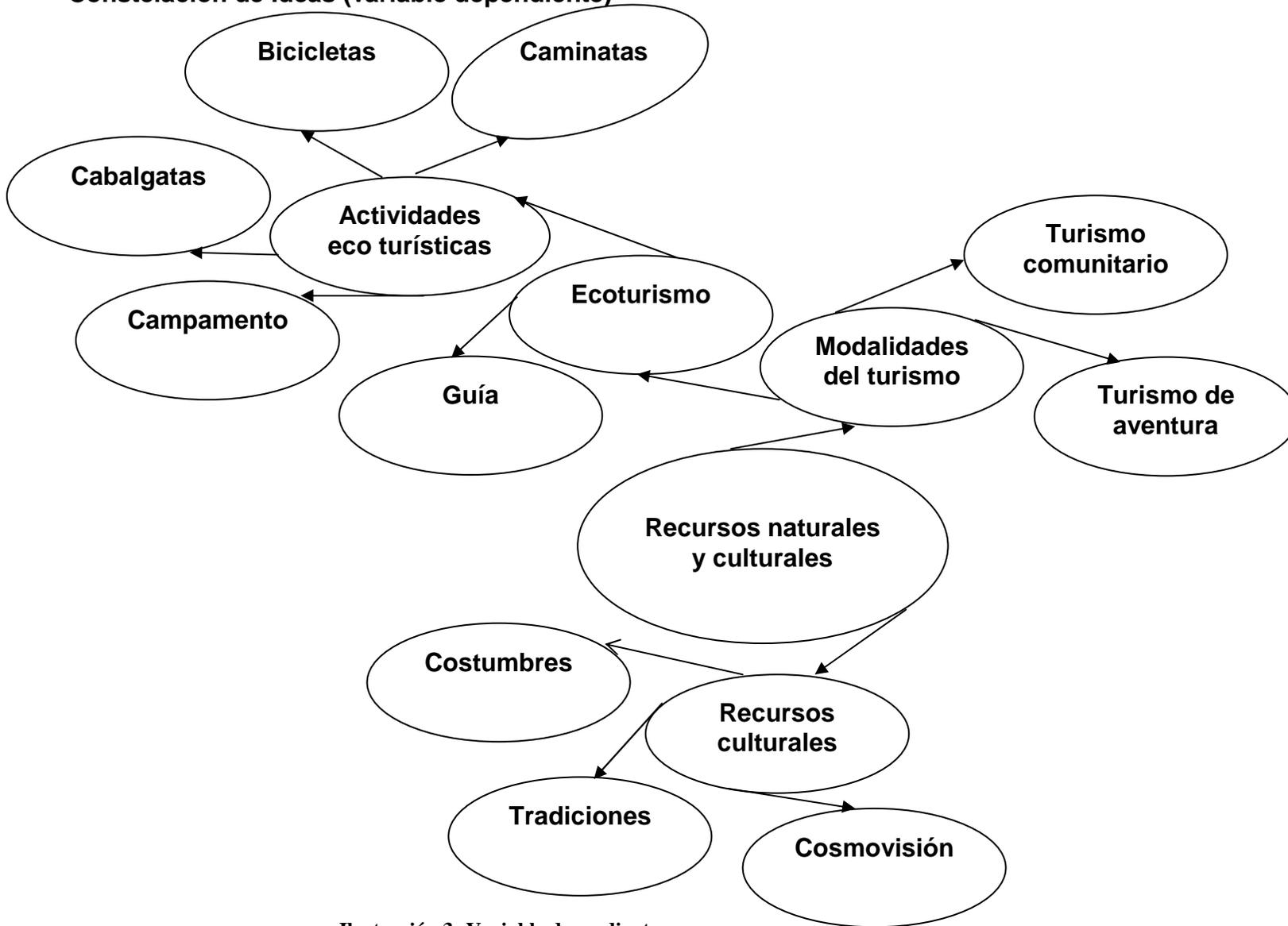


Ilustración 3; Variable dependiente

**Constelación de Ideas (variable independiente)**



Ilustración 4; Variable Independiente

## **2.7 DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES**

### **2.7.1 Recursos naturales**

El medio ambiente es un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado. (<http://definicion.de/medio-ambiente/>)

En este marco los recursos naturales, son todos los componentes de la naturaleza, capaz de ser aprovechado en su estado natural por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades. Esto significa que para que los recursos naturales sirvan, no es necesario procesarlos, sino potenciar a actividades que vayan en función a la conservación y protección de estos recursos y explotar de forma sustentable. Al mismo tiempo, los recursos naturales no pueden ser producidos por el hombre.

### **2.7.2 Modalidades del turismo rural**

Sobre la base de caracterizar al turismo rural por el ámbito en el que se desenvuelve la actividad incluyendo, además, el contacto con la población local y el respeto por la naturaleza y sin perjuicio de que las categorías que se enuncian pueden ser más, entendemos que practican el turismo rural, tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola con el interés de conocer, disfrutar y practicar alguna actividad agropecuaria (agroturistas), como los cazadores, pescadores, científicos, estudiantes en viajes de egreso, turistas de paso, empresarios que participan de un evento o retiro, etc.

Un concepto fundamental a la hora de definir el turismo rural, desde la perspectiva del desarrollo rural, es que los servicios ofrecidos por productores agropecuarios enriquecen y cargan de autenticidad al producto.

### **2.7.3 Modalidades de turismo rural**

Agroturismo

Turismo cultural

Turismo educativo

Turismo salud

Ecoturismo

Turismo aventura

Turismo científico

Turismo gastronómico

Turismo Comunitario

### **2.7.4 Ecoturismo**

Es quizá la palabra que comercialmente ha tenido más éxito en el desarrollo y mercadeo de una actividad turística novedosa que no sea la convencional, asociada al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de un territorio determinado. Por su éxito comercial, también se ha prestado para un empleo discriminado que ha obligado a emplear nuevas terminologías, que permitan diferenciar el producto y garantizar de algún modo su calidad.

### **2.7.5 Actividades turísticas**

La Ley de Turismo expedida el 17 de diciembre del (2002), en su Art. 5 al 8, considera a las Actividades turísticas a las “acciones desarrolladas por las personas naturales o jurídicas que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades”.

#### **2.7.5.1 Caminata (trekking)**

YUCTA P 2005. Diseño de Paquetes y Jardines, manifiesta que las caminatas por lo general deben durar más de treinta minutos hasta excursiones de varias horas y días, cuando se realiza una caminata el guía actúa como líder,

organiza a los visitantes y dirige sus acciones, los visitantes siguen al guía en fila y por detrás.

Por lo tanto la caminata, es una actividad turística que es realizado por personas que le gusta la aventura por la que se requiere de una buena condición física para lograrlo.

### **2.7.5.2 Campamento (Camping)**

TIERRA P. 2004, en el Documento Técnicas de Guiar II, afirma que “Es una experiencia de la vida en contacto con la naturaleza, realizada por un grupo humano organizado y dirigido por un guía, para ayudar al perfeccionamiento integral de los componentes de esa comunidad, en un clima caracterizado por un espíritu de solidaridad, cooperación y dejando en segundo plano el confort, aunque sin escatimar las necesarias garantías para la seguridad, la salud física y espiritual del grupo”. Pág. 61.

#### **Tipos de campamento según las instalaciones**

Campamento de emergencia: por circunstancias necesarias es instalado provisionalmente para dar atención inmediata a una persona (s).

Campamento recreativo: es un campamento planificado que entre otras cosas busca desarrollar el espíritu de colaboración y la socialización, mediante la aceptación de normas de convivencia fuera del ámbito familiar.

Campamento de estudio o investigación; instalado con fines de estudio e investigación, que luego se transforman en campamentos de trabajo.

Campamento de trabajo: en este ya existe mayor número de facilidades. Se amplía la cobertura de necesidades.

Campamento deportivo: campamento instalado para realizar actividades específicas del deporte.

## **Clasificación de campamentos según la altitud**

Campamento base: se traslada todo el equipo humano y material.

Campamento avanzado: se traslada todo el equipo necesario (humano y material) pero que cubran las necesidades futuras de los siguientes campamentos.

Campamento de altura: aquí va la CORDADA y grupo de apoyo. Se llevan los recursos básicos.

Campamento de ataque: solo el equipo de escaladores. Equipo muy personal.

### **2.7.5.3 Ciclismo**

Tierra P. 2004. En su texto, Técnicas de Guiar I dice que, es la actividad deportiva que se realiza sobre una bicicleta de montaña (o BTT, Bicicleta Todo Terreno) en terrenos montañosos. Por extensión, se aplica el término a todos los demás terrenos a campo traviesa que presentan muchas de las dificultades existentes en los terrenos montañosos, como son terrenos diversos: arena, tierra, lodo, arroyos, etc.; obstáculos: huecos, piedras, troncos, ramas, acantilados, etc.; pendientes diversas y rutas sinuosas.

### **2.7.5.4 Cabalgatas**

Son actividades de recreación y aventura que se puede desarrollar por diferentes áreas de campo abierto, donde personas montados a caballos, recorren grandes distancias de páramos, bosques y pajonales, con el fin de tener una experiencia interesante y de estar en contacto con la naturaleza.

### **2.7.6 Guía**

CALDERÓN F. (2004) en su Módulo Técnicas de Guiar, define que el guía es aquella persona que esta técnica y humanamente capacitada para dirigir,

informar, recrear, animar y conducir turistas con el fin de dar a conocer un sitio y hacer más agradable su estadía en el área donde se desea realizar la excursión, además que tiene el conocimiento básico de la flora y fauna, así también las ciudades y su entorno del país donde realiza sus actividades de caminata, escalada, etc.

### **2.7.7 Turismo comunitario**

Según la FEPTCE. 2003 Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del . Dice que el Turismo Comunitario, Son pequeñas comunidades rurales que comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales, además es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

### **2.7.8 Turismo de aventura**

IGLESIAS, J. 2003, manifiesta que se utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento, por lo que requiere consecuentemente de espacios con poca carga turística y mejor aún, poco explorados. Las actividades que se realizan son muy diversas y dependen del entorno natural en el que se sitúe el predio. Así un río, por ejemplo, genera condiciones propicias para el rafting o canotaje, montaña para el andinismo, además de otras actividades que pueden realizarse en casi todos los ambientes, como cabalgatas y senderismo. Dependiendo de la ubicación, los recursos naturales y la capacidad de los propietarios para desarrollar diversas propuestas, en el campo se desarrollan una amplia oferta de actividades de turismo aventura (P. 87).

## **2.8 Recursos Culturales**

COLS, JAVIER R. 2004, en su libro Qué es el conocimiento tradicional: indica que los recursos culturales es el conocimiento tradicional como aquél que surge de la exteriorización y transmisión de “un saber culturalmente compartido y común a todos los miembros que pertenecen a una misma sociedad, grupo o pueblo, que permite la aplicación de los recursos del entorno natural de modo directo, compuesto, combinado, derivado o refinado, para la satisfacción de necesidades humanas, animales, vegetales y/o ambientales, tanto de orden material como espiritual.

### **2.8.1 Costumbres**

Según el Módulo de Capacitación de temas turísticos del Gobierno Provincia I de Cotopaxi. Sostiene que las costumbres “son los hábitos o el comportamiento de una sociedad, establecidos durante mucho tiempo. Es una práctica social arraigada. Generalmente se distingue entre buenas costumbres que son las que cuentan con aprobación social, y las malas costumbres, que son relativamente comunes, pero no cuentan con aprobación social, y a veces leyes han sido promulgadas para tratar de modificar la conducta” (P.27).

### **2.8.2 Tradiciones**

En el mismo documento Sostiene que tradición, es todo aquello que una generación hereda de las anteriores y, por estimarlo valioso, lega a las siguientes. Se considera tradicionales a los valores, creencias, costumbres y formas de expresión artística característicos de una comunidad, en especial a aquéllos que se transmiten por vía oral. Lo tradicional coincide así, en gran medida, con la cultura y el folclore o denominado sabiduría popular (P. 27).

### **2.8.3 Cosmovisión**

Este mismo documento dice que Cosmovisión Indígena es una materia reciente que estudia la comprensión del orden que posee la realidad, de acuerdo a los

distintos puntos de vista que posee cada cultura. Cada persona observa la realidad de una manera distinta, puesto que no todos tenemos los mismos criterios.

Etimológicamente, podemos separar a esta palabra en “cosmos”, cuyo significado es orden, y “visión”, que quiere decir comprender. Cosmos también hace referencia al universo, el cual permanece ordenado. Al decir que algo está ordenado, consideramos que tiene una cierta coherencia, y que las cosas están ubicadas dentro de ese orden, siguiendo criterios. Por lo tanto, podemos asociar esto a la definición dada anteriormente.

#### **2.8.4 Comunidad**

NISBET, H. 2003, Dice que, el concepto de comunidad significa "todas las formas de relación que se caracterizan por un elevado grado de intimidad personal, profundidad emocional, compromiso moral, cohesión social y continuidad en el tiempo, puede encontrarse en localidad, religión, nación, raza, profesión o causa común. Su arquetipo es la familia" (P. 47).

### **2.9 Mercado turístico**

#### **2.9.1 Oferta turística**

JENNIFER BLANKE E THEA, 2009 dice que la **oferta turística** está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla.

#### **2.9.2 Servicios turísticos**

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de acogida**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación**, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.

### 2.9.3 Producto turístico

MUÑOZ. F. 2002, manifiesta que el Producto de servicios, que se compone con una mezcla de unos elementos básicos de la industria turística, gran parte de los cuales se disponen a su vez en forma de servicios. Por lo tanto el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida.

## 2.10 Infraestructura turística

**Planta Turística** son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen.

La Infraestructura permite el buen uso y funcionamiento de recursos turísticos y planta turística, ya que incluye las infraestructuras relativas al transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos...), comunicaciones (telefónicas...) energía, agua potable, alcantarillado, recogidas de basuras.

## 2.11 Demanda Turística

La **demanda turística** la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc.

### 2.11.1 Turismo interno

Se entiende por turismo interno los viajes realizados, con fines turísticos, por los residentes de un país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional. A los fines estadísticos no se computan como turismo interno los viajes cuya duración no pase de un día, pues estos son generalmente viajes de negocios o de tramitaciones administrativas.

El turismo interno se produce generalmente por visitas a sitios de interés turísticos con infraestructuras organizadas para atender y recibir turistas y en los cuales el actor consiga un marcado cambio de ambiente en relación al que existe en el lugar de su habitual residencia. Es el caso de los habitantes de países con estación de invierno cuando se desplazan, en su propio país a sitios

con playas. El turismo interno también se produce por motivos de salud, por peregrinaciones religiosas, por asistencia a congresos y convenciones, por ferias regionales, por eventos deportivos o por muchas otras causas.

El turismo interno debe ser debidamente estimulado con promociones publicitarias de importancia y programas educativos que estimulen en la población el interés por el conocimiento del país. En estas promociones nunca se deben asomar tendencias a rechazar los viajes del nativo al exterior, pues se corre el riesgo de que se produzcan campañas en la misma forma contra nuestro país. Además sería, esta una forma de coartar la libertad del hombre de conocer otras regiones y de culturizarse.

### **2.11.2 Turismo receptivo**

CAROLINE BREMNER 2007, menciona que el turismo receptivo una de las más importantes y populares divisiones dentro del turismo en sí viene a ser el denominado "turismo receptivo", el cual tiene como fin dar a entender el paso de turistas hacia una ciudad que no sea de su propia nación, es decir, un viaje al extranjero. El turismo receptivo se realiza de manera.

### **2.12 Marca turística**

Construir marca turística es institucionalizar un lugar como destino turístico y posicionarlo como tal en la opinión pública. Es declarar que aquel lugar no es meramente un lugar digno de visitarse sino un "lugar turístico", un lugar en cuya identidad está el turismo.

El sólo realizar sistemáticamente promoción turística de un lugar es, de hecho, construir marca de destino. Pero ello no exige, necesariamente, crear una marca gráfica. Debe diferenciarse entre marca conceptual y marca gráfica; y la primera no implica a la segunda.

## **2.13 Empresa turística**

Empresa es la unidad económica de producción, la cual tiene como objetivo primordial crear la utilidad de los bienes, es decir, hacer que los bienes produzcan y sirvan a los fines del hombre.

Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista.

## **2.14 Medios de difusión**

### **2.14.1 Mercadotecnia**

SAPOROSI, G. 2007, en su obra Clínica Empresarial afirma que la Mercadotecnia “es una ciencia administrativa que se preocupa de estudiar, teorizar y dar soluciones sobre: los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión de mercadeo (o gestión comercial) de organizaciones” (P. 123)

### **2.14.2 Publicidad**

En un sentido amplio, la publicidad es un componente de la mercadotecnia porque es uno de los elementos que conforma el mix de promoción (los otros son: la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el telemarketing), y cuya importancia y prioridad dependen: 1) de los productos, servicios, ideas u otros que promueven las empresas, organizaciones o personas, 2) del mercado hacia los que van dirigidos y 3) de los objetivos que se pretenden lograr.

En un sentido más específico, la publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, el internet, etc., y cuyas características que la distinguen de los otros elementos del mix de promoción, son las siguientes:

**Primero.-** La publicidad necesita de un patrocinador: Es decir, alguien interesado en informar, recordar o persuadir a un público objetivo, acerca de sus productos, servicios, ideas, etc.; por lo cual, se dice que la publicidad se basa en la comunicación interesada en un fin.

**Segundo.-** La publicidad tiene un costo: El cual, varía de acuerdo al tipo de medio de comunicación que se va a emplear; por ejemplo, la televisión es mucho más costosa que la publicación en un periódico local.

**Tercero.-** La publicidad tiene un público objetivo: Si bien, la publicidad se caracteriza por utilizar medios de comunicación masivos, también va dirigida hacia un segmento en particular; por ejemplo, una región geográfica, un segmento demográfico (hombres, mujeres, niños, etc...), un segmento socioeconómico, etc.

**Cuarto.-** La publicidad tiene objetivos que cumplir: Por lo general, los objetivos de la publicidad son similares a los objetivos de la promoción, que son: Informar, recordar y persuadir. Por ejemplo, si el objetivo de una campaña publicitaria es el de "provocar" un aumento en las ventas de un producto ya existente en el mercado, entonces el objetivo de una campaña publicitaria será el de persuadir a su público objetivo para que compren.

**Quinto.-** La publicidad utiliza medios masivos de comunicación: Dependiendo del público objetivo al que se quiera llegar y de los recursos disponibles, la publicidad hace uso de la televisión, la radio, los medios impresos (periódicos, revistas, etc.), el internet, etc.

### **2.14.3 Relaciones públicas**

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. Las Relaciones Públicas implementan técnicas de negociación, marketing, publicidad y administración para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con

máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirige un programa de Relaciones Públicas.

También se constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público. Con el fin de que una buena imagen de la compañía interfiera a través de los sentidos en sus respectivos públicos para así lograr la obtención de mejores posibilidades para competir y obtener mejores dividendos.

### **2.15 Hipótesis**

“Los recursos naturales y culturales influyen en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad Cotopilaló perteneciente a la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga”.

### **2.16 Señalamiento de Variables**

Variable Independiente: Recursos Naturales y Culturales.

Variable Dependiente: Y su incidencia en el desarrollo del ecoturismo

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque**

La metodología posee el enfoque cualitativo, en vista de que se realizó la investigación en el lugar de los hechos; es decir que se pudo estar en contacto con la población local involucrada, para conocer la situación actual de la comunidad en el ámbito del desarrollo del ecoturismo, en este marco también se combinó con la investigación interpretativa, en virtud de que describe cada uno de los sitios de intervención del proyecto a través de sus potencialidades y las actividades que se pueden desarrollar dentro del mismo.

En función a lo descrito anteriormente se aplicó las encuestas a diferentes actores sociales que se vinculan con el desarrollo del turismo en la localidad y la Provincia, iniciando por conocer la expectativa de la población local en el tema del ecoturismo, así como a los tour operadores de la ciudad de Latacunga para conocer la posibilidad de efectuar alianzas estratégicas para insertar en el mercado Ecoturístico un producto alternativo en la zona de amortiguamiento y la Reserva Ecológica los Ilinizas.

En este contexto se tiene una interpretación real de los resultados como parte del análisis del perfil del turista y por tanto conocer el segmento de mercado al que estará destinado el producto Ecoturístico, teniendo así también la relación del enfoque cualitativo y cuantitativo.

### 3.2 Modalidad básica de la investigación

Básicamente la investigación se basó en tres modalidades de investigación que a continuación se describen;

- ✓ **De Campo**, en virtud de que este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ (en el lugar) ya que se realizó la investigación directamente en la comunidad. Lo cual permitió conocer a fondo el tema de investigación y el diagnóstico del área.
- ✓ **Bibliográfica-documental**, esta modalidad de investigación se utilizó, para obtener las bases teóricas la revisión bibliográfica relacionada al tema de la investigación, para tener un sustento científico, a demás porque se revisó documento relacionados a la zona de intervención; como el plan de desarrollo local, el plan de turismo de la organización entre otros.
- ✓ **De intervención social**, se aplicó esta modalidad de investigación ya que se puso en contacto directo con la población local involucrada tomando como sujetos de desarrollo y que, en reuniones y asambleas de la comunidad se pudo aplicar las encuestas como una herramienta fundamental para la recopilación de información primaria. Por lo tanto se pudo efectuar encuestas dirigidas a la población para conocer sus expectativas relacionadas a la investigación y plantear una propuesta de desarrollo del ecoturismo en la zona.

### 3.3 Nivel o tipo de investigación

**Exploratorio.** Se adentró a la comunidad para conocer la problemática existente en la comunidad.

**Descriptivo.** Con la información bibliográfica primaria y secundaria recopilada se realizó la descripción de los productos y actividades específicas que se pueden desarrollar en la zona de intervención del proyecto.

**Asociación de variables.** Dependiente e independiente. Son los componentes directos que vincularon a la investigación para no salir del contexto dentro del territorio determinado.

### **3.4 Población y muestra**

#### **3.4.1 Población**

La investigación se realizó a todos los miembros de la comunidad, es decir los 40 socios, a los cuales se indagó sobre la probabilidad de generar una propuesta de solución para el desarrollo del ecoturismo en la zona.

Además se realizó la investigación a los 10 tour operadores de la Provincia, en virtud de que están agrupados en la Cámara de Turismo d Cotopaxi, para conocer el segmento de mercado pueden visitan el proyecto futuro.

Asimismo, se realizó la indagación a 5 dirigentes de la OSG, denominado UNOCANC., ya que son los principales actores para la gestión del proyecto.

#### **3.4.2 Muestra**

Toda la investigación se efectuó a 40 socios de la comunidad, 10 tour operadoras turísticas que operan desde la ciudad de Latacunga y 5 miembros del consejo de gobierno de la organización de segundo grado UNOCANC, en virtud de que la muestra no es extensa se aplico las diferentes herramientas de levantamiento de información a toda la población descrita.

### 3.5 Operacionalización de variables

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE;</b> Los recursos naturales y culturales				
<b>CONCEPTUALIZAR</b>	<b>CATEGORÍAS DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEMS</b>	<b>Técnicas instrumentos</b>
Los recursos naturales y culturales en la comunidad de Cotopilaló, se convierten en enormes potencialidades turísticas para la explotación sustentable a través de un turismo sostenible y responsable.	Atractivos turísticos naturales	Paramos Bosques nativos Ríos Lagunas Nevados/ montañas	¿Cuál es el atractivo turístico natural más relevante que tiene la comunidad?	✓ Encuesta
	Atractivos turísticos culturales	Folclore Música Danza Cosmovisión Costumbres Tradiciones	¿Cuál es el atractivo turístico cultural más relevante que tiene la comunidad?	✓ Encuesta
	Zona de amortiguamiento	Paseos en caballos Caminatas por la comunidad Ciclismo de altura	¿Qué actividades se puede realizar en la zona de amortiguamiento?	✓ Encuesta ✓ Observación
	Reserva ecológica	Preservación Ecoturismo Reforestación	¿A que está dedicada la reserva ecológica actualmente?	✓ Encuesta ✓ Observación
	Comunidad	Individual Familia Grupo de amigos	¿Cómo podría recibir su comunidad a los turistas?	✓ Encuesta

**Tabla 1; Operacionalización de Variables**

<b>VARIABLE DEPENDIENTE;</b> Desarrollo del Ecoturismo				
<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>TÉCNICAS</b>
El ecoturismo como una modalidad del turismo tradicional, incrementa la afluencia de turistas, lo que aporta a la dinamización de la economía local a través de la prestación de servicios de calidad en función a las actividades turísticas que se puede realizar en la zona.	Modalidades del turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ecoturismo</li> <li>✓ Turismo de aventura</li> <li>✓ Turismo comunitario</li> <li>✓ Turismo gastronómico</li> </ul>	¿Qué modalidad de turismo se podría desarrollar en la comunidad?	Encuesta
	Afluencia turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Turista local</li> <li>✓ Turista nacional</li> <li>✓ Turista internacional</li> </ul>	¿Qué tipo de turista adquiere su producto?	Encuesta
	Servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transporte</li> <li>✓ Guianza</li> <li>✓ Alojamiento</li> <li>✓ Alimentación</li> </ul>	¿Qué servicios turísticos incluye en sus productos?	Encuesta
	Actividades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminatas</li> <li>✓ Bicicletas</li> <li>✓ Cabalgatas</li> <li>✓ Observación de aves</li> <li>✓ Interpretación ambiental</li> </ul>	¿Qué actividades turísticas realizan con más frecuencia sus clientes?	Encuesta
	Difusión turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Web</li> <li>✓ Folletería</li> <li>✓ Tv.</li> <li>✓ Libros de viajes</li> </ul>	¿Cuál es el medio de difusión más importante para difundir su producto?	Encuesta
	Comercialización del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 30-50</li> <li>✓ 51-70</li> <li>✓ 71-100</li> </ul>	¿Cuánto es el promedio de gasto de sus clientes por día?	Encuesta

**Tabla 2; Operacionalización de variables**

### 3.6 Técnicas de Recolección de Información

Con el objeto de viabilizar la investigación de campo se utilizó en dos fases que consiste en:

Plan de Recolección de información; la misma que consiste en el diseño de la matriz de contiene preguntas directrices ajustadas a la realidad de la zona, esta matriz contiene 10 preguntas, así también se ha definido el plan de procesamiento de información, las mismas que se pueden evidenciar a continuación:

#### 3.6.1 Recolección de la información

La información se receptó a través de la herramienta principal que son las encuestas que contiene preguntas pre elaboradas y debidamente validados, dirigidos a los miembros de la comunidad y a los Tour operadores de la ciudad de Latacunga.

1	Para qué?	Para alcanzar, los objetivos de la investigación, a través del cual se podrá formular una propuesta de desarrollo del ecoturismo en la zona de estudio.
2	¿De qué personas u objetos?	La comunidad Dirigentes de la UNOCANC Los tour operadores
3	¿Sobre qué aspectos?	Los atractivos turísticos naturales y culturales. Las facilidades turísticas hacia la comunidad. Las actividades turísticas que se desarrolla en la comunidad. Los servicios turísticos.
4	¿Quién Quienes?	El estudiante investigador.
5	¿Cuándo?	En el periodo diciembre de 2010 a marzo de 2011.
6	¿Dónde?	En la comunidad Cotopilaló.
7	¿Cuántas veces?	Dos veces.

8	¿Qué técnicas de recolección?	Observación, entrevistas y encuestas.
9	¿Con que?	Fichas de observación, preguntas pre elaborado y Cuestionario estructurado.
10	¿En qué situación?	Consensuado, flexibilidad y respetuoso.

**Tabla 3; Plan de recolección de información**

### **3.7 Plan de Procesamiento y Análisis**

Para el procesamiento y el análisis de los resultados se deberá seguir el siguiente esquema;

- ✓ Revisión de información recopilada, referente a la información primaria y secundaria.
- ✓ Filtración de la información defectuosa, contradictoria, que no sea pertinente al tema, o estén incompleto etc.
- ✓ Sistematización de información bibliográfica e información primaria recogida en la investigación.
- ✓ Tabulación y ordenamiento de la información a través de gráficos, para verificar y cuantificar la investigación.
- ✓ Estudio estadístico, para efectuar el análisis y la interpretación objetiva, para la verificación de la hipótesis.
- ✓ Presentación de datos e interpretación de resultados, con lo que se genera las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente caso se analiza la información general con la aplicación de la encuesta a la población, implementado por el estudiante Xavier Leonidas Iza. Para tomar como muestra de este análisis se ha utilizado el número total de los jefes de familia de la comunidad, los operadores turísticos registrados en la cámara de turismo de Cotopaxi y los dirigentes de la Unión de Organizaciones campesinas del Norte de Cotopaxi (UNOCANC), del cual nos da una clara idea de la situación actual de la comunidad y el desarrollo del turismo y las diversas actividades en la Provincia de Cotopaxi.

**Tabla 4; Matriz Poblacional**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Comunidad	40	21.7%
Operadores Turísticos	10	18.2%
Dirigentes OSG	5	9.1%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Comunidad

**Elaboración:** Xavier Iza.

#### 4.1 Análisis e interpretación de los resultados de la comunidad y los dirigentes de la organización.

**Tabla 5; ENCUESTAS APLICADAS SEGÚN EL GÉNERO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOMBRES	27	60%
MUJERES	18	40%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 1; ENCUESTAS APLICADAS SEGÚN EL GÉNERO**



#### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se observa que el 60% de los 45 miembros de la comunidad y de la organización que se tomó como muestra; manifiestan que pertenecen al género masculino y el 40% al género femenino. Este factor indica que la comunidad deberá considerar en la estructuración de sus productos la participación de los hombres y mujeres para la prestación de los servicios comunitarios.

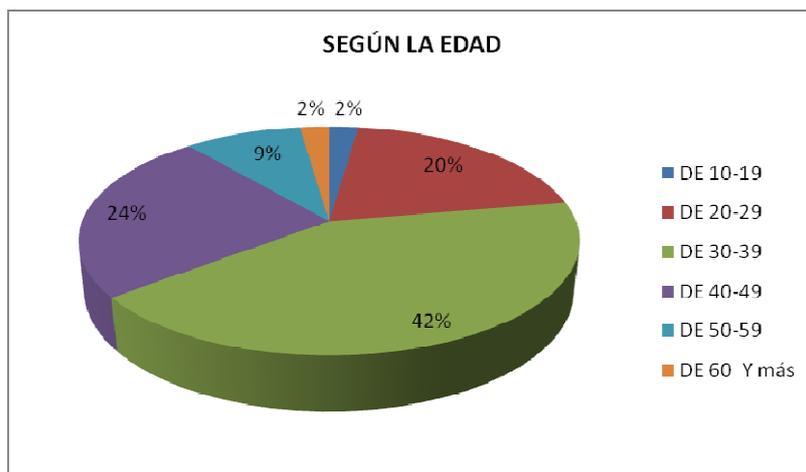
**Tabla 6; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 10-19	1	2%
DE 20-29	9	20%
DE 30-39	19	42%
DE 40-49	11	24%
DE 50-59	4	9%
DE 60 Y más	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 2; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD**



### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se puede observar que, en referencia a la edad se obtuvo; el 42% de los miembros de la comunidad están en la edad comprendida entre 30-39 años, seguido por el 24% que están en el rango de 40-49 años, luego se encuentran con el 20% los que están en las edades de 20-29 años, así como un 9% que tienen la edad de 50-59 años y finalmente con el 2% se encuentran los que tienen entre 10-19 años. Este factor indica que la comunidad posee la población relativamente joven, sin embargo se debe aprovechar la sabiduría ancestral de las pocas personas mayores que quedan para conocer su sabiduría.

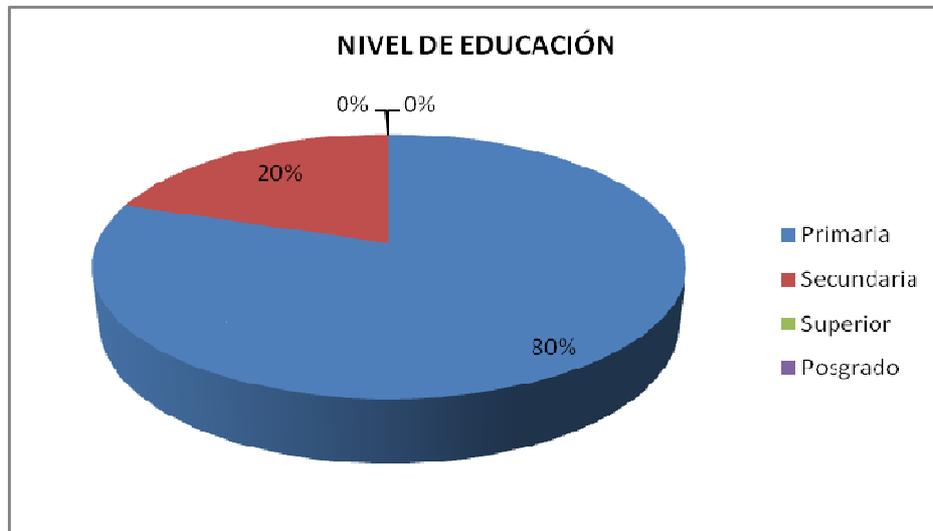
**Tabla 7; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL NIVEL DE EDUCACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	36	80%
Secundaria	9	20%
Superior	0	0%
Posgrado	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 3; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL NIVEL DE EDUCACIÓN**



### **Análisis e interpretación**

Con referencia al nivel de educación de los encuestados; el 80% de los miembros de la comunidad tienen el nivel de educación primaria, seguido por el 20% de los encuestados de nivel secundario; por lo que, en los productos turísticos que se establezcan en la comunidad deben contar con eventos de capacitación para la preparación de los servidores turísticos en la comunidad.

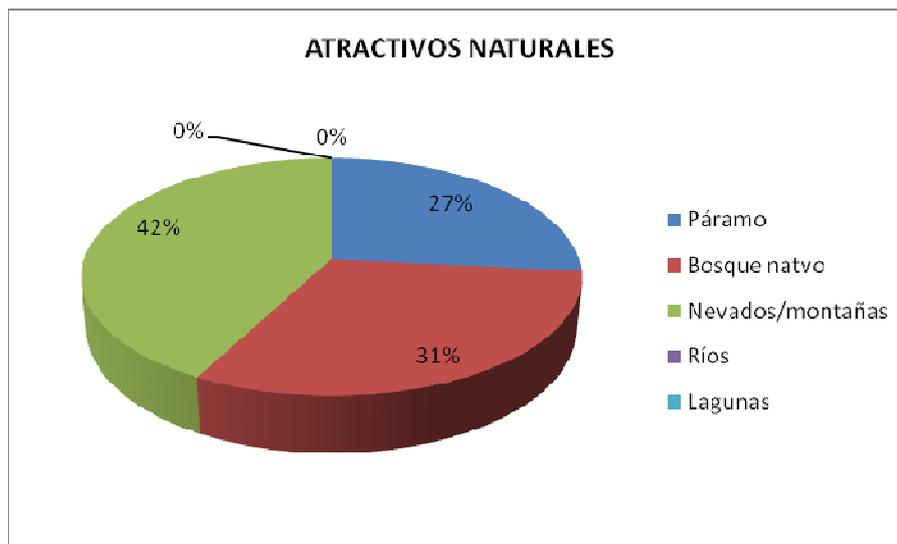
**Tabla 8; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL ATRACTIVO NATURAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Páramo	12	27%
Bosque nativo	14	31%
Nevados/montañas	19	42%
Ríos	0	0%
Lagunas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 4; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL ATRACTIVO NATURAL**



### **Análisis e interpretación**

Con referencia a la identificación del atractivo natural más relevante de la comunidad; el 42% manifiestan que son montañas/nevados, el 31% indican que son los bosques nativos y el 27% manifiestan que son los páramos de la comunidad, esto tomando en cuenta que se encuentra en la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica los Ilinizas. Este factor indica que la comunidad posee interesantes potencialidades turísticas que se debería aprovechar de forma sustentable para la aventura y la recreación.

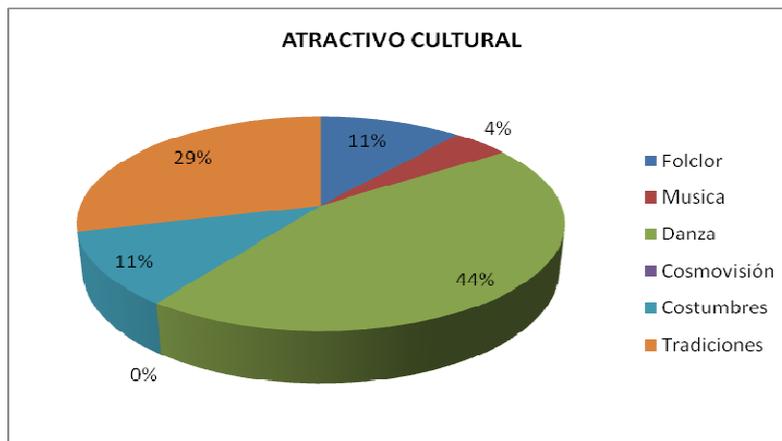
**Tabla 9; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL ATRACTIVO CULTURAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Folclor	5	11%
Música	2	4%
Danza	20	44%
Cosmovisión	0	0%
Costumbres	5	11%
Tradiciones	13	29%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 5; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN EL ATRACTIVO CULTURAL**



### **Analisis e interpretación**

En el gráfico se observa que el 45% de los miembros de la comunidad encuestados manifiestan que la danza es el principal atractivo cultural, seguido por el 29% que indican que el atractivo cultural más relevante son las tradiciones, seguido por el 11% que dicen que es el folclore y las costumbres son los más relevantes y finalmente con el 4% indican que es la música autóctona es el atractivo más importante, criterios con los cuales se pueden verificar que dentro de la comunidad existen una gran riqueza cultural que se debe potencializar para el desarrollo del turismo comunitario.

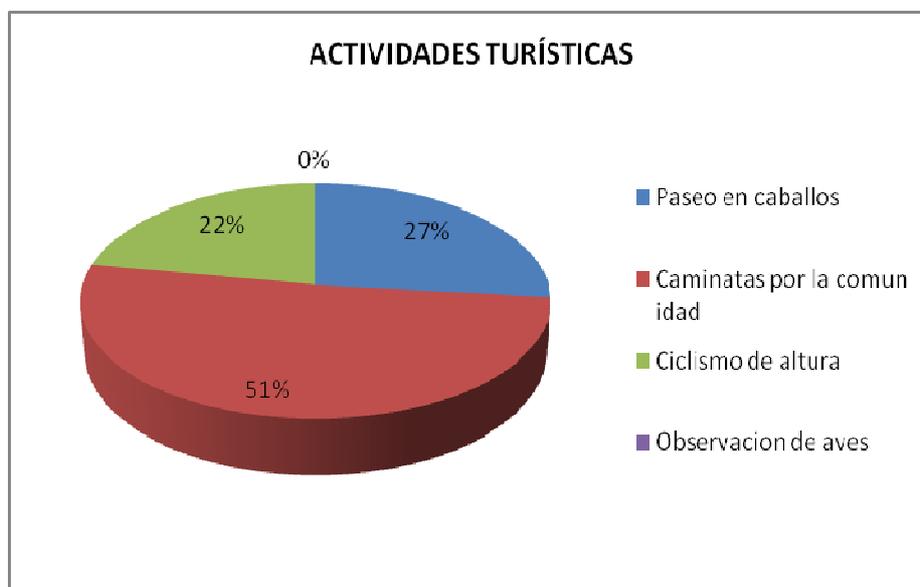
**Tabla 10; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LAS ACTIVIDADES**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Paseo en caballos	12	27%
Caminatas por la comunidad	23	51%
Ciclismo de altura	10	22%
Observación de aves	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 6; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LAS ACTIVIDADES**



### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se puede observar que el 51% de los comuneros encuestados, manifiestan que dentro de la comunidad se podría desarrollar como actividad principal las caminatas por las comunidades, seguidos por el 27% que indican que se podrían desarrollar los paseos en caballos y finalmente el 22% manifiestan que se podría desarrollar ciclismo de altura, criterios que es muy importante toma en cuenta en el momento de realizar los productos turísticos para la comunidad.

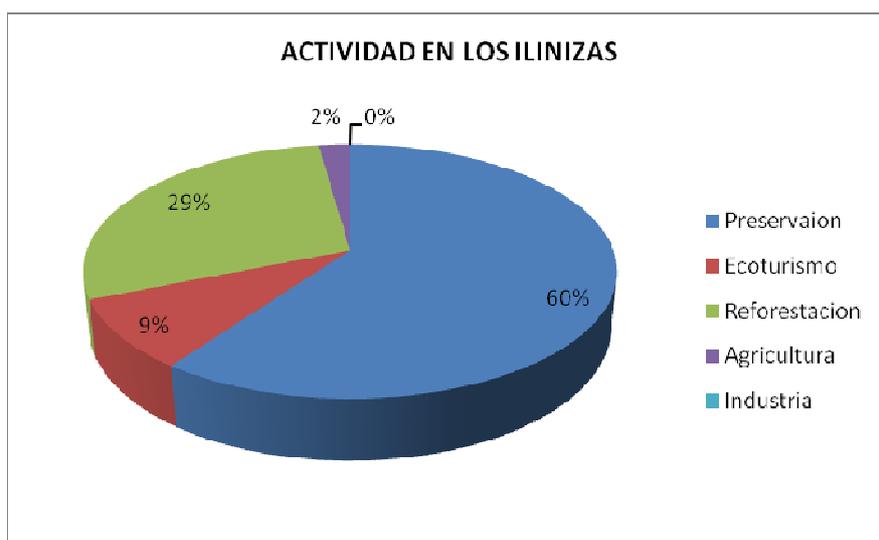
**Tabla 11; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA ZONA DE AMORTIGUAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Preservación	27	60%
Ecoturismo	4	9%
Reforestación	13	29%
Agricultura	1	2%
Industria	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 7; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA ZONA DE AMORTIGUAMIENTO**



### **Análisis e interpretación**

Se observa que el 60% de los comuneros manifiestan que la Reserva Ecológica los Ilinizas está dedicada actualmente a la preservación, seguidos por el 29% que indican que esta dedicada a la reforestación, asimismo el 9% manifiestan que esta dedicada al ecoturismo de forma empírica y el 2% dicen que se encuentra a la agricultura dentro de la reserva, aspectos que se debe considerar para aprovechar de forma racional el uso del suelo para desarrollar en ecoturismo dentro del área protegida.

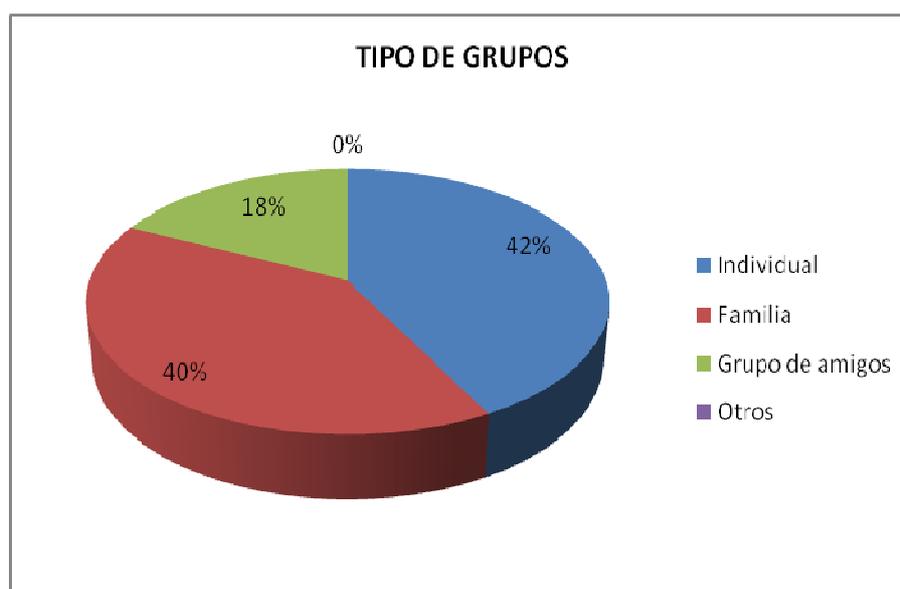
**Tabla 12; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA DISPONIBILIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Individual	19	42%
Familia	18	40%
Grupo de amigos	8	18%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 8; COMUNEROS ENCUESTADOS SEGÚN LA DISPONIBILIDAD**



### **Analisis e interpretación**

En el gráfico se observa que el 42% de los miembros de la comunidad podría recibir a los turistas de forma individual, seguidos por el 40% que podrían recibir en familia y finalmente un 18% podría recibir en grupos de amigos, este factor nos da una pauta para proponer un paquete turístico integral.

## 4.2 Análisis e interpretación de los prestadores de servicios del Cantón Latacunga

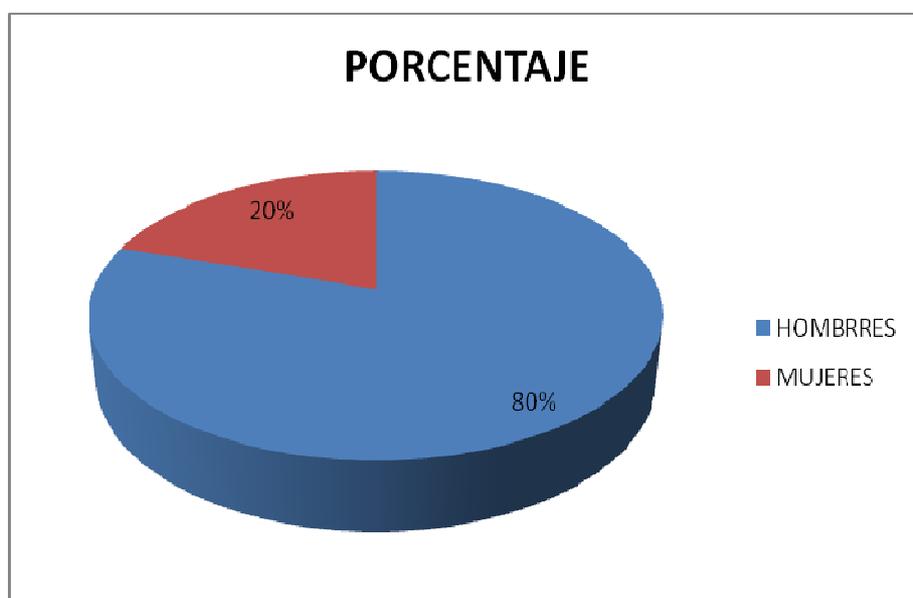
**Tabla 13; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL GÉNERO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOMBRES	8	80%
MUJERES	2	20%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 9; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL GÉNERO**



### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se observa que el 80% de las Tour Operadoras encuestadas del Cantón Latacunga, sus administradores son de género masculino, seguido por el 20% que son del género femenino. Este factor indica que el trabajo en las operadoras de turismo es un tanto complejo y que se deberá mejorar las estrategias para realizar alianzas estratégicas.

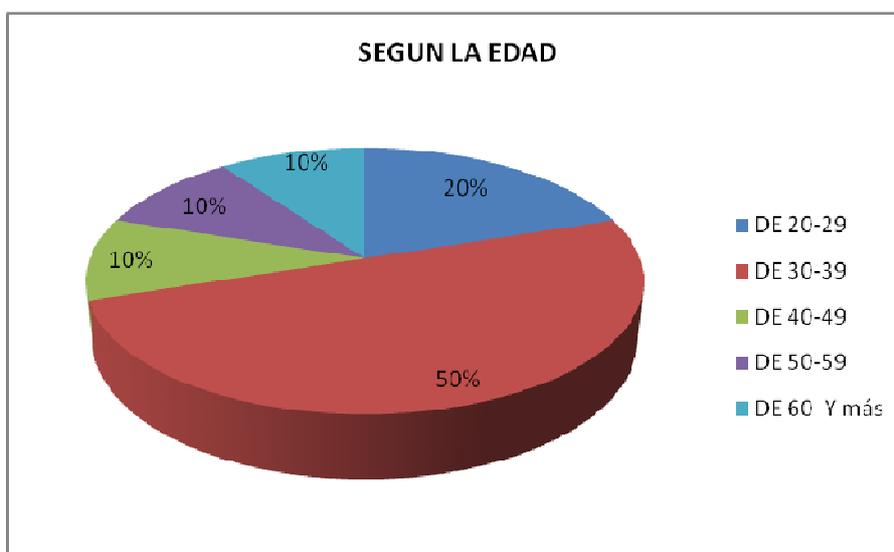
**Tabla 14; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 20-29	2	20%
DE 30-39	5	50%
DE 40-49	1	10%
DE 50-59	1	10%
DE 60 Y más	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 10; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LA EDAD**



### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se puede observar que el 50% de los Tour Operadores encuestados tienen entre 30-39 años, seguido por el 20% que posee la edad comprendida entre 20-29 años, así como el 10% que posee entre 40 y más de 60 años de edad. Este factor indica que las Operadoras de turismo tiene una buena experiencia en la comercialización de los productos turísticos convencionales y que se podría aprovechar para insertar un nuevo producto en el mercado turístico.

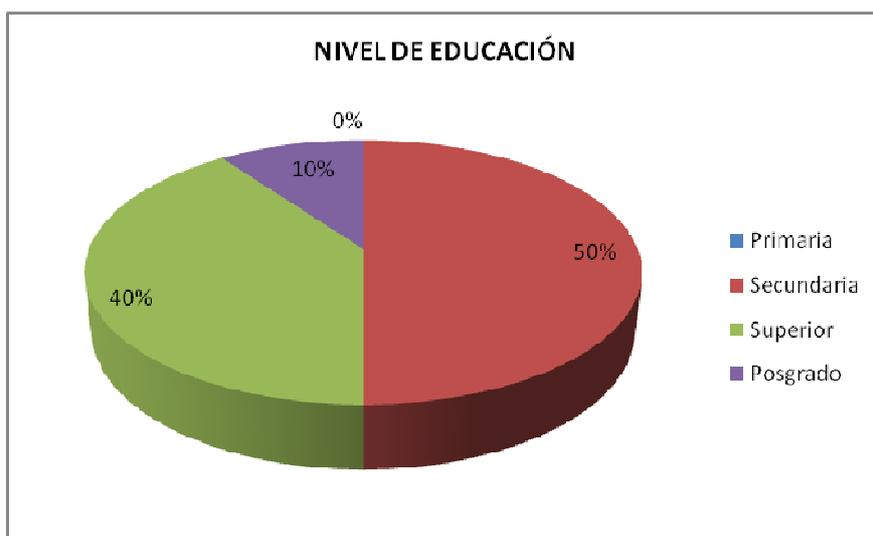
**Tabla 15; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL NIVEL DE EDUCACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	0	0%
Secundaria	5	50%
Superior	4	40%
Posgrado	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 11; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL NIVEL DE EDUCACIÓN**



### **Análisis e interpretación**

Con referencia al nivel de educación de los Tour Operadoras encuestados; el 50% tiene el nivel de educación es secundaria, seguido por el 40% que posee un nivel de educación superior y el 10% posee en nivel de educación de posgrado. Criterios que nos demuestran que se debe trabajar en la consolidación de un producto turístico alternativo y diferente para que se pueda comercializar a través de estos aliados estratégicos.

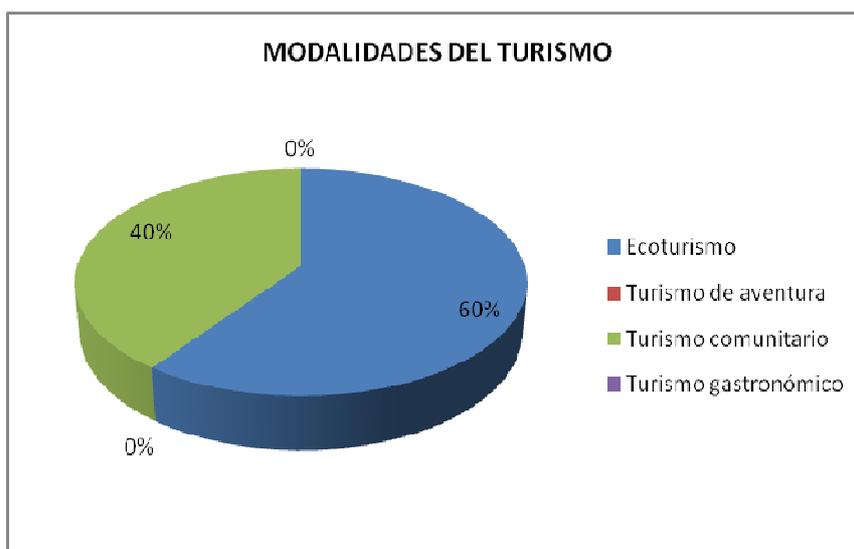
**Tabla 16; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LA MODALIDAD DE TURISMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecoturismo	6	60%
Turismo de aventura	0	0%
Turismo comunitario	4	40%
Turismo gastronómico	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 12; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LA MODALIDAD DE TURISMO**



### **Análisis e interpretación**

Con referencia a la modalidad de turismo que se podría comercializar dentro de una comunidad, el 60% de los Tour Operadoras manifiestan que es el ecoturismo, seguido por el 40% que manifiestan que podría ser el turismo comunitario. Este factor indica que se podría desarrollar dentro de la comunidad estas dos modalidades, ya que se encuentran en la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica los Ilinizas y forma parte de la reserva en mención.

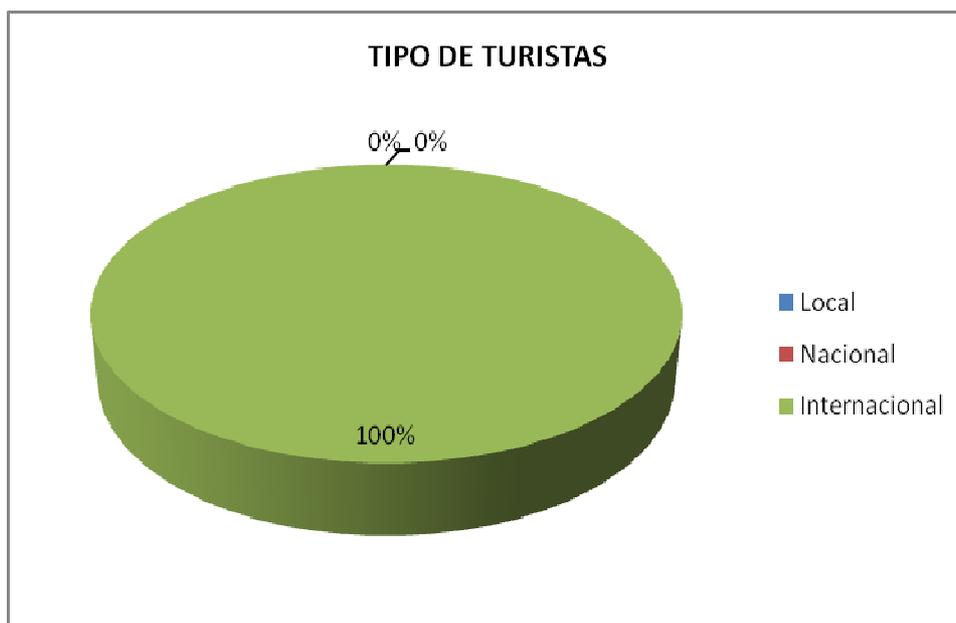
**Tabla 17; TOUR OPERADORA ENCUESTADO SEGÚN EL TIPO DE TURISTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	0	0%
Nacional	0	0%
Internacional	100	100%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 13; TOUR OPERADORA ENCUESTADO SEGÚN EL TIPO DE TURISTA**



### **Analisis e interpretacion**

En el gráfico se observa que el 100% de las Tour Operadoras acantonados en la ciudad de Latacunga manifiestan que sus clientes son los extranjeros, criterios con las cuales se debe plantear un producto turístico de calidad dentro de la comunidad para ofertar y comercializar a través de las operadoras de turismo de la ciudad.

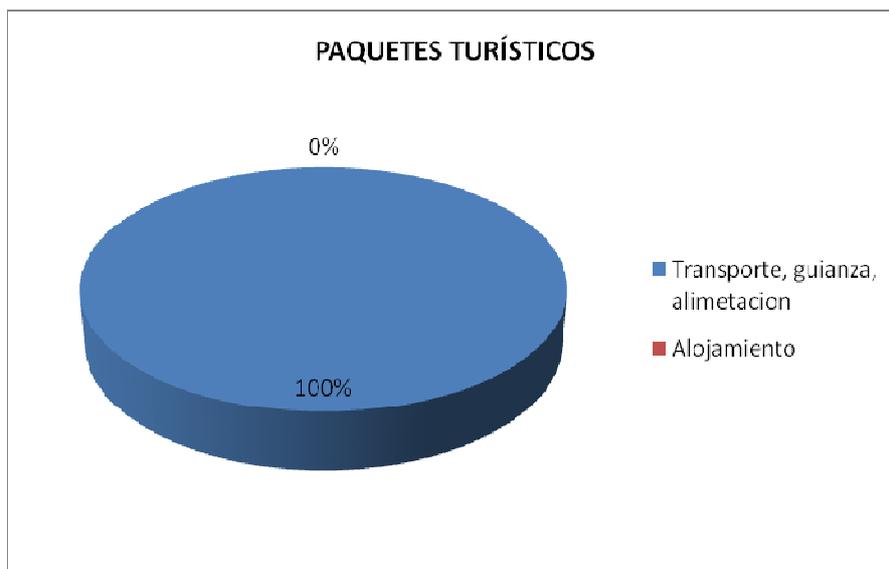
**Tabla 18; TOUR OPERADORAS ENCUESTADAS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIOS OFERTADOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Transporte, guianza, alimentación	10	100%
Alojamiento	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 14; TOUR OPERADORAS ENCUESTADAS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIOS OFERTADOS**



### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se puede observar que el 100% de los Tour Operadores consideran que, para la elaboración de un paquete turístico para su comercialización se debe tomar en consideración el transporte, la alimentación y la guianza. Criterios que se debe tomar en consideración al momento de elaborar los paquetes hacia la comunidad y vincular a los comuneros a la prestación de servicios de calidad.

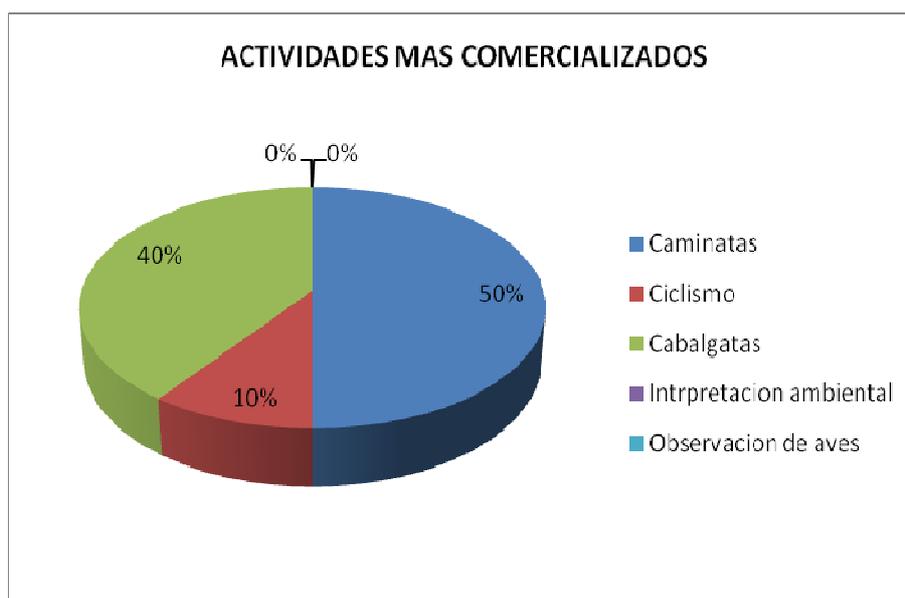
**Tabla 19; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL TIPO DE PAQUETE TURÍSTICO QUE COMERCIALIZAN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminatas	5	50%
Ciclismo	1	10%
Cabalgatas	4	40%
Interpretación ambiental	0	0%
Observación de aves	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 15; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN EL TIPO DE PAQUETE TURÍSTICO QUE COMERCIALIZAN**



### **Analisis e interpretacion**

Observamos que el 50% de los Operadores de turismo indican que las actividades más comercializadas son las camintas, seguidos por el 40% que realizan cabalgatas y finalmente con el 10% realizan bicicletas de montaña. Factores que son importantes considerada para la elaboración de los paquetes turísticos que coinsiden con las actividades que se pueden realizar en la comunidad.

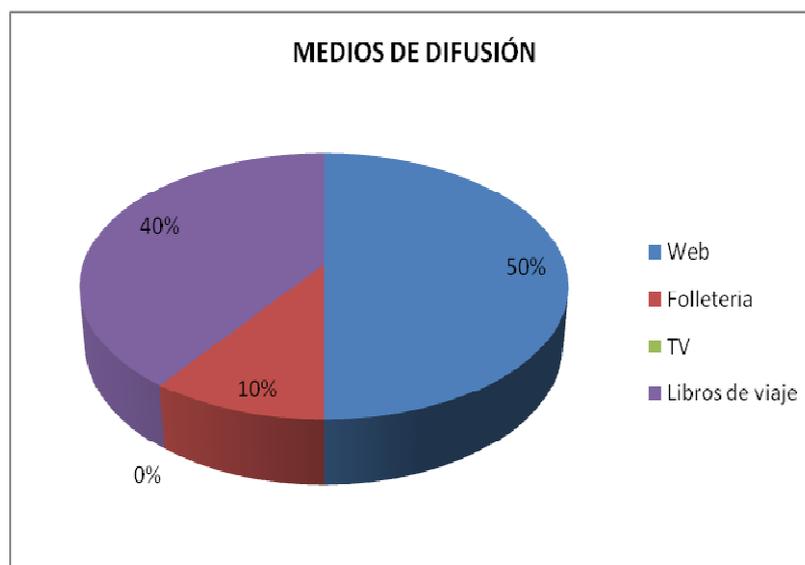
**Tabla 20; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Web	5	50%
Folletería	1	10%
TV	0	0%
Libros de viaje	4	40%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 16; TOUR OPERADORES ENCUESTADOS SEGÚN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN**



### **Análisis e interpretación**

En el gráfico se observa que el 50% de los tour operadores coinciden que la mejor opción para la difusión es a través de la Web, seguido por el 40% que manifiestan que son los libros de viajes y el 10% dicen que se puede promocionar a través de la folletería, medios que son importantes para el diseño, promoción y comercialización de los paquetes turísticos que genere desde la comunidad.

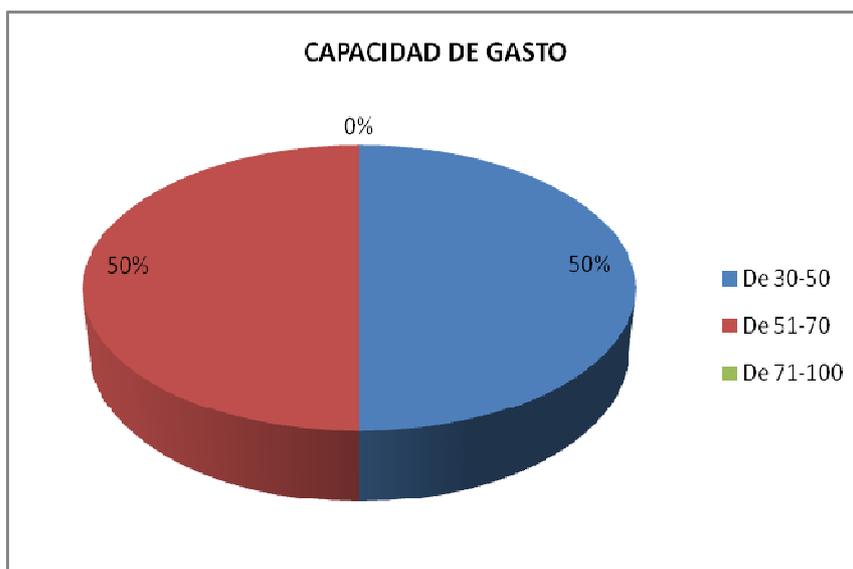
**Tabla 21; TOURS OPERADORAS ENCUESTADOS SEGÚN LA CAPACIDAD DE GASTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 30-50	5	50%
De 51-70	5	50%
De 71-100	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Xavier Iza.

**Gráfico 17; TOUR OPERADORAS ENCUESTADOS SEGÚN LA CAPACIDAD DE GASTO**



### **Análisis e interpretación**

Se puede observar que el 50% de los Tour Operadores indica que sus clientes tienen una capacidad de gasto de 30-50 dólares por día, de la misma forma el otro 50% manifiestan que sus clientes tienen una capacidad de gasto de 51-70 dólares por día, factor que es muy importante para proponer en los paquetes turísticos dentro de estos rangos de la capacidad de gasto de la demanda futura.

### 4.3 Análisis de la oferta

#### 4.3.1 Análisis de la oferta complementaria

Dentro del análisis de la oferta complementaria se tiene toda la base de datos de la Cámara de Turismo de Cotopaxi, los cuales nos indican que tipo de bienes y servicios ofertan cada uno de estos establecimientos y, que los mismos nos sirven de apoyo para el desarrollo de las actividades turísticas de la Provincia de Cotopaxi; por lo que a continuación se pone todo el catastro de CAPTUR - C con sus respectivos detalles.

**Tabla 22; HOTELES Y RESIDENCIALES REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Blacksheep Inn Cia. Ltda.	Chugchilán – Sigchos	032814-587
Cabañas La Laguna	Santán	2800-440
Cabañas Los Volcanes	Lasso frente a Parmalat	2719-524
Cabañas Quilotoa	Zumbahua Quilotoa	92125968
Centro de Convenciones Villa Feliz	Simón Rodríguez Patután	2800-993
Hostal El Álamo	Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría	2812-043
Hostal El Balcón	Av. Amazonas 70-59 y Tarqui	2811-206
Hostal La Posada del Turista	2 de Mayo y Félix Valencia	2811-861
Hostal Mama Hilda	Chugchilán	2814-814
Hostal Quilotoa	Av. Gral. Julio Andrade	2802-090
Hostal Quilotoa Logge Cia, Ltda.	Zumbahua Quilotoa	2220-190
Hostal Zuñirse	Gonzáles Suárez y Benjamín Terán	2800-271
Hostería Cloud Forest	Chugchilán	2814-808
Hotel Somac	Carlos Losada Quintana y Quito	2688-534

Hotel Bronx	Cdla. Rumipamba	2813-412
Hotel Central	Sánchez de Orellana y P. Salcedo	2802-912
Hotel Cotopaxi	Padre Salcedo y Sánchez de Orellana	2801-310
Hotel El Márquez	Marqués de Maenza y Roosevelth	2811-150
Hotel Estambul	Belisario Quevedo y P. Salcedo	2800-354
Hotel Jarfi	Sucre 14-10 y García Moreno	2727-140
Hotel Jimmy	5 de Junio1-89 y Av. Cotopaxi	2806-893
Hotel La Cascada	Quito y Félix Valencia	2811-685
Hotel La Casona	Salcedo Calle Bolívar y 24 de Mayo	2728-224
Hotel La Cocha	Puruháes y Chimbos la Cocha	2802-556
Hotel La Merced	Quijano y Ordóñez 9-10 y Calixto Pino	2800-678
Hotel Las Pirámides	Calle Quito y Pasaje Alcántara	2810-921
Hotel Latacunga	Av. Eloy Alfaro 73-213	2801-895
Hotel Llactacunga	Av. Eloy Alfaro 73-213	2802-372
Hotel Los Andes	Calle Flavio Alfaro y Eloy Alfaro	2800386
Hotel Makroz	Félix Valencia y Quito	2800-907
Hotel Plaza Real	Félix Valencia y Antonia Vela	2803-385
Hotel Quilotoa	Zumbahua	98266381
Hotel Rodelú	Calle Quito y Padre Salcedo	2800-956
Hotel Rosim	Calle Quito y Padre	2802-172

	Salcedo	
Hotel San Carlos	Saquisilí Parque Central	2721-981
Hotel Tilipulo	Calle Guayaquil y Belisario Quevedo	2810-611
Motel Las Cabañas	Km. 7 Vía. Latacunga Aláquez	
Motel Las Minas	Tiobamba vía Salache	2813-352
Refugio de Alta Montaña	José Rivas vía al Volcán Cotopaxi	022-265-550
Residencial Amazonas	Félix Valencia y Amazonas	2812-673
Residencial Caribbean Real	Gral. Proaño San Martín	2812-286
Residencial El Salto	Félix Valencia y Amazonas	2803-578
Residencial El Turista 1	Antonia Vela y Antonio José y Sucre	2804-618
Residencial El Turista 2	Calle Pangua y Cusubamba	2806-122
Residencial La Laguna	Av. Rumiñahui y Roosevelth	2800-440
Residencial Los Nevados	5 de Junio 53-19 y Eloy Alfaro	2800-407
Residencial Los Rieles	Av. Marco Aurelio Subía	2801254
Residencial Santiago	2 de Mayo y Guayaquil	2800899

**Tabla 23; HOSTERÍAS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Complejo Turístico Sierra Tropical	Av. Miguel Iturralde km. 3/12	2803-828
Complejo Turístico Sol Caribe	Calle Gral. Proaño	2812-291
Complejo Turístico Surillal	Barrio Yanayacu	2726-322
Hacienda Hato Verde Bed y Breakfast	Panamericana. Norte km. 13 entrada Mulaló	2719-348
Hostería Carlos Patricio	Vía Maldonado	2688-195

Hostería Cuello de Launa	Lasso vía al P.N. Cotopaxi	99700330
Hostería Ecológica Gilocarmelo	Saquisilí Calle Chimborazo	2722-223
Hostería Huagra Corral	Entrada al Parque Nacional Cotopaxi	2719-729
Hostería La Ciénega	Lasso	2719-357
Hostería Posada del Rey	Lasso	2719-319
Hostería Quinta Colorada	Pucará km. 7 vía Lasso – Sigchos	2716-122
Hostería Rumí pamba de las Rosas	Panamericana Sector Norte	2726-128
Hostería San Agustín del Callo	Parroquia Mulaló	2719-160
Hostería San Mateo	Lasso	2719-015

**Tabla 24; RESTAURANTES Y ASADEROS REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Chucchucaras Anita	Quijano y Ordoñez 1-26 y Rumiñahui	2811-961
Asadero Don Carlitos	Av. Eloy Alfaro	2807-266
Asadero Leñador 1	Amazonas 75-37 y 5 de Junio	2802-580
Asadero Leñador 2	Av. Amazonas 7427	2814-026
Asadero Leñador 3	2 de Mayo y Padre Salcedo	2813-037
Asadero Súper Pollo Sabrosón	Av. 5 de Junio y Eloy Alfaro	_____
Bar – Restaurante DY DY	San Felipe frente UTC	2802-967
Café Colonial	Quito y Padre Salcedo	2800-461
Café Leche y Miel	Quijano y Ordoñez y Ramírez	2813-229
Cafetería El Pasaje	Pasaje Padre Salcedo	2813-169
Cafetería Magma	Gral. Maldonado y B. Quevedo	2804-557
Cevichería Portoviche	Sánchez de Orellana y Guayaquil	2660759

Chefs Café Restaurante	Av. Amazonas y Gral. Maldonado	2813-189
Chugchucaras Don Goyo	Quijano y Ordóñez 1-188 y Márquez de Maenza	2810-832
Chugchucaras Emmanuel	Quijano y Ordóñez y Rumiñahui	2812-139
Chugchucaras Rosita	Av. Eloy Alfaro	2813-168
Comedor La Casa del Abuelo	Gral. Maldonado 8-50 y Quijano y Ordóñez	2810-235
Heladería Ice Fruit	Av. Unidad Nacional y Emilio Sandoval	2805-523
Helados de Paila 1	Sánchez de Orellana y Luís Fernando Vivero	2801-180
Helados de Paila 2	Quijano y Ordóñez y Tarqui	2801-210
Hostería Pacha Salac	Panamericana Norte vía Lasso	2719-194
La Fonda Restaurante	Antonia Vela y Antonio José de Sucre	2805-110
La Fornace Gelateria Cafetería	Quito y Juan Abel Echeverría	99204301
Marisquería Caracol 1	2 de Mayo y Tarqui	2801-195
Marisquería Caracol 2	Quijano y Ordóñez y Márquez de Maenza	95402707
Marisquería Jambelí	Av. Amazonas y Jaime Roldós	20802-298
Paradero La Avelina	Lasso Km. 16	2719-429
Paradero Los Pinos	Lasso	2719-193
Parador La Finca	Panamericana Sur km1/2	2811-246
Parrilladas La Española	2 de Mayo 3-13 y Guayaquil	2812-368
Picantería Chalupas	Sector la Avelina	2719-540
Picantería Luís Alcides Pila	Av. Amazonas y Guayaquil	_____

Pinchos Amazonas	Av. Amazonas y Padre Salcedo	2810-641
Pizzería Bon Giorno	Sánchez de Orellana y Gral. Maldonado	2801-488
Pollos Don Sérbulo	Av. 5 de Junio y Eloy Alfaro	_____
Pollos Don Sérbulo	Av. Amazonas 25-41 y Guayaquil	_____
Pollos Gus	Av. Eloy Alfaro	2801-299
Recepciones Bambú	Cesar Dávila y Remigio Cordero	2811-603
Restaurante 100% Chonero de Nachita	Gral. Maldonado y Belisario Quevedo	2812—647
Restaurante Amazonas	Av. Amazonas y 5 de Junio	2810-640
Restaurante Barcelona	Av. Eloy Alfaro	2823-886
Restaurante Casa Mía	Av. Amazonas y Gral. Maldonado	2813-189
Restaurante Chifa Cantón	Av. Eloy Alfaro	2813-435
Restaurante Chifa China	Antonia Vela y 5 de Junio	2813-175
Restaurante Chifa Dragón	Av. Amazonas y Pastaza	2800-469
Restaurante Chifa Dragón	Av. Unidad Nacional y Emilio Sandoval	2800-555
Restaurante Chifa Fuyuan	Félix Valencia 4-49	_____
Restaurante Chifa Miraflores	Padre Salcedo y 2 de Mayo	2809-079
Restaurante Chifa Taiwán	Antonio Clavijo y Sucre	2800-330
Restaurante El Autentico Sabor	Av. Eloy Alfaro	2809-960
Restaurante El Copihue Rojo	Quito 14-38 y Tarqui	2801-725
Restaurante El Coyote del Sur	Sánchez de Orellana y Emilio Sandoval	2814-398
Restaurante El Máximo	Av. Amazonas y Félix Valencia	2812-085
Restaurante El Pedregal	Quijano y Ordóñez y Gral. Proaño	2811-731

Restaurante El Sabor Campechano	Panamericana Norte la Estación	2800-662
Restaurante Hong Kong	Av. Amazonas y Gral. Maldonado	2801-793
Restaurante Imperio	Salcedo Av. Jaime Mata Yerovi	2728-412
Restaurante La Estación	Gral. Maldonado y Amazonas	2660-292
Restaurante Lasso	Frente a INDULAC	2719-046
Restaurante Mesón Colonial	Calle Tarqui 5-14 y Quito	2800-305
Restaurante mi Gorda Bella	Antonia Vela y Calixto Pino	_____
Restaurante Panamericano	Av. Eloy Alfaro 7839 y V. Torres	2813-316
Restaurante Ricos	Av. Eloy Alfaro	2804-219
Restaurante Rincón Manabita	Av. Amazonas	97408824
Restaurante Sabor a Campo	Piedra Colorada	2718-401
Restaurante Sabor Latino	Quito y Juan Abel Echeverría	2814-373
Restaurante Sabor Manabita	2 de Mayo y Calixto Pino	94779055
Restaurante Tambo Service Sociedad	Tambo Mulaló	2710-295
Súper Pollo Rico 1	Quijano y Ordóñez y Guayaquil	2660-142
Súper Pollo Rico 2	Av. Amazonas y Diego Noboa	2808-422
Yogurt Persa	Quito 70-29 y Tarqui	_____

**Tabla 25; DISCOTECAS Y KARAOQUES REGISTRADOS EN LA CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Bar Karaoke Clownz Ban	Los Arupos San Felipe	98757572
Bar Karaoke Dala	Av. Ibero América San	2800-033

	Felipe	
Bar Karaoke El Escorpión	Av. Cotopaxi 2-02 y las Pampas	2803-974
Discoteca Gálaxi	Barrio El Mirador	2811-185
Discoteca Sky Way	Av. Oriente	2813-016
Discoteca VIP	Gral. Maldonado y Amazonas	2814-243
Gens Chop	Amazonas 261 y Gral. Maldonado	2814-020
Karaoke Dannys	Av. Simón Rodríguez	98594321
Sonata Bar Karaoke	Av. Rumiñahui y Q. y Ordóñez	2803-610
Transporte Express Seguricar	_____	2807-400

#### **4.4 Análisis de los canales de distribución y comercialización**

La comunidad Cotopilaló, se encuentra ubicado al noroccidente de la Provincia de Cotopaxi, en la Parroquia de Toacaso del Cantón Latacunga.

Por lo que se realizará la distribución y comercialización de los productos turísticos de la comunidad Cotopilaló en forma directa e indirecta.

La distribución directa será a través de una página web y el centro de operaciones turística ubicada en la comunidad y la indirecta; realizando alianzas estratégicas con Operadores Turísticos del Cantón Latacunga, hoteles, restaurantes, cafeterías, centros de internet y transportistas de la ciudad y Provincia.

En este sentido la comunidad Cotopilaló, deberá tomar en cuenta todas las recomendaciones en el momento de realizar los medios más visitados para informarse; ya sea por turistas nacionales o el turismo receptivo, con eso marcar las pautas de desarrollo de promocionales para dar a conocer los productos turísticos de la comunidad.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- El estudio que se efectuó en la comunidad de Cotopilaló, se realizó bajo un método técnico de investigación descriptiva, en cada una de las actividades encaminadas en el presente trabajo: se diseñó y aplicó las herramientas de recopilación de información primaria y secundaria de manera técnica, así también se desarrolló las salidas de campo para conocer los diferentes atractivos turísticos en donde se pretende implementar las actividades relacionadas con la aventura, el esparcimiento y la recreación, se conoció en Situ, los recursos turísticos focales y complementarios, la accesibilidad y las facilidades turísticas con las que cuenta la comunidad.
- En la investigación está plasmado la capacidad técnica y académica recibida; con la aplicación de las herramientas y en el análisis e interpretación de resultados, aplicado a la muestra en toda la comunidad, a los miembros de la directiva de la organización de segundo grado y a los tours operadores acantonados en la ciudad de Latacunga, a través del cual se conoce el perfil de los turistas, tomando en cuenta sus gustos, preferencias, capacidad de gasto del turista internacional, los medios de difusión más utilizados para los viajes, los paquetes y actividades más comercializados a los clientes potenciales para el producto que se proponga desde la comunidad.
- Se identificó las potencialidades turísticas naturales y culturales que poseen dentro de la comunidad y sus alrededores, tomando en consideración que esta comunidad está ubicada en la zona de amortiguamiento y forma parte de la Reserva Ecológica los Ilinizas, factor que es muy importante en el momento de diseñar el producto turístico de la comunidad para la promoción, difusión y comercialización.

- Finalmente en el diagnóstico participativo efectuado a la comunidad, manifiestan el interés de trabajar e impulsar el desarrollo del ecoturismo y turismo comunitario, en virtud de que esta comunidad ya realiza actualmente el ecoturismo aunque no se lo realiza técnicamente, ya que reciben turistas extranjeros que vienen a través de intercambios culturales, voluntarios, intercambio de experiencias, en el sentido de que esta comunidad tiene la política de apoyar en la conservación de los páramos y bosques nativos a través de un proyecto de alpacas y de reforestación.

### **5.1 Recomendaciones**

- Proponer e implementar los diferentes productos turísticos en función a los recursos naturales y culturales de la comunidad y aprovechar de manera racional y sustentable los recursos de la Reserva Ecológica los Ilinizas y los recursos que se encuentran cercanos a la comunidad, a los cuales se los puede plantear circuitos complementarios, además tomar en consideración el resultado de las encuestas que se debe diseñar el producto turístico de la comunidad tomando como elementos importantes que son las actividades de recreación y aventura.
- Diseñar, promocionar y comercializar productos y servicios turísticos de acuerdo a la necesidad de los clientes en función a los resultados arrojados en la investigación, lo que implica que se debe plantear el producto referente al ecoturismo por el hecho de formar parte de la reserva ecológica lo Ilinizas y el turismo comunitario aprovechando toda la riqueza cultural de la comunidad, además consolidar el producto con personal capacitado y servicios de calidad.
- Diseñar diferentes circuitos tomando como referencia las potencialidades turísticas de la zona, es decir un circuito a los Ilinizas referente a aventura, actividades de recreación en la comunidad y actividades complementarias a través del Qhapaq Ñan, en el trayecto de las comunidades vecinas.

- Posicionar un producto turístico con identidad local, partiendo del diseño, la difusión y la comercialización del producto a través de los medios más idóneos y alianzas estratégicas con operadores de turismo, OGs e instituciones educativas.
- Usar el presente documento como instrumento de consulta relacionados al tema de turismo, ecoturismo y turismo comunitario, ya que se ha generado en base a un trabajo minucioso de campo e investigación bibliográfica.
- Gestionar el financiamiento, a través de esta herramienta ante los organismos públicos y privados para su implementación, en vista de que la propuesta se enmarca dentro de los criterios técnicos para su ejecución.
- Valorar y potencializar los recursos naturales y culturales de la comunidad con el enfoque del desarrollo del ecoturismo y turismo comunitario, utilizando correctamente este instrumento de gestión para conseguir el financiamiento en las instituciones públicas y alianzas estratégicas con la empresa privada para la comercialización del producto turístico con identidad local.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. Título de la propuesta**

“Recursos Naturales y Culturales y su Incidencia en el Desarrollo del Ecoturismo en la Comunidad Cotopilaló en la Parroquia Toacaso del Cantón Latacunga”

#### **6.2 Antecedentes de la propuesta**

Los diferentes actos internacionales como la realización del evento de miss universo, la participación ecuatoriana en las ferias internacionales de turismo, la participación en el mundial del futbol, la posición estratégica de las islas Galápagos, la iniciativa del Ministerio de Turismo del en vender la imagen y la marca a través de ama de la vida nos ha puesto en los ojos del mundo.

En este contexto, de manera pertinente y adecuada, la comunidad indígena de la Cotopilaló de la Parroquia Toacaso, que está asentada en la Reserva Ecológica los Ilinizas se debe plantear como parte de su proceso de desarrollo sustentable, la implementación de nuevas alternativas de generación de recursos económicos, a través de líneas de acción y estrategias adecuadas de promoción, difusión y comercialización con el fin de garantizar el posicionamiento de un nuevo producto con identidad local referente a la modalidad del ecoturismo y turismo comunitario.

Para eso se realizo el análisis de la voluntad de los dirigentes de la comunidad y de los dirigentes de la organización de segundo grado UNOCANC (Unión de Organizaciones Campesinas del Norte de Cotopaxi), para abrir las puertas al desarrollo de las actividades del ecoturismo y turismo comunitario, previo a un proceso de capacitación y consolidación de un producto turístico con altos estándares de calidad.

En la presente propuesta se plantea el diseño diversificado de productos eco turísticos y turismo comunitario en función a las potencialidades turísticas de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad de la Parroquia Toacaso, con el cual se aporta a la sostenibilidad de estos recursos, en las cuales se pueden realizar las diversas actividades de aventura en paramos y montañas sin alteración del equilibrio ecológico; por otro lado brindar el turismo comunitario; en la Comunidad de la Cotopilaló que es filial a la UNOCANC (Unión de Organizaciones Campesinas del Norte de Cotopaxi), para revitalizar y mantener los rasgos culturales en la mencionada comunidad, a través de la explotación sustentable de esta nuevo recurso y generar fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida de los involucrados.

Con la ejecución de la propuesta, se lograra tener varias alternativas para el visitante, rompiendo con el turismo tradicional, brindando otros sitios de interés para la recreación y esparcimiento en el cantan, Provincia y el país, con el objetivo principal de ingresar nuestros productos y/o servicios adecuados en el mercado turístico, con el precio apropiado y calidad de servicios.

Un rasgo importante, es que la comunidad de una u otra forma a estado prestando los servicios turísticos de forma empírica, ya que existe una determinada afluencia turística hacia la comunidad, en vista de que hay turistas que llegan en calidad de voluntarios, intercambio de experiencias.

Aspecto que es muy importante para la toma de decisiones en el diseño del producto turístico de la comunidad, fundamentalmente porque se debe aprovechar los recursos naturales y culturales que poseen los miembros de la comunidad, la Reserva Ecológica los Ilinizas y las comunidades aledañas por donde cruza el Qhapaq Ñan.

El planteamiento se efectúa en función a un proyecto integral que contemplará los componentes de: capacitación turística, infraestructura turística, facilidades turísticas y señalización turística.

### **6.3 Justificación**

El turismo constituye uno de los rubros de generación de divisas más significativos con los que cuenta el país, al punto que ha llegado a considerarse como un sector estratégico para el desarrollo del país.

De acuerdo a la información oficial, proveniente de las cuentas satélites, el turismo constituye una importante captación de divisas luego del petróleo y el ingreso de divisas por la migración.

Una reciente consultoría sobre los productos turísticos, contratada por el Ministerio de Turismo, identifica tres tipos de productos turísticos relevantes para el país: turismo de naturaleza o ecoturismo en las áreas protegidas del país, de cultura o turismo comunitario y de interés especial (aventura).

El turismo en conforma una red de productos que integran de manera creativa dos de las principales corrientes turísticas mundiales: el turismo de naturaleza y el descubrimiento de culturas milenarias ancestrales, corrientes que son importantes para la comunidad.

Desde esta perspectiva, los destinos turísticos comunitarios cuentan con un enorme potencial, aun no aprovechados, para incidir sobre dos de los tres tipos de productos priorizados para el Ecuador y captar crecientes segmentos de la demanda del mercado turístico internacional, uno de los más dinámicos y globalizados de la economía mundial.

El ecoturismo y turismo comunitario comenzó a configurarse con mayor dinamismo en el Ecuador a partir de la segunda mitad de la década de los 90; hoy parece cobrar una renovada vitalidad en la medida que se reconoce internacionalmente la extraordinaria biodiversidad que posee y la riqueza con respecto a las etnias, las culturas, los pueblos y nacionalidades que posee el país.

En efecto, el Ecuador ocupa el 3ro y 4to lugar a nivel mundial en cuanto a diversidad de anfibios y aves; no obstante, en términos de la densidad de esas especies (considerando el tamaño del país), es considerado como uno de los 17 países mega diversos del mundo. En el ámbito cultural, existen trece nacionalidades, con sus propias lenguas, costumbres, tradiciones, folclor, cosmovisión, sistemas de organización social.

Buena parte de las reservas naturales del país están en manos de las comunidades indígenas amazónicas, andinas o costeras. En consecuencia, apoyar activamente a la consolidación de las iniciativas de turismo sostenible significa cooperar en el mantenimiento de la diversidad étnica, cultural y biológica del país en su conjunto.

El ecoturismo y turismo comunitario puede aportar en la constitución de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y saberes tradicionales, propios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. De esta forma, el turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del Estado ecuatoriano.

A este propósito, conviene precisar que el turismo comunitario surgió como alternativa económica de las comunidades campesinas e indígenas para generar ingresos adicionales, defender y revalorizar los recursos naturales y culturales locales. Al permitir a las poblaciones locales aprovechar de estas nuevas fuentes de empleo complementarias a las actividades tradicionales que realizan todos los días, ya sean estas mercantiles o de autoconsumo, se ha podido evitar que las comunidades se vean forzadas a talar sus bosques, avanzar con la frontera agrícola hacia los páramos, permitir la entrada de compañías petroleras, mineras, camaroneras y forestales en sus territorios o emigrar a las grandes ciudades en busca de empleo, sin pretender atribuir al turismo, y al conjunto de actividades que este genera con su desarrollo, un papel de “sueños” frente a los problemas de la pobreza, conviene no obstante precisar que estudios recientes han llegado a la conclusión, que el ecoturismo y

turismo comunitario representa para algunas comunidades una fuente de beneficios rehalíes.

Es decir diversificación de sus actividades económicas, ingresos adicionales, expresiones culturales renovadas, lasos comunitarios fortalecidos y mejores condiciones de la calidad de vida.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 Objetivo General**

“Potencializar los recursos naturales y culturales para que tenga incidencia en el desarrollo del Ecoturismo en la Comunidad Cotopilaló perteneciente a la Parroquia de Toacaso del Cantón Latacunga”

### **6.4.2 Específicos**

- Establecer rutas eco turísticas en la comunidad y las zonas de influencia con las diversas actividades que se puedan realizar.
- Diseñar medios de promoción, difusión y comercialización de los productos turísticos de la comunidad.
- Establecer un presupuesto global aproximado para la implementación del proyecto en la comunidad en función a las rutas establecidas.

## **6.5 Análisis de factibilidad**

### **6.5.1 Factibilidad técnica.**

La propuesta, técnicamente es factible, ya que la comunidad forma parte de la Reserva Ecológica los Ilinizas como principal recurso natural y atractivo focal es el Nevado Ilinizas, presta las condiciones necesarias para convertir en un producto eco turístico potencial dentro de la Provincia de Cotopaxi.

### **6.5.2 Factibilidad económica**

Es factible financieramente, debido a que la inversión inicial no es muy alta, considerando que es una gran parte de la reserva Ecológica que se toma como zona de intervención y presenta las condiciones favorables para el apoyo financiero por las ONGs conservacionistas e instituciones y empresas públicas y privadas con aporte significativo de las comunidades en lo que tiene que ver con la mano de obra no calificada (mingas) y el material de la zona, esto vinculando directamente a los gobiernos seccionales y locales como competencias de generar nuevas alternativas para el desarrollo de los pueblos.

### **6.5.3 Factibilidad social**

En el aspecto socioeconómico, aporta a mejorar las condiciones de vida de los miembros de las comunidades que están vinculadas de forma directa o indirectamente en esta importante comunidad que forma parte de la reserva natural, a través de la generación de nuevas fuentes de empleo y por tanto mejorar el ingreso de los recursos económicos para las familias y los fondos generados a través del proyecto se podrán reinvertir en esta misma comunidad.

Es factible, por ser un proyecto integral que presenta diversas actividades para desarrollar en la zona y por que el ecoturismo es una industria potencial para el desarrollo de los pueblos y cada vez, existe más y mejores oportunidades de inversión por las ONGs y las instituciones públicas.

Por otro lado se aporta al fortalecimiento de la identidad cultural, valorando sus raíces ancestrales y proyectando a la generación de un nuevo producto ecoturístico a través de la convivencia de los turistas en las comunidades.

También se crea conciencia social para el desarrollo del ecoturismo con calidad ambiental y calidad de servicios, al mismo tiempo se aporta a la conservación de los recursos naturales y culturales de la comunidad que está ubicada en la zona de amortiguamiento y dentro de la Reserva Ecológica los Ilinizas, como una alternativa de desarrollo social responsable.

## **6.6 Fundamentación**

Para garantizar la sostenibilidad institucional y comunitaria, la propuesta garantiza establecer lineamientos básicos y prioritarios de las futuras acciones con respecto al fortalecimiento institucional de la comunidad y la UNOCANC, como se ha mencionado con la ejecución de la propuesta se identificara sus potencialidades y sus limitaciones con los que cada instancia pueda implementar acciones que el proyecto les recomiende para no tener complicaciones.

La determinación de los roles y responsabilidad de la Instancia Técnica de la Comunidad, y la diferenciación de los niveles políticos, gerencial, operativa y de control se mantendrá en el tiempo por que constituye la columna vertebral de la gestión institucional.

El hecho de que los autores directos que s la comunidad de la Cotopilaló que forma parte de la Reserva Ecológica los Ilinizas se vinculen directa y activamente en el presente proyecto, a mas de los conocimientos y experiencias que ellas generen en todo el proceso del proyecto, hará que se empoderen y continúen, una vez que concluya las actividades de este proyecto que es la punta del ovillo, los futuros proyectos rentables para la organización.

Las decisiones que toma la comunidad en las asambleas son de largo alcance y de carácter vinculante, por lo tanto todas las acciones serán tomadas en los espacios que tienen poder de decisión, de tal forma que, se garantiza la sostenibilidad, como estrategia de desarrollo socioeconómico de la población de la comunidad vinculada.

## **6.7 Fundamentación legal**

Se fundamenta en función a todos los instrumentos generados en la república del que guardan relación con el desarrollo del ecoturismo y turismo comunitario, para la cual se presentan los principales tópicos de la constitución y la ley de turismo del Ecuador.

## **Capítulo cuarto;**

### **Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.**

Art. 57.- Se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la constitución y los pactos, convenios, declaraciones, y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos.

1. Mantener, desarrollar y fortalecer su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y forma de organización social.
  
8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y entorno natural. El estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

De la misma forma se analiza el Código Orgánico de organización territorial, Autonomía y Descentralización, que faculta a los diferentes niveles d gobierno apoyar y generar las actividades relacionadas al turismo como una parte del fomento productivo.

**Artículo 42.-** Competencias exclusivas de gobierno autónomo descentralizado Provincia I.

- f. Fomentar las actividades productivas Provincia les especialmente las agropecuarias.

**Artículo 55.-** Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.

- h. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del Cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

**Artículo 65.-** Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado Parroquial rural.

d. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y protección del ambiente.

e. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriano, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos.

Asimismo el artículo 4, referente a la política estatal con relación al sector del turismo y la vinculación con la presente investigación, dice que debe cumplir los siguientes objetivos;

b. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación;

De la misma forma en el capítulo III DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO, artículo 14, numeral 8. Dice que será también un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del -FPTCE.

## **6.8 Metodología, Modelo Operativo**

La comunidad indígena de la Cotopilaló que pertenece a la jurisdicción de la UNOCANC, como sitios de intervención directa de la propuesta y sus operaciones comunitarias, con el apoyo de técnicos locales se analizó la probabilidad de generar la propuesta, sus principales problemas y limitaciones que impiden el desarrollo y la consolidación del ecoturismo y turismo comunitario en la comunidad de la Cotopilaló y en la zona de influencia y posteriormente se definió directrices sobre los ámbitos de acción que se debían implementar para consolidar la gestión turística comunitaria.

Estas acciones se sistematizan en la presente propuesta, en el cual se determinan las áreas de intervención con acciones a desarrollar en el corto mediano y largo plazo, constituyéndose dicho instrumento de planificación en una herramienta que orienta el accionar de la comunidad y la UNOCANC como entidad rectora del turismo de gestión comunitaria en el área.

De esta manera la presente propuesta se sustenta y se inserta dentro de las estrategias de intervención previstas y se pretende desarrollar un proceso que permita alcanzar en el corto, mediano y largo plazo la consolidación y el posicionamiento de un producto turístico a través de la gestión comunitaria a nivel nacional e internacional.

**Tabla 26; MODELO OPERATIVO (CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES)**

ACTIVIDADES	MESES								
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9
<b>INFRAESTRUCTURA</b>									
Realizar el diseño, construcción y adecuación de cabañas para alojamiento	X	X	X	X					
Realizar la adecuación y equipamiento de un salón de convenciones y capacitaciones turísticas	X	X	X	X					
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>									
Diseño, adquisición y ubicación de señalética informativa			X	X	X				
Diseño , adquisición y ubicación de señalética descriptiva			X	X	X				
Minga para apertura y adecuación de un sendero hacia; los Ilinizas y Qhapaq Ñan					X	X	X		
Minga para la colocación de barandas de seguridad ubicadas en los sitios críticos del sendero					X	X	X		
Mingas para la ubicación estratégica de basureros ecológicos en la zona de intervención del proyecto.					X	X	X		
<b>PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN</b>									
Realizar el diseño y elaboración de una guía turística de la zona				X	X	X			
Efectuar el video turístico promocional				X	X				
Reproducción de DVD en alta calidad						X			
Diseño y elaboración de afiches en A0 en alta calidad y full color en los sitios más relevantes del sector						X	X		
Diseño de una página web sobre el					X	X			

proyecto							X		
<b>CAPACITACIÓN</b>									
Realizar eventos de capacitación a un grupo de jóvenes en temas de atención al cliente					X	X	X		
Realizar un curso para la formación de guías nativos							X	X	X
Entrega del proyecto implementado									X

**SIGLAS UTILIZADAS:** M = Mes

## 6.9 Recursos Turísticos de la Comunidad

Para facilitar una visualización completa y rápida podemos con la siguiente información los aspectos más importantes referentes a los recursos más importantes encontrados en la comunidad Cotopilaló:

### 6.9.1 Sitios naturales

- a) **Loma de Zucus.-** de categoría sitios naturales, de tipo montañas y subtipo colina; está localizado 3.810 m.s.n.m, es un mirador hacia el sector del Qhapaq Ñan, Guagrawasi, Quita sol, Planchaloma, La Llanura de Wintza, Toacazo. Sitio ideal para estar en contacto con el pajonal, tomar fotografías y observar aves está en proceso de deterioro de sus alrededores.
- b) **Bosque Quita Sol.-** de categoría sitios naturales, de tipo bosques y subtipo páramo; está localizado en los 3.724 m.s.n.m, es un remanente de bosque nativo conservado, en la que se puede realizar senderos para observar especies de Animales (conejos de páramo, lobo de páramo, mirlo, ruku, colibrí, etc.), así mismo la flora y sus beneficios.
- c) **Río blanco (mirador).-** de categoría sitios naturales, de tipo montaña; situado a 3940 m.s.n.m, este lugar está rodeado por pajonal que sirve como un mirador hacia los atractivos principales del páramo, como son los

Ilinizas, el Cantón Sigchos, no está alterado y la accesibilidad es de tercera orden que está en buen estado y se podría adecuar un parqueadero.

- d) **Rodeo Pamba.-** de categoría sitios naturales, de tipo planicie y subtipo meseta; localizada a 3964 m.s.n.m, esta conservado, es un a atractivo complementario a los nevados los Ilinizas de contexto local y Provincia I.
- e) **Cóndor Wuñuna.-** de categoría sitios naturales, tipo montañas y subtipo desfiladeros a 3914 m.s.n.m, es un sitio rodeado por rocas gigantes, que traducido su nombre del Kichwa significa sitio donde se muere el cóndor. Se puede realizar la actividad de rapel, escalada en roca, paseo en caballos y caminata a las faldas del Iliniza sur, es accesible y su estado es conservado.
- f) **Roca de Timonjucho.-** de categoría sitios naturales, de tipo montaña y subtipo desfiladeros, ubicado en los 4.018 m.s.n.m, son impresionantes rocas de aproximadamente 120 m. de altura, en este sitio se puede desarrollar algunos deportes extremos, como el rapel y escalada en roca, es accesible a pie, aun esta conservado.
- g) **Laguna Verde de Azufre.-** de categorías sitios naturales, de tipo ambientes lacustres y subtipo lagunas, localizado a 4694 m.s.n.m, de aproximadamente 500 metros de diámetro, en esta laguna se encuentra la mezcla del agua de los deshielos del Iliniza sur y el agua del antiguo cráter del gran Iliniza, contiene gran cantidad de azufre y es por eso su coloración verde turquesa, de estado conservado y es un atractivo de contexto nacional e internacional.
- h) **Glacial del Iliniza Sur.-** de categoría sitios naturales, de tipo montañas y subtipo glaciares, localizado a 4761 m.s.n.m, se requiere de buena condición física, una vez arribado al sitio se observa una cueva profunda de hielo formada por la naturaleza, de la misma forma de puede presenciar la cascada que conforma por el deshielo de sus glaciares, en proceso de deterioro por la misma naturaleza y es de contexto nacional e internacional.

- i) **Iliniza Norte.-** de categoría sitios naturales, de tipo montañas y subtipo altas montañas, situado a 4747 m.s.n.m, el acceso es medianamente complicado y para escalar esta el sendero bien marcado, su accesibilidad es fácil y es un atractivo focal para los turistas nacionales y extranjeros.
- j) **Bosque Planchis,** de categoría sitios naturales, de tipo bosques y subtipo páramo, localizado a 3679 m.s.n.m, es un remanente de bosque nativo que está conservado, es un sitio ideal para realizar un observatorio de aves y mamíferos, tiene todas las facilidades de acceso, ideal para realizar senderismo, cabalgatas, caminatas y aclimatación.
- k) **Qhapaq Ñan.-** de categoría sitios naturales, de tipo montañas y subtipo cordilleras, situado a 3334 m.s.n.m, es un sendero estrecho de aproximadamente 1,50 metros, por este sector cruza el camino de los incas desde la el sector conocido como Loma de Wintza, hasta Chisaló, está en proceso de deterioro, es accesible y tiene un interés turístico nacional e internacional.
- l) **Acantilado de Topalewi.-** de categoría sitios naturales, de tipo fenómenos geológicos y subtipo escarpas de falla, ubicado en la comunidad San Francisco, de contexto nacional por el interés turístico del camino del inca y su historia, es de acceso fácil.
- m) **Paisaje de Montañas.-** de categoría sitios naturales, de tipo montañas y subtipo cordilleras localizados entre 3.420 – 3.422 m.s.n.m, ubicadas encima de las comunidades que comparte una parte del camino del inca, en estos sitios se puede realizar la observación de paisajes, turismo de aventura con motos, cuadrones y bicicletas, se puede compartir las costumbres y tradiciones de la comunidad, está en proceso de deterioro.

### 6.9.2 Recursos Culturales

- a. **Fiesta a la Virgen de las Mercedes.-** De categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo manifestaciones religiosas, esta fiesta se desarrolla durante quince días en el mes de septiembre en la comunidad Cotopilaló.
- b. **Plato Típico / La Boda:** De categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo comidas y bebidas típicas, en toda la zona de la UNOCANC. Plato típico que se ofrece cuando realizan algún evento de importancia en la Comunidad.
- c. **Cultura Mística:** De categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo shamanismo, es la tradición de limpiezas y curas a través de la limpieza del cuerpo con animales (cuy) y objetos (huevo de gallina de campo y hierbas), esto lo realiza el YACHAC (curandero) en todas las comunidades y es de interés turístico local, que está en proceso de deterioro.
- d. **Fiesta de Cuasimodo:** de categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares, se realiza en la comunidad de Planchaloma en la que observan una representación de dos ejércitos.
- e. **Shamanismo.-** de categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo Shamanismo, es el proceso de curación de una persona nativa a cualquier enfermo, se inicia con la visita al Shaman en días especiales (martes y viernes), esta conservado y es un atractivo de contexto local.
- f. **La partera.-** de categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo Shamanismo, es prácticamente una enfermera, esta tradición aun conservan en algunas comunidades que están ubicados en el trayecto del Qhapaq Ñan.

- g. **Tejidos y Artesanías.-** de categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo artesanías, se lo realiza en todas las comunidades de la UNOCANC, realizan los tejidos de lana; que lo realizan generalmente las mujeres.
- h. **La indumentaria.-** de categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo tejidos e indumentaria, en toda la organización está en procesos de deterioro y es un atractivo cultural de contexto nacional.
- Música y Danza.-** de categoría manifestaciones culturales, de tipo etnografía y subtipo música y danza, por lo general en casi todas las comunidades tiene un grupo de danza algunos de estos con personas antiguas que representan el arte popular, la vivencia de los pueblos milenarios y en otros la nueva generación (jóvenes), está bastante deteriorado.

## **6.10 Diseño de Productos Turísticos**

Se considera al “Sistema de componentes tangibles e intangibles ensamblados capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfacen sus necesidades otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.”

Con estos antecedentes; se plantea, realizar diversos circuitos o rutas turísticas que se convertirán en el producto turístico de la comunidad de la Cotopilaló de la Parroquia Toacaso:

**Caminatas.-** Actividad que se pueden realizar dentro de la comunidad a través del desarrollo del turismo comunitario así como para el recorrido dentro de la Reserva Ecológica los Ilinizas y el Qhapaq Ñan, por lo tanto se presentan las siguientes opciones;

## Opción 1.

### Caminatas por la comunidad



Fotografía 1; Quehacer de la comunidad miembros de la comunidad.

Se desarrolla una caminata por caminos deteriorados que se adecuaran como senderos, iniciando del centro de operaciones ubicado en la sede de la UNOCANC, para visitar la comunidad de la Cotopilaló, en la que se puede observarlas comunidades y tradiciones de los

## Opción 2.

### Recorrido por el Qhapaq Ñan

Se inicia las actividades de caminata en la comunidad de la Cotopilaló, para luego arribar a la planicie de Wintza, sitio donde la tropa del Cuzco tuvieron la batalla con los Quitus, posteriormente hacemos el recorrido por el camino del inca, en el viaje hacia Chisaló, en el trayecto se cruza por las comunidades



Fotografía 2; Ruta del Qhapaq Ñan

vecinas de Guagrahuasi, Moya San Agustín, Chisluchi y Chisaló. Durante el recorrido se hace diferentes paradas para recibir una explicación de un guía nativo sobre el tema de los tambos que existieron, el lugar sagrado de los incas, el acantilado de Topalewi sitio donde según la historia intento

suicidar a Rumiñahui antes de ser

capturado por los españoles, a demás de ir observando la belleza paisajística del paramo andino y los bosques nativos.

### Opción 3.



Fotografía 3; Ruta Para Caminatas

### Recorrido en la Reserva Ecológica los Ilinizas

Se ofertara el producto de caminata hacia el nevado sur de los Ilinizas, para las personas que les gusta la aventura; ya que es un recorrido que requiere de gran esfuerzo físico y ganas de llegar a la meta, es un

recorrido por los páramos cubiertos de pajonal y rocas gigantes, con un panorama impresionante y se puede ir observando diversidad de especies de fauna por alrededor de 7 horas.

**Cabalgatas.-** son actividades de recreación y aventura que se pueden realizar por diferentes sitios de la comunidad, y la vista a los páramos de la Reserva Ecológica los Ilinizas; por tanto presento las siguientes alternativas.

### Opción 1.

#### Cabalgatas por la comunidad



Fotografía 4; Cabalgatas en la comunidad

El recorrido inicia en el centro de operaciones de la Organización, para realizar el recorrido por la comunidad, ya que se visita la hacienda de estilo colonial de la Cotopilaló y posteriormente los páramos de la comunidad, en el trayecto se

puede ir observando variedad de flora y fauna propias de la zona y los diferentes pisos climáticos en los cuales están asentados los diferentes ecosistemas.

## Opción 2.

### Recorrido por la Reserva Ecológica los Ilinizas



El recorrido por la Reserva Ecológica los Ilinizas, inicia en el sitio denominado río blanco, perteneciente a la comunidad de Cotopilaló, el recorrido tiene una duración aproximada de 6

Fotografía 5; Ruta para cabalgatas

horas, tiempo en el cual se puede ir observando la diversidad de flora y fauna del paramo andino.

Durante el recorrido se puede ir haciendo diferentes paradas para visitar algunos sitios de interés como el sitio del Cóndor Wañuna, en la que se puede observar una pared de roca gigante de aproximadamente 100 metros de altura, otro sitio de interés es el mirador del Conda, desde este punto se observa en Cantón Sigchos y los nevados los Ilinizas norte y sur, para finalmente llegar a la laguna de azufre ubicado en el centro de los dos nevados.



Fotografía 6; Laguna de Azufre

**Turismo comunitario.-** denominado turismo alternativo, son actividades turísticas diferentes; en la que los clientes (turistas), pueden experimentar la vivencia de la gente indígena en su ámbito geográfico.



**Fotografía 7; Casa indígena**

En el turismo comunitario todos ganan, ya que genera trabajo para los jóvenes que deseen capacitarse como guías, los medios de transporte y las familias que faciliten sus casas para el alojamiento de los

turistas. En tal virtud en la propuesta se da a conocer a la comunidad para efectuar el turismo comunitario como un proyecto piloto.

En esta comunidad los habitantes han tenido experiencias de trabajar con grupos de personas que los visita y en base a un proceso de capacitación se podrá consolidar un producto turístico denominado turismo comunitario de la



**Fotografía 8; Convivencia comunitaria**

comunidad para poder posicionar en mediano y largo plazo una marca turística propia de la zona como un modelo de desarrollo en la Provincia de Cotopaxi.



**Fotografía 9; Visitas a las casa indígenas**

El turismo comunitario estará enfocado básicamente a la convivencia de los turistas con los miembros de las comunidades involucradas, que a demás de poder conocer a fondo sus costumbres, tradiciones y participar en las fiestas populares, podrían realizar actividades combinadas entre las actividades que diariamente hacen las personas de la comunidad y las visitas a la Reserva Ecológica los Ilinizas, debido a que forman parte de esta reserva por el hecho de estar ubicados en la zona de amortiguamiento.

**Paseos a bicicleta.-** es una actividad de aventura, recreación y esparcimiento que se presenta como otra alternativa, actividad que es posible realizar por diferentes segmentos de mercado.

### **Opción 1.**

#### **Descenso de la Reserva Ecológica los Ilinizas hacia la comunidad**

El recorrido inicia, en la cima del sector denominado Rio Blanco a 4.000 msnm,



punto desde el cual después de beber una agua aromática de zunfillo (planta medicinal del paramo) y con todos los equipos puestos, se inicia el descenso cruzando por el sector de Cochalo, para subir hacia el punto que se denomina loma de Wintza, cruzar toda la planicie de Wintza para llegar hasta el punto denominado Waca Loma, e iniciar de nuevo el descenso por el camino antiguo y arribar a la comunidad de

Cotopilaló.

**Fotografía 10; Ciclismo de altura.**

### 6.10.1 Análisis de precios del producto turístico Cotopilaló

**Tabla 27; ESCALAR ILINIZA NORTE 1 PAX**

<b>ESCALAR ILINIZA NORTE 1 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Entradas	5	1	5
Almuerzos	2	1	2
Guía hasta 3 pax	30	1	30
Transporte hasta 3 pax	50	1	50
Equipos	10	1	10
Refugio	2	1	2
<b>Subtotal 1</b>			<b>99</b>
Impuestos			12,87
<b>Subtotal 2</b>			<b>111,87</b>
Rentabilidad 30%			33,56
<b>Subtotal 3</b>			<b>145,43</b>
<b>TOTAL X 1 PAX</b>			<b>145,43</b>

**Tabla 28; ESCALAR ILINIZA NORTE 2 PAX**

<b>ESCALAR ILINIZA NORTE 2 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Entradas	5	2	10
Almuerzos	2	2	4
Guía hasta 3 pax	30	1	30
Transporte hasta 3 pax	50	1	50
Equipos	10	2	20
Refugio	2	2	4
<b>Subtotal 1</b>			<b>118</b>
Impuestos			15,34
<b>Subtotal 2</b>			<b>133,34</b>
Rentabilidad 30%			40,00
<b>Subtotal 3</b>			<b>173,34</b>
<b>TOTAL / 2 PAX</b>			<b>86,67</b>

**Tabla 29; ESCALAR ILINIZA NORTE 3 PAX**

<b>ESCALAR ILINIZA NORTE 3 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Entradas	5	3	15
Almuerzos	2	3	6
Guía hasta 3 pax	30	1	30
Transporte hasta 3 pax	50	1	50
Equipos	10	3	30
Refugio	2	3	6
<b>Subtotal 1</b>			<b>137</b>
Impuestos			17,81
<b>Subtotal 2</b>			<b>154,81</b>
Rentabilidad 30%			46,44
<b>Subtotal 3</b>			<b>201,25</b>
<b>TOTAL / 3 PAX</b>			<b>67,08</b>

**Tabla 30; BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 1 PAX**

<b>BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 1 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Entradas	10	1	10
Almuerzos	2	1	2
Guía hasta 3 pax	20	1	20
Transporte hasta 3 pax	40	1	40
Bicicletas ó caballo	10	1	10
Líquidos (agua)	2	1	2
<b>Subtotal 1</b>			<b>84</b>
Impuestos			10,92
<b>Subtotal 2</b>			<b>94,92</b>
Rentabilidad 30%			28,47
<b>Subtotal 3</b>			<b>123,39</b>

<b>TOTAL X 1 PAX</b>			<b>123,39</b>
----------------------	--	--	---------------

**Tabla 31; BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 2 PAX**

<b>BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 2 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Entradas	10	2	20
Almuerzos	2	2	4
Guía hasta 3 pax	20	1	20
Transporte hasta 3 pax	40	1	40
Bicicletas ó caballo	10	2	20
Líquidos (agua)	2	2	4
<b>Subtotal 1</b>			<b>108</b>
Impuestos			14,04
<b>Subtotal 2</b>			<b>122,04</b>
Rentabilidad 30%			36,61
<b>Subtotal 3</b>			<b>158,65</b>
<b>TOTAL / 2 PAX</b>			<b>79,32</b>

**Tabla 32; BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 3 PAX**

<b>BICICLETAS DE MONTAÑA Ó CABALGATAS 3 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Entradas	10	3	30
Almuerzos	2	3	6
Guía hasta 3 pax	20	1	20
Transporte hasta 3 pax	40	1	40
Bicicletas ó caballo	10	3	30
Líquidos (agua)	2	3	6
<b>Subtotal 1</b>			<b>132</b>
Impuestos			17,16
<b>Subtotal 2</b>			<b>149,16</b>
Rentabilidad 30%			44,75

<b>Subtotal 3</b>			<b>193,90</b>
<b>TOTAL / 3 PAX</b>			<b>64,63</b>

**Tabla 33; TURISMO COMUNITARIO 1 PAX**

<b>TURISMO COMUNITARIO 1 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Costo hospedaje por día	10	1	10
Alimentación por día	6	1	6
Transporte hasta 5 pax por tour	40	1	40
Extras, caballo	10	1	10
<b>Subtotal 1</b>			<b>66</b>
Impuestos			8,58
<b>Subtotal 2</b>			<b>74,58</b>
Rentabilidad 30%			22,37
<b>Subtotal 3</b>			<b>96,95</b>
<b>TOTAL X 1 PAX</b>			<b>96,95</b>

**Tabla 34, TURISMO COMUNITARIO 2 PAX**

<b>TURISMO COMUNITARIO 2 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Costo hospedaje por día	10	2	20
Alimentación por día	6	2	12
Transporte hasta 5 pax por tour	40	1	40
Extras, caballo	10	2	20
<b>Subtotal 1</b>			<b>92</b>
Impuestos			11,96
<b>Subtotal 2</b>			<b>103,96</b>
Rentabilidad 30%			31,18
<b>Subtotal 3</b>			<b>135,14</b>
<b>TOTAL / 2 PAX</b>			<b>67,57</b>

**Tabla 35; TURISMO COMUNITARIO 3 PAX**

<b>TURISMO COMUNITARIO 3 PAX</b>			
<b>Recursos</b>	<b>C. Unit.</b>	<b># de Pax</b>	<b>C. Total</b>
Costo hospedaje por día	10	3	30
Alimentación por día	6	3	18
Transporte hasta 5 pax por tour	40	1	40
Extras, caballo	10	3	30
<b>Subtotal 1</b>			<b>118</b>
Impuestos			15,34
<b>Subtotal 2</b>			<b>133,34</b>
Rentabilidad 30%			40,00
<b>Subtotal 3</b>			<b>173,34</b>
<b>TOTAL / 3 PAX</b>			<b>57,78</b>

### **6.11 Estrategias de Promoción**

Para la estrategia de promoción y difusión, se toma en cuenta los parámetros de creación del nombre, la marca y el logotipo de la comunidad, por tal razón a continuación se menciona los elementos que debe contener.

El nombre del proyecto

Imágenes que representan a la comunidad

La misma que se conviene a la identificación de la zona de influencia que posee la presente propuesta. Tomando en consideración como atractivo focal a los nevados los Ilinizas que forman parte de la reserva ecológica del mismo nombre, y los atractivos complementarios para el desarrollo de las diferentes actividades de ecoturismo.

**Diseño de Página Web.-** Deberá contener información de las diferentes actividades que se pueden desarrollar en la comunidad, en la zona de

influencia y en la Reserva Ecológica los Ilinizas. En tal virtud contiene lo siguiente;

 Nombre del producto

 Actividades que se pueden desarrollar

 Lugares en los que se puedes desarrollar las actividades

 Información de contacto

 Fotografías de las actividades y lugares

 Y la información detallada de las actividades

Para la cual se presenta una idea de lo que sería la pagina web con toda la información.

## Gráfico 18; PÁGINA WEB 1

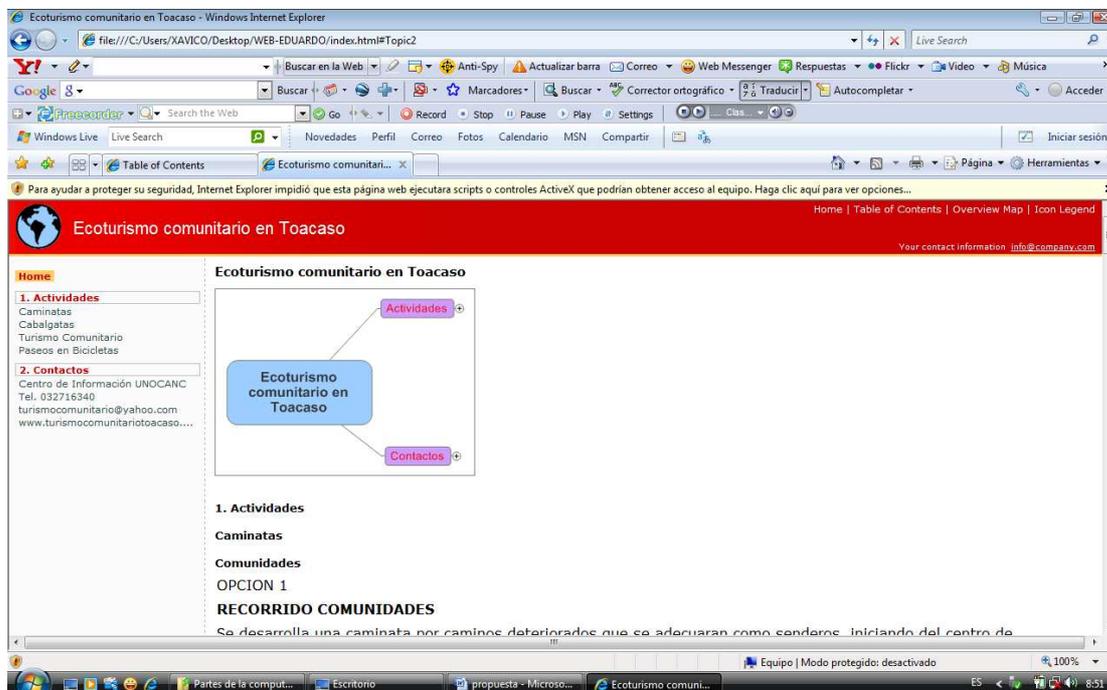


Gráfico 19; PÁGINA WEB 2

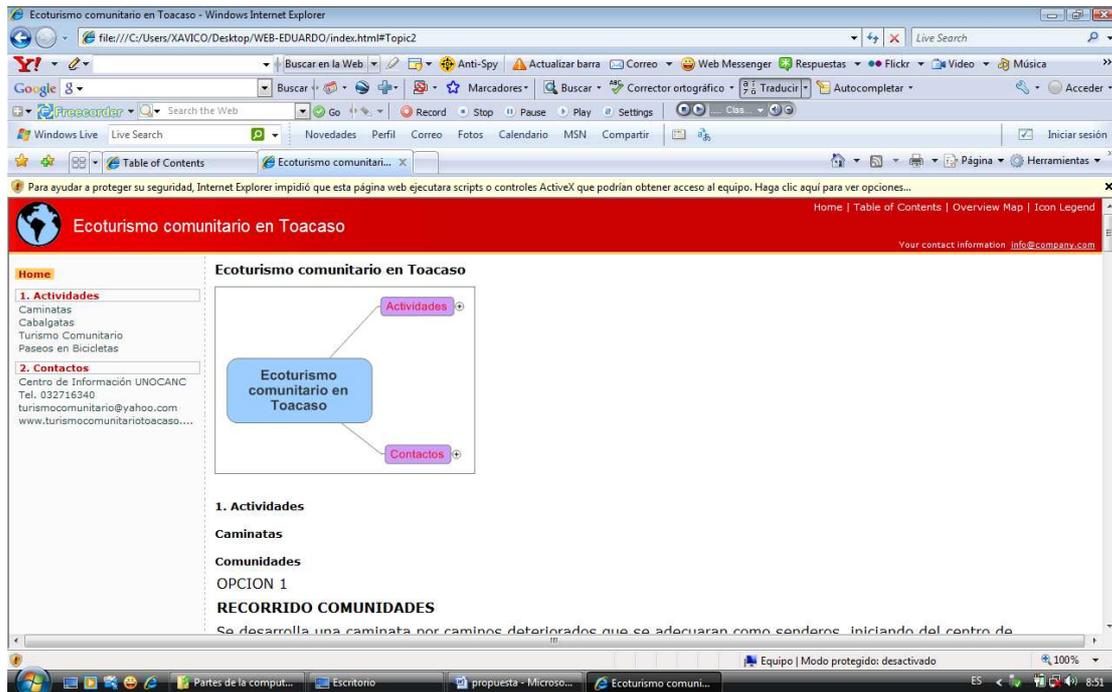


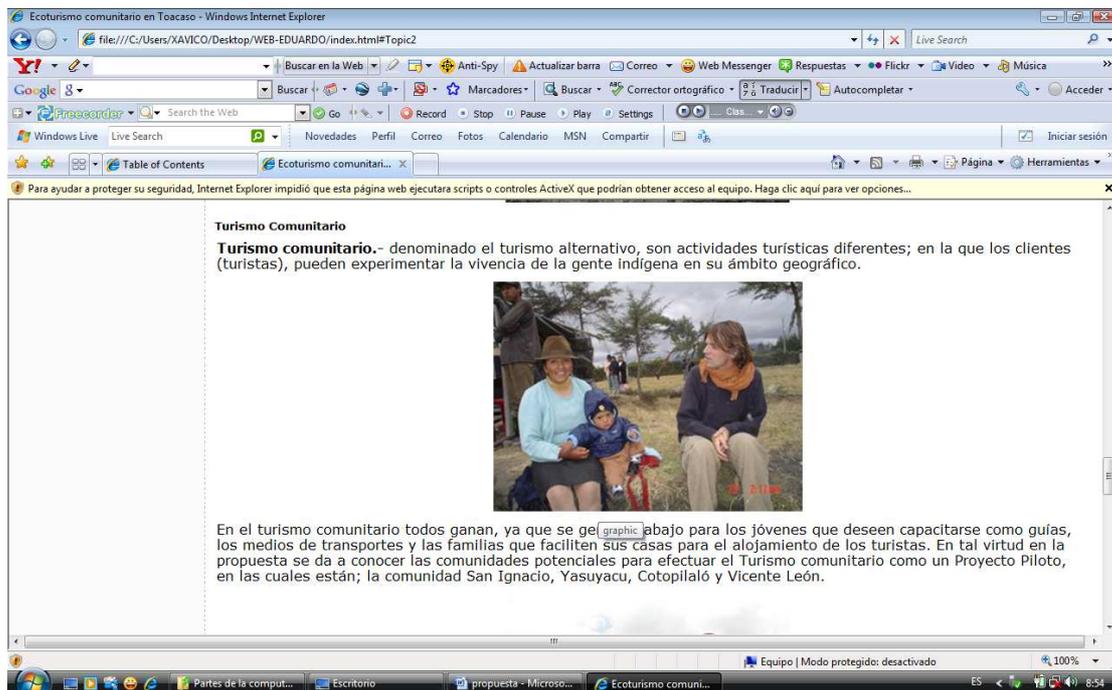
Gráfico 20; PÁGINA WEB 3



## Gráfico 21; PÁGINA WEB 4



## Gráfico 22; PÁGINA WEB 5



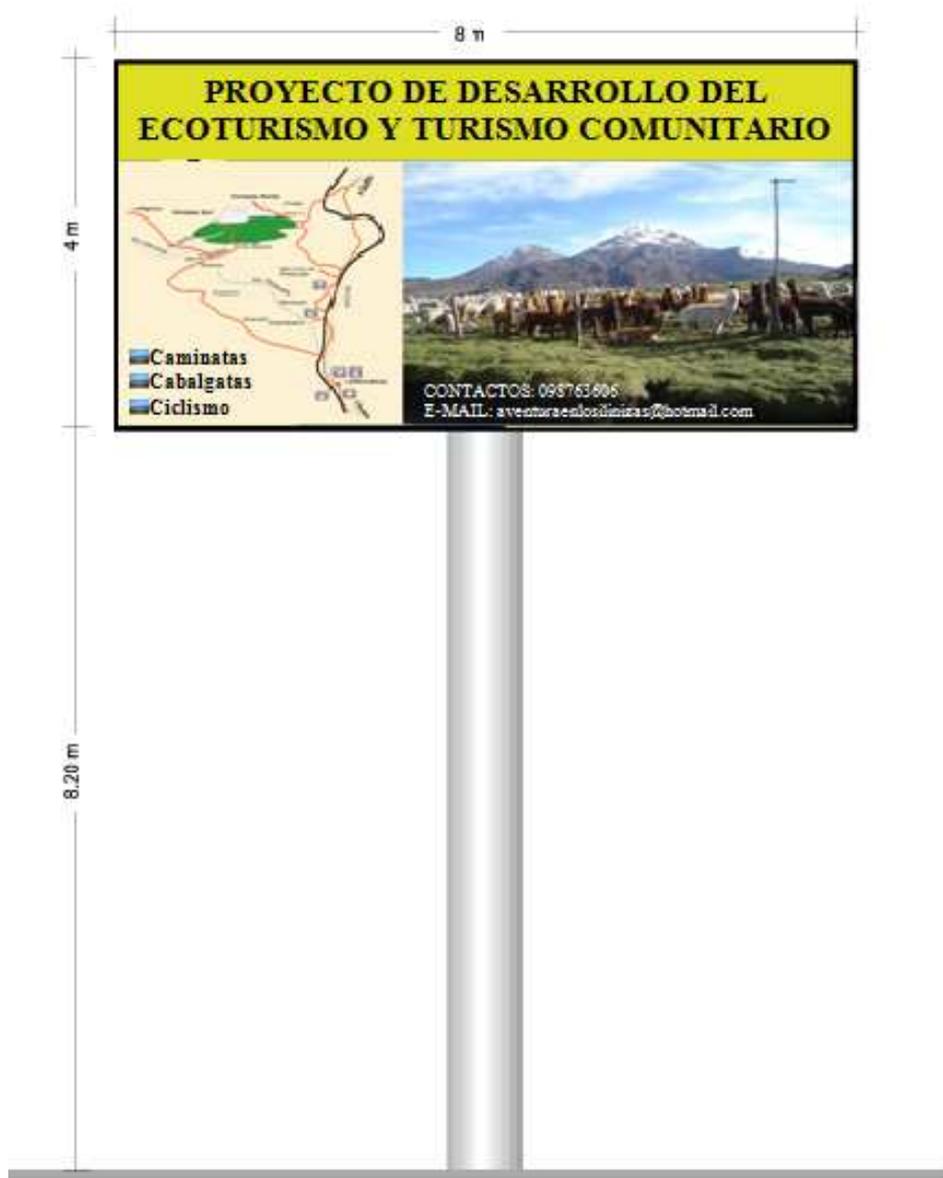
**Gráfico 23; DISEÑO DE TRÍPTICOS A**

<p><b>ACTIVIDADES</b></p> <p><b>CAMINATAS</b> 1,2 Y 3 DIAS  <b>CABALGATAS</b> 1 Y 2 DIAS  <b>BICICLETAS</b> 1 DIA</p> <p><b>SITIOS DE VISITAS</b></p> <p><b>COMUNIDADES</b></p>  <p><b>CAMINO DEL INCA</b></p>  <p><b>ILINIZAS</b></p> 	<p><b>MAPA DE LA RESERVA</b></p>  <p><b>AVENTURA</b>  <b>RECREACION</b>  <b>IDENTIDAD</b></p>	<p><b>Ecoturismo y Turismo Comunitario</b></p>  <p>Experimentar una nueva alternativa de hacer turismo es posible.</p> <p>Para efectuar aventura, recreación, cultura y tradición, el lugar ideal es la parroquia de Toacazo, ubicado a 30 minutos de la ciudad de Latacunga</p> <p><b>MAPA DE UBICACION</b></p>  <p>Tel: 032716340  E-Mail: <a href="mailto:turismocomunitario@yahoo.com">turismocomunitario@yahoo.com</a>  <a href="http://www.turismocomunitario.com">www.turismocomunitario.com</a></p>
---	--	---

**Gráfico 24; DISEÑO DE TRÍPTICOS B**

<p><b>RECORRIDO COMUNIDADES</b></p> <p>Se desarrolla una caminata por caminos deteriorados que se adecuaron como senderos, iniciando del centro de operaciones ubicado en la sede de la UNXUCAYU, para visitar la comunidad de Planchaloma, posterior recorrido por la comunidad Vicente León; continuar por las comunidades de Quinte Buena Esperanza, Quinte San Antonio y visitar la comunidad San Ignacio, en las cuales, los turistas podrán observar la forma de vida de la gente, sus cultivos, sus animales y deleitar de un delicioso plato típico de cada comunidad.</p> <p><b>RECORRIDO POR EL CAMINO DEL INCA</b></p> <p>Se inicia las actividades de caminata en la planicie de Wintza, sitio donde la tropa del Cuzco tuvieron la batalla con los Quirus; posteriormente hacemos el recorrido por el Camino del Inca, en el trayecto Wintza - Chisalo, en el trayecto se cruza por las comunidades Guagrahuasi, Moya San Agustín, Chisluhi y Chisalo. Durante el recorrido se hace diferentes paradas para recibir una explicación por un guía nativo sobre el tema de los tambos que existieron, el lugar sagrado de los Incas, el santuario de Itopalewi sitio donde según la historia intentó subirse Rumiñahui antes de ser capturado por los españoles, a demás de ir observando la belleza paisajística del paramo andino y los bosques nativos.</p>  	<p><b>RECORRIDO EN LA RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS</b></p> <p>Se ofertará el producto de caminata hacia el nevado sur de los Ilinizas, para las personas que les gusta la aventura; ya que es un recorrido que requiere de gran esfuerzo físico y ganas de llegar a la meta, es un recorrido por los páramos cubiertos de pajonal y rocas gigantes, es un panorama impresionante y se puede ir observando diversidad de especies de fauna por alrededor de 7 horas.</p> <p><b>CABALGATAS EN LA RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS</b></p> <p>El recorrido por la reserva ecológica los Ilinizas, inicia en el sitio denominado Río Blanco, perteneciente a la Cooperativa Cotopitalló, el recorrido tiene una duración aproximada de 6 horas, tiempo en el cual se puede ir observando la diversidad de flora y fauna del paramo andino.</p> <p><b>CICLISMO TURÍSTICO</b></p> <p>El recorrido inicia, en la cima del sector denominado Río Blanco a 4.000 metros sobre el nivel del mar, punto desde el cual después de beber una agua aromática de zurfillo</p>   	<p>(planta medicinal del paramo) y con todos los equipos puestos, se inicia el descenso cruzando por el sector de Cotopitalló, para subir hacia el punto que se denomina Loma de Wintza, cruzar toda la planicie de Wintza para llegar hasta al punto denominado Waca Loma, e iniciar de nuevo el descenso por un camino antiguo y arribar a la comunidad de San Ignacio, posteriormente se continua por un camino de tener orden por las comunidades de Quinte San Antonio y Quinte Buena Esperanza.</p> <p><b>TURISMO COMUNITARIO</b></p> <p>En el turismo comunitario todos ganan, ya que se genera trabajo para los jóvenes que desean capacitarse como guías, los medios de transportes y las familias que faciliten sus casas para el alojamiento de los turistas. En tal virtud en la propuesta se da a conocer las comunidades potenciales para efectuar el turismo comunitario como un Proyecto Piloto, en las cuales están; la comunidad San Ignacio, Yasuyo, Cotopitalló y Vicente León.</p> <p>El turismo comunitario estará enfocado básicamente a la convivencia de los turistas con los miembros de las comunidades involucradas, que a demás de poder conocer a fondo sus costumbres, sus tradiciones y participar en las fiestas populares, podrán realizar actividades combinadas entre las actividades que diariamente hacen las personas de la comunidad; las vistas a la reserva ecológica los Ilinizas.</p>  
--	--	---

Gráfico 25; VALLA PUBLICITARIA



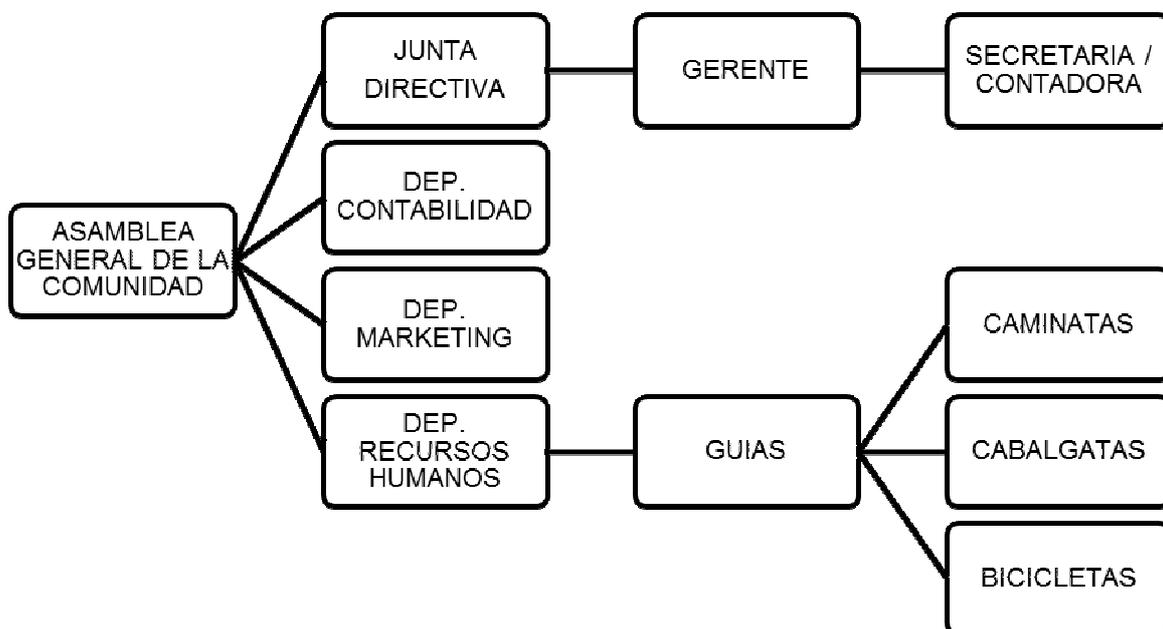
La valla, deberá ser elaborado e acuerdo a la normativa del manual de señalética del ministerio de turismo, en las misma que debe contener la fotografía del lugar de interés, el mapa de ubicación, las actividades que se puede realizar en los sitios turísticos y la dirección de contacto, así como el número telefónico. Esta valla deberá ser ubicada estratégicamente en los principales ingresos a la zona del proyecto.

### **6.11 Administración**

La gestión administrativa, se debe vincular directamente desde la perspectiva de generar una empresa comunitaria para el desarrollo del ecoturismo y turismo comunitario, sin embargo para evitar el fracaso de esta empresa se deberá tener un sistema administrativo privado, es decir que de los miembros de la comunidad deberán seleccionar el directorio para la gerencia y prestación los servicios en el proyecto.

En este contexto se plantea el siguiente organigrama estructural y funcional, con la cual se podrá evaluar permanentemente por la comunidad sobre la gestión y administración del proyecto.

## 6.12 Organigrama Estructural



## 6.13 Organigrama Funcional

### a. Asamblea General de la Comunidad

- Considerada la máxima autoridad dentro de la comunidad, sus funciones son las de vigilar todos los procesos administrativos del proyecto de ecoturismo y turismo comunitario.
- Verificar las cuentas, el balance y los informes que le presentaran la junta directiva y el gerente acerca de los negocios sociales del último ejercicio económico y dictar su resolución.
- Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales y de la formación de fondo de reserva.
- Proceder, llegado el caso a la designación de ejecutivos, cuya elección le corresponda según sus reglamentos.

 Destituir a los miembros del directivo en caso de no cumplir con las expectativas del proyecto.

## **b. La Junta Directiva**

 Convocar a la asamblea general de la comunidad y suscribir las actas correspondientes.

 Cuidar el cumplimiento de las presentes estipulaciones y las leyes de la república en la marca de la comunidad.

 Vigilar la gestión del gerente del proyecto, y más funcionarios del proyecto.

 Cumplir con todos los demás deberes y ejercer todas las demás atribuciones que le corresponden según la ley, las presentes estipulaciones o reglamentos y resoluciones de la comunidad.

## **c. Secretaria / Contadora**

 Mecanografiar informes circulares, oficios, certificados, memorandos y más documentos para la comunidad.

 Recibir, revisar y archivar la correspondencia interna y externa.

 Atender al público que solicita información turística.

 Atender y efectuar llamadas telefónicas.

 Emisión de notas de venta y/o facturas de cancelación de los tours.

 Las demás que lo asignen el jefe

#### **d. Gerente**

 La dirección y administración del proyecto del ecoturismo y turismo comunitario.

 Celebrar contratos de trabajo dentro de los lineamientos de la comunidad.

 Representar judicial y extrajudicialmente al proyecto.

 Vigilar directamente la contabilidad.

 Confeccionar y representar anualmente a la asamblea general de la comunidad una memoria razonada sobre la situación del proyecto, ilustrado el particular con los estados financieros correspondientes.

 Concurrir a las sesiones de la junta directiva en las que actuara como secretario.

 Suscribir contratos a nombre y en representación del proyecto y obligar a esta, en forma individual o conjunta con la directiva de la comunidad.

 Cumplir con todos los demás deberes y ejercer todas las demás atribuciones que le correspondan según la ley, las presentes estipulaciones o reglamentos y resoluciones de la asamblea general de la comunidad.

#### **e. Departamento de Contabilidad**

 Llevar registros y control de libros contables.

 Elaborar estados financieros de la empresa.

 Asesora al gerente sobre el movimiento financiero.

#### **f. Departamento de Marketing**

 Diseñar y distribuir los medios de difusión y promoción del proyecto.

 Efectuar contactos con agencias de viajes o empresas para captar clientes (canales de comercialización)

 Supervisar las ventas

### **g. Departamento de recursos humanos**

 Realizar las capacitaciones permanentes a las personas que laboran en el proyecto

 Contratar personal para la prestación de servicios en calidad de guías en el proyecto.

 Vigilar los procesos laborales para la buena marcha del proyecto.

### **h. Guías**

 Dar a conocer el lugar de visita.

 Hablar y tener un buen nivel de idioma

 Brindar seguridad

 Ser de carácter firme, pero también flexible ante las circunstancias.

 Tener cualidades de puntualidad, discreción, honradez, lealtad y paciencia.

 Trasladar al turista al lugar de interés dentro del proyecto

 Cumplir con el itinerario establecido en los tours dentro del proyecto.

 Ser puntual, amable, cordial, sociable, respetuoso y responsable.

**Tabla 36; PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

CONCEPTO	UNID.	VALOR UNIT	CANT.	COSTO TOTAL	FINANCIAMIENTO		
					GPC	COMUNIDAD	OTROS
<b>PRE OPERACIONALES</b>				<b>3,304.88</b>			
Investigación y elaboración de la Propuesta	Doc.	3,304,88	1,00	3.304,88			3.304,88
<b>OPERACIONALES</b>							
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				<b>26.000,00</b>			
Diseño, construcción y adecuación de cabañas para alojamiento	m2	300,00	80,00	24.000,00	24.000,00		
Adecuación y equipamiento de un salón de convenciones y capacitaciones turísticas	m2	40,00	50	2.000,00	2.000,00		
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>				<b>18.750,00</b>			
Diseño, adquisición y ubicación de señalética informativa	unidad	125,00	30,00	3.750,00	3.750,00		
Diseño, adquisición y ubicación de señalética descriptiva	unidad	500,00	10	5.000,00	5.000,00		
Minga para apertura y adecuación de un sendero hacia; los Ilinizas y Qhapaq Ñan	Mingas* días*pax	30,00	20,00	6.000,00		6.000,00	
Minga para la colocación de barandas de seguridad ubicadas en los sitios críticos del sendero	Mingas* días*pax	10,00	20,00	2.000,00		2.000,00	
Mingas para la ubicación estratégica de basureros ecológicos en la zona de intervención del proyecto.	Mingas* días*pax	10,00	20,00	2.000,00		2.000,00	
<b>PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN</b>				<b>5.000,00</b>			
diseño y elaboración de una guía turística	unidad	1,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00		

de la zona							
promoción del video turístico promocional	global	2.000,00	1,00	2.000,00	2.000,00		
Reproducción en calidad DVD	unidad	1,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00		
Diseño y elaboración de afiches en A0 en alta calidad y full color en los sitios más relevantes del sector	unidad	0,50	2.000,00	1.000,00	1.000,00		
Diseño de una página web sobre el proyecto	global	800,00	1,00	800,00	800,00		
<b>CAPACITACIÓN</b>				<b>15.400,00</b>			
Realizar eventos de capacitación a un grupo de jóvenes en temas de atención al cliente	horas	30,00	180,00	5.400,00			5.400,00
Realizar un curso para la formación de guías nativos	horas	30,00	200,00	6.000,00			6.000,00
Terreno para la construcción	ha	2.000,00	2,00	4.000,00			4.000,00
<b>subtotal 1</b>				<b>69.254,88</b>	<b>40.550,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>1.8704,00</b>
<b>Imprevistos 5 %</b>				3.462,74	2.027,50	500,00	935,24
<b>TOTAL</b>				<b>72.717,62</b>	<b>42.577,50</b>	<b>10.500,00</b>	<b>19.640,12</b>

#### **6.14 Prevención de la Evaluación**

La evaluación por parte de la institución pública que financie el proyecto se realizara al finalizar la ejecución del proyecto, además el gerente del proyecto reportara mediante un informe trimestral a la comunidad sobre la marcha del proyecto, para el efecto se realizara un monitoreo permanente del cumplimiento de las actividades trazadas en el cronograma de actividades, que se ajustara a la primera semana del arranque del proyecto. Así mismo, la institución financiera del proyecto puede hacer visitas de seguimiento y monitoreo que lo estime adecuado.

Una alternativa para medir si se está cumpliendo con ciertos estándares básicos de calidad es la evaluación periódica de la prestación de los servicios turísticos a través de encuestas de satisfacción, a continuación se presentan un modelo de fichas de satisfacción del visitante, tomadas de la Norma Técnica para ecoturismo elaborada por ASEC – Ministerio de Turismo, que podría utilizar la comunidad de la Cotopilaló.

**Tabla 37; MODELO DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE**

Introducción al cliente					
	excelente	muy bueno	bueno	malo	pésimo
El servicio de transporte que usted recibió fue?					
A la llegada a la operación el personal lo atendió					
Cómo califica usted a la comida que recibió en el tour?					
Cómo calificaría usted al / los guías del tour					
	SI		NO		
Usted recibió todos los servicios que fueron ofertados al momento de la compra del paquete?					
Su estadía cumplió con sus expectativas?					
Usted se sintió seguro en todo momento durante su estadía?					
Para el uso de la operación:					
grupo:					
Registrar ingreso de datos: (sello, firma, etc.)					

### **6.15 Feed Back / Retroalimentación**

En la ejecución del proyecto dentro de la comunidad; en todo momento estará presente la retroalimentación; porque la competencia puede bajar los costos de sus productos e intentar desplazar nuestros productos, es ahí donde se deberá modificar de acuerdo a la necesidad del momento, porque todos los productos, servicios y actividades de la comunidad no deben ser rígidos sino mas bien serán flexibles aplicables a cualquier modificación o cambio.

Sabemos que la propuesta realizada para la comunidad y aplicado correctamente será garantizado el 100%; todo depende de la disponibilidad de fondos para su ejecución, personal para el desarrollo de las actividades, equipos y herramientas para los tours; todos estos factores están considerados en el plan, pero si no se aplica todas las estrategias, medidas correctoras o tácticas de negocios como se está mencionando en el presente documento puede ser modificado de acuerdo a la necesidad del momento.

## **c. MATERIALES DE REFERENCIA**

### **BIBLIOGRAFÍA**

BLANKE Jennifer e Thea Chiesa, Editors 2009

BREMNER Caroline 2007.

CALDERON F. 2006 Modulo Técnicas de Guiar I, Citado por Tierra P. 2004. Pag.26.

CORONEL P. 2006 Catedrático de Marketing. Edición del Milenio. Pág. 38. Ed. PrecticeHall. México.

CHOUNARD F. 2004 citado por Tierra P. 2004. Técnicas de Guiar II. Pág. 61.

FEPTCE. 2005 Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del . Pag.59.

FISCHEL P. 2007 Técnicas de Guiar, citado por Tierra P. 2004. Riobamba. .

HALL P. 2005. Fundamentos de mercadotecnia. pág. 136.

IZA. Olmedo. 2007. "Plan de Desarrollo y Promoción Turística UNOCANC"

KOTLER P. 2005 Dirección de Marketing. Pág. 65, 66, 75 Edición Prectice Hall. México.

La ley de Turismo expedida el 17 de diciembre del 2001, en su Art. 5 al 8. Quito.

LUQUE Y. 2004. Marketing Estratégico. Pág. 19 – 21 Costa Rica.

MINISTERIO del Ambiente. 2004 Dirección Nacional de Áreas Protegidas y Vida Silvestre. Quito.

MORENO Andrea, 2007. "Plan de Marketing Estratégico para Rinallacta Tourism operator CIA. Ltda."

Organización Mundial del Turismo 2006

PLAN DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA DEL GOBIERNO PROVINCIA L DE COTOPAXI. 2009

ROJO M. 2003. Dirección Y Gestiona De Empresas Del Sector Turístico, Pág. 314 2º Edición. Edición Pirámide.

SAPOROSI G. 2007 Clínica Empresarial. Pág. 122, 123, 125. Edición Pirámide

UNOCANC, 2008. "Plan de Desarrollo Local de la UNOCANC"

SUAREZ A. 2004. Instituto Británico. Pág. 55.

WILENSKY A. 2007. Marketing Estratégico realizado como tesis. Pág. 132.

YUCTA P 2004. Diseño de Paquetes y Jardines. Pág. 12, 17.

#### **WEB.**

[http://biocarb.org/ecologia.html-anchor\\_28](http://biocarb.org/ecologia.html-anchor_28)

<http://definicion.de/biologia/>

<http://definicion.de/medio-ambiente/>

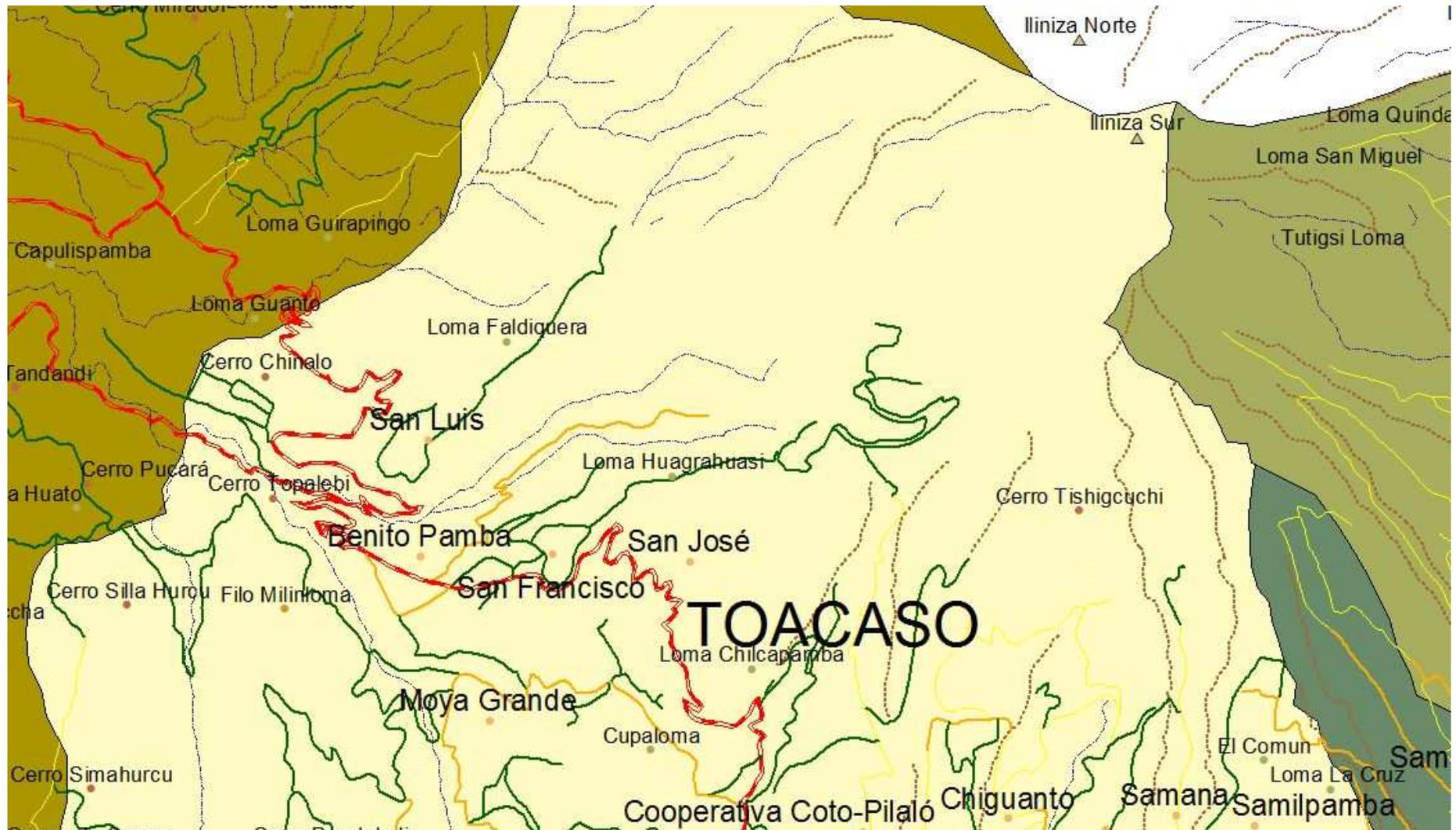
[http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=27&Itemid=3](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=3)

3

ANEXOS

## ANEXO 1

### MAPA DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN



## ANEXO 2



**CASA TÍPICA**



**QUEHACER COTIDIANO**



**DANZA TÍPICA**



**ACTIVIDADES PECUARIAS**

### ANEXO 3

### ACTIVIDADES AGRÍCOLAS

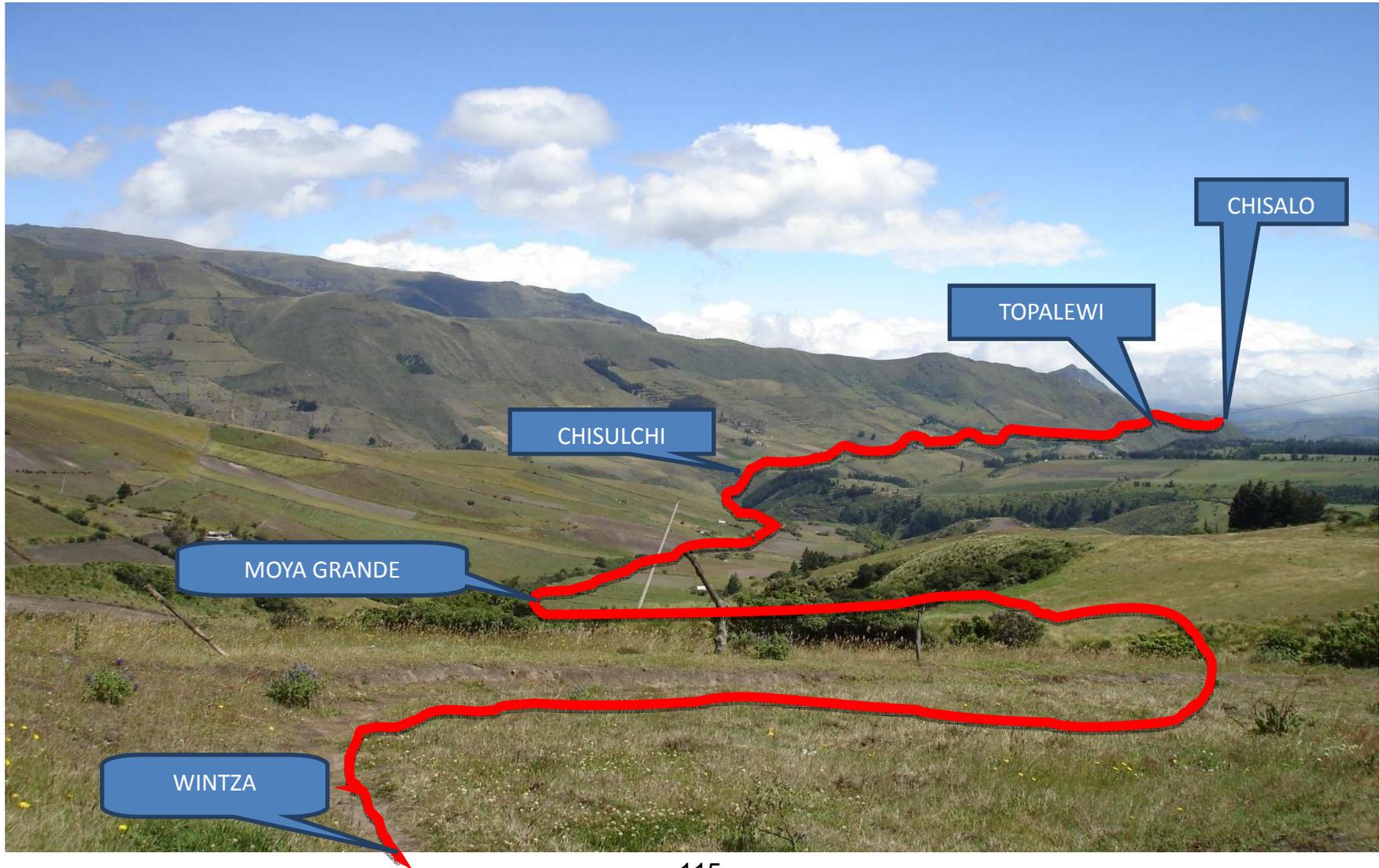


### VIDA DIARIA DE LA POBLACIÓN



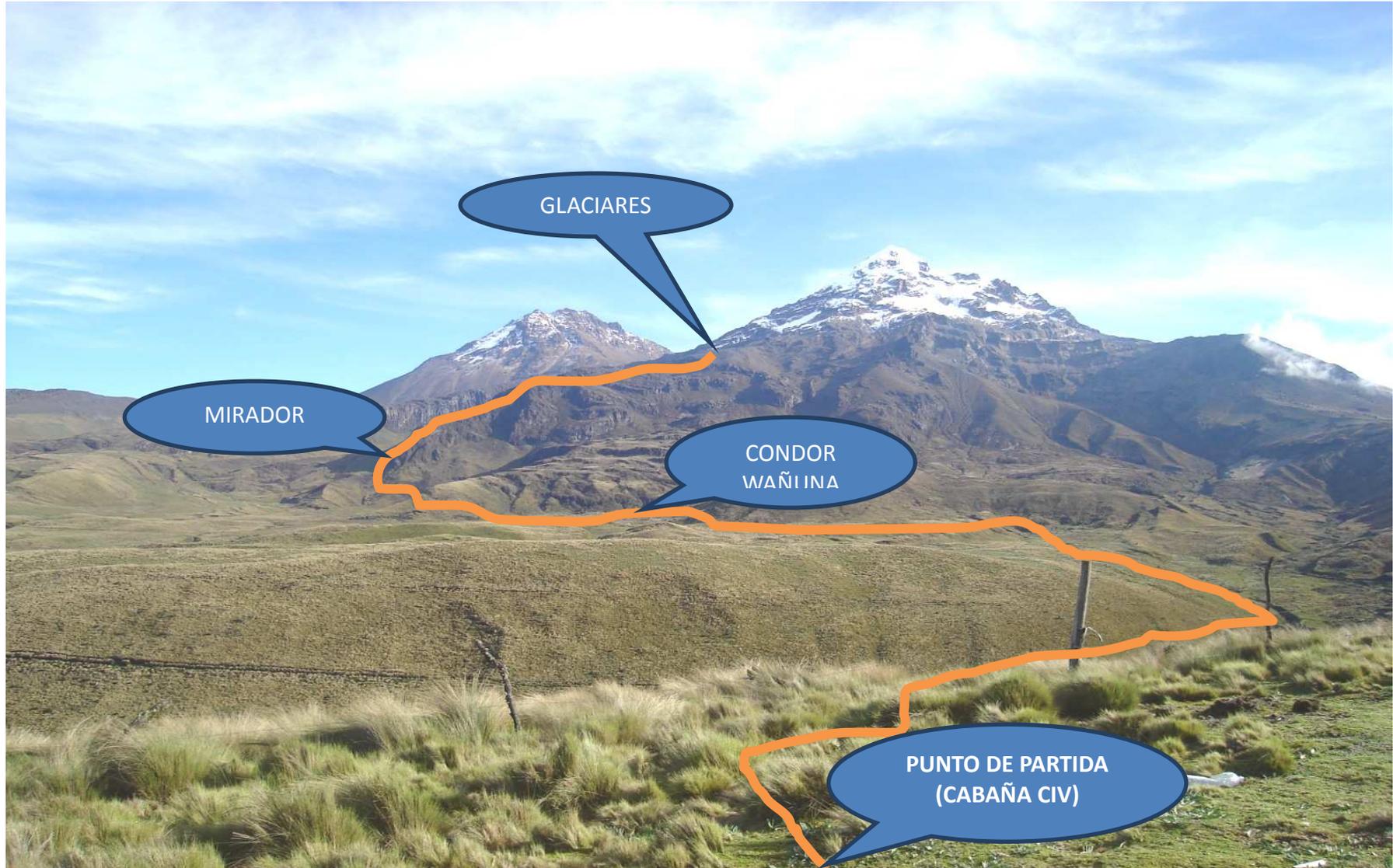
ANEXO 4

RUTA DEL QHAPAQ ÑAN



ANEXO 5

RUTA PARA CAMINATA EN LA R.E. ILINIZAS



RUTA PARA CABALGATAS EN LA R.E. ILINIZAS



## ANEXO 7

### VIDA COTIDIANA



## ANEXO 8

### VISTA PANORÁMICA DESDE EL CAMINO DEL QHAPAQ ÑAN



## ANEXO 9

### RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS



## ANEXO 10

### MODELO DE ENCUESTA (comunidad)

Estimado Señor o señora: espero su colaboración en esta encuesta, ya que será de gran ayuda su información para el desarrollo de un trabajo investigativo de Tesis de Grado en la Universidad Técnica de Ambato.

1.- Sexo

Hombre\_\_\_\_\_

Mujer\_\_\_\_\_

2.- Edad – años cumplidos

Menor de 10 -----

De 10 a 19 -----

De 20 a 29 -----

De 30 a 39 -----

De 40 a 49 -----

De 50 a 59 -----

De 60 y más -----

3.- Nivel de educación formal del encuestado

Primaria -----

Secundaria-----

Superior-----

Post grado-----

4.- ¿Cuál es el atractivo turístico natural más relevante que tiene la comunidad?

Paramos\_\_\_\_\_

Bosques nativos\_\_\_\_\_

Ríos\_\_\_\_\_

Lagunas \_\_\_\_\_

Nevados/ montañas\_\_\_\_\_

5.- ¿Cuál es el atractivo turístico cultural más relevante que tiene la comunidad?

Folclore\_\_\_\_\_

Música\_\_\_\_\_

Danza\_\_\_\_\_

Cosmovisión\_\_\_\_\_

Costumbres\_\_\_\_\_

Tradiciones\_\_\_\_\_

6.- ¿Qué actividades se puede realizar en la zona de amortiguamiento?

Paseos en caballos\_\_\_\_\_

Caminatas por la comunidad\_\_\_\_\_

Ciclismo de altura \_\_\_\_\_

7.- ¿A que está dedicada la reserva ecológica actualmente?

Preservación\_\_\_\_\_

Ecoturismo\_\_\_\_\_

Reforestación\_\_\_\_\_

8.- ¿Cómo podría recibir su comunidad a los turistas?

Individual\_\_\_\_\_

Familia\_\_\_\_\_

Grupo de amigos

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## ANEXO 11

### MODELO DE ENCUESTA (Operadores de Turismo)

Estimado Señor o señora: espero su colaboración en esta encuesta, ya que será de gran ayuda su información para el desarrollo de un trabajo investigativo de Tesis de Grado en la Universidad Técnica de Ambato.

1.- Sexo

Hombre\_\_\_\_\_

Mujer\_\_\_\_\_

2.- Edad – años cumplidos

Menor de 10 -----

De 10 a 19 -----

De 20 a 29 -----

De 30 a 39 -----

De 40 a 49 -----

De 50 a 59 -----

De 60 y más -----

3.- Nivel de educación formal del encuestado

Primaria -----

Secundaria-----

Superior-----

Post grado-----

4.- ¿Qué modalidad de turismo se podría desarrollar en la comunidad?

Ecoturismo\_\_\_\_\_

Turismo de aventura\_\_\_\_\_

Turismo comunitario\_\_\_\_\_

Turismo gastronómico\_\_\_\_\_

5.- ¿Qué tipo de turista adquiere su producto?

Turista local\_\_\_\_\_

Turista nacional\_\_\_\_\_

Turista

internacional\_\_\_\_\_

6.- ¿Qué servicios turísticos incluye en sus productos?

Transporte\_\_\_\_\_

Guianza\_\_\_\_\_

Alojamiento\_\_\_\_\_

Alimentación\_\_\_\_\_

7.- ¿Qué actividades turísticas realizan con más frecuencia sus clientes?

Caminatas\_\_\_\_\_

Bicicletas\_\_\_\_\_

Cabalgatas\_\_\_\_\_

Observación de aves\_\_\_\_\_

Interpretación ambiental\_\_\_\_\_

8.- ¿Cuál es el medio de difusión más importante para difundir su producto?

Web\_\_\_\_\_

Folletería\_\_\_\_\_

Tv.\_\_\_\_\_

Libros de viajes\_\_\_\_\_

9.- ¿Cuánto es el promedio de gasto de sus clientes por día?

De 30-50 dólares\_\_\_\_\_

De 51-70 dólares\_\_\_\_\_

De 71-100 dólares\_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN