



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS
SERVICIOS TURÍSTICOS FRENTE AL PROCESO ERUPTIVO DEL
VOLCÁN COTOPAXI EN LAS PARROQUIAS URBANAS DEL
CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL
PERIODO 2010-2015**

AUTORA: ANDREA KATERINE PARREÑO RIVERA

DIRECTORA: ING MARICELA PULLOQUINGA

LATACUNGA

2016



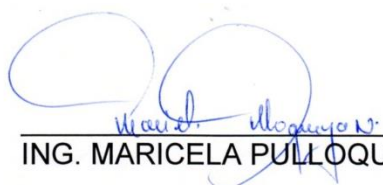
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS FRENTE AL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI EN LAS PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERIODO 2010-2015**” realizado por la señorita **ANDREA KATERINE PARREÑO RIVERA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar la señorita **ANDREA KATERINE PARREÑO RIVERA** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 06 de Diciembre del 2016



ING. MARICELA PULLOQUINGA

DIRECTORA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

El trabajo de titulación denominado, **“ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS FRENTE AL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI EN LAS PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERIODO 2010-2015”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este proyecto es de mi autoría, en virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de investigación mencionada

Latacunga, 06 de Diciembre del 2016

Andrea Katerine Parreño Rivera
CC: 0503632432



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDREA KATERINE PARREÑO RIVERA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación, **“ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS FRENTE AL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI EN LAS PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERIODO 2010-2015”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, 06 de Diciembre del 2016

Andrea Katherine Parreño Rivera
CC: 0503632432

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a la persona que ha estado conmigo en todos mis buenos y malos momentos, a mi PAPI PEPE que es mi motivación porque ha sido quien me ha guiado en cada paso de mi vida, por sus consejos y por ser la persona que ha siempre ha estado conmigo incondicionalmente en cada etapa de mi vida sin importar nada, porque más que mi abuelito ha sido mi amigo en el que puedo contar y sé que no jamás me va a dejar sola, te quiero mucho papi, este y muchos logros más van por ti.

A mi mami Hilla que a pesar de la distancia ha sido un apoyo en mi vida, y ha visto por mí y mis hermanos, por sus sabios consejos, su cariño y su ternura.

A mi Mami Rosy y Papi Beto que de igual manera ha sido parte fundamental en mi vida, en mi educación y por sus consejos en todo momento.

A mis padres Carlos y Taty y hermanos Mauri y Belén por su apoyo incondicional en cada paso y decisión tomada, porque son quienes están en todo mis buenos y malos momentos

AGRADECIMIENTO

Primero le agradezco a Dios por haberme dado la vida y la oportunidad de culminar una etapa más en mi vida.

A mis padres y hermanos que fueron quienes me apoyaron y estuvieron pendientes de mí y me ayudaron de una u otra forma para culminar este trabajo, de igual manera a mis tías y primas.

Finalmente le agradezco a mi tutora la Ingeniera Maricela Pulloquina por su apoyo y colaboración para poder terminar adecuadamente este proyecto de tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|----------------------------------|-----|
| PORTADA | i |
| CERTIFICACIÓN | ii |
| AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD | iii |
| AUTORIZACIÓN | iv |
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | xi |
| RESUMEN | xv |
| ABSTRACT | xvi |

CAPÍTULO I

| | |
|---|---|
| EL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.1 Planteamiento del Problema | 1 |
| 1.2 Variables de investigación | 3 |
| 1.2.1. Variable independiente (Causa) | 3 |
| 1.2.2 Variable dependiente (Efecto) | 3 |
| 1.3. Importancia y Justificación | 3 |
| 1.3.1 Importancia | 3 |
| 1.3.2 Justificación..... | 3 |
| 1.4 Objetivos | 4 |

CAPÍTULO II

| | |
|---------------------|---|
| MARCO TEÓRICO | 6 |
|---------------------|---|

| | | |
|--------|--|----|
| 2.1. | El turismo como sistema | 6 |
| 2.1.1. | Turismo | 6 |
| 2.1.2. | Sistema Turístico | 9 |
| 2.2. | Turismo como Actividad Económica Productiva | 12 |
| 2.2.1 | Vinculación de turismo en la economía | 13 |
| a. | Efectos positivos del turismo..... | 14 |
| b. | Efectos negativos del turismo | 15 |
| 2.2.2. | Crecimiento Económico | 15 |
| 2.2.3 | Variación de ingresos..... | 17 |
| 2.2.4. | Turismo como actividad económica. | 19 |
| 2.2.5 | El Sector Servicios | 20 |
| 2.3. | Actividad volcánica..... | 20 |
| 2.3.1. | Desastres Naturales..... | 20 |
| 2.3.2. | Origen de los Volcanes | 22 |
| 2.3.3. | Volcanes del Ecuador | 24 |
| 2.3.4. | Amenaza Volcánica..... | 33 |
| 2.4.1. | Historia..... | 34 |
| 2.4.2. | Aspecto socio económico..... | 37 |
| 2.4.3. | Impactos del proceso eruptivo en las parroquias..... | 39 |

CAPÍTULO III

| | | |
|-------------------------|---|----|
| METODOLOGÍA..... | 41 | |
| 3.1 | Modalidad y enfoque de la investigación | 41 |
| 3.1.1. | Modalidad | 41 |
| 3.1.2. | Enfoque:..... | 41 |

| | | |
|--------|---|----|
| 3.2 | Población y muestra..... | 42 |
| 3.2.1. | Población para establecimientos de servicios Turísticos | 42 |
| 3.2.2. | Población para turistas | 43 |
| 3.3 | Técnicas e instrumentos..... | 46 |

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS SERVICIOS

| | | |
|-------------------------|---|----|
| TURÍSTICOS | 56 | |
| 4.1 | Análisis Indicadores de crecimiento económico | 56 |
| 4.1.1. | Importancia del crecimiento turístico en el PIB | 56 |
| 4.1.2. | Balanza turística como proporción del PIB | 59 |
| 4.1.3. | Grado de Apertura Turística | 60 |
| 4.2 | Análisis de indicadores en las parroquias urbanas de la provincia de Cotopaxi | 63 |
| 4.2.1. | Plaza en establecimiento hoteleros 1, 2,3 y 4 estrellas / Población de Derecho..... | 63 |
| 4.2.2. | Plazas en restaurantes / Población de derecho..... | 64 |
| 4.2.3. | Número de operadoras de turismo / Visitantes..... | 65 |
| 4.3 | Análisis de los Impactos del proceso eruptivo en la actividad turística en las Parroquias Urbanas del Cantón Latacunga..... | 66 |
| 4.3.1 | Ingresos Servicios Turísticos / Turistas | 66 |
| 4.3.2 | Empleos Servicios Turísticos / Turistas..... | 69 |
| 4.3.3. | Atención al cliente | 72 |
| 4.4 | Interpretaciones generales | 76 |
| 4.4.1 | Prestadores de Servicios Turísticos | 76 |
| 4.4.2 | Turistas | 78 |

| | | |
|--|---------------------------------|-----------|
| 4.5 | Comprobación de Hipótesis | 80 |
| 4.5.1 | Turistas | 80 |
| 4.5.2 | Servidores Turísticos..... | 81 |
| CONCLUSIONES | | 83 |
| RECOMENDACIONES..... | | 84 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | | 85 |
| Anexos..... | | 91 |
| Anexo 1: Catastro <i>Cotopaxi 2014</i> | | |
| Anexo 2: Tabulación de encuestas de prestadores de servicios | | |
| Anexo 3: Tabulación Turistas Nacionales y Extranjeros | | |
| Anexo 4: Interpretación entrevistas | | |
| Anexo 5: Caracterización de la actividad turística | | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|----------|---|-----|
| Tabla 1 | Clasificación de los elementos del equipamiento turístico | 10 |
| Tabla 2 | Volcanes activos del Ecuador | 25 |
| Tabla 3 | Volcanes en erupción | 29 |
| Tabla 4 | Proceso eruptivo del volcán Cotopaxi..... | 31 |
| Tabla 5 | Establecimientos de los servicios turísticos de la ciudad de Latacunga | 42 |
| Tabla 6 | Consumo turístico en el PIB Nacional..... | 57 |
| Tabla 7 | Consumo turístico en el PIB Cotopaxi | 57 |
| Tabla 8 | Balanza turística Nacional | 59 |
| Tabla 9 | Balanza turística Cotopaxi | 59 |
| Tabla 10 | Apertura turística Nacional..... | 61 |
| Tabla 11 | Apertura turística Cotopaxi | 66 |
| Tabla 12 | Relación porcentaje economía de los negocios–servidores turísticos | 67 |
| Tabla 13 | Relación tiempo de pertenencia de los turistas – servidores turísticos | 68 |
| Tabla 14 | Número de colaboradores | 69 |
| Tabla 15 | Relación número de colaboradores – servicios turísticos | 70 |
| Tabla 16 | Relación estrategias de negocios – servicios turísticos : | 72 |
| Tabla 17 | Relación estrategias de negocios porcentaje – servicios turísticos | 72 |
| Tabla 18 | Relación lugar de procedencia de turistas – atención servicios turísticos..... | 74 |
| Tabla 19 | Número de trabajadores | 102 |
| Tabla 20 | Tiempo de funcionamiento | 103 |
| Tabla 21 | Capacidad instalada mesas..... | 103 |
| Tabla 22 | Capacidad instalada habitaciones | 103 |
| Tabla 23 | Capacidad instalada pax | 104 |
| Tabla 24 | Tipo de servicio que ofrece | 104 |
| Tabla 25 | Tipo de turistas visitan en el negocio..... | 105 |
| Tabla 26 | Año menor número de turistas | 105 |
| Tabla 27 | Año menor número de turistas | 105 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| Tabla 28 | Economía del negocio | 106 |
| Tabla 29 | Economía del negocio | 106 |
| Tabla 30 | Número de colaboradores | 106 |
| Tabla 31 | Número de colaboradores | 107 |
| Tabla 32 | Estrategia precios..... | 107 |
| Tabla 33 | Estrategia precios..... | 107 |
| Tabla 34 | Estrategia negocio..... | 108 |
| Tabla 35 | Estrategia negocio..... | 108 |
| Tabla 36: | Motivos visita de turistas | 108 |
| Tabla 37: | Motivos visita de turistas | 109 |
| Tabla 38: | Actividades en el negocio | 109 |
| Tabla 39: | Actividades en el negocio | 110 |
| Tabla 40: | Oportunidad de negocio | 110 |
| Tabla 41: | Actividades en el negocio | 111 |
| Tabla 42: | Seguro de negocio | 111 |
| Tabla 43: | Seguro de negocio | 111 |
| Tabla 44: | Aspectos a mejorar por autoridades | 112 |
| Tabla 45: | Capacitación | 112 |
| Tabla 46: | Capacitación | 113 |
| Tabla 47: | En qué tema | 113 |
| Tabla 48: | Interes autoridades..... | 114 |
| Tabla 49: | Interes autoridades..... | 114 |
| Tabla 50: | Asistiría a capacitaciones | 114 |
| Tabla 51: | Tema..... | 115 |
| Tabla 52 | País de procedencia..... | 116 |
| Tabla 53 | Género del encuestado | 117 |
| Tabla 54 | Edad del encuestado..... | 117 |
| Tabla 55 | Instrucción del encuestado..... | 117 |
| Tabla 56 | Ingresos percibidos mensualmente | 118 |
| Tabla 57 | Conocer la ciudad de Latacunga | 118 |
| Tabla 58 | Número de veces que ha visitado la ciudad de Latacunga | 118 |

| | | |
|----------|---|-----|
| Tabla 59 | Precio agencias de viajes..... | 119 |
| Tabla 60 | Precio hostería | 119 |
| Tabla 61 | Precio alimentación | 119 |
| Tabla 62 | Precio transporte | 120 |
| Tabla 63 | Precio entretenimiento..... | 120 |
| Tabla 64 | Atención agencias de viajes | 120 |
| Tabla 65 | Atención hostería | 121 |
| Tabla 66 | Atención alimentación | 121 |
| Tabla 67 | Atención transporte | 121 |
| Tabla 68 | Atención entretenimiento..... | 122 |
| Tabla 69 | Oferta agencia de viajes..... | 122 |
| Tabla 70 | Oferta hostería | 122 |
| Tabla 71 | Oferta alimentación | 123 |
| Tabla 72 | Oferta transporte | 123 |
| Tabla 73 | Oferta entretenimiento..... | 123 |
| Tabla 74 | Tiempo de permanencia en la ciudad de Latacunga | 124 |
| Tabla 75 | Sitio de hospeda..... | 124 |
| Tabla 76 | Nombre del sitio de alojamiento | 125 |
| Tabla 77 | Ponderación del lugar de hospedaje | 126 |
| Tabla 78 | Personas con las que visitó al cantón Latacunga | 127 |
| Tabla 79 | Ponderación de servicios turísticos | 127 |
| Tabla 80 | Comida degustada durante la estadía | 128 |
| Tabla 81 | Nombre del establecimiento | 129 |
| Tabla 82 | Inversión por persona - restaurante..... | 130 |
| Tabla 83 | Inversión por persona - cafetería | 130 |
| Tabla 84 | Inversión por persona - entretenimiento | 130 |
| Tabla 85 | Inversión por persona – agencia de viajes..... | 131 |
| Tabla 86 | Inversión por persona – alojamiento..... | 131 |
| Tabla 87 | Inversión por persona – alojamiento..... | 131 |
| Tabla 88 | Solicitud información turística | 132 |
| Tabla 89 | Lugar de información turística | 132 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| Tabla 90 | Visita a Latacunga en la fecha planeada | 132 |
| Tabla 91 | Visita a Latacunga en la fecha planeada | 133 |
| Tabla 92 | Influencia por el proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi para su visita | 133 |
| Tabla 93 | Influencia por el proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi para su visita | 133 |
| Tabla 94 | Proceso eruptivo como una actividad turística | 134 |
| Tabla 95 | Proceso eruptivo como una actividad turística | 134 |
| Tabla 96 | Actividad turística en el Volcán Cotopaxi | 134 |
| Tabla 97 | Actividad turística en el Volcán Cotopaxi | 135 |
| Tabla 98 | Seguro(a) al visitar la ciudad de Latacunga | 135 |
| Tabla 99 | Seguro(a) al visitar la ciudad de Latacunga | 136 |
| Tabla 100 | Regresaría al cantón Latacunga | 136 |
| Tabla 101 | Regresaría al cantón Latacunga | 137 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|----------|---|----|
| Figura 1 | Recursos Humanos Involucrados en el crecimiento económico | 12 |
| Figura 2 | Contribución al crecimiento Interanual PIB (turismo) | 56 |
| Figura 3 | Consumo Turístico PIB Cotopaxi | 58 |
| Figura 4 | Apertura Turística Cotopaxi | 62 |

RESUMEN

Los volcanes son considerados un fenómeno natural por lo fuerte e impresionantes que pueden llegar a ser, con un verdadero espectáculo de la naturaleza y la capacidad de destrucción que pueden ocasionar; El volcán Cotopaxi ha tenido períodos de intensa actividad, intercalados con períodos de bajo movimiento. Durante los momentos de alta actividad a generando diversos perjuicios a las poblaciones que se encuentran en sus alrededores, e infraestructura. Se ha podido notar que en las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga que existe impactos en cuanto a ingresos, influencia en el empleo y por ende en la atención, la misma que interviene en indicadores económicos como es el PIB, Balanza Turística y Grado de Apertura Turística. Es por ello que fue necesario determinar el impacto económico en los servicios turísticos (alojamiento, alimentación agencias de viajes y transporte) a causa del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi, a través de los resultados de levantamiento y recopilación de información que proporcionaron las encuestas y análisis estadísticos; dando a conocer el crecimiento económico en la actividad turística de ese periodo (2010 – 2015), mismo que afecta directamente a la economía actual del país, de los habitantes de las parroquias y de los servidores turísticos, siendo de ayuda para tomar medidas de prevención ante los problemas existentes en la ciudad de Latacunga aportando ideas de cómo mantener sus ingresos cuando existan dichos problemas.

PALABRAS CLAVE:

- **VOLCAN COTOPAXI.**
- **LATACUNGA – CRECIMIENTO ECONÓMICO.**
- **LATACUNGA – PARROQUIAS URBANAS.**
- **LATACUNGA – TURISMO.**

ABSTRACT

The volcanoes are considered to be a natural phenomenon by the strong and impressive thing that they can manage to be, with a real spectacle of the nature and the capacity of destruction that they can cause; The volcano Cotopaxi has had periods of intense activity, inserted with periods of low movement. During the moments of high activity to generating diverse prejudices to the populations who are in his surroundings, and infrastructure. One could have noticed that in the urban parishes of Latacunga's city that exists impacts as for income, influence in the employment and for end in the attention, the same one that intervenes in economic indicators since is the GDP, Tourist Scale and Degree of Tourist Opening. It is for it that was necessary to determine the economic impact in the tourist services (housing, supply travel agencies and transport) because of the eruptive process of the volcano Cotopaxi, across the results of raising and summary of information that provided the surveys and statistical analyses; announcing the economic growth in the tourist activity of this period (2010 - 2015), same that concerns directly the current economy of the country, of the inhabitants of the parishes and of the tourist servants, being of help to take measurements of prevention before the existing problems in Latacunga's city contributing ideas of how supporting his income when the above mentioned problems exist.

KEYWORDS:

- **MOUNT COTOPAXI.**
- **LATACUNGA - ECONOMIC GROWTH.**
- **LATACUNGA - URBAN PARISHES.**
- **LATACUNGA – TOURISM.**

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Los volcanes son considerados un fenómeno natural por lo fuerte e impresionantes que pueden llegar a ser, con un verdadero espectáculo de la naturaleza y la capacidad de destrucción que pueden ocasionar; dejando como resultados problemas para todo lo que lo rodea, afectando a la economía, personas, actividades laborales de quienes habitan cerca a los volcanes o a quienes dependen de los mismos (turismo).

El Ecuador es un país con mucha diversidad por sus grandes contrastes, es por ello que el turismo en el país es considerado como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social de los pueblos. La Cordillera de los Andes, la zona ecuatorial, la parte más importante de las montañas de los Andes de Sud-América, allí en donde se levanta la doble serie de volcanes del Ecuador, con su actividad volcánica que son controladas por monitoreos y seguimientos permanentes. (wikipedia, 2010)

En el Ecuador existen volcanes activos y extintos, dentro de los volcanes activos se encuentran: Volcán Tungurahua que mantiene una actividad continua desde 1532, Volcán Cotopaxi en la actualidad está experimentando actividad y vigilancia constante por parte del Instituto Geofísica, el Reventador un volcán de actividad constante. (Volcanes del Ecuador, 2010)

La gravedad de los daños infringidos a la economía por un desastre natural depende de la intensidad del fenómeno, de la proximidad de los asentamientos humanos y de la actividad económica respecto del lugar en que ocurrió, también depende del nivel de vida de la población afectada, en la que se refleja el tipo de construcciones y la existencia de medidas de prevención para enfrentar eventos de esta naturaleza.

Estos fenómenos de la naturaleza han generado nuevas oportunidades para el turismo en el Ecuador. Para quienes visitan la región andina en donde se ha

producido actividades volcánicas que pueden ser muy llamativos para algunas personas, optando por ir a la ciudad de Baños, y observar desde sus alrededores al Volcán Tungurahua, del que periódicamente se elevan columnas de gases, ceniza y vapor, en las noches despejadas se puede observar un descenso de flujos incandescentes por sus laderas.

En agosto del 2015 se activó la alerta amarilla ante una posible erupción del volcán Cotopaxi, afectando a la provincia, sus cantones y parroquias, ya que se observaba como las personas que vivían en el mismo migraron hacia ciudades cercanas con menores riesgos, afectando de una u otra manera a la economía y turismo puesto que no había comercio y los turistas no ingresaban al lugar siendo estas las parroquias urbanas donde existen prestadores de servicios turísticos como son de alojamiento, agencias de viajes, alimentación y transporte. (ElComercio, 2015)

El Parque Nacional Cotopaxi es considerado el principal atractivo turístico de la provincia, con alrededor de 1500 visitas semanales, que se duplicaban los fines de semana y feriados, siendo uno de los destinos favoritos para turistas nacionales y extranjeros, con su fácil acceso a la laguna de Limpiopungo, al cerro Rumiñahui, al refugio José Rivas permitiendo observar la flora y fauna. (Seguridad, 2016)

Según el Ministerio Coordinador de Seguridad existió un cierre forzado por mantener la seguridad de las personas provocando una crisis en el sector turístico no solo a las ciudades cercanas sino de toda la provincia (hoteles, restaurantes, agencias de viajes entre otros) obligando también a las agencias de viajes y guías a encontrar alternativas para suplir el cierre del área protegida dejándolos sin trabajo, de igual manera la suspensión de eventos y desfiles tradicionales como la Mama Negra, ya que es uno de los ingresos más importantes que tiene la ciudad en el mes de noviembre. (Seguridad, 2016)

Esta área protegida al parecer fue reemplazada por la Reserva Ecológica Antisana y la Cotacachi-Cayapas, que son lugares que ofrecen similares servicios, en donde se tiene un fácil acceso, infraestructura turística adecuada, restaurantes,

seguridad, etc, aunque al ingresar a estos lugares no les permitían continuar con un recorrido turístico hacia otras ciudades como Baños. (ElComercio, 2015)

En base a estos aspectos se hace necesario el análisis del crecimiento económico en los servicios turísticos frente al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en especial en las parroquias urbanas del cantón Latacunga que se vieron afectadas por este proceso

1.2 Variables de investigación

1.2.1. Variable independiente (Causa)

Proceso eruptivo del volcán Cotopaxi

1.2.2 Variable dependiente (Efecto)

Crecimiento económico del sector turístico de las parroquias urbanas del cantón Latacunga

1.3. Importancia y Justificación

1.3.1 Importancia

El volcán Cotopaxi ha tenido períodos de intensa actividad, intercalados con períodos de bajo movimiento. Durante los momentos de alta actividad, el volcán ha presentado emisiones de columnas de ceniza a varios kilómetros de altura, así como también vapor, gases, y pequeñas cantidades de lahares afectando directa o indirectamente a lugares cercanos al volcán, generando diversos perjuicios a las poblaciones que se encuentran en sus alrededores, a los cultivos e infraestructura; también se ha podido notar que en las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga existe impactos en cuanto a ingresos, influencia en el empleo y por ende en la atención, la misma que interviene en indicadores económicos como es el PIB, Balanza Turística y Grado de Apertura Turística.

1.3.2 Justificación

El proyecto de investigación se justifica porque es necesario determinar el impacto económico en los servicios turísticos (alojamiento, alimentación, agencias de viajes y transporte) a causa del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi, a través de los resultados de levantamiento y recopilación de información que

proporcionaron las encuestas y análisis estadísticos; dando a conocer el crecimiento económico en la actividad turística de ese periodo (2010 – 2015), mismo que afecta directamente a la economía actual del país, de los habitantes de las parroquias y de los servidores turísticos, siendo de ayuda para tomar medidas de prevención ante los problemas existentes en la ciudad de Latacunga aportando ideas de cómo mantener sus ingresos cuando existan dichos problemas.

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Analizar el crecimiento económico en los servicios turísticos frente al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en las parroquias urbanas del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi en el período 2010-2015

1.4.2. Objetivos específicos

- Definir la fundamentación teórica - bibliográfica para sustentar la información.
- Determinar la metodología e instrumentos para el análisis de la información.
- Establecer los indicadores de crecimiento económico en los servicios turísticos.
- Analizar los impactos que ha ocasionado el proceso eruptivo en el sector turístico.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis alternativa

El proceso eruptivo del volcán Cotopaxi incide en el crecimiento económico del sector turístico de las parroquias urbanas del cantón Latacunga

1.5.2 Hipótesis Nula

El proceso eruptivo del volcán Cotopaxi no necesariamente incide en el crecimiento económico del sector turístico de las parroquias urbanas del cantón Latacunga

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. EL TURISMO COMO SISTEMA

2.1.1. Turismo

Según Oscar de la Torre, Turismo es el fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos y grupos de personas, que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura y salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en que no ejercen alguna actividad lucrativa y remunerada, generando múltiples interrelaciones de suma importancia económica y cultural. (Tábora, 2002)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, 2015)

Es así que el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. (OMT, 2015)

El turismo tiene efectos importantes dentro de la economía de una ciudad y país, ya que se incrementa su importancia dentro de los mercados turísticos nacionales y provinciales, siendo estos el efecto global: que afecta al desarrollo turístico, el efecto parcial sobre la economía: a través de los agentes económicos, los sectores productivos, macroeconómicas, etc.; afectando a la producción, empleo, PIB, Balanza Turística, ingresos, gastos públicos, inflación, desarrollo

regional, entre otros. Y finalmente los efectos externos: que es la influencia que ejerce la actividad turística en determinados aspectos socioculturales, ambientales, profesionales y de consumo. (OMT, 2015; Tábora, 2002)

2.1.1.1. Motivaciones para el turismo

Con el surgimiento de la rueda, 4,000 a.C. la humanidad incrementó la posibilidad de una movilización más rápida. “Desde esa época, el hombre continúa con su deseo de viajar, de conocer, otras tierras, etc, con el fin de intercambiar ideas y sentimientos. Son muchas las situaciones que provocan que el hombre necesite un cambio temporal. (Tábora, 2002)

- **En lo cultural:** Es un conjunto de respuestas psicosociales y físicas que todo conglomerado urbano produce para satisfacer necesidades individuales y grupales, es una de las principales motivaciones para viajar.
- **En lo social:** El turismo ayuda a que las personas se conozcan mejor; la sociedad permite colocar los bienes turísticos en todos los estratos nacionales e internacionales; además, contribuye a fortalecer la confraternidad de los pueblos y elevar el nivel de vida.
- **En lo religioso:** Permite realizar asociaciones, visitas y peregrinaciones a todos los lugares que tienen significados para personas creyentes.
- **En la salud:** Proporciona a turistas a nacionales y extranjeros todas las ventajas de reposo; pues las vacaciones le permiten un sano esparcimiento, recuperarse de diferentes dolencias para así poder retornar al trabajo u otras actividades, acompañado de un cambio positivo.
- **En lo psicológico:** Las diferentes ocupaciones e inconvenientes a los que están sometidas las personas que viven por lo general en ciudades, provocan la acumulación de tensiones al ser humano y es así que el turismo puede aliviar temporalmente, despertando en los turistas el gusto por lo nuevo frente a la rutina del diario vivir.
- **En el deporte:** El deporte es una buena motivación para el turismo, ya que permite realizar ejercicios en donde se prueba la agilidad, la destreza o

fuerza del cuerpo. Las personas que viajan por esta modalidad, lo hacen por tres circunstancias principales:

- Participación como espectadores de eventos deportivos internacionales.
- Para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva.
- Para participar en competiciones deportivas
- **En el comercio:** El turismo nacional o extranjero, que se realiza por las diferentes vías de comunicación, constituye una importante fuente de ingresos, pues los visitantes compran los productos que ofrece el mercado.
- **De placer:** Es muy diverso pues dentro de la misma existen multitud de intereses que generan los desplazamientos turísticos, pero cuya motivación principal es divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace, es masivo, pues la gran mayoría de las personas viajan con el propósito de hacer en el destino lo que les gusta.
- **En congresos y convenciones:** Consiste en los viajes que se realizan para asistir a reuniones de diversa índole, donde se combinan las sesiones de trabajo con los recorridos turísticos que se programen o con actividades y tours que se ofrecen como opciones.
- **En negocios:** Son los viajes emprendidos para realizar en otro lugar diferente al de residencia, gestiones o labores propias de la empresa. Se considera hoy en día como una modalidad de turismo, pues quienes viajan emplean servicios de transporte, hoteles, restaurantes y otros considerados turísticos. Igualmente estas personas suelen hacer compras y divertirse como los demás turistas tradicionales, aunque su motivación principal es el trabajo, no el descanso.
- **Vacaciones:** Se refiere al uso del tiempo libre en sitios como: playa, montañas, selva, lugares históricos, manifestaciones folklóricas, cultura popular, elementos étnicos, etc. (Tábora, 2002)

2.1.2. Sistema Turístico

Según Sergio Molina, (2014), “El Sistema Turístico es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente en el que establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común”.

“Es un conjunto de relaciones en torno al desarrollo del turismo, lo cuales dinamizan su funcionamiento. Desde la faceta del modelo oferta-demanda, el sistema se origina en el encuentro entre estos agentes a través de un proceso de venta denominado producto turístico, el cual junto a la infraestructura define la estructura de la producción del sector. A su vez este sistema presenta una serie de elementos, que dan complejidad e interacción en las relaciones que define la actividad. Sus elementos son:

Demanda turística:

Se puede definir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el sistema midiendo como se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

Oferta turística:

El análisis económico entiende por la oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado.

El proceso de venta:

Es el encuentro entre la oferta con la demanda que se realiza a través de una compra. Dicho proceso tiene ya conocida particularidad de que es el consumidor quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta y no al revés.

Producto turístico:

Bienes y servicios que forman parte de la oferta turística. El turista los compra para resolver sus necesidades, en consecuencia a la acepción tradicional de concebirlo desde la oferta se le agrega que para el consumidor es aquel que le permite pasear, visitar los atractivos, hacer deporte y divertirse. (Boullon, 2004)

Planta turística y los atractivos turísticos:

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por subsistema al que denominamos “planta turística” que está integrada por dos elementos: El equipamiento y las instalaciones. (Boullon, 2004)

Tabla 1:**Clasificación de los elementos del equipamiento turístico**

| | |
|-----------------|--|
| Alojamiento | • Hoteles |
| Alimentación | • Restaurantes |
| Otros servicios | • Agencias de viajes. • Información • Transportes turísticos |

Fuente: (Clavé Salvador Antoni, 2012)

Según las autoras Díaz y García (2010) “Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas. Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo. (Una actividad que desarrollo una persona con fines de ocio, descansos, en algún lugar)”

Los servicios turísticos, de este modo, son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo. El concepto abarca diferentes cuestiones que están vinculadas a las actividades que desarrollan los turistas. (Garcias, 2012)

El transporte y alojamiento son dos de los aspectos fundamentales de los servicios turísticos. Es habitual que los turistas deban adquirir pasajes de bus, tren, avión para trasladarse a su destino. Una vez que arriba al lugar elegido, contrata un hotel, hostel, u otra clase de alojamiento para pasar la noche.

“Los bares, restaurantes también pueden formar parte de los servicios turísticos contratados por un individuo. Los paquetes ofrecidos por las agencias de turismo pueden incluir almuerzo y/o cena, con entradas a lugares de esparcimiento. (Reglamento General Ley de Turismo, 2008)

- **Alojamiento.-** Se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por personas naturales o jurídicas a prestar el servicio de alojamiento, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios mediante un contrato de hospedaje. (Reglamento General Ley de Turismo, 2008)
- **Alimentación.-** O establecimiento gastronómico, se entiende por una actividad económica que esté relacionada con la producción, servicio, y venta de alimentos y bebidas para su consumo. (Reglamento General Ley de Turismo, 2008)
- **Agencia de Viajes.-** Son empresas comerciales, construidas por personas naturales o jurídicas y debidamente autorizadas que se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a las prestaciones de servicios, directamente o como intermediarias entre los viajeros y los proveedores de los servicios”. (Juan Carlos Baca, 2013)
- **Trasporte turístico:** A diferencia de otros servicios turísticos, es el elemento o recurso que forma la base de distribución geográfica que obedece a los movimientos turísticos, llámense éstos, turismo receptivo, emisoro o interno”. (Juan Carlos Baca, 2013).

Recursos humanos involucrados

Todos los prestadores de servicios turísticos disponen de talento humano los que han sufrido crecimiento o decrecimiento en cuanto a sus contratos de empleo debido al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi. Dentro del tema planteado se encuentran involucrados los Oferentes y Demandantes, que permiten determinar el impacto directo sobre el sector turístico, los mismos que para nuestra realidad son los siguientes:

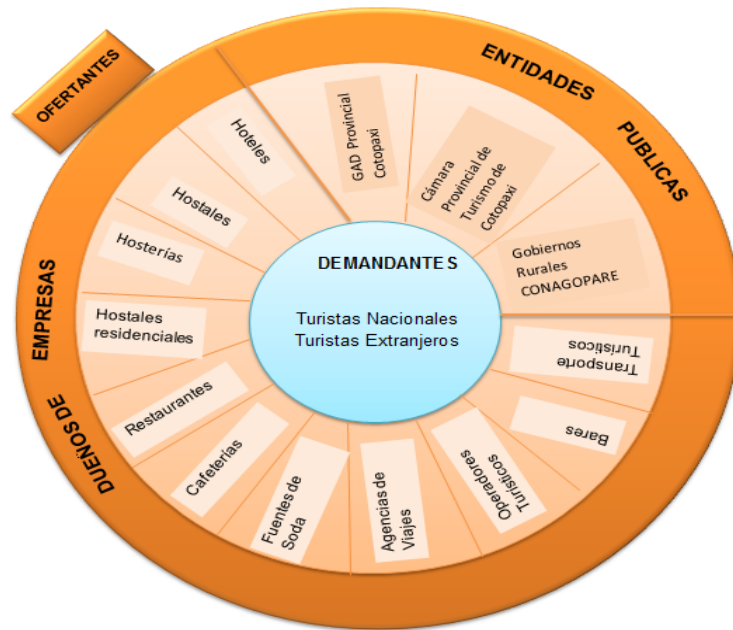


Figura 1 Recursos Humanos Involucrados en el crecimiento económico

2.2. Turismo como Actividad Económica Productiva

El turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, contribuyendo al bienestar de muchas regiones y países. Hay que diferenciar a la industria del turismo del resto de las actividades económicas. Primero la economía del turismo ha logrado superar dificultades en la definición de los conceptos y, al mismo tiempo, se reconoce que la actividad económica del turismo presenta un conjunto de características que la diferencian del resto de las actividades económicas. (Escalona, 2011)

El turismo surge de la necesidad de viajar y ocupar el tiempo de ocio y de vacaciones, englobando un conjunto de actividades económicas que tienen como finalidad principal la satisfacción de los consumidores o turistas. El turismo como actividad económica recoge otros elementos de impacto que a veces no quedan reflejados en las aproximaciones más convencionales. Es el estudio del hombre lejos de su hábitat, de la industria que satisface sus necesidades y de los impactos del hombre e industria sobre el entorno sociocultural de los residentes, sobre su economía y el medio ambiente. (Escalona, 2011)

El proceso de producción del turismo es similar al de otros procesos productivos de la economía. A través de la combinación de tierra, trabajo y capital se obtienen bienes y servicios demandados para satisfacer necesidades de ocio y negocio que requieren desplazarse fuera del lugar habitual de residencia. Desde el punto de vista económico, el turismo presenta un conjunto de características que lo diferencian de otras actividades productivas y que obligan a una reflexión más profunda en relación al papel regulador en el contexto de una economía competitiva. (Escalona, 2011)

La producción de servicios turísticos y de otros procesos productivos de la economía, afirman que la actividad económica turística se desenvuelve en un mercado internacional muy competitivo como consecuencia de los avances tecnológicos y el abaratamiento de los medios de transporte. Las razones que dan para que la actividad económica turística se desenvuelva en un mercado internacional muy competitivo, en el supuesto de que sea así, podrían ser las mismas para que otras actividades económicas se desenvuelvan en mercados internacionales tan competitivos o más que la actividad económica turística. (Escalona, 2011)

2.2.1 Vinculación de turismo en la economía

El turismo es uno de los más grandes empleadores y exportadores de servicios, y que para la economía mundial es uno de los sectores principales, ya que es una actividad generadora de divisas que ayuda a equilibrar la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos, genera valor agregado y fomenta la actividad empresarial, ya que no solo se limitan a los hoteles y restaurantes si no que engloban una serie amplia de servicios y bienes de consumo. (Sancho, 1998)

“Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocios” (Brida, 2008)

Además del ingreso de divisas, en turismo genera el crecimiento del sector empresarial debido a que es necesario satisfacer la demanda creada por la

expansión del turismo, impulsando la actividad comercial tanto nacional como internacional y los diferentes sectores de servicios relaciones con el turismo. También es generador nuevas fuentes de empleo especialmente en los sectores relacionados con el turismo. (Sancho, 1998)

Por otra parte, el desarrollo del turismo incrementa el ingreso total del país y de la población económicamente activa que esta empleada en las empresas turísticas, al igual que las que trabajan para empresas que aportan al turismo (gasolinera, tiendas, etc.), es así que el turismo permite contribuir a mejorar la calidad de vida y el nivel cultural de la población de los sectores turísticos. Y finalmente en el sector fiscal, ya que esta actividad beneficia la economía pública por medio de la recaudación de impuestos. (Dritsakis, 2004)

a. Efectos positivos del turismo

El turismo ha sido un sector en expansión en la economía para los países. La curiosidad que motiva a los seres humanos a viajar y conocer nuevos lugares, culturas y personas; a través de varios beneficios que se extienden a toda la sociedad, entre los cuales se encuentran: (Fokiali, 2006)

- El mejoramiento de la calidad de vida, nivel educativo y del empleo, la mejora en los servicios de transporte.
- El desarrollo de una infraestructura adecuada es de carácter vital, e incluye aspectos como servicios básicos, transporte, vialidad. (Eugenio-Martín, 2004)
- La calidad de vida de los residentes del sector mejora en el desarrollo humano,
- Incremento en la cobertura de salud y educación, factores que están ligados al desarrollo del turismo. (Fokiali, 2006)
- Brindar una solución económica a ciudades y países.
- Genera plazas de empleo.
- Fomenta la cultura, la interacción global.
- El crecimiento de las relaciones comerciales.

b. Efectos negativos del turismo

Aun cuando el turismo es considerado por un amplio grupo de autores como un generador importante de crecimiento económico, existen posiciones que consideran que la expansión de este sector podría crear un efecto negativo en la economía de los países de acogida y en el medio ambiente, así como, una inequitativa distribución de la riqueza del sector. De esta manera surgen aspectos como: (Nowak, 2004)

- Inflación y el bajo efecto multiplicador que genera la expansión del turismo.
- Incremento en la contaminación,
- Daño al medio ambiente frágil.
- Inequidad con las futuras generaciones o impactos socio culturales adversos.
- Un crecimiento acelerado en la industria del turismo podría conducir a una reducción en la producción manufacturera por la pérdida de eficiencia que se produce ante la presencia de rendimientos crecientes en la escala de fabricación.
- El aumento de la inflación, la dependencia del país hacia las divisas extranjeras.
- El incremento de la importación, la transferencia de utilidades al exterior y el empleo de los no residentes.

2.2.2. Crecimiento Económico

“El crecimiento económico es la expansión de las posibilidades de producción de la economía. Se mide por el aumento del producto interno bruto real (PIB) es el valor de la producción total de fábricas, oficinas de una nación, etc. Medido en precios de un año en particular.

Los precios de los bienes y servicios se expresan en unidades monetarias de un solo año, para eliminar la influencia del aumento de los precios (inflación) y para determinar cuánto ha crecido realmente la producción de un año al otro.

Sin embargo el crecimiento económico puede ir acompañado de externalidades negativas, dado que mide el aumento del valor de los bienes que produce una economía, evidentemente también está relacionado con lo que se consume o, en otras palabras, gasta. La causa por la que según este razonamiento el crecimiento económico puede no ser realmente deseable, es que no todo lo que se gasta es renovable, como muchas materias primas o muchas reservas geológicas. (Parkin M, 2008)

El crecimiento suele calcularse en términos reales para excluir el efecto de la inflación sobre el precio de los bienes y servicios producidos. En economía, las expresiones "crecimiento económico" o "teoría del crecimiento económico" suelen enfocar el crecimiento de potencial productivo, esto es: la producción en "pleno empleo", y no el crecimiento de la demanda agregada (Parkin M, 2008).

PIB, (Producto Interno Bruto)

O también conocido producto bruto interno (PIB), es una magnitud macroeconómica que expresa el [valor monetario](#) de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país durante un período determinado de tiempo (normalmente un año). (Gregorio, 2007)

Balanza turística

Es la parte de la balanza de pagos que contempla los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones). Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran las transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit. (Gregorio, 2007)

Grado de apertura turística

El grado de apertura turística revela la importancia relativa del gasto turístico internacional (representado por la suma del gasto turístico receptor y emisor) para la economía del país (representada por el PIB). Mientras mayor sea el valor de

este indicador, más importante será el turismo internacional (de entrada y de salida) desde el punto de vista económico. (Gregorio, 2007)

2.2.3 Variación de ingresos

Variación

Las variables económicas agregadas como el monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios. Puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influir en objetivos políticos como por ejemplo hacer crecer la economía, conseguir la estabilidad de precios, fomentar el empleo y la obtención de una sustentable y equilibrada balanza de pagos. Se enfoca en los fenómenos que afectan las variables indicadoras del nivel de vida de una sociedad. (Macroeconomía, 2013)

Ingreso

Valor de las ventas o cifra de negocios. El ingreso total de la empresa en un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de producto vendida por su precio, en el caso de la producción simple, y sumando los ingresos producidos por los diferentes productos, en el caso de la producción conjunta. Aunque los clientes que compraron la mercancía no hayan pagado, porque la venta ha sido efectuada a crédito, el ingreso ya ha sido devengado y se contabiliza del mismo modo que si la venta hubiera sido efectuada al contado. (Economía, 2014)

Bienes y servicios

Los bienes y servicios económicos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. Se comercian en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta. Los precios no son definidos por la cantidad de trabajo que implican sino por la importancia de estos para los agentes, sus preferencias son expresadas a través

de la oferta y la demanda. Así el intercambio de bienes y servicios se da a un precio que es mutuamente beneficioso para ambas partes, vendedor y comprador. (Macroeconomía, 2013)

Precio

Los precios reflejan una relación de intercambio entre los bienes y servicios disponibles en el mercado y la moneda. Han existido de manera rudimentaria en las primeras manifestaciones del comercio: el trueque. El desarrollo de los intercambios, el fin de las economías autárquicas y la elevación del nivel de vida, han asignado al precio un papel primordial en los sistemas económicos descentralizados. Al funcionar como indicadores de la producción y el consumo, orientan las asignaciones de recursos. Finalmente, participan en la distribución del ingreso nacional. (Economía, 2014)

En el mercado, los precios cumplen la función de asegurar el equilibrio entre la oferta y la demanda. La concentración permite que grandes unidades económicas influyan en el nivel de los precios. La mayoría de los mercados modernos están formados por oligopolios; es decir, un pequeño grupo de vendedores. Presentan una diferencia relativamente marcada de los productos, acentuada por la publicidad. (Economía, 2014)

Locales

Recinto cerrado, establecimiento donde se realizan negocios comerciales, mercantiles o industriales, es el espacio físico donde se ofrecen bienes económicos (servicios o mercancías) para su venta al público. También se conoce como local comercial, punto de venta, tienda o comercio. (wikipedia, Locales , 2014) Clasificación:

• Establecimiento comercial de bienes

Los establecimientos comerciales minoristas pueden clasificarse según diversos criterios, siendo los más comunes los referidos a su carácter individual o colectivo (mercado, centro comercial), a su tamaño (pequeños, medianos y

grande), al tipo de productos que comercializa (especializado en alimentación, confección) y, principalmente, al sistema de venta. (wikipedia, Locales , 2014)

- **Establecimiento comercial de servicios**

Dentro de establecimientos comerciales se consideran algunos locales no dedicados al comercio, propiamente dicho, sino a otras actividades lúdicas relacionadas con el ocio, como discotecas, bares, restaurantes, hoteles, alquiler de coches, agencias de viajes. En el caso de servicios, los locales tienen una zona de espera más amplia donde los clientes pueden ver o leer en expositores, carteles o pantallas los servicios que presta el negocio, y otra zona principal, normalmente aledaña, donde son atendidos, también dependiendo de los servicios que presten pueden tener otra zona separada donde preparan o realizan estos servicios que se solicitan. (wikipedia, Establecimientos comerciales , 2016)

2.2.4. Turismo como actividad económica.

El empleo en el turismo es una serie de tareas a cambio de una retribución monetaria denominada salario. Es desempeñar una actividad laboral que genera ingresos económicos o por la que se recibe una remuneración o salario. (Hidalgo J. C., 2005)

Es un concepto diferente del término trabajo, pues éste es cualquier tipo de actividad o tarea necesaria para cubrir las necesidades básicas del ser humano (alimentación, limpieza, educación). Trabajos, los tiene toda la población, pero empleo no. Para hacer frente a la cobertura de las necesidades básicas en las sociedades capitalistas se necesitan ingresos económicos. (Hidalgo U. A., 2016)

El Desempleo está formado por la población activa que no tiene trabajo. Es sinónimo de desocupación. Pérdida de empleo significa que el nivel de vida es más bajo. Conjunto de personas que desean trabajar y no encuentran empleo representando una subutilización de recursos para producir (Carrión, 2019)

2.2.5 El Sector Servicios

El sector servicios, también conocido como sector terciario, es uno de los tres grandes sectores en los que se dividen las actividades económicas. En general, se define como el sector que no produce bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades. Este sector es muy variado y engloba una amplia gama de actividades: comercio, transporte, comunicaciones, servicios financieros, servicios sociales, turismo, etc. (Geografía e historia 3° ESO, 2014)

Sector turismo

Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes, los miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC) destacan la importancia del turismo, especialmente por su contribución al empleo y como fuente de divisas. El sector de los servicios de turismo, generalmente uno de los más dinámicos de la economía, hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía. (OMC, 2016)

Los servicios de turismo y los servicios relacionados con los viajes abarcan los servicios prestados por hoteles y restaurantes (incluidos los servicios de suministro de comida desde el exterior por contrato), los servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo, los servicios de guías de turismo y otros servicios unidos. Unos de los aspectos fundamentales del turismo internacional es el movimiento transfronterizo de consumidores, que permite que incluso trabajadores no calificados de zonas alejadas sean exportadores de servicios, por ejemplo, vendiendo artesanías, actuando en espectáculos culturales, o trabajando en alojamientos turísticos. (OMC, 2016)

2.3. Actividad volcánica

2.3.1. Desastres Naturales

Desastre natural se basa en la distinción conceptual entre el fenómeno natural y el desastre natural. La expresión fenómeno natural hace referencia a los riesgos en sí mismo, como huracanas, maremotos, terremotos, erupciones volcánicas,

movimientos en masa, sequias, etc.; mientras que la expresión desastre natural hace referencia a las consecuencias o el impacto de este fenómeno sobre una comunidad dada, tanto en pérdidas de vidas humanas, como materiales, económicas y sociales. No siempre que acontece un fenómeno natural tiene lugar un desastre natural; y si lo tiene, no siempre es equiparable, en abstracto, las magnitudes de su eventual impacto en distintos lugares. Es decir, se considera que el desastre natural no es el fenómeno físico en sí, sino los costes humanos, económicos y sociales provocados por este. (Hidalgo J. C., 2005)

Los efectos de un desastre pueden amplificarse debido a una mala planificación de los asentamientos humanos, falta de medidas de seguridad, planes de emergencia y sistemas de alerta provocados por el hombre se torna un poco difusa. (Geissert, 2006)

Consecuencias de los Desastres Naturales

Los desastres naturales no solo causan efectos devastadores en el momento en que se producen, sino que afectan el desarrollo humano-económico del lugar, generando pobreza, destrucción de infraestructura, disminución en la producción y, afectando la seguridad alimentaria, la salud y la educación, generando estancamiento tecnológico y social. (Navarro E, 2005)

- **Pérdidas humanas**

En cuanto a las pérdidas humanas, arrojan cifras grandes de muertos, heridos y desaparecidos, no solo durante el desastre natural, sino después de que éste ocurre, por los brotes de enfermedades se incrementa a través de la comida y el agua, principalmente ésta última, escasean. Entre más tiempo se tarde una comunidad o país en recuperarse, debido a que varias familias se quedan sin empleo y por lo tanto sin comida, además que en otras ocasiones pierden todas sus posesiones materiales y los lugares en los que vivían, después de que ocurrió el desastre, ya no existen o están destruidos y por último la inseguridad incrementa. (Navarro E, 2005)

- **Pérdidas de recursos naturales y económicos.**

Los desastres naturales además de causar grandes pérdidas humanas, también provocan pérdidas materiales y económicas. Tan sólo en el año 2003 las pérdidas alcanzaron los 55 mil millones de dólares a nivel mundial. El problema no es la pérdida de dinero en sí, sino la diferencia en la que los países se ven afectados respecto a su producto interno bruto (PIB), ya que los países en desarrollo (tercer mundo) sufren más las bajas que los países ricos, debido a que no tiene planes de contingencia que les permita respaldarse y estar preparadas para desastres naturales. Esto hace vulnerables a las entidades en vías de desarrollo, exponiéndolos a la creciente pobreza. (Navarro E, 2005)

Las condiciones de vida antes de que ocurra un desastre natural, son en gran medida factores relevantes para determinar cuál es la pérdida en los bienes que la sociedad tiene, mas allá de las pérdidas de casas, muebles y demás bienes que poseen las personas se ven afectadas las economías, sino que también en la pérdida de recursos como lo son la madera, el petróleo, las industrias destruidas, y de los recursos que se ve forzado el Estado a aportar para que vialidades y servicios. (Navarro E, 2005)

2.3.2. Origen de los Volcanes

a. Volcán

Según Natalie Lunis. Un volcán es una abertura en el suelo. Del volcán pueden derramar o salir disparadas rocas rojas, calientes y derretidas, cenizas, vapor y gases venenosos, estas explosiones se llaman erupciones. Hay miles de volcanes en la tierra.

Los volcanes son una manifestación en superficie de la energía interna de la Tierra. La temperatura y la presión se incrementan a medida que nos acercamos al centro de la Tierra, alcanzándose temperaturas de 5000 °C en el núcleo. El efecto combinado de la temperatura y la presión a distintas profundidades provoca un comportamiento diferente de los materiales que se estructuran en varias capas. (Llenares, 2004)

Los científicos los clasifican en tres grupos:

- **Extintos:** Volcanes que han hecho erupciones en el pasado pero probablemente no la harán otra vez.
- **Inactivos:** Volcanes que han hecho erupción en el pasado y probablemente lo harán otra vez.
- **Activos:** Volcanes que hacen erupción con frecuencia.

b. Erupción Volcánica:

“Este desastre natural es producido por la erupción de un volcán, y éstas pueden darse de diferentes formas. Desde pequeñas erupciones diarias o las extremadamente infrecuentes erupciones de supervolcanes (Un volcán que produce las mayores y más voluminosas erupciones de la Tierra). La explosividad real de estas erupciones volcánicas varía, si bien el volumen de magma erupcionado es suficiente en cada caso para alterar radicalmente el paisaje circundante, e incluso para alterar el clima global durante años, con un efecto cataclísmico para la vida”. (Withington, 2009 pág. 22).

Cuando un volcán se encuentra en actividad se acumulan materiales muy calientes, la presión y la temperatura pueden hacer que salgan en forma de lava, ceniza, rocas, vapores y gases, produciéndose una erupción. Las erupciones pueden ser de varios tipos. En ocasiones, la lava es emitida lentamente durante la erupción y produce pocos daños. En otros casos, estos materiales pueden salir de forma violenta produciendo explosiones que generan grandes cantidades de cenizas y gases que pueden ser destructivas. (Mexico CENAPRED, 2012)

Es así que la explosión es el calor dentro de la tierra es tan intenso que derrite roca para formar magma, el cual contiene gases que son más ligeros que la roca sólida a su alrededor. El magma sube y finalmente penetra la superficie de la tierra. (Lunis, 2011)

Mientras que los lahares son fujos de Lodo, a un flujo torrencial de agua lodosa, cargada de partículas sólidas de todos los tamaños, que se desplaza rápidamente, controlado por la gravedad, durante su desplazamiento, dicho flujo da la apariencia de una colada, que ocupa los cauces naturales y, debido a su densidad, puede arrastrar cualquier objeto que encuentre a su paso. (Ortíz & Toulkeridis, 2004-2005)

2.3.3. Volcanes del Ecuador

“Se denomina a la Sierra Ecuatoriana como la “Avenida de los Volcanes” ya que se encuentra en todo el valle interandino de Ecuador, con más de 300 km. de largo (y aproximadamente 50 Km. de ancho), va desde la provincia de Imbabura hasta la provincia de Bolívar. Se encuentra formada por más de 70 volcanes, no todos son conocidos por su inactividad, pero a pesar de eso forman la cordillera de los Andes en Ecuador, estos volcanes son producto del choque y tensión de las placas tectónicas del Océano Pacífico con las placas continentales, forman parte del Cinturón de Fuego del Pacífico. (Basabe, 2015)

El territorio del Ecuador presenta una de las más altas concentraciones de volcanes activos de todo el mundo, alrededor de áreas de alta densidad poblacional. La última reactivación volcánica del Guagua Pichincha, Tungurahua, El Reventador y La Cumbre, en Fernandina, han contribuido a reinsertar al fenómeno volcánico en el imaginario de la población y a potenciar la necesidad de desarrollar políticas públicas y normas de prevención y alerta temprana, junto con programas sistemáticos de comunicación e información a la población, sobre los riesgos asociados con los abundantes volcanes activos emplazados en el territorio nacional. (Basabe, 2015)

Varios estudios fueron desarrollados, definiendo mapas de peligros volcánicos potenciales para los volcanes que han presentado periodos de activación, igualmente el Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional lleva a cabo el monitoreo volcánico y sísmico en el país que ante alguna emergencia se intensifican los monitores volcánicos y estudios específicos como la modelización de flujos de lodo, etc. (Basabe, 2015)

Ecuador se encuentra en una alta peligrosidad y debilidad ante fenómenos naturales destructivos, en este caso las erupciones volcánicas; la importancia de un adecuado monitoreo y estudios de amenazas, vulnerabilidad y riesgo en las ciudades, poblados e infraestructuras se ubican muchas veces en zonas de amenazas, cuyo crecimiento aumenta la vulnerabilidad, siendo indispensable e impostergable una mejor planificación territorial, poblacional y económica. (Basabe, 2015)

Existe una lista de volcanes activos y extintos de Ecuador. Los volcanes activos de Ecuador continental pertenecen a la Zona Volcánica Norte (ZVN) de los Andes la cual es parte del Cinturón Volcánico de los Andes. (Volcanes del Ecuador Wikipedia,, 2014)

a. Volcanes Activos

Tabla 2

Volcanes activos de Ecuador

ANTISANA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 5758 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: 1590-1600
Estado: Potencialmente activo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal, sismos volcánicos
Monitoreo: Sísmicidad, deformación, aguas termales
Provincia: Pichincha y Napo
Ubicación: Cordillera Real

CAYAMBE



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 5790 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: 1785 - 1786
Estado: Activo
Actividad reciente: Fumarolas, sismos volcánicos
Monitoreo: Sísmicidad, deformación, desgasificación
Provincia: Pichincha e Imbabura
Ubicación: Cordillera Real

CONTINÚA →

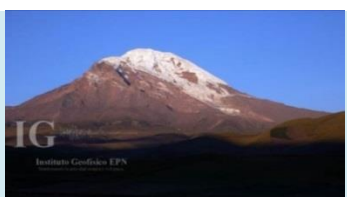
CHILES - CERRO NEGRO DE MAYASQUER



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 4748 m snm (Chiles)-4470 msnm (Cerro Negro)
Tipo de volcán: Complejo Volcánico
Última erupción: No hay registros históricos confirmados de actividad eruptiva para los volcanes Chiles y Cerro Negro
Estado: Potencialmente Activo: Actividad últimos diez mil años
Actividad reciente: Actividad hidrotermal y sísmica
Monitoreo Sísmico: Control de Deformación,
Provincia: Carchi
Ubicación: Cordillera Occidental

CHIMBORAZO



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 6268 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: Siglo V - Siglo VII
Estado: Potencialmente activo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal
Monitoreo: Deformación, aguas termales
Provincia: Chimborazo
Ubicación: Cordillera Occidental

COTACACHI – CUICOCHA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 3250 m snm
Tipo de volcán: Caldera Volcánica / lago cratérico (Cuicocha)
Última erupción: Hace 2900 años - Desconocida
Estado: Potencialmente activo -Dormido o inactivo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal
Monitoreo: Sísmicidad, deformación, aguas termales, temperatura
Provincia: Imbabura
Ubicación: Cordillera Occidental

GUAGUA PICHINCHA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 4776 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: 1999 - 2001
Estado: Activo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal y fumarólica
Monitoreo: Sísmicidad, deformación, aguas termales.
Provincia: Pichincha
Ubicación: Cordillera Occidental

CONTINÚA →

IMBABURA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 4621 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: > 8000 años AP
Estado: Potencialmente activo
Monitoreo: Sísmicidad, deformación.
Provincia: Imbabura
Ubicación: Región Interandina

ISLAS GALÁPAGOS



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: Variable, entre 345 y 1.707 m.s.n.m.
Tipo de volcán: Escudo, Caldera, Cono Monogenético
Estado: Activos
Actividad reciente: Flujos de lava, fumarólica, sismos volcánicos, emisión de gases entre otros.
Monitoreo: Sísmicidad, infrasonido, SO₂

OTROS VOLCANES

- **Alcedo:** Volcán con una altura de 1,128 msnm, Históricamente este volcán registra una erupción en el flanco S.E en las cercanías de Cartago Bay en 1953, en los últimos años su actividad más notable ha sido el levantamiento del piso de la caldera medido a través del método de interferometría de radar.
- **Wolf:** Punto más alto de la isla Isabela, su altura es 1,707 msnm. Se han detectado zonas con aparentes anomalías térmicas de valores bajos. La última erupción ocurrió en 2015 y se originó en la caldera y en el flanco SE del volcán.
- **Sierra Negra:** Volcán basáltico de escudo (1,124 msnm) con la caldera más grande de Galápagos. Con actividad fumarólica continúa 12 períodos de actividad histórica, su última erupción fue en 2005 en donde existen caídas de escoria y lluvia ácida han afectado a la parte habitada de Isabel.
- **Fernandina:** Volcán basáltico de escudo (1,476 m.s.n.m.), por lo menos 24 períodos de actividad histórica, con extensos flujos de lava e intensas emisiones de gases se han producido durante las erupciones históricas, última erupción ocurrió en 2009, se encuentra deshabitada
- **Cerro Azul:** Volcán basáltico de escudo (1,640 msnm), 12 períodos de actividad histórica, extensos flujos de lava e intensas emisiones de gases se han producido en estas erupciones, última erupción 2008,
- **Otros Volcanes de las Galápagos:** De las observaciones y mediciones efectuadas por el IG en 2003 y 2004, en los volcanes Darwin (1326 msnm), Marchena (3435 msnm), Ecuador (808 msnm), Santiago (909 msnm), no presentan anomalías térmicas ni evidencias que indiquen una mayor actividad en los mismos. (Instituto Geofísico, 2016)

CONTINÚA →

ATACAZO-NINAHUILCA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 4455 m snm
Tipo de volcán: Complejo volcánico
Última erupción: Hace aprox. 2300 años
Estado: Potencialmente activo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal y fumarólica
Monitoreo: Sísmicidad, aguas termales.
Provincia: Pichincha
Ubicación: Cordillera Occidental

PULULAHUA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 3356 m snm
Tipo de volcán: Complejo de domos
Última erupción: Aprox. 2200 años antes del presente
Estado: Potencialmente activo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal
Monitoreo: Sísmicidad, deformación, aguas termales
Provincia: Pichincha
Ubicación: Cordillera Occidental

QUILOTOA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura : 3914 m snm
Tipo de volcán: Caldera Volcánica / Lago cratérico
Última erupción: Siglo XII
Estado: Potencialmente activo
Actividad reciente: Actividad hidrotermal
Monitoreo: Deformación, aguas termales
Provincia: Cotopaxi
Ubicación: Cordillera Occidental

SANGAY



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 5230 m snm
Tipo de volcán: Estrato Volcán
Última erupción: 1628 hasta el presente
Estado: Activo
Actividad reciente: Explosiones estrombolianas, columnas de ceniza, generación de flujos piroclásticos, y actividad fumarólica.
Monitoreo: Sísmicidad y desgasificación.
Provincia: Morona Santiago **Ubicación:** Cordillera Real

Fuente: (Instituto Geofísico, 2016)

b. Volcanes en erupción

Tabla 3

Volcanes en erupción

REVENTADOR



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 3560 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: Desde el año 2002 hasta el presente
Estado: En erupción
Actividad reciente: Explosiones, emisiones de gases y ceniza, flujos de lava, lahares.
Monitoreo: Deformación, detectores de lahares, cámaras digitales y térmicas.
Provincia: Sucumbios - Napo
Ubicación: Cordillera Subandina

TUNGURAHUA



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

Altura: 5020 m snm
Tipo de volcán: Estrato volcán compuesto
Última erupción: 1999 hasta el presente
Estado: En erupción
Actividad reciente: Explosiones strombolianas, vulcanianas, emisiones subcontinuas de gas y ceniza, flujos piroclásticos, fumarolas.
Monitoreo: Sísmicidad, deformación, desgasificación, aguas termales, temperatura, cámaras digitales.
Provincia: Tungurahua
Ubicación: Cordillera Real

Fuente: (Instituto Geofísico, 2016)

c. Volcán Cotopaxi y su proceso eruptivo.

COTOPAXI



Fotografía: (Instituto Geofísico, 2016)

- **Altura:** 5897 m snm
- **Tipo de volcán:** Estrato volcán compuesto
- **Última erupción:** 2015 hasta el presente.
- **Estado:** Activo
- **Actividad reciente:** Actividad fumarólica
- **Monitoreo:** Sísmicidad, deformación, aguas termales, desgasificación
- **Provincia:** Cotopaxi
- **Ubicación:** Cordillera Oriental (Real),

El volcán Cotopaxi es considerado uno de los volcanes más peligrosos del mundo debido a la frecuencia de sus erupciones, su estilo eruptivo, su relieve, su cobertura glaciaria y por la cantidad de poblaciones potencialmente expuestas a sus amenazas. Desde el inicio de la conquista española: 1532-1534, 1742-1744, 1766-1768, 1853-1854 y 1877-1880; el Cotopaxi ha presentado cinco grandes periodos eruptivos dentro de cierto rango, todos los episodios han dado lugar a fenómenos volcánicos muy peligrosos, y no hay duda de que episodios similares volverán a repetirse en el plazo de las décadas. Los cuatro últimos periodos han dado lugar a muy importantes pérdidas socio-económicas en el Ecuador. La peligrosidad del Cotopaxi radica en que sus erupciones pueden dar lugar a la formación de enormes lahares que transitarían por drenajes vecinos a zonas densamente pobladas como el Valle Interandino entre Mulaló y Latacunga, y una parte del valle de los Chillos. Se ha estimado que actualmente más de 300.000 personas viven en zonas amenazadas por lahares en caso de que se repitan erupciones similares a las ocurridas en los siglos XVIII y XIX. Adicionalmente, la caída de ceniza producida durante una erupción del Cotopaxi podría afectar una parte muy significativa de la Sierra y la Costa del Ecuador.

En estos últimos años se observa una reactivación progresiva del Cotopaxi, cuya eventual erupción podría afectar considerablemente zonas altamente pobladas. El Cotopaxi es un gran estratovolcán de cono simétrico y joven, ubicada en la cordillera central de los Andes, que alcanza una altitud de

5897 msnm. Desde 1534, este edificio volcánico ha tenido un promedio periódico de erupciones cada siglo

El segundo periodo eruptivo del volcán Cotopaxi reportó graves consecuencias para la población de Latacunga, debido a la pérdida económica en la producción ganadera y agraria que tuvo su origen en los distintos fenómenos naturales que afectaron a la región. La última erupción registrada del volcán Cotopaxi es entre el 25 y 26 de Junio de 1877, en donde se produjo una fase eruptiva lo suficientemente fuerte como para formar flujos piroplásticos. El volcán derramó lava durante un intervalo de tiempo de 25 minutos, arrojando además piedras de gran tamaño que llegaron hasta el Valle de los Chillos. (Geofísico, 2015)

d. Proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi

Tabla 4:

Proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi

| AÑO | DETALLES |
|------------------|--|
| 1532-1534 | Se conoce poco sobre el lahar de este año, las crónicas mencionan una "lluvia de cenizas" que afectó al pequeño ejército de Pedro de Alvarado, que se encontraba movilizándose por el pie de la Cordillera Occidental. Según el autor, la población indígena que resistía a los conquistadores interpretó este fenómeno natural como una señal contraria a esa causa. Las corrientes de agua y lodo acarrearón rocas tan grandes como dos "piedras de lagar" que eran llevadas como si fueran muy livianas. Según algunos historiadores en esta erupción el Cotopaxi expulsó la cúspide de la montaña. |
| 1742-1744 | Ocurrieron dos eventos laharíticos, según Pedro Muñoz de Chamorro, indico la enorme fuerza destructiva, cuando menciona puentes destruidos y molinos invadidos por los torrentes de lodo y piedras. La primera se inició el 15 de junio y arreció el 6 de CONTINÚA → |

julio a la segunda, de mayor magnitud, el 9 de diciembre.

1766-1768 En 1766 los flujos de lodo desencadenados por una erupción inundaron la planicie de Latacunga y acumularon tal cantidad de materiales, que el Río Aláquez fue obligado a cambiar el curso, a pesar de que no sobrepasó los niveles máximos de 1744. La erupción explosiva del 4 de abril de 1768 estuvo caracterizada por una lluvia inicial de bombas que provocó algunas víctimas en Mulaló. Después continuó manifestándose con una lluvia de cenizas y lapilli. La lava emergió del cráter originando lahares que volvieron a devastar los valles de Chillo y Latacunga, causando ingentes daños materiales y víctimas. La ciudad de Latacunga fue, otra vez, gravemente afectada. En Tumbaco se destruyó un puente, por efecto del lahar que se tardó una hora y media en llegar hasta ese sitio. En la cuenca del Cutuchi, nuevamente cambió el curso del Río Aláquez.

La magnitud de los lahares que se generaron hace suponer que hubo importantes emanaciones de lava y/o nubes ardientes que, como fue usual, originaron descomunales flujos de lodo y escombros que llegaron hasta Latacunga y se introdujeron hasta los barrios cercanos a los ríos que la flanquean, especialmente por el relleno y desborde del río Cutuchi.

1853-1854 La erupción de 1853 produjo, aparte de la caída de cenizas y la formación de lahares, una colada de lava que se desplazó sobre la pendiente oriental del cono y se bifurcó en la parte inferior. Esta colada es la que utilizó Reiss como ruta para su ascensión al cráter, en 1874. Según Sodiro, se tienen noticias sobre tres lahares desencadenados por ella en el mes de septiembre; uno de ellos, del día 13, está descrito por el Gobernador de la Provincia en un informe remitido al Gobierno Central, en el que reporta la inundación de la planicie de Latacunga Explosión de regular magnitud y lluvia de ceniza.

CONTINÚA →

1877-1880 El 26 de junio de 1877 ocurrió la erupción histórica más importante y mejor conocida, de las que ha presentado el volcán. Si se toma en cuenta que una erupción de características similares es la que se puede esperar, como máximo, para una próxima reactivación, es interesante analizar la forma como se desarrolló el evento y los escenarios comprometidos ya que fue una erupción de magnitud algo considerable que originó lahares que vertieron por todas las vertientes, incluida la oriental causando inundaciones en la zona de Vallevecioso. En los valles de Mulaló las inundaciones fueron considerables. Abundante emanación de ceniza que cayó en los campos circundantes.

Fuente: (Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi, 2005) y (Ortiz & Toulkeridis, 2004-2005)

2.3.4. Amenaza Volcánica

El Cantón Latacunga se encuentra afectado en un 33% aproximadamente por esta amenaza, siendo los flujos piroclásticos y de lava de mayor peligro, mientras que los de menor peligro son los de mayor cobertura pero que se encuentran "lejos" de grandes áreas pobladas. La mayor peligrosidad de los flujos de lodo se intensifica a medida que se acercan al centro del cauce del río Cutuchi, aunque existen afectaciones laterales de menor intensidad hacia el oriente y occidente. (SNGR, 2015)

Dentro de los principales efectos que tendrían estos fenómenos sobre el cantón Latacunga tras una erupción serían:

- Afectación por lahares de grandes zonas a lo largo del sistema del río Cutuchi.
- Suspensión del paso vehicular por los puentes que cruzan los ríos Cutuchi, Pumacunchi, Álaquez, entre otros.
- Aislamiento de muchos sectores de la población.
- Moderadas a leves caídas de ceniza fina a gruesa (1,5 cm).
- Problemas de conseguir pastizales para el ganado.
- Contaminación del agua, posibles rupturas de sistema de agua potable.

Los peligros volcánicos del Cotopaxi es una actividad volcánica explosiva, de características similares a la de 1877, que se ha determinado como la máxima probable, originaría los siguientes peligros volcánicos:

La caída de cenizas: Es un fenómeno directamente relacionado con la actividad volcánica explosiva, que se origina cuando el magma fragmentado en partículas finas, forma una columna ascendente que es impulsada hacia la atmósfera por la expansión de los gases y, posteriormente, por las corrientes de convección que genera el diferencial térmico entre la columna caliente y el aire frío que la rodea. En la erupción de 1877, el primer fenómeno relacionado fue una lluvia de cenizas que se extendió durante algunas horas. Tres horas después de haberse iniciado la erupción la ciudad de Quito quedó envuelta en una completa oscuridad, hasta el punto que fue necesario utilizar iluminación artificial. (Ortíz & Toulkeridis, 2004-2005)

Los flujos piroclásticos: El escenario de afectación, no se extiende más allá del cono volcánico y, por consiguiente, no constituyen un riesgo directo para ninguna población. (Ortíz & Toulkeridis, 2004-2005)

Los lahares del Cotopaxi: El grave peligro. Durante los últimos 470 años que cubre el período histórico, el Cotopaxi ha originado por lo menos diez eventos destructivos de lahares en la ciudad de Latacunga. De ellos, existen crónicas sobre tres que afectaron gravemente al Valle de Los Chillos y dos que destruyeron a Puerto Napo. (Ortíz & Toulkeridis, 2004-2005)

2.4.1. Historia

El padrón de 1599 revela que ya existía un casco urbano, el centro del Asiento de Tacunga. Este no iba a construirse al azar, sino sujetándose a expresas disposiciones del Cabildo de Quito, con ciertas variaciones, primer paso el reparto solar, comprendía un esquema de calles y plazas, primero la plaza mayor junto a la iglesia de San Vicente. Las calles tenían que formar “manzanas”. Estas en

cuadro, probablemente una cuadra se calculaba en trecientos pies, es decir de una esquina a otro.

Villa de Latacunga con su proceso de desarrollo social, económico, político y cultural, en su talento creador en la plástica arquitectónica y de orfebrería, su energía productora en batanes, obrajes, telares o minas, su delicada, manufacturera, que en lago llegaba hasta los Virreinos de Perú, Nueva Granada y de la Plata. (Zúñiga, 2000)

En la colonia, Latacunga fue muy prodigiosa, se establecieron muchos obrajes y por lo tanto la economía política de la región estaba en auge, el movimiento económico tenía todo el año cifras muy altas, pero, la influencia negativa de la naturaleza hizo que muchas "inversiones" salieran de la ciudad, ya que los movimientos telúricos y las erupciones del volcán Cotopaxi hicieron inclusive que muchos latacungueños migraran hacia otras ciudades del Ecuador. A finales del siglo XVIII, la ciudad tenía cerca de 20 mil habitantes, sin embargo en el censo ordenado por García Moreno, en 1861 la población urbana de la ciudad llegó a 5 mil habitantes. (PDyOT, 2016 -2019)

El comercio se basaba en la salida de productos agropecuarios y pecuarios de la serranía, algunas materias primas, artículos manufacturados. Ingresan productos del trópico y subtropico en grandes cantidades, lana de vidrio, fideos, topa, productos lácteos, bloques de cemento, etc, que son también comercializados por los artesanos.

Los comerciantes de Latacunga llevan tejidos, cerámica, ponchos y productos alimenticios a otras provincias, también en el centro de la ciudad existen grandes almacenes de ropa, electrodomésticos, servicios hoteleros y restauración, bares, cafés que atienden a turistas nacionales y extranjeros. Con los platos típicos especiales son: allullas, los quesos de hoja y las chugchucaras con su manteca, siendo este último el plato más auténtico de la ciudad ya que se lo prepara desde épocas inmemorables y para el efecto existían varios sitios de expedido.

Latacunga, a pesar de las constantes erupciones del Cotopaxi, supo fortalecerse. En ella, desde 1534, existieron fábricas de telas, paños cuyos productos salían al Perú, Paraguay, Argentina. Las minas de oro de Saravia, las

de plata, y la fábrica de pólvora, tuvieron repercusiones inclusive en el exterior, y sus extensas haciendas y productos abastecieron a todo el país.

La ciudad de Latacunga y la provincia contaban y aun cuentan con pocas industrias importantes. El establecimiento de aquellas se debe a la ubicación geográfica, a las materias primas, transporte, saneamiento, energía eléctrica, vivienda, mano de obra barata e iniciativa privada. Algunas de estas ya no existe, ya que se han perdido a lo largo de la historia por las erupciones del volcán Cotopaxi, por su ubicación muy cercana al mismo como es la fábrica textil San Gabriel que se destruyó en la erupción de 1877, a pesar de ellos existen otras que se han mantenido como son los Molinos Poulter, industria de harinas de trigo instalada en 1918, que es muy aceptada a nivel nacional. (C, Dr. Cueva; I, Moscoso; F, Cordero; J, Candell J. Lic Cazorla)

El cantón Latacunga mantiene un territorio expuesto principalmente ante las siguientes amenazas: susceptible a una alta aceleración sísmica, flujos de piroclastos, lodo, lava por actividad volcánica del Cotopaxi, deslizamientos leves a moderados y en baja intensidad por inundación. A lo largo del río Cutuchi se desarrolla una actividad económica intensiva y por ende la mayor concentración de poblados e infraestructura vial, pero este constituye además un elemento agravante en caso de existir actividad volcánica del Cotopaxi. (SNGR, 2015).

División Política

El cantón Latacunga cuenta con una superficie de 138.630,60 ha con una población de 183446 habitantes según la proyección del INEC para el año 2014, 94180 (51,33%) son mujeres y 87954 (47,94%) son hombres. (PDyOT, 2016 - 2019)

El cantón está conformado por 5 parroquias urbanas y 10 rurales.

Parroquias Urbanas

- La Matriz
- Eloy Alfaro (San Felipe)
- Ignacio Flores (La Laguna)
- Juan Montalvo (San Sebastián)
- San Buenaventura

Parroquias rurales

- Aláquez
- Belisario Quevedo
- Guaytacama
- Joseguango Bajo
- Mulaló
- Once de Noviembre
- Poaló
- San Juan de Pastocalle
- Toacaso
- Tanicuchí

Para el presente estudio de investigación se tomara en cuenta las 5 parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga.

2.4.2. Aspecto socio económico

Latacunga es uno de los cantones más importantes de la provincia de Cotopaxi, su participación económica es el pulmón fundamental de la economía de la provincia, se encuentra ubicada en el centro del país y sirve de contacto con las principales ciudades comerciales.

Actualmente se encuentra en un proceso de transformación el mismo que se desarrolla para que la economía se enfoque hacia el desarrollo territorial, la estructura social y sus relaciones económicas, sociales, productivas y políticas dotando de medidas adecuadas de apoyo enfocados hacia el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir.

La economía de Cotopaxi se sustenta en la Agricultura, en la Industria y en el Comercio, desarrollando también la Floricultura que actualmente tiene un sitio importante, Cotopaxi se convirtió en la segunda provincia, después de Pichincha, en producción de flores para la exportación. Cabe destacar que la mayor actividad que se desarrolla en el cantón Latacunga es la Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca creando fuentes de trabajo para las zonas rurales, las productoras,

comercializadoras y exportadores de alimentos, flores, lácteos están ubicadas en las zonas rurales lo cual crea fuentes de trabajo a los habitantes del sector.

Como una obra importante de Infraestructura que apoya a las Actividades de producción existente en el territorio se centra a apertura del Aeropuerto Internacional Alternativo Cotopaxi, que espera atraer inversión nacional y extranjera a través de la construcción de Nuevos Centros Comerciales, Hoteles y que en Latacunga se instalen exportadoras, también se apunta a la inversión en microempresa e iniciativas comunitarias, a través del desarrollo del turismo. Otro factor de apoyo al desarrollo sostenible del cantón es el impulso a los proyectos de vías de primer orden como la ampliación de la Panamericana Norte –Sur, construcción del paso lateral Latacunga – Salcedo, Proyecto del eje Vial Manta – Manaos, pues esta ubicación geográfica promueve nuevas fuentes de empleo y fomentará la producción y el turismo. (PDyOT, 2016 -2019)

Turismo

A vista de propios y extraños, la ciudad de Latacunga posee un majestuoso paisajes, su volcán, sus ríos, sus pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas, feriados y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas. El turismo como fuente económica y como valor cultural de fundamental importancia de la ciudad, a través de brindar comodidad al turista. El sector público ha implementado la planta turística acorde con los niveles de vida y un programa de desarrollo turístico.

El aprovechamiento de los recursos naturales como bienes de utilidad común de las poblaciones locales y de una nación en general es fuente de bienestar y economía para satisfacer necesidades básicas y de desarrollo para las personas. La provincia de Cotopaxi es favorecida con una gran cantidad de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, de los cuales la población ha sabido aprovechar, para ir creando nuevos emprendimientos, negocios que van de la mano con la demanda de los turistas.

Los turistas que llegan a la provincia de Cotopaxi, no todos visitan el cantón Latacunga. La provincia de Cotopaxi es rica en manifestaciones culturales tradicionales tales como peleas de gallos, coplas populares, vacas locas, danzantes, comidas típicas, la fiesta folklórica más destacada es la llamada “Mama Negra” que se realiza el 24 de septiembre con bailes populares y desfiles en Honor a la Santísima Virgen de la Merced como también el 11 de Noviembre por la independencia del Cantón Latacunga. (PDyOT, 2016 -2019)

La provincia cuenta además con el atractivo del Parque Nacional de Altura Cotopaxi, zona de vegetación andina donde se desarrollan proyectos de recuperación de la fauna nativa.

Principales atractivos turísticos del cantón Latacunga

- Iglesia La Merced, de San Agustín, Catedral de Latacunga, de San Francisco, de San Sebastián, el salto, Santo Domingo.
- Monasterio de Tilipulo.
- Parque Nacional de Altura "Cotopaxi", Volcán Cotopaxi.
- Parque Recreacional Náutico “Laguna Ignacio flores”.
- Museo de Molinos Monserrath.
- Parque Vicente León, Piedra chilintosa, Pucará, Salitre.
- Área Nacional de Recreación “El Boliche”.
- Casa de los Marqueses de Miraflores.
- Centro Histórico Latacunga.
- Museo y colegio Vicente León.
- Hospital de las Hermanas Páez.

2.4.3. Impactos del proceso eruptivo en las parroquias.

Impacto económico:

El impacto económico debido al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi afecto a diferentes aspectos dentro de la economía en su mayoría del sector turístico en las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga, por lo cual se puede apreciar:

Para el año 2015 que fue en donde inicio el incremento de la intensidad del proceso eruptivo existió menor número de turistas nacionales y extranjeros con una reducción del 32%, según los datos registrados en las entradas al parque Nacional Cotopaxi, en su mayoría por el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi acompañado por otros aspectos como la crisis económica que se encuentra pasando el país según algunos establecimientos turísticos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad y enfoque de la investigación

El presente capítulo tomó como guía los lineamientos metodológicos del autor Sancho. A (2001), la misma que mantendrá los siguientes principios:

3.1.1. Modalidad

Documental bibliográfica.- Se obtuvo información del numérico poblacional de ingreso de turistas a la provincia de Cotopaxi a sus áreas protegidas en datos estadísticos del Ministerio del Ambiente, y el dato poblacional de los prestadores de servicios turísticos a través del catastro proporcionado por el Ministerio de Turismo; los mismos que permitieron realizar los cálculos para obtener la muestra y proseguir con la investigación.

De campo.- Una vez que se obtuvo la información estadística se prosiguió al levantamiento de información a través de técnicas como la observación, entrevistas y encuestas in situ pudiendo determinar cómo afectó el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en la realidad económica de los prestadores de servicios turísticos de las parroquias urbanas, en cuanto a los ingresos percibidos, su influencia en los empleos (crecimiento o decrecimiento); en lo que respecta a los turistas se indagó la opinión de cómo se sienten (percepción de seguridad), si les llama la atención el Volcán como una actividad turística; y finalmente como las autoridades de la ciudad manejan este problema.

3.1.2. Enfoque:

El tema de investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo y cuantitativo, con un tipo de investigación exploratoria y descriptivo, apoyándose en la observación de campo para poder recolectar información acerca de la realidad en los establecimientos de prestadores de servicios turísticos, indagando en cuanto a capacidad instalada, categoría, trabajadores, servicios adicionales que ofrecen, como le afectó el proceso eruptivo en la economía de sus negocios y si se realiza

alguna estrategia en épocas de pocos clientes. Para los turistas se indagó en ítems como género, instrucción, ingresos percibidos, como califican los servicios prestados por las personas que trabajan en la actividad turística, entre otros aspectos, la misma que posteriormente se tradujo en datos cuantitativos estadísticos.

3.2 Población y muestra

3.2.1. Población para establecimientos de servicios Turísticos

La población que se investigó se dividió en dos grupos. El primer grupo son las empresas que se encuentran en el servicio turístico de la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga de las parroquias urbanas (La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo, San Buenaventura) según el catastro proporcionado por la dirección de Turismo GAD Municipal del Cantón Latacunga Ver Anexo 01; la información encontrada fue dividida en estratos como son: Alojamientos (Hoteles, Hosterías, Hostales, Hostales Residencia), Alimentación (Restaurantes, Cafeterías, Fuentes de Soda, Bares), Agencias de viajes (AA.VV, Operadores Turísticos) y Transporte Turístico.

Tabla 5

Establecimientos de los servicios Turísticos de la Ciudad de Latacunga

| | | |
|-----------------------------|-----------------------|------------|
| ALOJAMIENTO | Hoteles | 7 |
| | Hostería | 1 |
| | Hostales | 17 |
| | Hostales residencia | 15 |
| ALIMENTACION | Restaurantes | 31 |
| | Cafeterías | 10 |
| | Fuente de soda | 2 |
| | Bares | 8 |
| AGENCIAS DE VIAJE | Agencias de viajes | 2 |
| | Operadores turísticos | 10 |
| TRANSPORTE TURISTICO | Trasporte turístico | 2 |
| Total | | 105 |

Fuente: (Dirección de Turismo GAD Municipal del cantón Latacunga, 2015)

Se debe indicar que para los establecimientos no se obtuvo muestra debido a que solo se calcula siempre y cuando la población sea mayor a 200

3.2.2. Población para turistas

El segundo grupo fue dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a la ciudad de Latacunga dentro de las parroquias urbanas del cantón, dato que se tomó como referencia del ingreso al parque Nacional Cotopaxi, la reserva ecológica Los Ilinizas y el Área Nacional de Recreación el Boliche de los años 2014 y 2015.

Tabla 6

Población de turistas 2014 - 2015

| PARQUE NACIONAL COTOPAXI | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| | 2014 | 2015 | Total |
| Turistas nacionales | 121.149 | 99.668 | 220.817 |
| Turistas extranjeros | 57.504 | 42.448 | 99.952 |
| RESERVA ECOLOGICA LOS ILINIZAS | | | |
| | 2014 | 2015 | Total |
| Turistas nacionales | 10.659 | 14.363 | 25.022 |
| Turistas extranjeros | 3.824 | 7.250 | 11.074 |
| ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN EL BOLICHE | | | |
| | 2014 | 2015 | Total |
| Turistas nacionales | 34.534 | 31.679 | 66.213 |
| Turistas extranjeros | 1.634 | 3.261 | 4.895 |
| Total | 229.304 | 198.669 | 427.973 |

Fuente: (Ministerio del Ambiente - Dirección Provincial Del Ambiente De Cotopaxi, 2014-2015)

Total de ingreso de turistas nacionales año 2014 - 2015:

$220.817 + 25.022 + 66.213 = 312.052 / 2 = 156.026$ turistas.

Total de ingreso de turistas extranjeros año 2014- 2015:

$$99.952 + 11.074 + 4.895 = 115.921 / 2 = 57.960,5 \text{ turistas.}$$

Total de ingresos nacionales y extranjeros en los años 2014- 2015 es de **427.973** turistas; este valor se saca la media dando un total de **213.986** turistas.

3.2.2.1 Muestra

Fórmula

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + N * e^2}$$

z^2 = Nivel de confianza (94%) = 1,96)
 P = Probabilidad de éxito (0.50)
 Q = Probabilidad de fracaso (0,50)
 N = Población
 e^2 = Margen de Error (6%)
 n = Muestra

$$n = \frac{(1,88)^2 * (0,50) * (0,50) * 213.986}{(1,88)^2 * (0,50) * (0,50) + 213.986 * (0,06)^2}$$

$$n = \frac{(0,88) * 213.986}{(0,88) + 213.986 * (0,0036)}$$

$$n = \frac{189.078,03}{(0,88) + 770,35}$$

$$n = \frac{189.078,03}{771,23}$$

$$n = 243,77$$

$$n = 244$$

Tabla 7**Datos a ser considerados para las encuestas**

| | Porcentaje | Valor total |
|----------------------|-------------------|--------------------|
| Turistas nacionales | 72,91 % | 178 |
| Turistas extranjeros | 27,08 % | 66 |
| Total | | 244 |

3.3 Técnicas e instrumentos



Modelo Encuesta para prestadores de servicios

Buen día, reciba un cordial saludo de parte de una alumna de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Latacunga, el objetivo de la presente encuesta es analizar el crecimiento económico en los servicios turísticos frente al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en las parroquias urbanas del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, por lo que solicito de la manera más comedida llene esta encuesta con total sinceridad.

Datos Informativos

Nombre del establecimiento: _____






Dirección: _____

Categoría: _____ Número de trabajadores: _____

Tiempo de funcionamiento: _____

Capacidad Instalada: Mesas: _____ Habitaciones _____ Pax: _____

Tipo de servicios que ofrece:

| | | | | |
|--|--|---|--|---|
|  HOTEL |  RESTAURANTE |  CAMPAMENTO |  BAR |  ARTESANIAS |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Cuestionario:

Señale con una X en la respuesta que considere conveniente

1. ¿Qué tipo de Turistas visitan más su negocio?

Turistas Nacionales

Turistas Extranjeros

2. En su negocio ¿En qué año existió menor número de Turistas?

2010 2011 2012 2013 2014 2015

Por qué _____

3. A partir del 15 de Agosto del 2015 que inicio el incremento del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi la economía de su negocio.

Incremento

Se mantuvo igual

Decreció

En qué porcentaje

4. Desde que inicio el incremento de la intensidad del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi el número de sus colaboradores:

Incremento

Se mantuvo igual

Decreció

En qué cantidad

5. Como estrategia en su negocio subió o bajo sus precios en este proceso eruptivo.

Si

No

Porque: _____

6. Utilizo alguna estrategia para su negocio en este proceso eruptivo.

Si

No

Cuál: _____

7. ¿Cree usted que la Actividad Eruptiva del volcán Cotopaxi es uno de los mayores motivos que hace que los turistas no acudan a la ciudad de Latacunga?

Sí

No

Por qué: _____

8. ¿Cuándo su negocio tiene pocos clientes que hace usted?

- Otra actividad turística dentro de su misma línea de negocio

- Otra fuente de ingreso distinta a la actividad turística

Cuál: _____

9. Usted podría ver como una oportunidad a futuro el proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi

Sí

No

Por qué: _____

10. Su negocio cuenta con algún tipo de seguro?

Sí

No

Cual(es): _____

11. Del 1 al 4 pondere, siendo 1 el de mayor uso ¿Qué aspectos considera usted que debería mejorar el cantón con respecto al turismo?

Promoción turística

Apoyo de las autoridades

Capacitación a la población sobre turismo

Interés de la población

12. Debido a la emergencia producida por el volcán Cotopaxi ¿Usted ha recibido capacitación sobre qué hacer y cómo mantener la calma usted y los turistas durante este proceso? ¿Si su respuesta es positiva quién lo capacito?

Sí

No

Quién lo capacito: _____

En qué tema: _____

11. Cree usted que existe algún interés por las autoridades y entidades públicas encargadas del Turismo, con respecto a la publicidad de la ciudad de Latacunga, que permita el incremento de turistas cuando existen problemas?

Sí

No

Por qué: _____

12. ¿Asistiría usted a capacitaciones o conferencias sobre manejo y el desarrollo del turismo del cantón?

Sí

No

En qué tema desearía capacitarse:



Modelo Encuesta para turistas español

Buen día, reciba un cordial saludo de parte de una alumna de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Latacunga, el objetivo de la presente encuesta es analizar el crecimiento económico en los servicios turísticos frente al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en las parroquias urbanas del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, por lo que solicito de la manera más comedida llene esta encuesta con total sinceridad.

DATOS INFORMATIVOS

| |
|-----------------|
| Lugar de origen |
| |

| | | | |
|--------|--|---|--|
| Género | | | |
| M | | F | |

EDAD:

| | | | | |
|------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Menor de 18 años | 18 a 25 años | 26 a 40 años | 41 a 65 años | Mayor de 65 |
| | | | | |

INSTRUCCIÓN:

| | | | |
|----------|------------|----------|----------|
| Primario | Secundario | Superior | Posgrado |
| | | | |

INGRESOS PERCIBIDOS MENSUALMENTE

| | | | |
|----------------|---------------|------------------|---------------|
| Menos de \$400 | \$401 a \$800 | \$ 801 a \$ 1500 | Más de \$1500 |
| | | | |

CUESTIONARIO

1. Para conocer la ciudad de Latacunga usted:

- Utilizó un tour guiado
- Por su propia cuenta

2. Cuántas veces ha visitado la ciudad de Latacunga?

- Primera vez
- Dos veces
- Más de tres veces

Si su respuesta fue más de dos veces conteste la pregunta 2.1, caso contrario continúe a la pregunta 3

2.1. Marque con una X. Considerando su visita anterior, Qué pasó con los servicios actuales?:

| | Hostería | | | Alimentación | | | Trasporte | | | Entretenimiento | | |
|------------------|----------|------------|------|--------------|------------|------|-----------|------------|------|-----------------|------------|------|
| | SUBIO | SE MANTUVO | BAJO | SUBIO | SE MANTUVO | BAJO | SUBIO | SE MANTUVO | BAJO | SUBIO | SE MANTUVO | BAJO |
| Precio | | | | | | | | | | | | |
| Atención | | | | | | | | | | | | |
| Oferta Turística | | | | | | | | | | | | |

3. Cuánto tiempo va a permanecer en la ciudad de Latacunga?

Menos de un día

1 – 3 Días

Más de 3 Días

Si su respuesta es menos de un día pase a la pregunta 6

4. En dónde se hospeda?

Hosterías

Hoteles

Hostales

Residencial

Nombre: _____

5. Del 1 al 10 pondere, siendo 10 excelente y 1 malo ¿Cómo califica al lugar donde se hospeda?

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

6. Su visita al cantón Latacunga lo hizo con:

Familia

Amigos

Pareja

Solo

7. Del 1 al 5 pondere, siendo el 1 el de mayor uso ¿Qué servicios turísticos utiliza en su visita dentro de la ciudad de Latacunga?

Restaurantes

Cafeterías

Entretenimiento

Agencia de viajes

Hoteles

8. De la comida que usted degusto durante su estadía en la ciudad de Latacunga ¿Cuál ha sido de su mayor agrado?

Nombre establecimiento: _____

9. Durante un día de permanencia en la ciudad de Latacunga, ¿Cuánto invierte por persona para los servicios turísticos? (Marque con una X en cada ítem)

| | \$5 a \$10 | \$10 a \$25 | \$26 a \$40 | \$41 a \$65 | Más de \$66 |
|-------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Restaurantes | | | | | |
| Cafeterías | | | | | |
| Entretenimiento | | | | | |
| Agencia de viajes | | | | | |

Hoteles

10. ¿Ha solicitado alguna información Turística sobre la ciudad de Latacunga?

Si

No

Dónde: _____

11. Cuando usted decidió visitar la ciudad de Latacunga lo hizo en la fecha que tenía prevista?

Si

No

Por

12. En su decisión anterior influyo de alguna manera el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi?

Si

No

Por qué _____

13. Le llama la atención el proceso eruptivo como una actividad turística?

Si

No

Por qué _____

14. Usted desearía realizar alguna actividad turística en el Volcán Cotopaxi?

Si

No

Cuál

15. Se siente seguro(a) al visitar la ciudad de Latacunga, con respecto al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi

Si

No

Por qué _____

16. ¿Regresaría al Cantón Latacunga?

Si

No

Porque: _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



SURVEY FOR TOURISTS

Good Morning, Greetings from a Hotel and Touristic Administration Student from ESPE University in Latacunga, the purpose of this survey is to analyze the economic growth in tourist services against the eruptive process of Mt. Cotopaxi In the urban parishes in Latacunga Province of Cotopaxi. Therefore I kindly ask for total sincerity when answering the survey.

INFORMATIVE DATA:

| |
|--------------------------|
| Place where you are from |
| |

| | | | |
|--------|--|---|--|
| Gender | | | |
| M | | F | |

AGE:

| | | | | |
|----------|----------|----------|----------|------------|
| Under 18 | 18 to 25 | 26 to 40 | 41 to 65 | 66 or more |
| | | | | |

EDUCATION:

| | | | |
|--------------|-------------|------------|-----------------|
| Basic School | High School | University | Master's degree |
| | | | |

MONTHLY INCOME

| | | | |
|-------------------|----------------|-----------------|--------------------|
| Less than 400 USD | 401 to 800 USD | 801 to 1500 USD | more than 1500 USD |
| | | | |

SURVEY

1. In order to visit

Latacunga you:

Used a guide tour

Came on tour own

2. How many times have you visited Latacunga?

First Time

Twice

More than three times

If your answer was twice or more than three times please answer question 2,1 or else please answer question 3

2.1. Mark with an X. Considering the last time you visited the city, what happened with current services.

| | Travel Agencies | | | Stay | | | Food | | | Transportation | | | Entertaining | | |
|-------------------|-----------------|------|-----------|--------|------|-----------|--------|------|-----------|----------------|------|-----------|--------------|------|-----------|
| | Higher | same | The Lower | Higher | same | The Lower | Higher | same | The Lower | Higher | same | The Lower | Higher | same | The Lower |
| Price | | | | | | | | | | | | | | | |
| Service | | | | | | | | | | | | | | | |
| Touristic Options | | | | | | | | | | | | | | | |

3. How long are you going to stay in Latacunga?

Less than one day

1 to 3 days

More than 3 days

If your answer is less than a day, please go to question 6

4. Where are you staying?

Inn

Hostal

Hotel

Residential

Name: _____

5. Please grade your stay from 1 to 10 being 10 excellent and 1 bad.

| | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6. Your visit to Latacunga was along with.

Family

Friends

Couple

Alone

7. Please write from 1 to 5 which of the services you use the most in Latacunga.

Restaurants

Coffee shops

Entertaining

Travel agencies

Hotels

8. What did you like the best about the food in Latacunga?

Restaurant's name: _____

9. During one day in Latacunga, how much do you spend individually for touristic services?

| In USD | 5 to 10 | 10 to 25 | 26 to 40 | 41 to 65 | More than 66 |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Restaurants | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coffee shops | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Entertaining | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Travel Agencies | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Hotels

10. Have you ever requested touristic information about Latacunga.

Yes

No

If yes, where? _____

11. When you decided to visit Latacunga, did you do so in a previewed date?

Yes.

No

Why _____

12. About question 11. Did the eruptive process of Mt. Cotopaxi affect your decision?

Yes

No

What _____

13. Do you think the eruptive process is attractive for tourists?

Yes.

No

Why _____

14. Would you like to participate in a touristic activity that involves Mt. Cotopaxi?

Yes

No

Which one? _____

15. Do you feel safe when visiting Latacunga in spite of Mt Cotopaxi's eruptive process?

Yes.

No

Why _____

16. Would you come back to Latacunga?

Yes.

No

Why: _____

THANKS FOR YOUR COOPERATION



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Entrevista para Entidades Públicas de Turismo

Buen día, reciba un cordial saludo de parte de una alumna de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Latacunga, el objetivo de la presente encuesta es analizar el crecimiento económico en los servicios turísticos frente al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en las parroquias urbanas del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, por lo que solicito de la manera más comedida la llene esta encuesta con total sinceridad.

Institución: _____

Nombre: _____

Cargo: _____

Funciones: _____

1. A partir del 15 de Agosto del 2015 que inicio el incremento del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi la economía en la ciudad?
2. Incremento, Se mantuvo igual, Decreció
3. En qué porcentaje cree usted que afecta la actividad eruptiva del volcán Cotopaxi al crecimiento económico del cantón?
4. ¿Cuál es el sector turístico más afectado dentro de las parroquias urbanas del cantón Latacunga?
5. ¿Qué opina usted de la implementación de alternativas que proporcione un mejor manejo del turismo los prestadores de servicios turísticos para épocas eruptivas?
6. ¿Cuál es el presupuesto aproximado destinado a la actividad turística?.
7. ¿La institución a la que usted pertenece de qué manera ha ayudado o colaborado a los prestadores de servicios en las épocas de proceso eruptivo?
8. ¿Qué cree usted que se debería hacer para tener recursos y presupuestos económicos destinados a la publicidad para los prestadores de servicios turísticos?
9. ¿Qué estrategias maneja para mejorar la actividad turística?
10. ¿Maneja usted alguna información o datos de entrada de turistas a la ciudad Latacunga?
11. ¿Usted piensa que los prestadores de servicios turísticos necesitan algún tipo de capacitación para mejorar su atención y productividad?
12. ¿Capacitación en qué áreas?

3.5. Tabulación de encuestas y entrevistas

Se realizó 244 encuestas a turistas Nacionales y Extranjeros, 82 encuestas a empresas de la ciudad (si es verdad que la población de prestadores de servicios turísticos de acuerdo al Catastro Municipal es de 105 establecimientos, no se pudo ejecutar a todos, debido a cierre de algunos de los locales o porque no tenían la predisposición de ser encuestados, información que se realizó en el mes de Junio y parte de Julio del año 2016, tabulación que se encuentra reflejada en el Anexo 2 (Prestadores de servicios) y Anexo 3(Turistas).

Las encuestas se encuentran formuladas en su mayoría con reactivos cuyas escalas son dicotómicas (preguntas cerradas) cuya finalidad fue la de obtener respuestas de forma más concreta, también preguntas con opciones múltiples para tener un panorama más claro con respecto a ciertos ítems y preguntas abiertas que permiten conocer la opinión de las personas encuestadas

Se procedió a llenar las encuestas directamente con los turistas Nacionales y Extranjeros que se encontraban visitando al Parque Nacional Cotopaxi, Quilitoa, Área Nacional de Recreación el Boliche, y el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, que son puntos estratégicos para poder obtener la información necesaria de visita de los turistas.

Finalmente a los directivos de las entidades públicas que son de la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi, GAD Provincia de Cotopaxi y Gobiernos Rurales CONAGOPARE, ya que son organismos encargados de liderar soluciones ante algún problema que afectan al turismo dentro de la ciudad de Latacunga y la provincia de Cotopaxi (Ver Anexo 4)

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Para el presente capítulo se realizó un análisis aplicando dos tipos de métodos, el deductivo y el inductivo los cuales constituyeron la base de la presente investigación, el método deductivo se utilizó en los análisis de los indicadores económicos (PIB, Balanza Turística, Grado de Apertura Turística); en cuestiones particulares (método inductivo) se pudo establecer datos de la situación económica que enfrenta los servicios turísticos en las parroquias urbanas del cantón Latacunga a través del análisis de impactos en Alojamiento, Alimentación y Agencias de Viajes; mismos que tiene una gran repercusión sobre las variables económicas cuantitativas.

4.1 Análisis Indicadores de crecimiento económico

4.1.1. Importancia del crecimiento turístico en el PIB



Figura 2 Contribución al crecimiento Interanual PIB (turismo)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

El gráfico anterior manifiesta que en la principal fuente de empleo se encuentran las actividades económicas, técnicas y administrativas con un 0.46%, dejando a la actividad turística en séptimo lugar (insertado en la parte de

transporte) con el 0,15% y alojamiento y servicios de comida en el puesto catorce con -0,03%, para el aporte interanual del PIB

Es importante analizar al Producto Interno Bruto ya que permite expresar los valores monetarios que los servicios aportan a los sectores productivos del país y de manera especial en nuestro estudio la participación a la parte terciaria o de servicios con respecto a la producción total; observando los servicios ofertados en los prestadores turísticos de las parroquias urbanas del cantón Latacunga desde el año 2010 hasta el 2015, visualizando cual ha sido su comportamiento en el aporte al PIB en términos monetarios y en porcentajes.

Tabla 6

Consumo Turístico en el PIB Nacional

| AÑO | PIB ANUAL | PIB ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA | Y |
|-------------|------------------|--|----------|
| 2010 | \$ 69.555.367 | \$ 1.312.445 | |
| 2011 | \$ 79.276.664 | \$ 1.427.889 | |
| 2012 | \$ 87.924.544 | \$ 1.631.804 | |
| 2013 | \$ 94.776.170 | \$ 1.913.363 | |
| 2014 | \$ 100.917.372 | \$ 2.308.844 | |
| 2015 | \$ 104.954.067 | \$ 2.322.467 | |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

Como se puede observar en la tabla No. 11 en el año 2010 el sector terciario (alojamiento y servicios de comida) aportó con un valor de \$1.312.445,00 y en el año 2015 el valor ascendió a \$2.322.467,00 lo que significa un incremento en términos monetarios de \$1.010.022,00 que representa un crecimiento porcentual de un 76,96% con relación al año inicial; convirtiéndose en algo muy importante para la economía del país en medida que existe un ingreso de divisas, las mismas que ayudan a mejorar la balanza de pagos en el año analizado.

Tabla 7

Consumo Turístico PIB Cotopaxi

| | PIB ANUAL | PIB ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA | % |
|-------------|--------------|---------------------------------------|-------|
| 2010 | \$ 1.161.574 | \$21.917 | 1,89% |
| 2011 | \$ 1.323.920 | \$ 23.845 | 1,80% |
| 2012 | \$ 1.468.339 | \$ 27.251 | 1,86% |
| 2013 | \$ 1.582.762 | \$ 31.953 | 2,02% |
| 2014 | \$ 1.685.320 | \$ 38.557 | 2,29% |
| 2015 | \$ 1.752.732 | \$38.785 | 2,21% |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

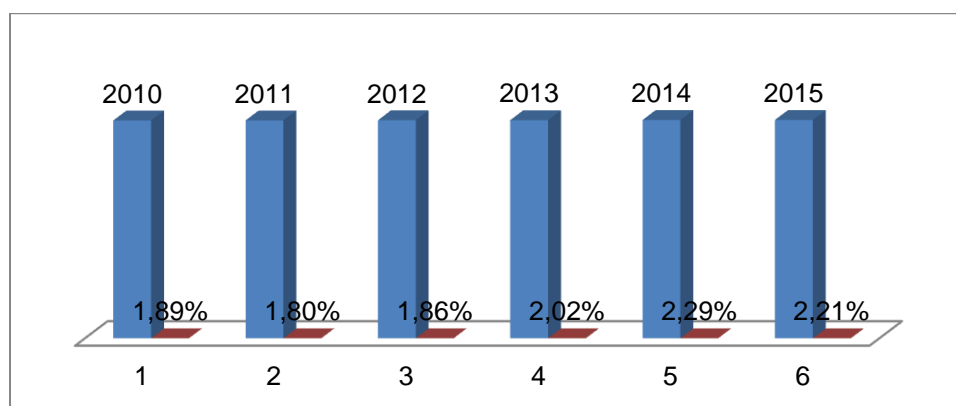


Figura 3 Consumo Turístico PIB Cotopaxi

Es importante mencionar que el aporte de la provincia de Cotopaxi a la formación del PIB Nacional es de 1,67% según el Banco Central del Ecuador, manifestando que la participación por concepto de alojamiento y servicios en el quinquenio analizado tiene un porcentaje de crecimiento moderado, pasando de \$ 21.917,00 en el año 2010 a \$38.785,00 en el 2015 (76,96% de crecimiento porcentual) que sería un porcentaje relevante, pero que en términos monetarios no es una cantidad significativa, esto se puede manifestar en medida que el turismo no ha crecido a las zonas urbanas del cantón Latacunga como se puede ver en la pregunta No. 2.1 de la encuesta para turistas en la que los precios de alimentación suben y en alojamiento los precios se mantienen; este incremento se puede dar debido a la inflación que toda economía en un país tiene.

4.1.2. Balanza turística como proporción del PIB

La balanza de servicios es un instrumento de política económica que registra valores en los cuales se contempla los ingresos y egresos de divisas a nuestro país por concepto de exportaciones e importaciones de servicios turísticos. La Balanza de Servicios permite registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran las transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; para lo cual se identifica el valor del PIB anual, con los servicios prestados menos los servicios recibidos, con lo que se obtiene los resultados del ejercicio anual por concepto de turismo y es expresado en términos monetarios, como se muestra a continuación:

Tabla 8
Balanza Turística Nacional

| AÑO | PIB ANUAL | Balanza Turística Nacional | | |
|------|----------------|----------------------------|---------------------|------------|
| | | SERVICIOS PRESTADOS | SERVICIOS RECIBIDOS | SALDO |
| 2010 | \$ 69.555.367 | \$ 781.300 | \$ 568.100 | \$ 213.200 |
| 2011 | \$ 79.276.664 | \$ 843.400 | \$ 593.700 | \$ 249.700 |
| 2012 | \$ 87.924.544 | \$ 1.032.500 | \$ 610.600 | \$ 421.900 |
| 2013 | \$94.776.170 | \$ 1.246.200 | \$ 622.500 | \$ 623.700 |
| 2014 | \$100.917.372 | \$ 1.482.100 | \$ 634.600 | \$ 847.500 |
| 2015 | \$ 104.954.067 | \$ 1.588.148 | \$ 638.600 | \$ 949.548 |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

Como se puede observar en el año 2010 se tiene un superávit de \$213.200,00 significando que los servicios prestados han sido mayores que los servicios recibidos; en el año 2015 el saldo de la balanzas es de \$949.548,00 a nivel nacional lo que significa un incremento de 4 veces más con respecto al año base, valor que es de mucha importancia para la economía del país y para el sector terciario, debiendo influir con mayores fuentes de empleo a nivel nacional.

Tabla 9
Balanza Turística Cotopaxi

| AÑO | PIB ANUAL | BALANZA TURÍSTICA | | SALDO BALANZA TURÍSTICA | % |
|------|-------------|---------------------|---------------------|-------------------------|-------|
| | | SERVICIOS PRESTADOS | SERVICIOS RECIBIDOS | | |
| 2010 | \$1.161.575 | \$ 13.048 | \$ 9.487 | \$ 3.560 | 0,31% |
| 2011 | \$1.323.920 | \$14.085 | \$ 9.915 | \$ 4.170 | 0,31% |
| 2012 | \$1.468.340 | \$17.243 | \$10.197 | \$7.046 | 0,48% |
| 2013 | \$1.582.762 | \$ 20.812 | \$10.396 | \$10.416 | 0,66% |
| 2014 | \$1.685.320 | \$ 24.751 | \$ 10.598 | \$ 14.153 | 0,84% |
| 2015 | 1.752.733 | \$ 26.522 | 10.665 | \$15.857 | 0,90% |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

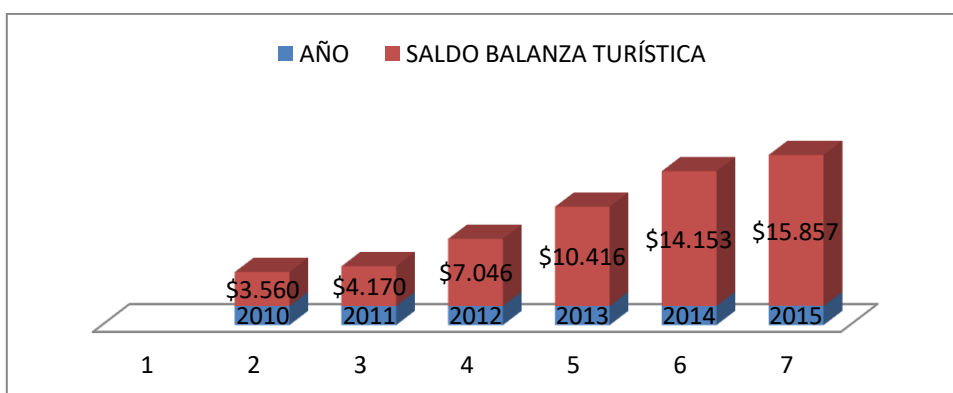


Gráfico 1 Balanza Turística Cotopaxi

La participación de la balanza turística con relación a la conformación del PIB en el quinquenio analizado para el año 2015 ha crecido 4,5 veces más con relación al año 2010, pasando su participación de un valor de \$3.560,00 a un valor de \$ 15.857,00, si es verdad hay un crecimiento porcentual considerable no es menos cierto que éste crecimiento no es suficiente en términos monetarios para satisfacer las necesidades de la provincia.

4.1.3. Grado de Apertura Turística

El grado de apertura turística es un indicador que mide el número de ingreso de turistas que atrae el país, este revela la importancia relativa del gasto turístico internacional para la economía del país, mientras mayor sea el valor de este indicador más importante será el turismo internacional (entrada y de salida) desde el punto de vista económico.

Tabla 8
Apertura turística Nacional

| Año | Entrada Turistas | Salida de Turistas | Total |
|-------------|-------------------------|---------------------------|--------------|
| 2010 | 1.046.968 | 898.007 | 148.961 |
| 2011 | 1.141.037 | 1.022.451 | 118.586 |
| 2012 | 1.271.901 | 1.022.205 | 210.707 |
| 2013 | 1.366.269 | 1.155.562 | 210.707 |
| 2014 | 1.557.006 | 1.278.481 | 278.525 |
| 2015 | 1.656.654 | 1.359.025 | 297.629 |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

El ingreso de turistas al país en el quinquenio analizado tiene un saldo positivo existiendo un crecimiento de 148.668 que en términos porcentuales un 99,80% lo que significa un crecimiento favorable en medida que genera mayor ingresos monetarios para la economía del país

Tabla 10
Apertura Turística Cotopaxi

| Año | Turistas Nacionales | Turistas Extranjeros | Total Turistas Anual |
|-------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 2010 | 79.922 | 31.082 | 111.004 |
| 2011 | 126.906 | 51.359 | 178.265 |
| 2012 | 167.252 | 48.889 | 216.141 |
| 2013 | 217.551 | 72.517 | 290.068 |
| 2014 | 166.342 | 62.962 | 229.304 |
| 2015 | 145.710 | 52.959 | 198.669 |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

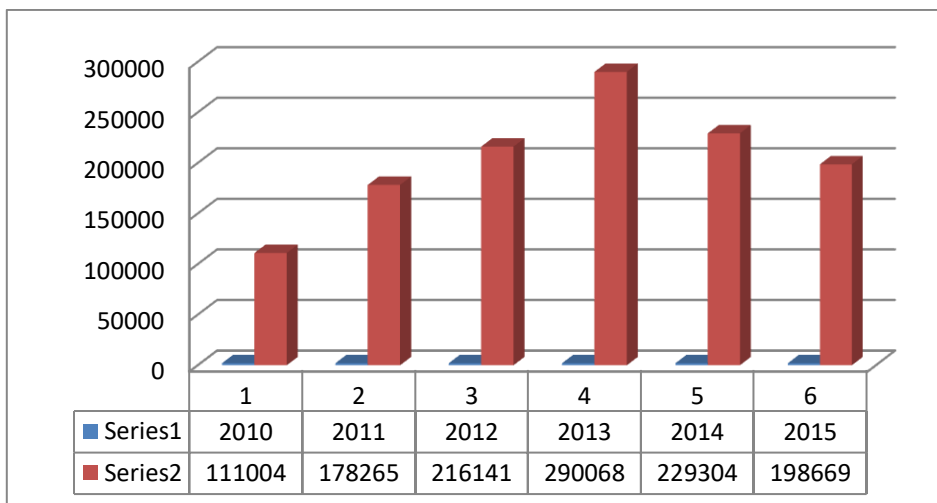


Figura 4 Apertura Turística Cotopaxi

El ingreso de turistas a la provincia de Cotopaxi en el año 2010 fue de 111.004 y para el año 2015 subió a 198.669 turistas, significando esto un incremento del 78,97% del ingreso de turistas a la provincia (relación 2010 – 2015), cabe acotar que del año 2010 al 2013 hubo un incremento de turistas de 179.064 y desde el año 2013 al 2015 existe una reducción de 91.399 turistas, esto se debe a que desde el año 2014 empieza a existir rumores del incremento del procesos eruptivo del Volcán Cotopaxi, información que no es manejada de la mejor manera para convertirlo este fenómeno de la naturaleza en un atractivo turístico para la ciudad de Latacunga y la Provincia, información que se sustenta con la pregunta No. 1, No. 2 y No. 11 de las encuestas realizadas los prestadores de servicios.

Se debe indicar que no existen estadísticas de turismo emisoro de la provincia de Cotopaxi, generando un problema para la aplicación de políticas por parte de los servidores turísticos y de los organismos encargados de aplicar alternativas de solución en la ciudad y provincia.

4.2 Análisis de indicadores en las parroquias urbanas de la provincia de Cotopaxi

4.2.1. Plaza en establecimiento hoteleros 1, 2,3 y 4 estrellas / Población de Derecho

Tabla 11

| AÑO | HOTELES LATACUNGA / POBLACIÓN | | | | | | | | | | | |
|------|-------------------------------|-------------|-------------|--------------|---|-------------|-------------|-------------|---|-------------|-------------|-------------|
| | VISITAS | | | | CAPACIDAD INSTALADA EN LOS ESTABLECIMIENTOS | | | | PORCENTAJE DE COBERTURA POR ESTABLECIMIENTO | | | |
| | Nacional es | Extranjeras | Total Anual | Total Diaria | 1 Estrella | 2 Estrellas | 3 Estrellas | 4 Estrellas | 1 Estrella | 2 Estrellas | 3 Estrellas | 4 Estrellas |
| 2010 | 79.922 | 31.082 | 111.004 | 304 | 60 | 1.015 | 187 | 204 | 20% | 334% | 61% | 67% |
| 2011 | 126.906 | 51.359 | 178.265 | 488 | 60 | 1.049 | 219 | 285 | 12% | 215% | 45% | 58% |
| 2012 | 167.252 | 48.889 | 216.141 | 592 | 60 | 1.098 | 219 | 285 | 10% | 185% | 37% | 48% |
| 2013 | 217.551 | 72.517 | 290.068 | 795 | 60 | 1.098 | 219 | 285 | 8% | 138% | 28% | 36% |
| 2014 | 166.342 | 62.962 | 229.304 | 628 | 60 | 1.098 | 219 | 285 | 10% | 175% | 35% | 45% |
| 2015 | 145.710 | 52.959 | 198.669 | 544 | 60 | 1.150 | 219 | 285 | 11% | 211% | 40% | 52% |

Fuente: (Ministerio del Ambiente - Dirección Provincial Del Ambiente De Cotopaxi, 2014-2015)

La capacidad de alojamiento para hoteles 1 estrella en el año 2010 asciende a un 20% de la demanda total, es decir no se puede satisfacer la misma en esta categoría; para los hoteles de 2 estrellas existe una capacidad de 334% (1.015 pax), lo que nos indica que la oferta es mayor que la demanda; para los hoteles de 3 estrellas hay una capacidad de 61% (187 pax) y para hoteles de 4 estrellas una capacidad de 67% (204 pax) es decir para este tipo de hoteles la demanda es mayor que la oferta. Analizando el total del 2010 existe una capacidad para alojar a 1.466 turistas (suma de todos los hoteles 1,2,3 y 4 estrellas) con apenas 304 turistas (demandantes) que se hospedan diariamente, manifestando que en su totalidad existe más oferta que demanda, la cual no justifica la creación de más lugares de hospedaje; este mismo análisis se tomaría para el año 2015.

A pesar de la crisis económica que ha tenido el país y la provincia (proceso eruptivo) en el año 2015 se visualiza un incremento de hoteles 2 estrellas (1.015 hoteles año 2010 a 1.150 hoteles año 2015), esto se debe a que los dueños de los hoteles solo realizan un análisis de los años anteriores en la que creció la economía de la provincia, dejando a un lado la realidad de que las autoridades no aprovechan la ventaja comparativa del proceso como atractivo turístico, información que puede ser sustentada en la tabulación de los datos informativos de la encuesta a prestadores de servicios.

4.2.2. Plazas en restaurantes / Población de derecho

Tabla 12

| RESTAURANTE / POBLACION | | | | | | |
|-------------------------|------------|-------------|----------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| AÑOS | VISITAS | | | RESTAURANTES | | TOTAL PORCENTAJE |
| | Nacionales | Extranjeras | Total Anual | Total Diaria | Capacidad Instalada | |
| 2010 | 79.922 | 31.082 | 111.004 | 304 | 6.621 | 2177% |
| 2011 | 126.906 | 51.359 | 178.265 | 488 | 6.641 | 1360% |
| 2012 | 167.252 | 48.889 | 216.141 | 592 | 6.765 | 1142% |
| 2013 | 217.551 | 72.517 | 290.068 | 795 | 6.889 | 867% |
| 2014 | 166.342 | 62.962 | 229.304 | 628 | 7.177 | 1142% |
| 2015 | 145.710 | 52.959 | 198.669 | 544 | 7.317 | 1344% |

Fuente: (Dirección de Turismo GAD Municipal del cantón Latacunga, 2015)

Para el año 2010 la capacidad instalada por concepto de restaurantes es para 6.621 pax, cubriendo toda la demanda diaria (304) y existiendo una sobre oferta de 2177% en este año para los turistas, mientras que para el año 2015 la capacidad instalada por concepto de restaurantes es de 7.317 pax con relación a 544 demandantes, teniendo una sobre oferta de 1.344% para turistas.

De acuerdo a la tabla analizada se puede observar que los restaurantes no pudieran subsistir de la venta de comida para turistas nacionales y extranjeros, por lo que es importante manifestar que en la ciudad de Latacunga existe restaurantes que se mantienen en función al consumo diario interno de la población Latacungueña, la misma que ayuda a crear fuentes de empleo y trabajo diario

información que puede ser sustentada en la tabulación de los datos informativos de la encuesta a prestadores de servicios en capacidad instalada.

4.2.3. Número de operadoras de turismo / Visitantes

Tabla 13

| AÑOS | VISITAS | | | | Grupo de personas (familias diario) | NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS |
|------|------------|-------------|-------------|--------------|-------------------------------------|----------------------------|
| | Nacionales | Extranjeras | Total Anual | Total Diario | | |
| 2010 | 79.922 | 31.082 | 111.004 | 304 | 76 | 22 |
| 2011 | 126.906 | 51.359 | 178.265 | 488 | 122 | 22 |
| 2012 | 167.252 | 48.889 | 216.141 | 592 | 148 | 22 |
| 2013 | 217.551 | 72.517 | 290.068 | 795 | 199 | 22 |
| 2014 | 166.342 | 62.962 | 229.304 | 628 | 157 | 19 |
| 2015 | 145.710 | 52.959 | 198.669 | 544 | 136 | 19 |

Fuente: Catastro de servidores Turísticos, Ingreso turistas Áreas Protegidas (Ministerio medio Ambiente)

La columna (Grupo de personas) se obtuvo a través de la división del total diario de visitantes (304) dividido para 4 (promedio personas por familia según datos del INEC), obteniendo una respuesta de 76 grupos que en el día durante el año 2010 visitaron a las operadoras turísticas para solicitar información de los atractivos que dispone el cantón y la provincia, estas operadoras tienen un promedio de atención de un grupo cada 2 horas, logrando evacuar a 4 grupos en el día, lo que significa una baja productividad para las operadoras turísticas por lo cual la tendencia ha sido salir del mercado como se observa en el año 2015.

En el año 2015 existe 136 grupos de familias que visitan las 19 operadoras que están en el mercado, logrando una atención por parte de las mismas de 1c/h (uno cada hora), pudiendo manifestar que si existe mayor trabajo para las operadoras, pero esto se debe a la reducción o salida del mercado de las mismas, produciendo una reducción de fuentes de trabajo y generando problemas socio económicos en el cantón producto de análisis.

4.3 Análisis de los Impactos del proceso eruptivo en la actividad turística en las Parroquias Urbanas del Cantón Latacunga

Se procedió a identificar los impactos positivos y/o negativos en cuanto a ingresos, empleos y atención entregada por parte de los servidores turísticos y turistas que nos permitió conocer la perspectiva de cada uno de ellos a través de las diferentes preguntas ejecutadas en las encuestas, analizando el impacto que provocó el proceso eruptivo en dichas variables.

4.3.1 Ingresos Servicios Turísticos / Turistas

Tabla 14

Relación economía de los negocios – Servicios Turísticos

| | A PARTIR DEL 15 DE AGOSTO DEL 2015 SE INICIÓ EL INCREMENTO DEL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI LA ECONOMÍA DE SU NEGOCIO | | TOTAL |
|-------------------|---|---------------------------|----------------------------|
| | Se mantuvo igual | Decreció | |
| ALOJAMIENTO | 0 0,0% | 36 100,0% | 36 100,0% |
| ALIMENTACIÓN | 6 13,3% | 39 86,7% | 45 100,0% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 0 0,0% | 3 100,0% | 3 100,0% |
| TRANSPORTE | 0 0,0% | 1 100,0% | 1 100,0% |
| TOTAL | 6 7,1% | 79 92,9% | 85 100,0% |

Tabla 15*Relación porcentaje economía de los negocios – Servicios Turísticos*

| | EN QUÉ PORCENTAJE | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|--------------|
| | No responde | Entre 26% y 40% | Entre 10% y 25% | Entre 41% y 55% | Entre 56% y 75% | Entre 56% y 76% | Más del 76% | |
| ALOJAMIENTO | 7 19,4% | 7 19,4% | 3 8,3% | 8 22,2% | 7 19,4% | 0 0,0% | 4 11,1% | 36 100,0% |
| ALIMENTACIÓN | 6 13,3% | 9 20,0% | 6 13,3% | 18 40,0% | 3 6,7% | 1 2,2% | 2 4,4% | 45 100,0% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 33,3% | 0 0,0% | 1 33,3% | 0 0,0% | 1 33,3% | 3 100,0% |
| TRANSPORTE | 1 100% | 0 0,0% | 0 0,0% | 0 0,0% | 0 0,0% | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 100,0% |
| TOTAL | 14 16,5% | 16 18,8% | 10 11,8% | 26 30,6% | 11 12,9% | 1 1,2% | 7 8,2% | 85 100,0% |

En base a la encuesta realizada y después de ejecutar un cruce de tablas se puede observar que los Hoteles y las Agencias de Viaje manifiestan en su 100% (36 y 3 encuestados respectivamente) que a partir del 15 de Agosto de 2015 la economía de sus negocios decreció, mientras que en los restaurantes encuestados 39 de ellos (86,7%) dicen que su economía decreció y apenas 13,3% (6) consideran que se mantuvo igual, por lo que a nivel general se visualiza que el 92,9% de encuestados (79 de 85) indican que su economía decreció en este período de proceso eruptivo; teniendo un decrecimiento entre el 41% y 55% lo cual influye en otras variables sociales de la provincia.

Tabla 16

Relación tiempo de permanencia de los turistas – Servicios Turísticos

| | | a) ALIMENTACIÓN | | | | | TOTAL RESTAURANTES | b) AGENCIAS DE VIAJES | | | | | TOTAL AA.VV. | c) ALOJAMIENTO | | | | | TOTAL HOTELES |
|---|-----------------|-----------------|------------|------------|------------|-----------|--------------------|-----------------------|------------|------------|------------|-----------|--------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|---------------|
| | | de 5 a 10 | de 10 a 25 | de 26 a 40 | de 41 a 65 | Más de 66 | | de 5 a 10 | de 10 a 25 | de 26 a 40 | de 41 a 65 | Más de 66 | | de 5 a 10 | de 10 a 25 | de 26 a 40 | de 41 a 65 | Más de 66 | |
| ¿CUÁNTO TIEMPO VA A PERMANECER EN LA CIUDAD DE LATACUNGA? | Menos de un día | 64 | 39 | 16 | 4 | 0 | 123 | 16 | 8 | 13 | 2 | 5 | 44 | 12 | 25 | 18 | 5 | 3 | 63 |
| | | 52% | 31,7% | 13% | 3,3% | 0,0% | 100% | 36,4% | 18,2% | 29,5% | 4,50% | 11,4% | 100% | 19% | 39,7% | 28,6% | 7,9% | 4,8% | 100% |
| | de 1-3 Días | 18 | 17 | 19 | 4 | 0 | 58 | 8 | 3 | 5 | 7 | 10 | 33 | 8 | 15 | 18 | 13 | 4 | 58 |
| | | 31% | 29,3% | 32,8% | 6,9% | 0,0% | 100,00% | 24,2% | 9,10% | 15,2% | 21,2% | 30,3% | 100% | 13,8 | 25,9% | 31% | 22,40% | 6,9% | 100% |
| | Más de 3 Días | 15 | 12 | 1 | 1 | 2 | 31 | 7 | 6 | 2 | 2 | 3 | 20 | 6 | 7 | 4 | 2 | 4 | 23 |
| | 48,4% | 38,7% | 3,2% | 3,2% | 6,5% | 100% | 35% | 30% | 10% | 10% | 15% | 100% | 26,1% | 30,4% | 17,4% | 8,7% | 17,4% | 100% | |
| TOTAL | | 97 | 68 | 36 | 9 | 2 | 212 | 31 | 17 | 20 | 11 | 18 | 97 | 26 | 47 | 40 | 20 | 11 | 144 |
| | | 45,8% | 32,1% | 17% | 4,2% | 0,9% | 100% | 32% | 17,5% | 20,6% | 11,3% | 18,6% | 100% | 18,1% | 32,6% | 27,80% | 13,90% | 7,6% | 100% |

De las encuestas realizadas se ejecutó un cruce entre ¿cuánto tiempo va a permanecer en la ciudad de Latacunga? con el valor que los turistas invierten en estos servicios, obteniendo que en cuanto a los **restaurantes** que su mayor porcentaje se queda menos de un día (123 de 212 encuestados) invirtiendo un valor de entre \$5 a \$10 (52%) y de \$10 a \$25 (31,70%).

En las **Agencias de viaje** las personas que se quedan menos de un día (44 de 97) solicitan los servicios de las AA.VV, sin dejar a un lado a los 33 de los 97 encuestados que dicen se quedan entre 1 a 3 días, pagando por el asesoramiento de un día entre \$5 a \$10 (36,40%) y de \$26 a \$40 (29,50%), las personas que se quedan de uno a tres días están dispuestos a cancelar más de \$66 (30,30%)

Las personas que visitan la ciudad de Latacunga y que ocupan el servicio de **hoteles** se quedan entre de 1 a 3 días (58 de 144 encuestados) habiendo un porcentaje considerable que se quedan menos de 1 día (63 de 144 encuestados) es decir ellos no utilizan alojamiento, las personas que si se hospedan contribuyen con un valor de entre \$26 a \$40 (31%) por día.

4.3.2 Empleos Servicios Turísticos / Turistas

4.3.2.1 Número de colaboradores que trabajan dentro de las empresas.

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo determinar el número de colaboradores que trabajan en las diferentes empresas turísticas que dispone la parte urbana de la ciudad de Latacunga, en el año 2010 existió 449 colaboradores mientras que para el año 2015 decreció a 328 significando una reducción de 36,89% ayudantes, la misma que están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 17

Número de colaboradores (por Actividad)

| POR ACTIVIDAD | | |
|-------------------|------------|------------|
| | 2010 | 2015 |
| Alimentación | 229 | 170 |
| Alojamiento | 180 | 137 |
| Agencia de Viajes | 26 | 12 |
| Transporte | 14 | 9 |
| TOTAL | 449 | 328 |

Tabla 18

Número de colaboradores (por Tipo)

| POR TIPO | | |
|-------------------|------|------|
| | 2010 | 2015 |
| Restaurante | 162 | 119 |
| Agencia de Viajes | 26 | 12 |
| Bar | 16 | 14 |
| Cafetería | 37 | 30 |

| | | |
|-----------------------------|------------|------------|
| Fuentes de Soda | 14 | 7 |
| Hostal | 89 | 66 |
| Hostal Residencial | 52 | 39 |
| Hotel | 38 | 32 |
| Transporte Turístico | 14 | 9 |
| TOTAL | 449 | 328 |

4.3.2.2 Relación bivariada de Empleados – Servicios Turísticos

Tabla 19

Relación Número de colaboradores – Servicios Turísticos

| | DESDE QUE INICIÓ EL INCREMENTO DE LA INTENSIDAD DEL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI EL NÚMERO DE SUS COLABORADORES: | | TOTAL |
|-------------------|--|---------------------------|----------------------------|
| | Se mantuvo igual | Decreció | |
| ALOJAMIENTO | 19 54,3% | 16 45,7% | 35 100,0% |
| ALIMENTACIÓN | 22 48,9% | 23 51,1% | 45 100,0% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 1 33,3% | 2 66,7% | 3 100,0% |
| TRANSPORTE | 0 0,0% | 1 100,0% | 1 100,0% |
| TOTAL | 42 50,0% | 42 50,0% | 84 100,0% |

Tabla 20

Relación Cantidad que decreció – Servicios Turísticos

| | EN QUÉ CANTIDAD DECRECIÓ | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------------|
| | No Responde porque se mantuvo igual | Entre 1 a 3 | Entre 4 a 6 | Más de 6 | |
| ALOJAMIENTO | 19 54,2% | 15 43% | 1 2,8% | 0 0,0% | 35 100,0% |
| ALIMENTACION | 22 48,8% | 20 44,4% | 3 6,8% | 0 0,0% | 45 100,0% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 1 33,3% | 0 0,0% | 1 33,3% | 1 33,3% | 3 100,0% |
| TRANSPORTE | 0 0,0% | 1 100,0% | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 100,0% |
| TOTAL | 42 50,6% | 35 42,1% | 5 6% | 1 1,3% | 83 100,0% |

De las encuestas realizadas se ejecutó un cruce entre cantidad? y ¿desde qué inicio el incremento de la intensidad de la actividad volcánica en su empresa el número de colaboradores? para cada uno de los prestadores de servicios turísticos; dando como resultado que en **alojamiento** los colaboradores se mantuvieron en un 54,3% (19 encuestados), pero para las empresas que decrecieron (45,7%) tuvieron que prescindir de sus trabajadores entre 1 a 3 personas con un 43% que lo afirman (15 encuestados).

Para **alimentación** decreció entre 1 a 3 colaboradores según 20 de 23 encuestados (44,4%). Finalmente para la parte de **agencia de viajes** decreció las personas que trabajaban en esta área con 66,7% y tuvieron que dejar de trabajar de 4 personas en adelante.

Tabla 21

Relación Servicios utilizados por los turistas – Tiempo permanencia en la ciudad de Latacunga

| | | DEL 1 AL 5 PONDERE, SIENDO 1 EL DE MAYOR USO. ¿QUÉ SERVICIOS TURÍSTICOS UTILIZA EN SU VISITA DENTRO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA? | | | TOTAL |
|---|-----------------|--|-------------------|--------------|---------------|
| | | Alimentación | Agencia de viajes | Alojamiento | |
| ¿CUANTO TIEMPO VA A PERMANECER EN LA CIUDAD DE LATACUNGA? | Menos de un día | 73 68,2% | 27 25,2% | 7 6,5% | 107 100,0% |
| | de 1-3 días | 25 49,1% | 6 11,8% | 20 39,2% | 51 100,0% |
| | Más de 3 días | 18 60,0% | 2 6,7% | 10 33,3% | 30 100,0% |
| TOTAL | | 116 61,7% | 35 18,61% | 37 19,68% | 188 100,0% |

De las encuestas realizadas a turistas se ejecutó un cruce entre el tiempo que permanecen dentro de la ciudad de Latacunga con los servicios que más utilizan en su estadía, obteniendo que las personas que permanecen **menos de un día** y utilizan los servicios de **alimentación** son el 68,2% (73 turistas), y los servicios de Agencias de Viajes con el 25,2% (27 turistas).

Para las personas que deciden quedarse **entre 1 a 3 días** que utilizan la parte de **alimentación** constituyen el 49,1% (25 turistas) y para **alojamiento** 39,20% (20 turistas), lo que implica que existe más número de turistas que ven la ciudad de Latacunga como un lugar de paso, más no para quedarse y realizar turismo en ella, influyendo directamente en las fuentes de trabajo que se manifestó en la tabla anterior.

4.3.3. Atención al cliente

Tabla 22:

Relación Estrategia de negocio – Servicios Turísticos

| | UTILIZÓ ALGUNA ESTRATEGIA PARA SU NEGOCIO EN ESTE PROCESO ERUPTIVO | | TOTAL |
|-------------------|--|-------------|--------------|
| | Si | No | |
| ALOJAMIENTO | 14 38,9% | 22 61,1% | 36 100,0% |
| ALIMENTACION | 24 53,3% | 21 46,7% | 45 100,0% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 3 100,0% | 0 0,0% | 3 100,0% |
| TRANSPORTE | 1 100,0% | 0 0,0% | 1 100,0% |
| TOTAL | 42 49,4% | 43 50,6% | 85 100,0% |

Tabla 23

Relación Cuál estrategia de negocio – Servicios Turísticos

| | CUÁL | TOTAL |
|--|------|-------|
|--|------|-------|

| | No responde, NO aplican estrategia | Inversión | Nuevos Productos | Promociones | Publicidad | |
|-------------------|------------------------------------|-----------|------------------|-------------|-------------|------------|
| ALOJAMIENTO | 22 61,1% | 0 0,0% | 0 0,0% | 8 22,2% | 6 16,7% | 36 100% |
| ALIMENTACIÓN | 21 46,7% | 1 2,2% | 3 6,7% | 12 26,7% | 8 17,8% | 45 100% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 33,3% | 2 66,7% | 0 0,0% | 3 100% |
| TRANSPORTE | 0 0,0% | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 100,0% | 0 0,0% | 1 100% |
| TOTAL | 43 50,6% | 1 1,2% | 4 4,7% | 23 27,1% | 14 16,4% | 85 100% |

Fuente: Encuestas Servidores Turísticos

Según las encuestas realizadas a los prestadores de servicios; fueron las empresas de **alimentación** con un 53,3% (24 empresas) que decidieron utilizar promociones (12 de 24) e implementar publicidad (8 de 24); mientras que 3 **Agencias de Viajes** (100%) también utilizaron estrategias como promociones, lo cual permitió mejorar de alguna manera la atención hacia los turistas, en cuanto a **alojamiento** la mayoría de encuestados manifiestan NO utilizaron ningún tipo de estrategia (22 de 36), cabe indicar que de los pocos que si ocuparon alguna estrategia también promocionaron y e hicieron publicidad de sus negocios

Tabla 24

Relación Lugar de procedencia Turistas – Atención Servicios Turísticos (Servidores Turísticos)

| | | a) Atención Alimentación | | | | TOTAL | b) Atención Agencias De Viajes | | | | TOTAL | c) Atención alojamiento | | | TOTAL |
|----------------------|------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|------|-------|
| | | Subió | Se Mantuvo | Bajo | | | Subió | Se Mantuvo | Bajo | | | Subió | Se Mantuvo | Bajo | |
| LUGAR DE PROCEDENCIA | ARGENTINA | 1 100,00% | 0 0,00% | 0 0,00% | 1 100% | 0 0,00% | 2 100,00% | 0 0,00% | 2 100% | 1 100,00% | 0 0,00% | 0 0,00% | 1 100% | | |
| | AUSTRALIA | 1 33,30% | 2 66,70% | 0 0,00% | 3 100% | 0 0,00% | 2 100,00% | 0 0,00% | 2 100% | 0 0,00% | 3 100,00% | 0 0,00% | 3 100% | | |
| | ECUADOR | 22 23,40% | 64 68,10% | 8 8,50% | 94 100% | 18 28,10% | 38 59,40% | 8 12,50% | 64 100% | 22 29,70% | 48 64,90% | 4 5,40% | 74 100% | | |
| | ESPAÑA | 0 0,00% | 2 66,70% | 1 33,30% | 3 100% | 0 0,00% | 1 100,00% | 0 0,00% | 1 100% | 1 33,30% | 2 66,70% | 0 0,00% | 3 100% | | |
| | GERMANY | 0 0,00% | 1 100,00% | 0 0,00% | 1 100% | 0 0,00% | 0 0,00% | 1 100,00% | 1 100% | 0 0,00% | 1 100,00% | 0 0,00% | 1 100% | | |
| | INGLATERRA | 0 0,00% | 1 50,00% | 1 50,00% | 2 100% | 1 100,00% | 0 0,00% | 0 0,00% | 1 100% | 0 0,00% | 1 50,00% | 1 50,00% | 2 100% | | |
| | USA | 0 0,00% | 1 100,00% | 0 0,00% | 1 100% | 1 100,00% | 0 0,00% | 0 0,00% | 1 100% | 1 100,00% | 0 0,00% | 0 0,00% | 1 100% | | |
| TOTAL | | 24 22,90% | 71 67,60% | 10 9,50% | 105 100% | 19 26,40% | 43 59,70% | 10 13,90% | 72 100% | 25 29,40% | 55 64,70% | 5 5,90% | 85 100% | | |

Fuente: Encuestas Turistas

Las personas que más hicieron turismo e ingresaron a la ciudad de Latacunga fueron habitantes de Ecuador (Turistas Nacionales), preguntándoles que cómo percibieron la atención prestada?, los cuales manifestaron que en cuanto a **alimentación, agencias de viajes y alojamiento la atención se mantuvo** desde su última visita (68,1 %, 59,4% y

64,9% respectivamente), lo cual de cierta manera es bueno pero se debe mejorar, opinión que fue corroborada por personas de Australia (Turistas Extranjeros) que perciben como una atención buena la recibida.

4.4 Interpretaciones generales

4.4.1 Prestadores de Servicios Turísticos

Se encuestó a los diferentes establecimientos de alojamiento de primera, segunda, tercera y cuarta categoría, restaurantes, transporte turístico y agencias de viajes (operadoras de Tour, e internacionales), con un tiempo de funcionamiento de entre un 1 a 5 años con 3 a 5 colaboradores.

Los establecimientos hoteleros en su mayoría tienen entre 15 y 20 habitaciones, con una capacidad instalada para más de 56 Pax. Los establecimientos que ofrecen servicios de Restauración tienen una capacidad en su mayoría de entre 5 a 10 mesas.

Los establecimientos de servicios turísticos de las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga reciben en su mayoría a turistas Nacionales con un 67% mientras que los turistas extranjeros son aproximadamente 12,9%, y el valor restante atiende a turistas Naciones y Extranjeros.

Un 80% de los prestadores de servicios consideran que durante el año 2015 tuvieron una disminución de visitantes, debido al proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi ya que existe miedo por lo que puede suceder; a pesar que la crisis económica del país también es un factor importante para la baja de visitas de los turistas a las parroquias urbanas.

A partir del 15 de Agosto del 2015 que fue el día que se activó la alarma de una posible erupción del volcán Cotopaxi, los establecimientos consideran que la economía de su negocio decreció un 41% a un 55%, afectando a sus colaboradores ya que en algunos casos se tuvo que prescindir de sus servicios de entre 1 y 2 personas; y en otros casos se pudo mantener a los trabajadores bajándoles las horas de trabajo por ende su salario.

Algunos establecimientos decidieron considerar realizar estrategias en sus negocios ofreciendo promociones, nuevos productos, y aumentar la publicidad, aunque la mayoría (57%) no decidieron realizar ningún tipo de estrategia ni subir ni bajar sus precios si no mantener la forma de trabajo.

La mayoría de los prestadores de servicios turístico cuando tiene pocos clientes deciden mantenerse sin realizar ninguna estrategia (38,82%), otros (37,65%) deciden complementar los servicios que ofrecen con la misma línea de negocio realizando eventos, ofreciendo paquetes turísticos, mientras que los demás deciden obtener ingresos económicos a través otras fuentes de trabajo como ser comerciantes, o trabajar ejerciendo sus profesiones.

Los representantes de los establecimientos en su mayoría con un 50,6% manifiestan que a pesar de que existió un tiempo en el cual se vieron afectados por el procesos eruptivo en la ciudad, consideran que para un futuro puede ser una oportunidad de negocio ya que sería algo atractivo para los turistas siempre y cuando se maneje adecuadamente este atractivo, y se preste los servicios adecuados.

Los empresas en su mayoría (76,5%) no cuentan con ningún tipo de seguro para sus establecimientos y los pocos que si lo tienen (23,5%) cuentan con seguro, contra Desastres Naturales, Incendio, y seguros de Vida.

Debido a la emergencia producida por el volcán Cotopaxi la mayor parte de los establecimientos (50,6%) han recibido capacitación sobre qué hacer y cómo mantener la calma durante el proceso eruptivo por parte de la gestión de riesgos con charlas de prevención, primeros auxilios.

Para mejorar el decrecimiento económico los dueños de los negocios consideran que se debe mejorar la promoción turística (27,1%), el apoyo de las autoridades y capacitación a la población sobre turismo (21,2%) cada uno, y finalmente el interés por los pobladores de mantener la ciudad limpia para que dé un efecto acogedor.

Es por ello que la mayoría (68,2%) de los establecimientos manifiestan que las autoridades y entidades públicas no prestan la adecuada atención a los problemas acontecidos, esperando que se realice capacitaciones en atención al cliente para dar un mejor servicio.

4.4.2 Turistas

La mayor parte de turistas que visitan la ciudad de Latacunga son de nacionalidad ecuatoriana seguida de América del Norte (Estados Unidos), en su mayoría de género masculino (59,1%) y seguido del género femenino con (40,9%), su edad oscila entre los 26 y 40 años de edad, el nivel de instrucción es superior y cada turista percibe un sueldo mensual estimado entre \$401 a \$800 dólares. Los turistas para visitar la ciudad de Latacunga optaron por conocerla por su propia cuenta (85,83%).

En su mayoría los turistas han visitado la ciudad de Latacunga por primera vez (48,6%), seguido de turistas que han visitado por más de tres veces, siendo ellos quienes evalúan a los servicios Turísticos: manifestando que las Agencias de Viajes, Alimentación y Transporte Turístico subieron sus precios, pero se mantuvieron en su atención al cliente y oferta turística, y con respecto los servicios de Alojamiento y entretenimiento se mantuvo con su precio, atención al cliente y oferta turística.

Los turistas que visitaron manifiestan que permanecerán menos de un día (60,20%) mientras que los demás pernoctarán de 1 a 3 días, los cuales deciden hospedarse en su mayoría en Hoteles como en el Márquez, Makroz, Lactacunga, Endamo, Rodelu entre otros, calificando sus servicios y atención como muy buena.

Al visitar la ciudad de Latacunga los turistas prefieren hacerlo con su familia. Utilizando el servicio de Restaurante con mayor frecuencia; seguido del servicio de Alojamiento, Cafeterías, entretenimiento y muy poco la utilización de Agencia de Viajes. Los turistas durante su estadía degustaron con mayor acogida de las típicas Chugchucaras, allullas y asados, siendo el Mercado y las Chugchucaras de la calle de la ESPE-L de preferencia para poder saborear la comida. Estos Turistas están dispuestos a pagar por día entre \$5 a \$10 por Alimentación, Cafetería, Agencia de Viajes y Transporte Turístico respectivamente, y un valor de \$10 a \$25 para Entretenimiento y mismo valor por Hospedaje.

Los turistas no solicitan (73,10%) ninguna información turística sobre la ciudad, y las personas que si decidieron obtener información lo hicieron en Agencias de Viajes; con respecto a fechas de visita, la gran mayoría indican que lo hicieron en la fecha prevista (64,44%) y que no influyo el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi en su visita a la ciudad,

A la mayoría de turistas Si les llama la atención el proceso eruptivo (60,25%) como una actividad turística; porque es interesante y novedoso manifiestan, pudiendo realizar diferentes actividades como ascenso, trekking, fotografías entre otras.

Los turistas encuestados expresan que si regresarían a visitar la ciudad de Latacunga (96,7%) por lo tranquilo, por su gastronomía, sus fiestas. Con respecto al Volcán Cotopaxi se sienten seguros al visitar la ciudad de Latacunga (77,76%), cabe indicar que las personas que dijeron que no regresarían es por el clima, y porque no existen alternativa para visitar lugares dentro del mismo mas no por temor al volcán.

Toda esta información nos sirve para analizar la percepción que tienen los turistas y los servidores turísticos; como también para realizar la comprobación de hipótesis planteada en el capítulo I.

4.5 Comprobación de Hipótesis

4.5.1 Turistas

| Cuándo usted decidió visitar la ciudad de Latacunga lo hizo en la Fecha que tenía?*En su decisión anterior influyo de alguna manera el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi? tabulación cruzada | | | | |
|---|----|---|--------------|---------------|
| | | En su decisión anterior influyo de alguna manera el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi? | | Total |
| | | Si | No | |
| Cuándo usted decidió visitar la ciudad de Latacunga lo hizo en la Fecha que tenía? | Si | 36 23,5% | 117 76,5% | 153 100,0% |
| | No | 25 29,4% | 60 70,6% | 85 100,0% |
| Total | | 61 25,6% | 177 74,4% | 238 100,0% |

| Pruebas de chi-cuadrado | | | | | |
|--|-------------------|----|---------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) | Significación exacta (2 caras) | Significación exacta (1 cara) |
| Chi-cuadrado de Pearson | ,992 ^a | 1 | ,319 | | |
| Corrección de continuidad ^b | ,707 | 1 | ,400 | | |
| Razón de verosimilitud | ,980 | 1 | ,322 | | |
| Prueba exacta de Fisher | | | | ,354 | ,200 |
| Asociación lineal por lineal | ,988 | 1 | ,320 | | |
| N de casos válidos | 238 | | | | |

Hipótesis Nula: El **proceso eruptivo** del volcán Cotopaxi **NO** necesariamente incide en el crecimiento económico del sector turístico de las parroquias urbanas del cantón Latacunga

La hipótesis manifestada anteriormente se corrobora a través del chi-cuadrado cuyo valor es de 0,319 de sigma, ya que según los **turistas** encuestados que ingresaron a realizar turismo a la ciudad de Latacunga manifiestan que cuando decidieron visitar las parroquias en su mayoría (153 personas de 238) SI lo hicieron en la fecha que tenían planeada y NO influyó en su decisión el proceso eruptivo (177 personas equivalente al 74,4%); se debe recalcar que las encuestas fueron realizadas seis meses después de la alerta amarilla, es decir cuando la ciudad estaba más tranquila de la alarma del volcán y por ende los turistas se sentían seguros .

4.5.2 Servidores Turísticos

| A partir del 15 de Agosto del 2015 se inició el incremento del proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi la economía de su negocio*Desde que inició el incremento de la intensidad del proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi el número de sus colaboradores: tabulación cruzada | | | | |
|---|------------------|--|-------------|--------------|
| | | Desde que inició el incremento de la intensidad del proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi el número de sus colaboradores: | | Total |
| | | Se mantuvo igual | Decreció | |
| A partir del 15 de Agosto del 2015 se inició el incremento del proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi la economía de su negocio | Se mantuvo igual | 6 100,0% | 0 0,0% | 6 100,0% |
| | Decreció | 36 46,2% | 42 53,8% | 78 100,0% |
| Total | | 42 50,0% | 42 50,0% | 84 100,0% |

| Pruebas de chi-cuadrado | | | | | |
|--|--------------------|----|---------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) | Significación exacta (2 caras) | Significación exacta (1 cara) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 6,462 ^a | 1 | ,011 | | |
| Corrección de continuidad ^b | 4,487 | 1 | ,034 | | |
| Razón de verosimilitud | 8,780 | 1 | ,003 | | |
| Prueba exacta de Fisher | | | | ,026 | ,013 |
| Asociación lineal por lineal | 6,385 | 1 | ,012 | | |
| N de casos válidos | 84 | | | | |

Hipótesis Alternativa: El proceso eruptivo del volcán Cotopaxi SI incide en el crecimiento económico del sector turístico de las parroquias urbanas del cantón Latacunga

La Hipótesis alternativa se corrobora a través de chi- cuadrado con 0,011 (siendo este menor a 0,050) de sigma que manifiesta que para los prestadores de servicios el proceso eruptivo **SI** fue un factor importante para que la economía de los negocio decayera, debido a todo los miedos que este trajo, indicando las **empresas turísticas** que a partir del 15 de agosto que fue la fecha en la que se incrementó la intensidad del volcán Cotopaxi, la economía en sus negocios decreció (78 encuestados) y por ende el número de colaboradores.

En base a estos dos criterio de **hipótesis podemos concluir** que para la presente investigación la Hipótesis que más se apega es la **HIPOTESIS ALTERNATIVA**,

esto se manifiesta debido a que la más importante fuente de información son los servidores turísticos, mismas que se vieron afectadas por el fenómeno natural; si bien es cierto que para los turistas no influye en su mayoría este acontecimiento se debe indicar que las encuestas fueron realizadas después del evento en la que no se pudo medir la reacción real del turista frente a este fenómeno natural.

CONCLUSIONES

- Se definió los conceptos que se tomaron como base guía para capítulos posteriores, los cuales permitieron sustentar la información requerida como es en la parte económica del país, turismo, y el volcán Cotopaxi.
- Se determinó la metodología a través del método inductivo que permitió realizar el estudio y análisis de cómo se encuentran las Parroquias Urbanas de la ciudad de Latacunga, seguido del método deductivo en donde se revisó los hechos y fenómenos en particular. De igual manera las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la presente investigación que fueron las encuestas realizadas a los servidores turísticos en donde se indica cómo ven este problema dentro de sus negocios, seguida de encuestas a turistas nacionales y extranjeros; y finalmente las entrevistas para los representantes de las entidades públicas que manejan el turismo dentro de la ciudad.
- Se estableció los indicadores de crecimiento económico más importantes para la presente investigación como es: PIB, Balanza Turística, Grado de Apertura Turística, los cuales permiten ver como se encuentra el Ecuador y la provincia de Cotopaxi en la parte económica para el turismo de manera macro, estos datos no se pueden obtener con facilidad y completamente, debido a que las autoridades e instituciones no tienen este tipo de información estadística actual, que son la entrada y salida de turistas de la ciudad de Latacunga hacia otro destino turístico, y actualizaciones de valores de catastros turísticos.
- Se analizó los impactos que ha ocasionado el proceso eruptivo en los empleos, atención al cliente e ingresos en el sector turístico a través de datos estadísticos de alojamiento, alimentación y agencia de viajes que se encuentran en las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga, permitiendo tomar como base para futuras investigaciones del tema planteado.
- La presente investigación indica que se afecta directamente a la economía de los habitantes de las parroquias urbanas y de los servidores turísticos,

por lo tanto esta información es de ayuda para tomar medidas de prevención ante los problemas existentes en la ciudad de Latacunga.

- Los servidores de turismo que son expertos en el tema no vieron como una oportunidad de crecimiento para sus negocios el proceso eruptivo, al no promocionar y realizar publicaciones llamativas el momento que sucedió esto, lo cual impidió de alguna manera tomar medidas acorde al problema, ya que este tipo de fenómeno natural pueden convertirse en un potencial de atractivo turístico para cada uno de los servicios turísticos.

RECOMENDACIONES

- Se puede tomar como base de presente investigación para otras indagaciones sobre el análisis del crecimiento económico en el sector turístico frente a otros fenómenos naturales que no prevé la economía.
- Realizar la investigación de campo lo más pronto posible a la fecha base del tema planteado, ya que si pasa algún tiempo la información no va hacer tan exacta ya que la percepción de los turistas puede variar.
- La necesidad que las autoridades de turno dispongan de información estadística actualizada para la toma de decisiones
- Las empresas deberían tener la capacidad de realizar promociones y publicidad cuando existan este tipo de fenómenos que pueden afectar a la economía de la ciudad, no verle como un problema si no como una oportunidad de negocio.
- Las instituciones públicas y/o privadas debería tener un departamento que se encargue netamente del levantamiento de información de ingreso y salida de personas que hacen turismo, ya que esta es una información básica para cualquier tipo de estudio o trabajo relacionado con el turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baca, J. C. (13 de Mayo de 2013). *Coaching Turístico*. Recuperado el febrero de 2016, de Coaching Turístico: <https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>
- Balaguer, J. y. (2002). *Tourism as a long-run of economic growth*. Applied Economics.
- Banco Central del Ecuador. (2015). Boletines. *Boletines*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Basabe, D. P. (2015). *Desastres en la Región*. Recuperado el 28 de Febreo de 2016, de Desastres en la Región: http://cidbimena.desastres.hn/docum/crid/EIRDInforma/esp/revista/No15_99/pagina14.htm
- Boullon, R. (2004). *Planificacion del Espacio Turistico*. México, D.F.: Trillas Turismo.
- Brida, J. J. (2008). *La contribución del turismo al crecimiento económico*. Murcia: Cuadernos de Turismo.
- Carrión, R. H. (2019). *Introducción a la economía y la hacienda pública*. Recuperado el 25 de MARzo de 2016, de Desempleo: http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/1-2/i._tema_11_.pdf
- C, Dr. Cueva; I, Moscoso; F, Cordero; J, Candel J. Lic Cazorla. (s.f.). *Manual de informacion Cultural, Educativa, Turistica, Industrial, Comercial, Agricola y Ganadera de la Republica del Ecuador II*. Cuenca: Novagraph.
- Carrión, R. H. (9 de Agosto de 2019). *Introducción a la economía y la hacienda pública*. Recuperado el 25 de MARzo de 2016, de Desempleo: http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/1-2/i._tema_11_.pdf
- Castro, R. Q. (2007). *Elementos Del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Cesar, B. (2006). *Metodología de la investigacion, para administracion, economia, humanidades, y ciencias sociales* . México, D.F.: Printed in Mexico .
- Clavé Salvador Antoni, F. G. (2012). *“Planificación territorial del turismo”*. OUC.
- Dirección de Turismo GAD Municipal del cantón Latacunga. (2015). (Catastro Cotopaxi 2015). *(Catastro Cotopaxi 2015)*. Latacunga , Cotopaxi, Ecuador.
- Dritsakis, N. (2004). *“Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis”* . Tourism Economics .
- Economia. (2014). *La Gran enciclopedia de la Economía*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Diccionario Economico: <http://www.economia48.com>

- Economía. (2014). *La Gran enciclopedia de la Economía*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Diccionario Económico: <http://www.economia48.com>
- EIComercio. (2015). Bajas en el comercio debido al proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi. *El comercio*.
- Escalona, F. M. (2011). Economía del turismo: Un confuso e insostenible panorama conceptual. *TuryDes*, 4-10.
- Eugenio-Martín, J. N. (2004). *Tourism and economic growth in Latin American countries: a panel data approach*. Nota di Lavoro.
- Fokiali, P. Y. (2006). *Tourism and sustainable development strategies in Rhodes: the awareness of the local societies*. Ege Academic Review.
- GAD Municipal del canton Latacunga. (2015). Catastro Cotopaxi 2015. *Catastro Cotopaxi 2015*. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
- Garcias, J. R. (2012). *Estructura, economía y política turística*. España: Septem.
- Geissert, K. (2006). *Fenómenos y Desastres Naturales*. Ciencia y Desarrollo.
- Geografía e historia 3º ESO*. (09 de Junio de 2014). Recuperado el 09 de Agosto de 2016, de Geografía e historia 3º ESO: recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena4.pdf
- Gregorio, J. d. (2007). *macroeconomía, teoría y política*. Chile : pearson educacion.
- Hair, J., B. R. (2010). *investigación de mercados*. México, D.F.: McGraw Hill.
- Hernández R., F. C. (1996). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGraw - Hill Interamericana de México, D.F.:
- Hidalgo, U. A. (2016). *Escuela Superior Huejutla*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Tipos de empleo: [http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf)
- Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi. (21 de Marzo de 2005). *Ciencia, Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi*. Obtenido de Ciencia, Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi: <http://www.ciencia1.com/portal.asp?portal=38&id=353>
- Historia, G. e. (2014). *Geografía e historia 3º ESO*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de El sector servicios: http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena4.pdf
- Hidalgo, J. C. (2005). *De las catástrofes ambientales a la cotidianidad urbana*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.

- Hidalgo, U. A. (2016). *Escuela Superior Huejutla*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Tipos de empleo:
http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf
- Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi. (21 de Marzo de 2005). *Ciencia, Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi*. Recuperado el 09 de Julio de 2016, de Ciencia, Historia Eruptiva del Volcán Cotopaxi:
<http://www.ciencia1.com/porta1.asp?porta1=38&id=353>
- Historia, G. e. (2014). *Geografía e historia 3º ESO*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de El sector servicios:
http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena4.pdf
- INEC. (2007-2014). *Indicadores Laborales*. Recuperado 23 Junio 2016. Obtenido de Encuestas de Empleo, Subempleo y Desempleo :
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo_junio_2014/15Anios/Informe%20Econom%EDa%20laboral%20-%20jun14%28rev%29.pdf
- Instituto Geofísico. (2016). *Instituto Geofísico - EPN*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Volcanes: <http://www.igepon.edu.ec/red-de-observatorios-vulcanologicos-rovig>
- Instituto Geofísico. (2016). *Instituto Geofísico - EPN*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Volcanes: <http://www.igepon.edu.ec/red-de-observatorios-vulcanologicos-rovig>
- Juan Carlos Baca. (13 de Mayo de 2013). *Coaching Turístico*. Recuperado el 09 de febrero de 2016, de Coaching Turístico:
<https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>
- Llenares, M. O. (2004). *Riesgo Volcánico*. Recuperado 24 de Agosto del 2016 de Dirección general de protección civil y emergencias. Obtenido de Riesgo Volcánico. Recuperado de Dirección general de protección civil y emergencias.:
http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/3B8EAADA-8A2F-46A3-87595D17AF06B721/32451/riesgovolcanico_br.pdf
- Lunis, N. (2011). *Los Volcanes*. China: Benchmark.
- Macroeconomía, P. V. (8 de agosto de 2013). *Buenas Tareas*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Principales Variaciones De La Macroeconomía:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Principales-Variaciones-De-La-Macroeconomia/7683872.html>
- Macroeconomía, P. V. (2013). *Buenas Tareas*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Principales Variaciones De La Macroeconomía:

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Principales-Variaciones-De-La-Macroeconomia/7683872.html>

MCPEC. (Mayo de 2011). *Agendas para la trasformacion productiva territorial: Provincia de Cotopaxi*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Ministerio de Coordinacion de la Produccion, Empleo y Competitividad : <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-COTOPAXI.pdf>

MCPEC. (Mayo de 2011). *Agendas para la trasformacion productiva territorial: Provincia de Cotopaxi*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Ministerio de Coordinacion de la Produccion, Empleo y Competitividad : <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-COTOPAXI.pdf>

Centro Nacional de Prevencion de Desastres. (Mayo 2012) México, D.F.: CENAPRED. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Volcanes: <http://www.cenapred.gob.mx/es/Publicaciones/archivos/160-FOLLETOVOLCANES.PDF>

Ministerio del Ambiente - Dirección Provincial Del Ambiente De Cotopaxi. (2014-2015). Ingreso turistas nacionales y extranjeros a las áreas protegidas en el año 2014.-2015. *Ingreso turistas nacionales y extranjeros a las áreas protegidas en el año 2014.-2015*. Latacunga, Coropaxi, Ecuador.

Navarro E, M. A. (14 de Noviembre de 2005). *Monografias*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Los desastres naturales y sus consecuencias: <http://www.monografias.com/trabajos34/desastres-naturales/desastres-naturales.shtml>

Nowak, J. M. (2004). *Tourism, trade and domestic welfare*. Recuperado el 25 de Agosto de 2016 <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>.

OMC. (2016). *Organizacion Mundial del Comercio*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm

OMT. (2015). *Organizacion Mundial del Turismo*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016 Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Ortiz, E. A., & Toulkeridis, T. (2004-2005). *El Volcán Cotopaxi, una amenaza que acecha*. Quito, Ecuador : Sotavento Ed.

Parkin M, E. G. (2008). *Macroeconomía Versión para Latinoamerica*. (Quinta, Ed., & F. R. Guerrero, Trad.) Argentina: Pearson Educacion.

PDyOT. (2016 -2019). *Municipio Descentralizado de Latacunga*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: <http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplustiagnostico/05>

60000380001_Dignostico%20PDyOT%20Latacunga%202016%20-
%202019%20PDF_19-04-2015_23-48-13.pdf

Reglamento General Ley de Turismo. (09 de enero de 2008). *Reglamento general a la ley de turismo*. Recuperado el 08 de agosto de 2016, de Reglamento general a la ley de turismo: www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.

Seguridad, M. C. (01 de enero de 2016). *Ministerio Coordinador de Seguridad*. Recuperado el 08 de febrero de 2016, de MCS: <http://www.seguridad.gob.ec/volcancotopaxi/>

SNGR. (2015). *Perfil territorial del Canton Latacunga*. Obtenido de Secretaria Nacional de Gestion de Riesgos : https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiqzvWqpr_LAhUFRCYKH8JAXYQFghlMAk&url=http%3A%2F%2Frepositorio.cedia.org.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F660%2F1%2FPerfil%2520Territorial%2520LATACUNGA.doc&usg=AFQj

Tábora, J. M. (2002). *Floklore y Turismo*. Honduras: Guaymuras.

Volcanes del Ecuador. (junio de 2010). *Volcanes del Ecuador*. Recuperado el 08 de febrero de 2016, de Volcanes del Ecuador: <http://volcanosec.blogspot.com/p/volcanes-inactivos.html>

Volcanes del Ecuador Wikipedia,. (09 de Junio de 2014). *Volcanes del Ecuador*. Recuperado el 07 de Junio de 2016, de Volcanes del Ecuador: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexos:volcanes_de_Ecuador.

wikipedia. (diciembre de 2010). *wikipedia*. Recuperado el 08 de febrero de 2016, de wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Volcanes_de_Ecuador

wikipedia. (2014). *Locales* . Recuperado el 25 de MARzo de 2016, de Locales : https://es.wikipedia.org/wiki/Establecimiento_comercial#Clasificaci.C3.B3n

wikipedia. (15 de mayo de 2014). *wikipedia*. Recuperado el 2015 de junio de 2015, de wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento_web

wikipedia. (20 de Noviembre de 2016). *Estableciminetos comerciales* . Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de estableciminetos comerciales : https://es.wikipedia.org/wiki/Establecimineto_comercial#Clasificaci.C3.B3n

Zúñiga, N. (2000). *Significación de Latacunga en la historia del Ecuador y America*. Latacunga: Banco Central del Ecuador.

Anexo

Anexo 1: Catastro Cotopaxi 2014

| Provincia | Cantón | Actividad Turística | Tipo de Actividad | Nombre | Dirección | Categoría | Habitaciones | Plazas Habitaciones | Mesas Total | Plazas Mesas |
|-----------|-----------|---------------------|-------------------|--|---|---------------|--------------|---------------------|-------------|--------------|
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | METROPOLITAN TOURING | GUAYAQUIL Y SANCHEZ DE ORELLANA | INTERNACIONAL | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | ADAZTOUR | SANCHEZ DE ORELLANA 14-67 Y G. MALDONADO | INTERNACIONAL | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | NEIGES | GUAYAQUIL 6-25 Y QUITO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | TOVAR EXPEDITIONS CIA. LTDA. | PASAJE LUIS F. VIVERO 1-31 Y QUIJANO Y ORDOÑEZ | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | SELVA NIEVE EXPEDICIONES | GUAYAQUIL 520 Y BELIZARIO QUEVEDO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | EXPEDIT VOLCANO ROUTE | QUITO 454 Y PADRE SALCEDO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | BERRAZUETA & BERRAZUETA | PADRE SALCEDO 4-38 Y QUITO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | GREIVAG TURISMO Y SERVICIOS CONEXOS CIA. LTDA. | GUAYAQUIL Y SANCHEZ DE ORELLANA | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | INTERTURING | AV. ELOY ALFARO Y GATAZO, MALL LA MALTERIA | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | SWEET ECUADOR | AV. ATAHUALPA 36-176 Y ROOSEVELTH | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | BERRAZUETA PAEZ TIERRAZERO TOURS CIA. LTDA. | PASAJE LUIS F. VIVERO 107 Y SANCHEZ DE ORELLANA | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | ECOTRAILEC OPERADORES | AV. 5 DE JUNIO 1-62 Y RIO LANGOA | DUALIDAD | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------|--------|-------------------------|---|---------|----|----|----|-----|
| | | | | TURISTICOS CIA. LTDA. | | | | | | |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | DOMUS | BELISARIO QUEVEDO Y GRAL. MALDONADO | PRIMERA | 13 | 29 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | VILLA DE TACVNGA | SÁNCHEZ DE ORELLANA Y GUAYAQUIL | PRIMERA | 14 | 26 | 80 | 320 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | MÁRQUEZ EL | MARQUEZ DE MAENZA Y ROOSELVET | PRIMERA | 18 | 38 | 22 | 88 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ROSSER | ANTONIA VELA Y JOSE SARMIENTO | SEGUNDA | 18 | 32 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ALAMO EL | 2 DE MAYO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | SEGUNDA | 12 | 27 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | RODELU | QUITO 16-31 Y PADRE SALCEDO | SEGUNDA | 19 | 34 | 16 | 64 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ILINIZAS DE CAZAÑAS LOS | AV. AMAZONAS 8-86 Y PADRE SALCEDO | SEGUNDA | 16 | 28 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SAN RAFAEL | ISIDRO AYORA Y JAIME ROLDOS | SEGUNDA | 24 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | PILLAREÑITA | MARCO A. SUBIA Y RPIO GUAYAS | TERCERA | 13 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ENDAMO | 2 DE MAYO 430 Y TARQUI | TERCERA | 13 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | RITZOR | AV. ORIENTE 444 Y ISLA SEIMUR | TERCERA | 13 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | CABAÑAS LA LAGUNA | SUMACO, VÍA A SANTÁN | TERCERA | 22 | 48 | 19 | 76 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SANTIAGO | 2 DE MAYO Y GUAYAQUIL | TERCERA | 16 | 36 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | NEVADOS LOS | AV. 5 DE JUNIO Y ELOY ALFARO | TERCERA | 16 | 32 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | COCHA LA | PURUHAES Y CAÑARIS TRAS EL COLEGIO VICENTE LEÓN | TERCERA | 29 | 58 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | LLACTA-CUNGA | AV. ELOY ALFARO 729-13 Y GRAL. MONTERO | TERCERA | 16 | 34 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ANDES LOS | FLAVIO ALFARO 1-13 Y ELOY | TERCERA | 26 | 52 | 5 | 20 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | CAFE TIANA | LUIS F. VIVERO 131 Y SANCHEZ DE | TERCERA | 12 | 28 | 7 | 28 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------|-------------------|--|---|---------|----|----|----|----|
| | | | | | ORELLANA | | | | | |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | TURISTA 2 EL | PANGUA 323 Y CUSUBAMBA | TERCERA | 12 | 24 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | RIELES LOS | AV. MARCO AURELIO SUBIA | TERCERA | 14 | 28 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | ROSIM | QUITO 16-31 Y PADRE SALCEDO | TERCERA | 16 | 40 | 3 | 12 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | COTOPAXI | PADRE SALCEDO 5-61 Y SANCHEZ ORELLANA | TERCERA | 16 | 38 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | AMAZONAS | FELIX VALENCIA 4-67 Y AV.AMAZONAS | TERCERA | 29 | 53 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | ANTONIA VELA | ANTONIA VELA Y CALIXTO PINO | TERCERA | 12 | 20 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | JACKELINE | ANTONIA VELA 78-68 Y FELIX VALENCIA | TERCERA | 18 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | CENTRAL | SANCHEZ DE ORELLANA Y PADRE SALCEDO | TERCERA | 15 | 30 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | FANTASÍA | PANAMERICANA NORTE KM. 4 1/2 VÍA QUITO | TERCERA | 17 | 34 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | CRISTAL | AV. MARCO AURELIO SUBIA 17-17 Y RIO GUAYAS | TERCERA | 14 | 21 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | BALCON EL | AV.AMAZONAS 7-047 Y TARQUI | TERCERA | 12 | 27 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | ROSITA LATACUNGA | GRAL. PROAÑO 2-19 Y SANCHEZ DE ORELLANA | TERCERA | 13 | 30 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | VISTA HERMOSA LATACUNGA | QUILINDAÑA Y PUTZALAHUA | TERCERA | 21 | 49 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTERIA | CASA DEL VIAJERO BED AND BREAKFAST COTOPAXI-ECUADOR LA | SALACHE RUMIPAMBA, A 300 M DE NARANJO ROSES, JUNTO AL PASO LATERAL DE LATACUNGA | TERCERA | 6 | 17 | 19 | 76 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------------|-----------|-----------------------|---|---------|----|----|----|-----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | JOSHED | AV AMAZONAS Y VELASCO IBARRA | PRIMERA | 39 | 81 | 9 | 36 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | MAKROZ | FELIX VALENCIA 8 - 56 Y QUITO | PRIMERA | 33 | 67 | 30 | 120 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | JIMMY | AV. 5 DE JUNIO 189 Y AV. COTOPAXI | SEGUNDA | 30 | 56 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | BRONX | REMIGIO ROMERO Y CORDERO Y JORGE ANDRADE (SECTOR RUMIPAMBA) | TERCERA | 30 | 69 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | CARIBEAN REAL | AV.GENERAL PROAÑO Y BABAS | CUARTA | 30 | 60 | 60 | 240 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | ABUELO PUB AND COFFEE | GUAYAQUIL Y QUITO | PRIMERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | ABUELO CAFÉ BAR | QUITO Y LEOPOLDO PINO | PRIMERA | 0 | 0 | 15 | 60 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | MOTHER BLACK | AV. GENERAL PROAÑO, SECTOR SAN MARTÍN | PRIMERA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | FAROL VIP EL | GENERAL PROAÑO Y SANCHEZ DE ORELLANA | SEGUNDA | 0 | 0 | 25 | 100 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | TIKI LUAU CAFE BAR | AV. UNIDAD NACIONAL Y CATALINA RIVERA | TERCERA | 0 | 0 | 23 | 92 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | NEFERTARIS | 2 DE MAYO Y GENERAL MALDONADO | TERCERA | 0 | 0 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | BLACK MOON | CAYAMBE Y AV. ATAHUALPA | TERCERA | 0 | 0 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | CAFE BAR QUIJANO | GENERAL PROAÑO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | TERCERA | 0 | 0 | 11 | 44 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | ESPAÑOL EL | AV. ELOY ALFARO Y GATAZO | PRIMERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | TEMPLARIO EL | LUIS F VIVERO 102 Y SANCHEZ DE ORELLANA | PRIMERA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | GRINGO Y LA GORDA EL | CALLE QUITO Y PADRE SALCEDO | PRIMERA | 0 | 0 | 12 | 48 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------------|----------------|---------------------------|---|---------|----|----|----|-----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | CUNANI | PASAJE LUIS F. VIVERO Y QUIJANO Y ORDOÑEZ | SEGUNDA | 0 | 0 | 5 | 20 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | MAGMA | BELISARIO QUEVEDO Y GENERAL MALDONADO | SEGUNDA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | GELATERIA LA FORNACE | QUITO 1755 Y ABEL ECHEVERRIA | SEGUNDA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | PASAJE EL | PADRE SALCEDO 4-97 Y QUITO | TERCERA | 30 | 53 | 9 | 36 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | MARIA PIEDAD | SANCHEZ DE ORELLANA 16-80 Y GUAYAQUIL | TERCERA | 0 | 0 | 4 | 16 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | GALERIA CAFE EL QUIJOTE | ISALA SAN SALVADOR Y HERMANAS PAEZ | TERCERA | 0 | 0 | 5 | 20 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | FUENTE DE SODA | NICE CREAM | GUAYAQUIL Y SANCHEZ DE ORELLANA | SEGUNDA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | FUENTE DE SODA | HELADOS DE PAILA COTOPAXI | QUIJANO Y ORDOÑEZ 4-30 Y TARQUI | SEGUNDA | 0 | 0 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | FLAMBE RESTAURANTE | CLEMENTE YEROVI Y VELASCO IBARRA | PRIMERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | FUTBOL TIMES | GRAL. MALDONADO 5-44 Y BELISARIO QUEVEDO | PRIMERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | FOGON EL | AV. UNIDAD NACIONAL Y L. PINO | SEGUNDA | 0 | 0 | 13 | 52 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS ROSITA | AV. ELOY ALFARO 31-126 Y GRAL. MONTERO | SEGUNDA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCUCARAS LA MAMA NEGRA | QUIJANO Y ORDOÑEZ 167 Y AV. RUMIÑAHUI | SEGUNDA | 0 | 0 | 11 | 44 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | BOUN GIORNO | GENERAL MALDONADO Y SANCHEZ DE ORELLANA | SEGUNDA | 0 | 0 | 20 | 80 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | SUPER POLLO RICO | AV. AMAZONAS Y DIEGO NOBOA | SEGUNDA | 0 | 0 | 48 | 192 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------------|-------------|------------------------------------|--|---------|---|---|----|----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | PIZZERIA CALIFORNIA | QUITO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | SEGUNDA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | BUONA PIZZERIA RESTAURANT | SANCHEZ DE ORELLANA Y GRAL. MALDONADO | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | NAPOLES PIZZERIA | AV. RUMIÑAHUI 37-83 Y AV. ROOSEVELT | TERCERA | 0 | 0 | 13 | 52 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | RESTAURANT CHOKLOS | ANTONIA VELA Y BENJAMIN TERAN | TERCERA | 0 | 0 | 14 | 56 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | PIZZERIA BAMBINO EL SABOR ITALIANO | ANTONIA VELA 17-35 Y BENJAMIN TERAN | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | PIZZERIA D'ANGELO | JUAN ABEL ECHEVERRIA 6- 73 Y SANCHEZ DE ORELLANA | TERCERA | 0 | 0 | 13 | 52 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | RESTAURAN SAN LUIS | AV. GENERAL PROAÑO 7-115 Y ORIENTE | TERCERA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | ROMMELYUS | AV. AMAZONAS, LOTE 37, SECTOR LA ESTRELLA DE LA MAÑANA | TERCERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS EMANUEL | QUIJANO Y ORDOÑEZ 1-37 Y RUMIÑAHUI | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | PIZERIA BUONA SANDRINA | AV. RUMIÑAHUI Y ROOSEVELT | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | SABOR LATINO RESTAURANT | AV. MARCO AURELIO SUBIA Y GENERAL MONTERO | TERCERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS SABOR LATACUNGUEÑO | AV. ELOY ALFARO 31-214 Y GRAL. MONTERO | TERCERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CASTELLANA LA | AV. 5 DE JUNIO Y LAS PAMPAS | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | NAPOLITAN'S PIZZERIA | QUIJANO Y ORDOÑEZ Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | TERCERA | 0 | 0 | 5 | 20 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CAFETERIA OASIS | BELISARIO QUEVEDO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | TERCERA | 0 | 0 | 6 | 24 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------------|-------------|-----------------------------|---|---------|---|---|----|----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | OMNIPIZZA | BENJAMIN TERAN 4-16 Y HONORATO VASQUEZ | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS DON GOYO | QUIJANO Y ORDOÑEZ 11-88 Y MARQUEZ DE MAENZA | TERCERA | 0 | 0 | 15 | 60 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS ANITA | QUIJANO Y ORDOÑEZ 1-26 Y AV. RUMIÑAHUI | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS CHARITO | QUIJANO Y ORDOÑEZ 6805 Y MARQUEZ DE MAENZA | CUARTA | 0 | 0 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS DON PANCHO | QUIJANO Y ORDOÑEZ 1-105 Y AV. RUMIÑAHUI | CUARTA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | PUNTO DE ENCUENTRO | BELISARIO QUEVEDO Y GUAYAQUIL | CUARTA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | AMAZONAS | AV. AMAZONAS 5-85 Y 5 DE JUNIO | CUARTA | 0 | 0 | 16 | 64 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | NAPOLITAN'S PIZZERIA | QUIJANO Y ORDOÑEZ Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | TERCERA | 0 | 0 | 5 | 20 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | OMNIPIZZA | BENJAMIN TERAN 4-16 Y HONORATO VASQUEZ | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | MARISQUERIA PEDERNALES | QUIJANO Y ORDOÑEZ Y MARQUEZ DE MAENZA | TERCERA | 0 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | MARISQUERIA EL CHONERITO | ELOY ALFARO Y AV.5 DE JUNIO #4-30 | TERCERA | 0 | 0 | 7 | 28 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | ARUPOS LOS | QUIJANO Y ORDOÑEZ Y TARQUI | TERCERA | 0 | 0 | 14 | 56 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | D'CAMPE 2 | AV. 5 DE JUNIO Y AV. ELOY ALFARO | TERCERA | 0 | 0 | 18 | 72 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | PARRILLADAS EL COPIHUE ROJO | QUITO 14-38 TARQUI Y GRAL. MALDONADO | TERCERA | 0 | 0 | 16 | 64 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS DON GOYO | QUIJANO Y ORDOÑEZ 11-88 Y MARQUEZ DE MAENZA | TERCERA | 0 | 0 | 15 | 60 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|----------------------|----------------------|--|--|--------------------------------|---|---|----|----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | DI FRAGOLE | AV. UNIDAD NACIONAL 64-64 Y BOMBONA | TERCERA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | RESTAURANTE | CHUGCHUCARAS ANITA | QUIJANO Y ORDOÑEZ 1-26 Y AV. RUMIÑAHUI | TERCERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | TRANSPORTE TURISTICO | TRANSPORTE TERRESTRE | COMPANÍA DE TRANSPORTE TURÍSTICO COTTULLARI | AV. AMAZONAS 18-21 Y ALFREDO BAQUERIZO MORENO | SERVICIO TRANSP.TERRE S.TURIS. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | TRANSPORTE TURISTICO | TRANSPORTE TERRESTRE | COMPANÍA DE TRANSPORTE TURÍSTICO COMILPATRIA | AV. AMAZONAS 23-72 Y JUAN JOSÉ FLORES | SERVICIO TRANSP.TERRE S.TURIS. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | METROPOLITAN TOURING | GUAYAQUIL Y SANCHEZ DE ORELLANA | INTERNACIONAL | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | ADAZTOUR | SANCHEZ DE ORELLANA 14-67 Y G. MALDONADO | INTERNACIONAL | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | NEIGES | GUAYAQUIL 6-25 Y QUITO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | TOVAR EXPEDITIONS CIA. LTDA. | PASAJE LUIS F. VIVERO 1-31 Y QUIJANO Y ORDOÑEZ | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | SELVA NIEVE EXPEDICIONES | GUAYAQUIL 520 Y BELIZARIO QUEVEDO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | EXPEDIT VOLCANO ROUTE | QUITO 454 Y PADRE SALCEDO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | BERRAZUETA & BERRAZUETA | PADRE SALCEDO 4-38 Y QUITO | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | GREIVAG TURISMO Y SERVICIOS CONEXOS CIA. LDTA. | GUAYAQUIL Y SANCHEZ DE ORELLANA | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | INTERTURING | AV. ELOY ALFARO Y GATAZO, MALL LA MALTERIA | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | SWEET ECUADOR | AV. ATAHUALPA 36-176 Y ROOSEVELTH | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|--------------------|-------------------|---|---|-----------|----|----|----|-----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | BERRAZUETA PAEZ TIERRAZERO TOURS CIA. LTDA. | PASAJE LUIS F. VIVERO 107 Y SANCHEZ DE ORELLANA | OPERADORA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | AGENCIAS DE VIAJES | AGENCIAS DE VIAJE | ECOTRAILEC OPERADORES TURISTICOS CIA. LTDA. | AV. 5 DE JUNIO 1-62 Y RIO LANGOA | DUALIDAD | 0 | 0 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | DOMUS | BELISARIO QUEVEDO Y GRAL. MALDONADO | PRIMERA | 13 | 29 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | VILLA DE TACVNGA | SÁNCHEZ DE ORELLANA Y GUAYAQUIL | PRIMERA | 14 | 26 | 80 | 320 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | MÁRQUEZ EL | MARQUEZ DE MAENZA Y ROOSELVET | PRIMERA | 18 | 38 | 22 | 88 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | MAK IN HOUSE | SIXTO LANAS 59-36 Y MARCO TULIO VAREA | PRIMERA | 12 | 22 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ROSSER | ANTONIA VELA Y JOSE SARMIENTO | SEGUNDA | 18 | 32 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ALAMO EL | 2 DE MAYO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA | SEGUNDA | 12 | 27 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | RODELU | QUITO 16-31 Y PADRE SALCEDO | SEGUNDA | 19 | 34 | 16 | 64 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ILINIZAS DE CAZAÑAS LOS | AV. AMAZONAS 8-86 Y PADRE SALCEDO | SEGUNDA | 16 | 28 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SAN RAFAEL | ISIDRO AYORA Y JAIME ROLDOS | SEGUNDA | 24 | 0 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | PILLAREÑITA | MARCO A. SUBIA Y RPIO GUAYAS | TERCERA | 13 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ENDAMO | 2 DE MAYO 430 Y TARQUI | TERCERA | 13 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | RITZOR | AV. ORIENTE 444 Y ISLA SEIMUR | TERCERA | 13 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | CABAÑAS LA LAGUNA | SUMACO, VÍA A SANTÁN | TERCERA | 22 | 48 | 19 | 76 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SANTIAGO | 2 DE MAYO Y GUAYAQUIL | TERCERA | 16 | 36 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | NEVADOS LOS | AV. 5 DE JUNIO Y ELOY ALFARO | TERCERA | 16 | 32 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------|-------------------|--------------|---|---------|----|----|----|----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | COCHA LA | PURUHAES Y CAÑARIS TRAS EL COLEGIO VICENTE LEÓN | TERCERA | 29 | 58 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | LLACTA-CUNGA | AV. ELOY ALFARO 729-13 Y GRAL. MONTERO | TERCERA | 16 | 34 | 10 | 40 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | ANDES LOS | FLAVIO ALFARO 1-13 Y ELOY ALFARO | TERCERA | 26 | 52 | 5 | 20 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | CAFE TIANA | LUIS F. VIVERO 131 Y SANCHEZ DE ORELLANA | TERCERA | 12 | 28 | 7 | 28 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | TURISTA 2 EL | PANGUA 323 Y CUSUBAMBA | TERCERA | 12 | 24 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | RIELES LOS | AV. MARCO AURELIO SUBIA | TERCERA | 14 | 28 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | ROSIM | QUITO 16-31 Y PADRE SALCEDO | TERCERA | 16 | 40 | 3 | 12 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | COTOPAXI | PADRE SALCEDO 5-61 Y SANCHEZ ORELLANA | TERCERA | 16 | 38 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | AMAZONAS | FELIX VALENCIA 4-67 Y AV.AMAZONAS | TERCERA | 29 | 53 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | ANTONIA VELA | ANTONIA VELA Y CALIXTO PINO | TERCERA | 12 | 20 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | JACKELINE | ANTONIA VELA 78-68 Y FELIX VALENCIA | TERCERA | 18 | 26 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | CENTRAL | SANCHEZ DE ORELLANA Y PADRE SALCEDO | TERCERA | 15 | 30 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | FANTASÍA | PANAMERICANA NORTE KM. 4 1/2 VÍA QUITO | TERCERA | 17 | 34 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | CRISTAL | AV. MARCO AURELIO SUBIA 17-17 Y RIO GUAYAS | TERCERA | 14 | 21 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | BALCON EL | AV.AMAZONAS 7-047 Y TARQUI | TERCERA | 12 | 27 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|----------|-----------|-------------------|-------------------|--|---|---------|----|----|----|-----|
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | ROSITA LATACUNGA | GRAL. PROAÑO 2-19 Y SANCHEZ DE ORELLANA | TERCERA | 13 | 30 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | VISTA HERMOSA LATACUNGA | QUILINDAÑA Y PUTZALAHUA | TERCERA | 21 | 49 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOSTERIA | CASA DEL VIAJERO BED AND BREAKFAST COTOPAXI-ECUADOR LA | SALACHE RUMIPAMBA, A 300 M DE NARANJO ROSES, JUNTO AL PASO LATERAL DE LATACUNGA | TERCERA | 6 | 17 | 19 | 76 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | JOSHED | AV AMAZONAS Y VELASCO IBARRA | PRIMERA | 39 | 81 | 9 | 36 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | MAKROZ | FELIX VALENCIA 8 - 56 Y QUITO | PRIMERA | 33 | 67 | 30 | 120 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | JIMMY | AV. 5 DE JUNIO 189 Y AV. COTOPAXI | SEGUNDA | 30 | 56 | 0 | 0 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | ALOJAMIENTO | HOTEL | CARIBEAN REAL | AV.GENERAL PROAÑO Y BABAS | CUARTA | 30 | 60 | 60 | 240 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | ABUELO PUB AND COFFEE | GUAYAQUIL Y QUITO | PRIMERA | 0 | 0 | 8 | 32 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | ABUELO CAFÉ BAR | QUITO Y LEOPOLDO PINO | PRIMERA | 0 | 0 | 15 | 60 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | MOTHER BLACK | AV. GENERAL PROAÑO, SECTOR SAN MARTÍN | PRIMERA | 0 | 0 | 12 | 48 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | FAROL VIP EL | GENERAL PROAÑO Y SANCHEZ DE ORELLANA | SEGUNDA | 0 | 0 | 25 | 100 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | TIKI LUAU CAFE BAR | AV. UNIDAD NACIONAL Y CATALINA RIVERA | TERCERA | 0 | 0 | 23 | 92 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | BAR | NEFERTARIS | 2 DE MAYO Y GENERAL MALDONADO | TERCERA | 0 | 0 | 6 | 24 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | COMIDAS Y BEBIDAS | CAFETERIA | ESPAÑOL EL | AV. ELOY ALFARO Y GATAZO | PRIMERA | 0 | 0 | 10 | 40 |

Fuente: (GAD Municipal del canton Latacunga, 2015)

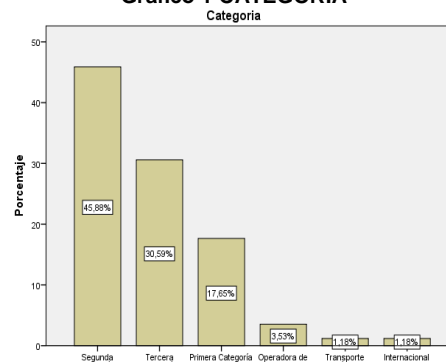
Anexo 2

Tabulación de encuestas de prestadores de servicios

Tabla 1: CATEGORIA

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Valido |
|----------------------|------------|------------|-------------------|
| Primera Categoría | 13 | 15,3 | 15,3 |
| Segunda Categoría | 21 | 24,7 | 40,0 |
| Tercera Categoría | 42 | 49,4 | 89,4 |
| Cuarta | 4 | 4,7 | 94,1 |
| Transporte Turístico | 1 | 1,2 | 95,3 |
| Internacional | 1 | 1,2 | 96,5 |
| Operadora de Tour | 3 | 3,5 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 1 CATEGORIA



Análisis:

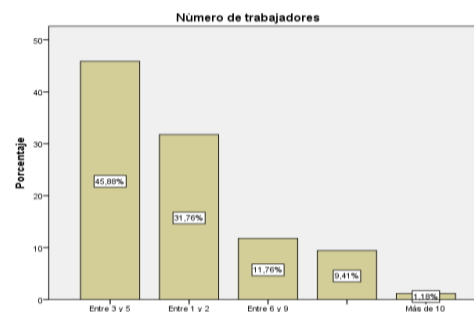
Del 100% de las empresas encuestadas el 49,4% (42 personas) son de tercera categoría, el 24,7% (26 personas) son de segunda categoría y en último lugar con 1,2% (1 persona) el transporte terrestre turístico y las operadoras internacionales.

Tabla 25: NÚMERO DE TRABAJADORES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| Entre 3 y 5 | 39 | 45,9 | 45,9 |
| Entre 1 y 2 | 27 | 31,8 | 77,6 |
| Entre 6 y 9 | 10 | 11,8 | 89,4 |
| Más de 10 | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Elaborado: Andrea Parreño

Gráfico 2 NUMERO DE TRABAJADORES

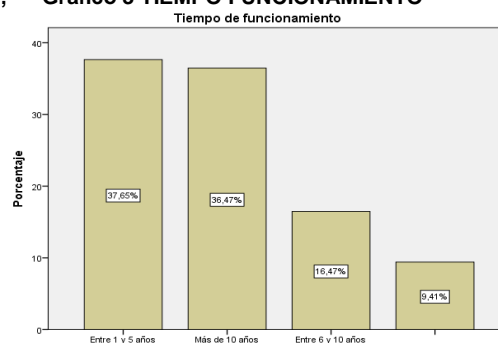


Análisis:

De las empresas encuestadas el 45,9% (39 personas) tienen entre 3 y 5 trabajadores, el 31,8% (27 personas) tienen entre 1 y 2 trabajadores y el 11,8% (10 personas) tienen entre 6 y 9 trabajadores. Mientras que el 9,41% (8 personas) no tiene personal contratado debido a que las personas que trabajan ahí son familia y se ayudan.

Tabla 26: TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO

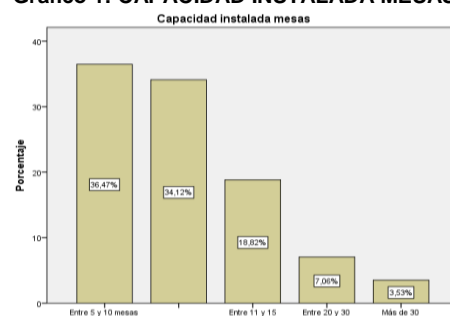
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Entre 1 y 5 años | 32 | 37,6 | 37,6 |
| Más de 10 años | 31 | 36,5 | 74,1 |
| Entre 6 y 10 años | 14 | 16,5 | 90,6 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 3 TIEMPO FUNCIONAMIENTO**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 35,7% (32 personas) tienen entre 1 y 5 años de funcionamiento, el 36,5% (31 personas) tienen más de 10 años de funcionamiento y el 16,5% (14 personas) tienen entre 6 y 10 años de funcionamiento. Y el 9,41% (8 personas) no respondieron.

Tabla 27: CAPACIDAD INSTALADA MESAS

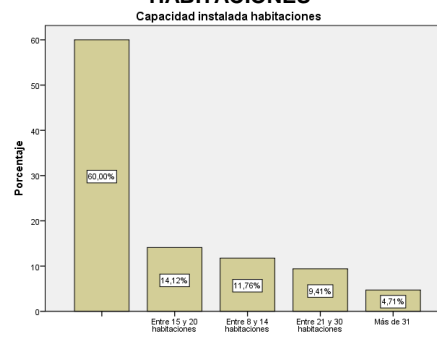
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Entre 5 y 10 mesas | 31 | 36,5 | 36,5 |
| Entre 11 y 15 | 16 | 18,8 | 89,4 |
| Entre 20 y 30 | 6 | 7,1 | 96,5 |
| Más de 30 | 3 | 3,5 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 1: CAPACIDAD INSTALADA MESAS**Análisis:**

De las empresas encuestadas, el 36,5% tienen entre 5 y 10 mesas disponibles, el 18,8% tiene entre 11 y 15 mesas, el 7,1% tienen entre 20 y 30 mesas y el 3,5% tiene más de 30 mesas. El 34,12% no respondieron.

Tabla 28: CAPACIDAD INSTALADA HABITACIONES

| | Frecuencia | Porcentaje e válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------------|------------|---------------------|----------------------|
| Entre 15 y 20 habitaciones | 51 | 60,0 | 60,0 |
| Entre 8 y 14 habitaciones | 12 | 14,1 | 74,1 |
| Entre 21 y 30 habitaciones | 10 | 11,8 | 85,9 |
| Más de 31 | 8 | 9,4 | 95,3 |
| Más de 31 | 4 | 4,7 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

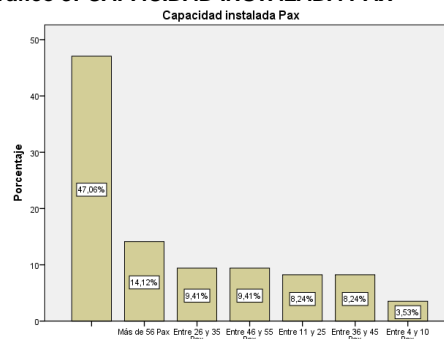
Gráfico 2: CAPACIDAD INSTALADA DE HABITACIONES**Análisis:**

De las 85 empresas encuestadas, el 14,1% tienen entre 15 y 20 habitaciones disponibles y el 11,8% tienen entre 8 y 14 habitaciones disponibles. Mientras que el 60% (51 personas) no respondieron a la pregunta realizada debido a que no son empresas de alojamiento y no tienen habitaciones.

Tabla 29: CAPACIDAD INSTALADA PAX

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 40 | 47,1 | 47,1 |
| Más de 56 Pax | 12 | 14,1 | 61,2 |
| Entre 26 y 35 Pax | 8 | 9,4 | 70,6 |
| Entre 46 y 55 Pax | 8 | 9,4 | 80,0 |
| Entre 11 y 25 | 7 | 8,2 | 88,2 |
| Entre 36 y 45 Pax | 7 | 8,2 | 96,5 |
| Entre 4 y 10 Pax | 3 | 3,5 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 3: CAPACIDAD INSTALADA PAX

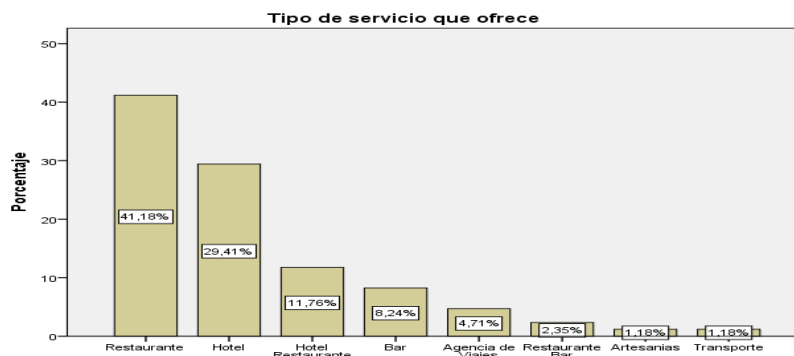
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 14,1% (12 personas) tienen más de 56 Pax de disponibilidad, el 9,4% (8 personas) tienen entre 26 y 35 Pax y entre 46 y 55 Pax de disponibilidad, con un 3,53% (3 personas). Entre 4 y 10 Pax. Finalmente el 47,1% (40 personas) no respondieron a la pregunta.

Tabla 30: TIPO DE SERVICIO QUE OFRECE

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Restaurante | 35 | 41,2 | 41,2 |
| Hotel | 25 | 29,4 | 70,6 |
| Hotel Restaurante | 10 | 11,8 | 82,4 |
| Bar | 7 | 8,2 | 90,6 |
| Agencia de Viajes | 4 | 4,7 | 95,3 |
| Restaurante Bar | 2 | 2,4 | 97,6 |
| Artesanías | 1 | 1,2 | 98,8 |
| Transporte | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 4: TIPO DE SERVICIO QUE OFRECE

**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 41,2% (35 personas) son restaurantes, el 29,4% (25 personas) son hoteles y el 11,8% (10 personas) son hoteles – restaurantes, y al final con 1,18% se encuentran las artesanías y el transporte, que son los servicios adicionales que ofrecen las empresas

Tabla 31: TIPO DE TURISTAS VISITAN EN EL NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Turistas Nacionales | 57 | 67,1 | 67,1 |
| Nacionales y Extranjeros | 17 | 20,0 | 87,1 |
| Turistas Extranjeros | 11 | 12,9 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 5: TIPO DE TURISTAS VISITAN EN EL NEGOCIO

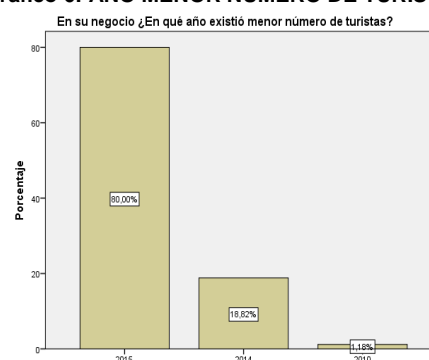
**Análisis:**

Del 100% de las empresas encuestadas el 67,1% (57 personas) son visitadas por turistas nacionales, y el 20% (17 personas) son visitadas tanto por turistas nacionales y extranjeros, mientras que el 12,94% (11 personas) lo visitan los turistas extranjeros.

Tabla 32: AÑO MENOR NÚMERO DE TURISTAS

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| 2015 | 68 | 80,0 | 80,0 |
| 2014 | 16 | 18,8 | 98,8 |
| 2010 | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 6: AÑO MENOR NÚMERO DE TURISTAS

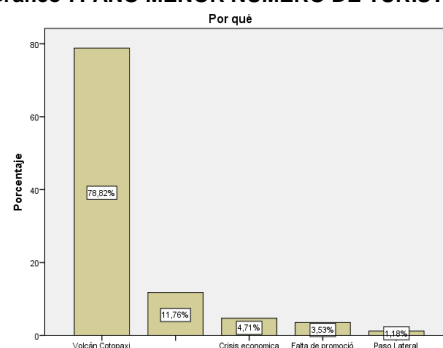
**Análisis:**

De las empresas encuestadas, el 80% (68 personas) corresponde al año 2015 que fue el año en el que hubo poco ingreso de turistas, mientras que para otros establecimientos turísticos piensan que su menos ingreso fue en el año 2010 con el 1,18%. (1 persona)

Tabla 33: AÑO MENOR NÚMERO DE TURISTAS

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Volcán Cotopaxi | 67 | 78,8 | 78,8 |
| Crisis económica | 4 | 4,7 | 95,3 |
| Falta de promoción | 3 | 3,5 | 98,8 |
| Paso Lateral | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 7: AÑO MENOR NÚMERO DE TURISTAS

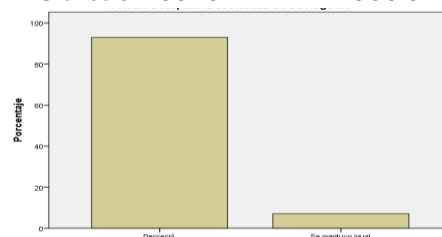
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 78,8% mencionaron que sus negocios ya no son concurridos debido a la actividad del Volcán Cotopaxi, el 4,7% mencionaron que se debe a la crisis económica que está pasando el país. Y el 1,18% les afectado el paso lateral. El 11,8% no respondieron.

Tabla 34: ECONOMÍA DEL NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Decreció | 79 | 92,9 | 92,9 |
| Se mantuvo igual | 6 | 7,1 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 8: ECONOMÍA DEL NEGOCIO

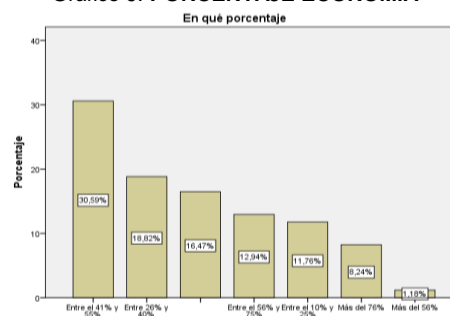
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 92,9% existe un decrecimiento en la economía de sus negocios ya que al parecer se ven afectados por el Volcán Cotopaxi. El 7,1% se mantuvo igual. No existió incremento.

Tabla 35: ECONOMÍA DEL NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Entre el 41% y 55% | 26 | 30,6 | 30,6 |
| Entre 26% y 40% | 16 | 18,8 | 49,4 |
| Entre el 56% y 75% | 11 | 12,9 | 78,8 |
| Entre el 10% y 25% | 10 | 11,8 | 90,6 |
| Más del 76% | 7 | 8,2 | 98,8 |
| Más del 56% | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 9: PORCENTAJE ECONOMÍA

**Análisis:**

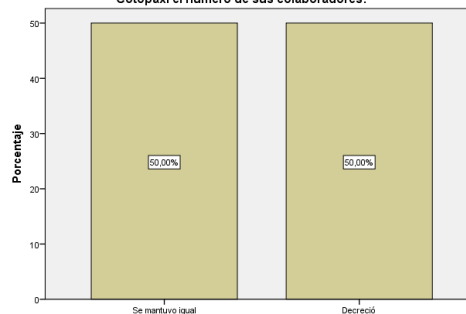
De las empresas encuestadas el 30,6% tienen una valoración de entre el 41% y 55% de decrecimiento de su negocio, el 18,8% tienen entre el 26% y 40%; el 11,8% está entre el 10% y 25%. El 16,47% (14 personas) de las empresas encuestadas no respondieron un valor exacto.

Tabla 36: NÚMERO DE COLABORADORES

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|----------------------|
| Se mantuvo igual | 42 | 49,4 | 50,0 |
| Decreció | 42 | 49,4 | 100,0 |
| Total | 84 | 98,8 | |

Gráfico 10: NÚMERO DE COLABORADORES

Desde que inició el incremento de la intensidad del proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi el número de sus colaboradores:

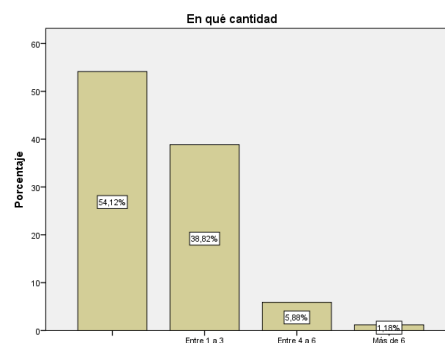
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 99,8% se mantuvo igual con el número de colaboradores y en otros casos tuvieron que disminuir a sus colaboradores un 49,9%.

Tabla 37: NUMERO DE COLABORADORES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 46 | 54,1 | 54,1 |
| Entre 1 a 3 | 33 | 38,8 | 92,9 |
| Entre 4 a 6 | 5 | 5,9 | 98,8 |
| Más de 6 | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 11: NUMERO COLABORADORES

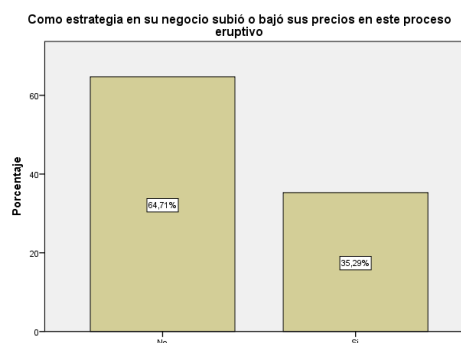
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 38,8% se encuentra entre 1a 3 colaboradores, el 5,9% entre 4 a 6 colaboradores y el 1,2% tienen más de 6 colaboradores que han tenido que dejar su trabajo. El 54.12% (46 personas) no respondieron porque cuenta con la misma cantidad de colaboradores.

Tabla 38: ESTRATEGIA PRECIOS

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| No | 55 | 64,7 | 64,7 |
| Si | 30 | 35,3 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 12: ESTRATEGIA PRECIOS

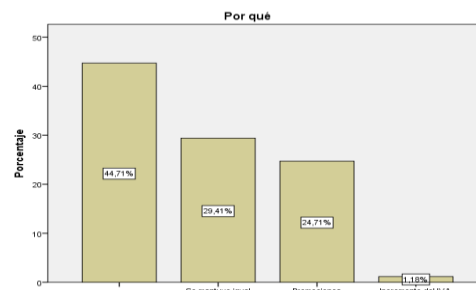
**Análisis:**

De las 85 empresas encuestadas, el 64% no subió ni bajó sus precios, como estrategia para su negocio, mientras que el 35,3% si variaron sus precios como estrategia para atraer a los turistas.

Tabla 39: ESTRATEGIA PRECIOS

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 38 | 44,7 | 44,7 |
| Se mantuvo igual | 25 | 29,4 | 74,1 |
| Promociones | 21 | 24,7 | 98,8 |
| Incremento del IVA | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 13: ESTRATEGIA PRECIOS

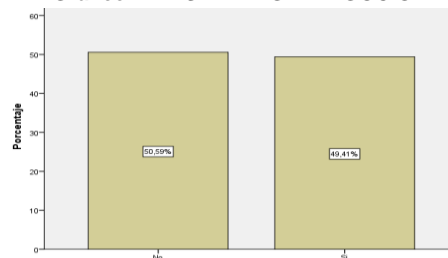
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 29,4% se mantuvo igual en sus precios, el 24,7% utilizó como estrategia diferentes promociones y el 1,2% tuvo que incrementar sus precios por el IVA establecido. El 44,71% no respondió.

Tabla 40: ESTRATEGIA NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| No | 43 | 50,6 | 50,6 |
| Si | 42 | 49,4 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 14: ESTRATEGIA NEGOCIO



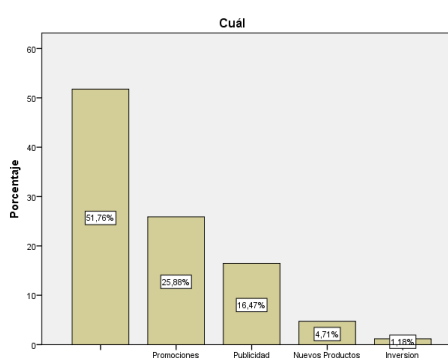
Análisis:

De las empresas encuestadas el 50,6% (43 Empresas) no utilizó ninguna estrategia para mejorar su negocio con respecto al proceso eruptivo, y el 49,4% (42 empresas) si utilizó alguna estrategia para el proceso eruptivo.

Tabla 41: ESTRATEGIA NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|-------------------|----------------------|
| No contestas | 44 | 51,8 | 51,8 |
| Promociones | 22 | 25,9 | 77,6 |
| Publicidad | 14 | 16,5 | 94,1 |
| Nuevos Productos | 4 | 4,7 | 98,8 |
| Inversión | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 15: ESTRATEGIA NEGOCIO



Análisis:

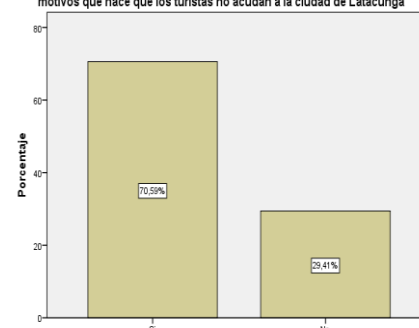
De las empresas encuestadas el 51,8 % no aplicaron ninguna estrategia, el 25,9% aplicaron diferentes promociones, y el 16,5% aplicaron estrategias de publicidad; mientras que el 1,18 decidió realizar pequeñas inversiones en sus negocios.

Tabla 42: MOTIVOS VISITA DE TURISTAS

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 60 | 70,6 | 70,6 |
| No | 25 | 29,4 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 16: MOTIVOS VISITA DE TURISTAS

¿Cree usted que la actividad eruptiva del Volcán Cotopaxi es uno de los mayores motivos que hace que los turistas no acudan a la ciudad de Latacunga

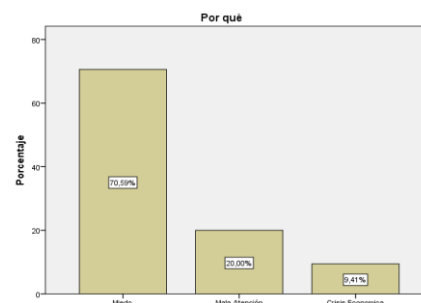


Análisis:

De las empresas encuestadas el 79,59% piensan que la actividad del Volcán Cotopaxi es el mayor motivo para que los turistas no acudan a la ciudad de Latacunga, y el 29,41% respondieron que este no es el mayor motivo de ingreso de turistas a la ciudad de Latacunga, si no otros factores.

Tabla 43: MOTIVOS VISITA DE TURISTAS

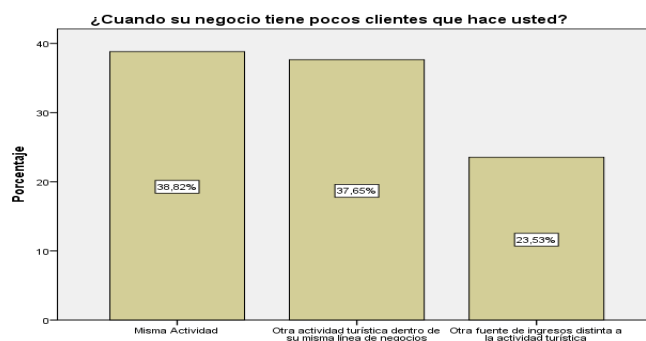
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Miedo | 60 | 70,6 | 70,6 |
| Crisis Económica | 17 | 20,0 | 90,6 |
| Mala Atención | 8 | 9,4 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 17: MOTIVOS VISITA DE TURISTAS**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 70,59% respondieron que los turistas no visitan Latacunga por el miedo al Volcán Cotopaxi, y el 20% respondieron a la crisis económica que está atravesando el país. Y el 9,41% a la mala atención por parte de los prestadores de servicios.

Tabla 44: ACTIVIDADES EN EL NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|-------------------|----------------------|
| Misma Actividad | 33 | 38,8 | 38,8 |
| Otra actividad turística dentro de su misma línea de negocios | 32 | 37,6 | 76,5 |
| Otra fuente de ingresos distinta a la actividad turística | 20 | 23,5 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

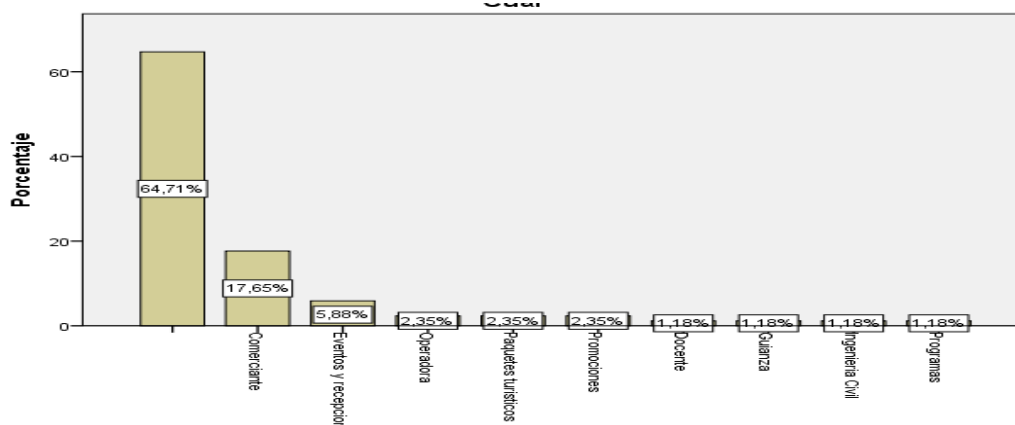
Gráfico 18: ACTIVIDADES EN EL NEGOCIO**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 38,82% de ellas se mantienen realizando la misma actividad, el 37,65% realizan otra actividad turística dentro de la misma línea del negocio y el 23,53% la complementan con otra fuente de ingresos distinta a la actividad turística.

Tabla 45: ACTIVIDADES EN EL NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 55 | 64,7 | 64,7 |
| Comerciante | 15 | 17,6 | 82,4 |
| Eventos y recepción | 5 | 5,9 | 88,2 |
| Operadora | 2 | 2,4 | 90,6 |
| Paquetes turísticos | 2 | 2,4 | 92,9 |
| Promociones | 2 | 2,4 | 95,3 |
| Docente | 1 | 1,2 | 96,5 |
| Guianza | 1 | 1,2 | 97,6 |
| Ingeniería Civil | 1 | 1,2 | 98,8 |
| Programas | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 19: ACTIVIDADES EN EL NEGOCIO

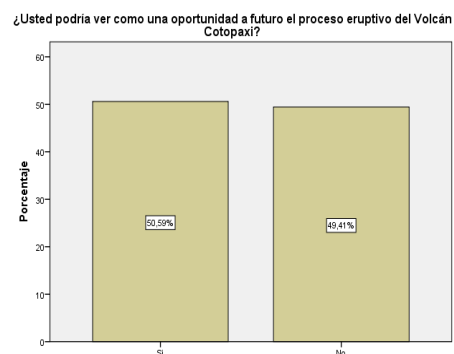
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 64,7% no respondieron ya que se dedican únicamente a su negocio como prestadores de servicios complementándolo con otra actividad turística como realizar eventos, guanzas, mientras que el porcentaje restante simplemente ejercen otras profesiones como comerciantes, ingeniera civil.

Tabla 46: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 43 | 50,6 | 50,6 |
| No | 42 | 49,4 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 20: OPORTUNIDAD

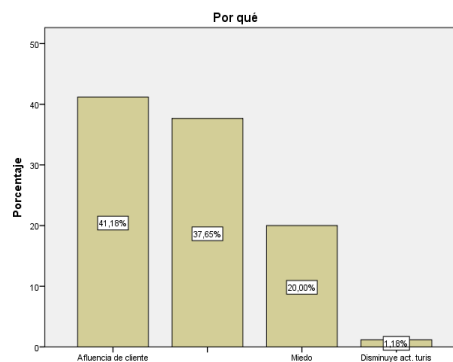
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 50,59% respondieron que SI pueden ver como una oportunidad a futuro el proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi y el 49,41% respondieron que NO pueden ver como una oportunidad a futuro.

Tabla 47: ACTIVIDADES EN EL NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Afluencia de cliente | 35 | 41,2 | 41,2 |
| Miedo | 32 | 37,6 | 78,8 |
| Disminuye actividad Turística | 17 | 20,0 | 98,8 |
| Total | 85 | 100,0 | 100,0 |

Gráfico 21: ACTIVIDADES EN EL NEGOCIO



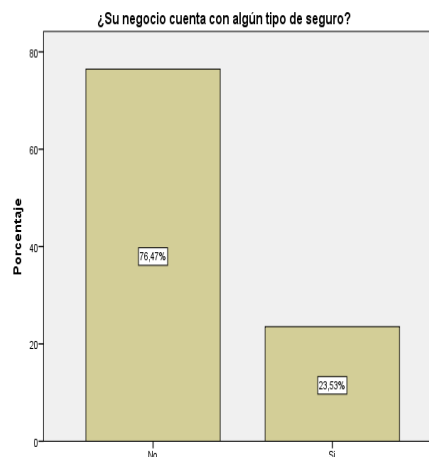
Análisis:

De las empresas encuestadas el 41,2% respondieron si pueden ver como una oportunidad ya que la afluencia de clientes puede existir debido a que les guste ese tipo de actividad, 20% piensa que no puede ver como una oportunidad debido a que los turistas pueden tener miedo por el proceso, disminuyendo la actividad turística. Mientras que un 37%65 no opinaron

Tabla 48: SEGURO DE NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| No | 65 | 76,5 | 76,5 |
| Si | 20 | 23,5 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | 100,0 |

Gráfico 22: SEGURO DE NEGOCIO



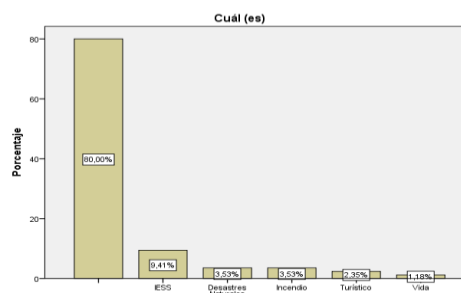
Análisis:

De las empresas encuestadas el 76,5% (65 empresas) NO poseen ningún tipo de seguro para su negocio y el 23,5%(20 empresas) Si poseen algún seguro.

Tabla 49: SEGURO DE NEGOCIO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|-------------------|----------------------|
| IESS | 68 | 80,0 | 80,0 |
| Desastres Naturales | 8 | 9,4 | 89,4 |
| Incendio | 3 | 3,5 | 92,9 |
| Turístico | 3 | 3,5 | 96,5 |
| Vida | 2 | 2,4 | 98,8 |
| Total | 1 | 1,2 | 100,0 |

Gráfico 23: SEGURO DE NEGOCIO



Análisis:

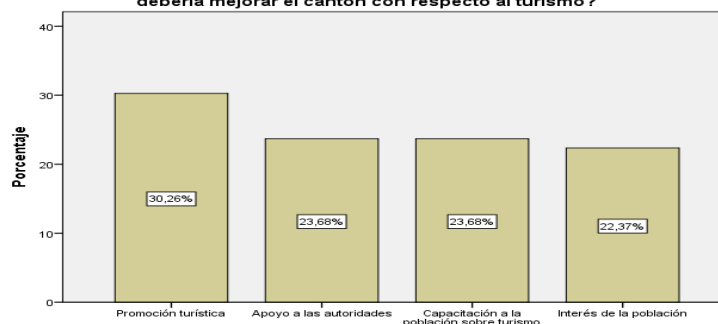
De las empresas encuestadas el 80% (68 empresas) no respondieron porque no poseen seguro o no están al tanto del nombre del seguro, mientras que el valor restante tienen seguros en el IESS con 9,41%, Desastres naturales con 3,5% el 3,5% contra incendio, el 2,4% turístico y el 1,2% poseen seguro de vida.

Tabla 50: ASPECTOS A MEJORAR POR AUTORIDADES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|-------------------|----------------------|
| Promoción turística | 23 | 30,3 | 30,3 |
| Apoyo a las autoridades | 18 | 23,7 | 53,9 |
| Capacitación a la población sobre turismo | 18 | 23,7 | 77,6 |
| Interés de la población | 17 | 22,4 | 100,0 |
| Total | 85 | | |

Gráfico 24: ASPECTOS A MEJORAR POR AUTORIDADES

Del 1 al 4 pondere, siendo 1 el de mayor uso ¿Qué aspectos considera usted que debería mejorar el cantón con respecto al turismo?

**Análisis:**

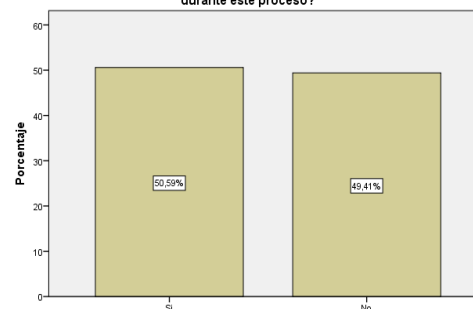
De las empresas encuestadas el 30,3% respondieron que se debe mejorar la promoción turística, el 23,7% que se debe mejorar el apoyo de las autoridades, el 23,7% que se debe mejorar la capacitación a la población, y el 22,4% respondieron que se debe mejorar el interés de la población.

Tabla 51: CAPACITACIÓN

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 43 | 50,6 | 50,6 |
| No | 42 | 49,4 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 25: CAPACITACIÓN

Debido a la emergencia producida por el Volcán Cotopaxi ¿Usted a recibido capacitación sobre que hacer y cómo mantener la calma usted y los turistas durante este proceso?

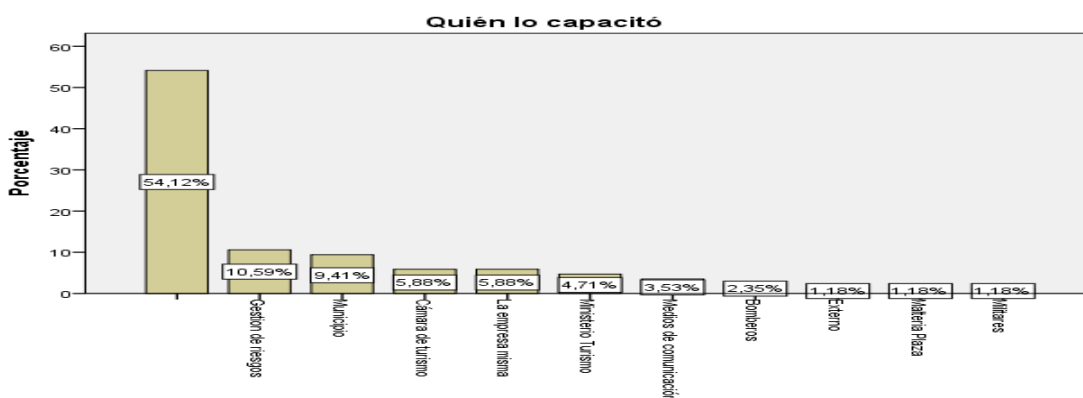
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 50,6% (43) SI ha recibieron algún tipo capacitación para turistas o para sus negocios, y el 49,41% NO recibieron ninguna capacitación.

Tabla 52: CAPACITACION

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 46 | 54,1 | 54,1 |
| Gestión de riesgos | 9 | 10,6 | 64,7 |
| Municipio | 8 | 9,4 | 74,1 |
| Cámara de turismo | 5 | 5,9 | 80,0 |
| La empresa misma | 5 | 5,9 | 85,9 |
| Ministerio Turismo | 4 | 4,7 | 90,6 |
| Medios de comunicación | 3 | 3,5 | 94,1 |
| Bomberos | 2 | 2,4 | 96,5 |
| Externo | 1 | 1,2 | 97,6 |
| Materia Plaza | 1 | 1,2 | 98,8 |
| Militares | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 26: CAPACION



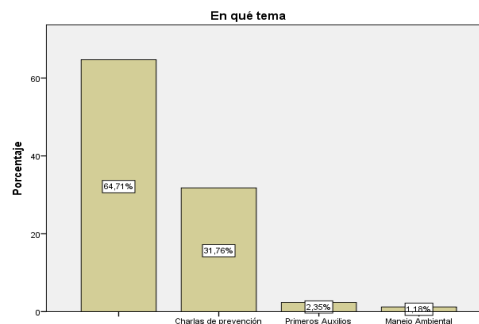
Análisis:

De las empresas encuestadas el 51,12% no respondieron acerca de quién los capacitó ya que no fueron capacitados, el 10,59% fueron capacitados por la Gestión de Riesgos, el 9,41% por el Municipio de la ciudad de Latacunga, el 5,88%, el 1,18 por los Militares, Materia plaza y externo.

Tabla 53: EN QUÉ TEMA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | 55 | 64,7 | 64,7 |
| Charlas de prevención | 27 | 31,8 | 96,5 |
| Primeros Auxilios | 2 | 2,4 | 98,8 |
| Manejo Ambiental | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 27: EN QUÉ TEMA



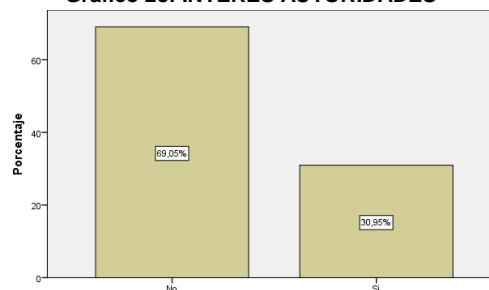
Análisis:

De las empresas encuestadas el 31,8% se han capacitado en charlas de prevención, el 2,4% en primeros auxilios y el 1,2% en manejo ambiental. El 64,1% (55 empresas) no respondieron ya que no han tenido capacitación.

Tabla 54: INTERES AUTORIDADES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| No | 58 | 68,2 | 69,0 |
| Si | 26 | 30,6 | 100,0 |
| Total | 84 | 98,8 | |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 28: INTERES AUTORIDADES

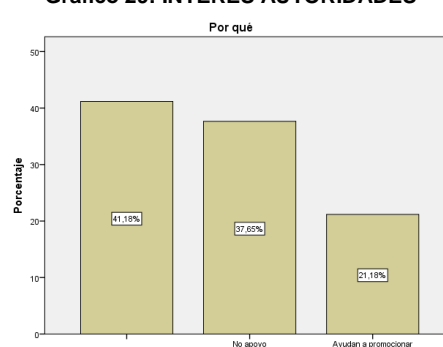
**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 69,2% (58) dijeron que no existe interés por las autoridades por diferentes temas, en especial por el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi y el 30,6% (26) creen que si existe interés por las autoridades.

Tabla 55: INTERES AUTORIDADES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| No apoyo | 35 | 41,2 | 41,2 |
| Ayudan a promocionar | 32 | 37,6 | 78,8 |
| Total | 18 | 21,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 29: INTERES AUTORIDADES

**Análisis:**

De las empresas encuestadas el 37,6% (32 empresas) creen que no existe apoyo y el 41,18 no respondieron porque ellos no han recibido ayuda por parte de las autoridades y el 21,2% creen que las autoridades ayudan a la promoción de la ciudad.

Tabla 56: ASISTIRIA A CAPACITACIONES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 80 | 94,1 | 94,1 |
| No | 5 | 5,9 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 30: ASISTIRIA A CAPACITACIONES

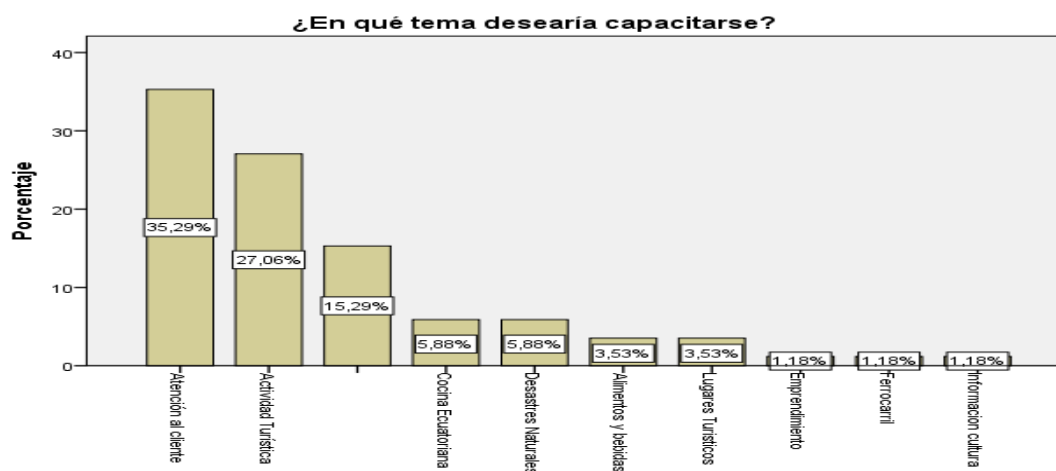
**Análisis:**

De 100% de las empresas encuestadas, el 94,1% (80) si desean asistir a capacitaciones reaccionado sobre el volcán Cotopaxi o con otros temas de importancia para las empresas y para las personas que ingresan al mismo (turistas), mientras que el 5,9% (5 empresas) no desean asistir a capacitarse.

Tabla 57: TEMA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Atención al cliente | 30 | 35,3 | 35,3 |
| Actividad Turística | 23 | 27,1 | 62,4 |
| No contestaron | 13 | 15,3 | 77,6 |
| Cocina Ecuatoriana | 5 | 5,9 | 83,5 |
| Desastres Naturales | 5 | 5,9 | 89,4 |
| Alimentos y bebidas | 3 | 3,5 | 92,9 |
| Lugares Turísticos | 3 | 3,5 | 96,5 |
| Emprendimiento | 1 | 1,2 | 97,6 |
| Ferrocarril | 1 | 1,2 | 98,8 |
| Información cultura | 1 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfico 31: TEMA



Análisis:

De las empresas entrevistadas desean capacitarse en áreas como atención al cliente 35,4%, actividades turísticas con 27,1% y el 5,9% en cocina ecuatoriana. Solo el 15,3% no respondieron.

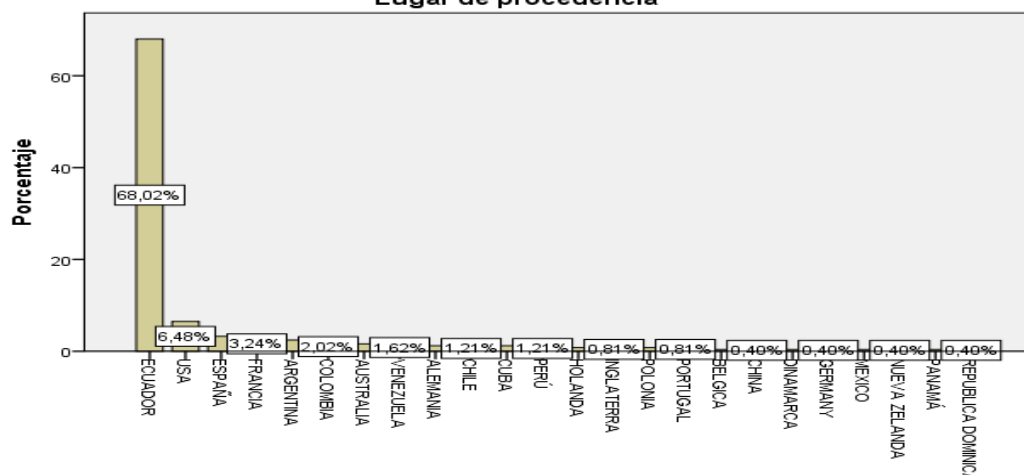
Anexo 3

Tabulación Turistas Nacionales y Extranjeros

Tabla 58 PAÍS DE PROCEDENCIA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Ecuador | 168 | 68,0 | 68,0 |
| Usa | 16 | 6,5 | 74,5 |
| España | 8 | 3,2 | 77,7 |
| Francia | 8 | 3,2 | 81,0 |
| Argentina | 6 | 2,4 | 83,4 |
| Colombia | 5 | 2,0 | 85,4 |
| Australia | 4 | 1,6 | 87,0 |
| Venezuela | 4 | 1,6 | 88,7 |
| Alemania | 3 | 1,2 | 89,9 |
| Chile | 3 | 1,2 | 91,1 |
| Cuba | 3 | 1,2 | 92,3 |
| Perú | 3 | 1,2 | 93,5 |
| Holanda | 2 | 0,8 | 94,3 |
| Inglaterra | 2 | 0,8 | 95,1 |
| Polonia | 2 | 0,8 | 96,0 |
| Portugal | 2 | 0,8 | 96,8 |
| Bélgica | 1 | 0,4 | 97,2 |
| China | 1 | 0,4 | 97,6 |
| Dinamarca | 1 | 0,4 | 98,0 |
| Germany | 1 | 0,4 | 98,4 |
| México | 1 | 0,4 | 98,8 |
| Nueva Zelanda | 1 | 0,4 | 99,2 |
| Panamá | 1 | 0,4 | 99,6 |
| República dominicana | 1 | 0,4 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 1 PAÍS DE PROCEDENCIA
Lugar de procedencia



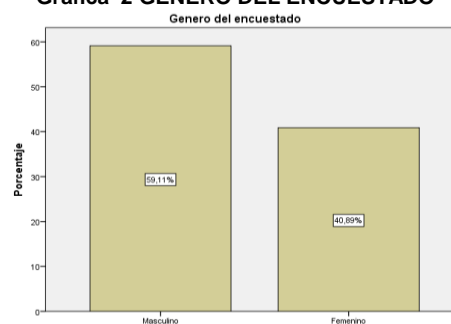
Análisis:

Del total de personas encuestadas la mayor parte de turistas que ingresan son de nacionalidad ecuatoriana con un 68,02%, seguido de nacionalidad USA con un valor de 6,05%, de ahí personas de República Dominicana, Panamá, México entre otros

Tabla 59 GÉNERO DEL ENCUESTADO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|-------------------|----------------------|
| Masculino | 146 | 59,1 | 59,1 |
| Femenino | 101 | 40,9 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 2 GÉNERO DEL ENCUESTADO

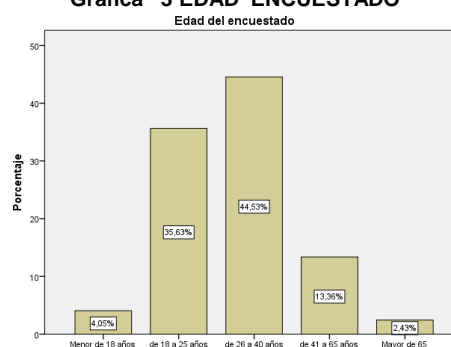
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados son de género masculino con un 59,11%, mientras que un 40,89% son de género femenino que han visitado la ciudad de Latacunga.

Tabla 60 EDAD DEL ENCUESTADO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|-------------------|----------------------|
| de 26 a 40 años | 110 | 44,5 | 44,5 |
| de 18 a 25 años | 88 | 35,6 | 80,2 |
| de 41 a 65 años | 33 | 13,4 | 93,5 |
| Menor de 18 años | 10 | 4,0 | 97,6 |
| Mayor de 65 | 6 | 2,4 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 3 EDAD ENCUESTADO

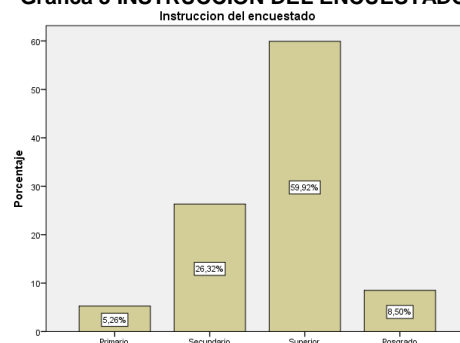
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados tienen una edad promedio de entre 26 a 40 años de edad equivalente al 53% de un total de 247 encuestados; mientras que las personas que menos ingresan son menores de 18 años con un 4,05% y personas mayores a 65 años con un valor de 2,43%.

Tabla 61 INSTRUCCIÓN DEL ENCUESTADO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Superior | 148 | 59,9 | 59,9 |
| Secundario | 65 | 26,3 | 86,2 |
| Posgrado | 21 | 8,5 | 94,7 |
| Primario | 13 | 5,3 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 3 INSTRUCCIÓN DEL ENCUESTADO

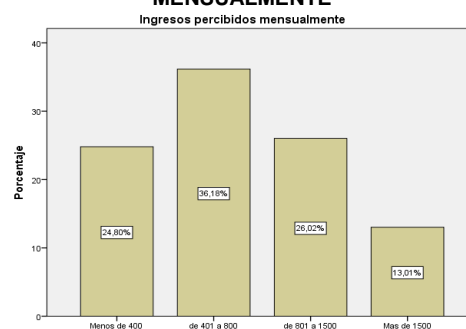
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados tienen una instrucción superior equivalente a 59,92% (148); mientras que un 26,03% (65) tienen una instrucción secundaria, y personas que tienen posgrado

Tabla 62 INGRESOS PERCIBIDOS MENSUALMENTE

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| De 401 a 800 | 89 | 36,2 | 36,2 |
| De 801 a 1500 | 64 | 26,0 | 62,2 |
| Menos de 400 | 61 | 24,8 | 87,0 |
| Mas de 1500 | 32 | 13,0 | 100,0 |
| Total | 246 | 100,0 | |

Gráfica 4 INGRESOS PERCIBIDOS MENSUALMENTE

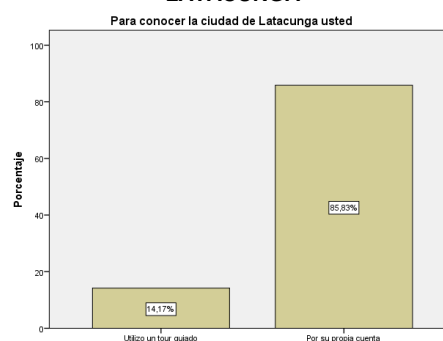
**Análisis:**

De los turistas encuestados ganan mensualmente un promedio entre 401 a 800 dólares equivalente al 36,18%89, mientras que un 13,01% tienen un ingreso mensual mayor a los 1500 dólares.

Tabla 63 CONOCER LA CIUDAD DE LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Por su propia cuenta | 212 | 85,8 | 85,8 |
| Utilizo un tour guiado | 35 | 14,2 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 5 CONOCER LA CIUDAD DE LATACUNGA

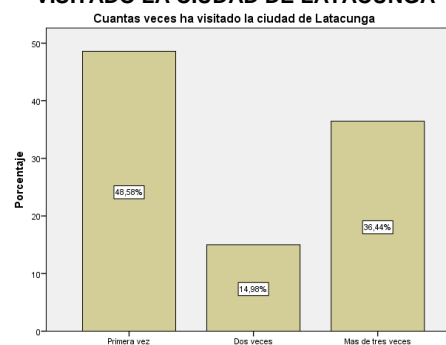
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados equivalente a 85,83% (121 personas) optaron por conocer la ciudad de Latacunga por su propia cuenta, mientras que el 14,17% (35 personas) restante lo han hecho mediante un tour guiado.

Tabla 64 NÚMERO DE VECES QUE HA VISITADO LA CIUDAD DE LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Primera vez | 120 | 48,6 | 48,6 |
| Más de tres veces | 90 | 36,4 | 85,0 |
| Dos veces | 37 | 15,0 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 6 NÚMERO DE VECES QUE HA VISITADO LA CIUDAD DE LATACUNGA

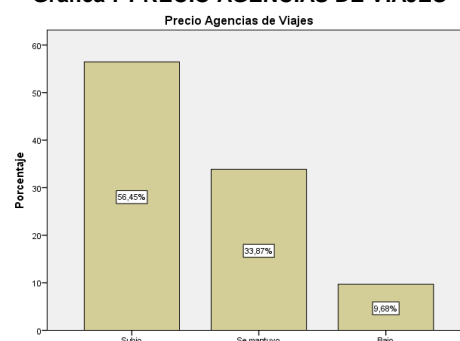
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados un 48,58% han visitado la ciudad de Latacunga por primera vez, mientras que el 14,98% han visitado la ciudad de Latacunga por segunda vez.

Tabla 65 PRECIO AGENCIAS DE VIAJES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Subió | 35 | 56,5 | 56,5 |
| Se mantuvo | 21 | 33,9 | 90,3 |
| Bajo | 6 | 9,7 | 100,0 |
| Total | 62 | 100,0 | |

Gráfica 7 PRECIO AGENCIAS DE VIAJES

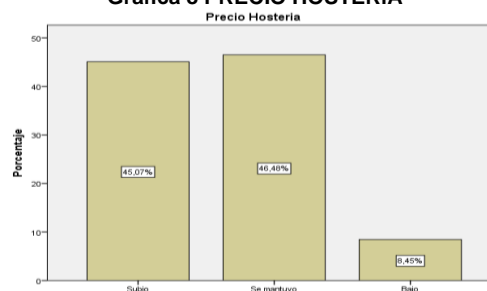
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados el 56,45% (35 personas) dicen que los precios de los servicios de las AAVV subieron significativamente, el 33,87%(21 personas) manifiestan que los precios se mantuvieron, mientras que únicamente el 9,68%(6 personas) dan a conocer que bajaron significativamente sus precios, no obstante se debe tener en cuenta que el valor restante no respondieron a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 185 personas

Tabla 66 PRECIO HOSTERÍA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se mantuvo | 33 | 46,5 | 46,5 |
| Subió | 32 | 45,1 | 91,5 |
| Bajo | 6 | 8,5 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | |

Gráfica 8 PRECIO HOSTERÍA

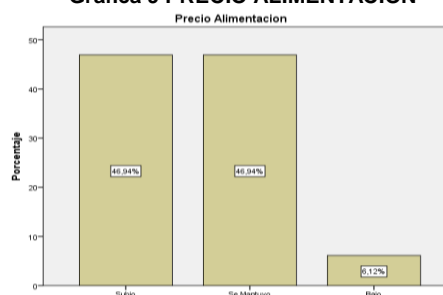
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 46,48% (33 personas) dicen que los precios de las hosterías se mantuvieron; mientras que el 45,07% dan a conocer que los precios se mantuvieron; y únicamente el 8,45%(6) manifiestan que bajo significativamente los precios. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 176 personas

Tabla 67 PRECIO ALIMENTACIÓN

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Subió | 46 | 46,9 | 46,9 |
| Se Mantuvo | 46 | 46,9 | 93,9 |
| Bajo | 6 | 6,1 | 100,0 |
| Total | 98 | 100,0 | |

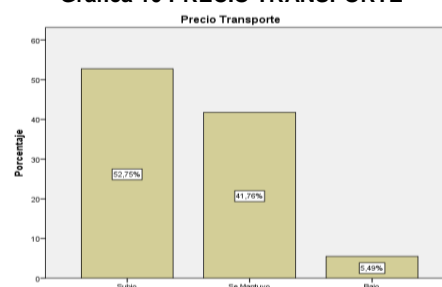
Gráfica 9 PRECIO ALIMENTACIÓN

**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 46,94% dicen que subió el precio de los establecimientos que ofrecen alimentación, mientras que un 46,94% dicen mantuvo sus precios, y el 6,12% manifiestan que los precios bajaron. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 196 personas

Tabla 68 PRECIO TRANSPORTE

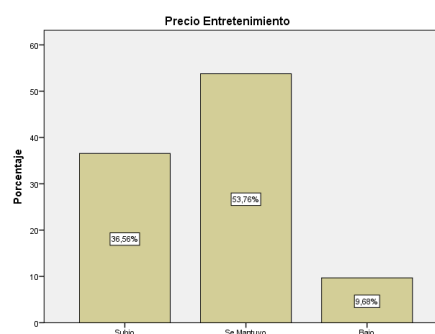
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Subió | 48 | 52,7 | 52,7 |
| Se Mantuvo | 38 | 41,8 | 94,5 |
| Bajo | 5 | 5,5 | 100,0 |
| Total | 91 | 100,0 | |

Gráfica 10 PRECIO TRANSPORTE**Análisis:**

La mayor parte de turistas 52,75% manifiestan que el precio del transporte subió; el 41,76% dan a conocer que los precios se mantuvieron y únicamente el 5,49% dicen que los precios bajaron. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 156 personas.

Tabla 69 PRECIO ENTRETENIMIENTO

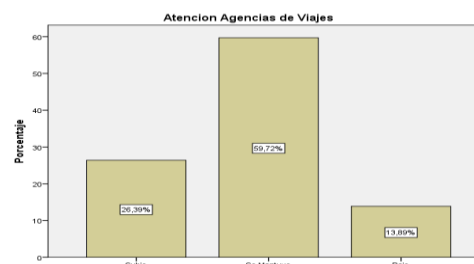
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 50 | 53,8 | 53,8 |
| Subió | 34 | 36,6 | 90,3 |
| Bajo | 9 | 9,7 | 100,0 |
| Total | 93 | 100,0 | |

Gráfica 11 PRECIO ENTRETENIMIENTO**Análisis:**

La mayor parte de turistas 53,76%(50 personas) manifiestan que los precios de los lugares de entretenimiento mantuvieron sus precios; el 36,56%(34 personas) da a conocer que los precios subieron, y únicamente el 9,68%(9 personas) dicen que los precios bajaron. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 154 personas

Tabla 70 ATENCIÓN AGENCIAS DE VIAJES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 43 | 59,7 | 59,7 |
| Subió | 19 | 26,4 | 86,1 |
| Bajo | 10 | 13,9 | 100,0 |
| Total | 72 | 100,0 | |

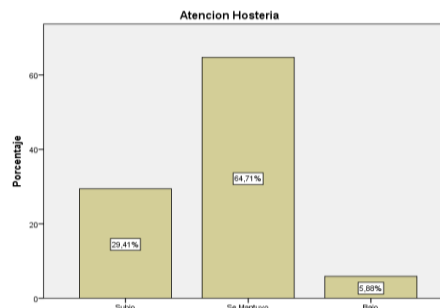
Gráfica 12 ATENCIÓN AGENCIAS DE VIAJES**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 59,72%(43 personas) manifiestan que la atención dentro de las AAVV se mantuvo; mientras que el 26,39%(19 personas) dicen que la atención en las AAVV se subió; y el 13,89% dan a conocer que la atención de las AAVV bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 175 personas

Tabla 71 ATENCIÓN HOSTERÍA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 55 | 64,7 | 64,7 |
| Subió | 25 | 29,4 | 94,1 |
| Bajo | 5 | 5,9 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | |

Gráfica 13 ATENCIÓN HOSTERÍA

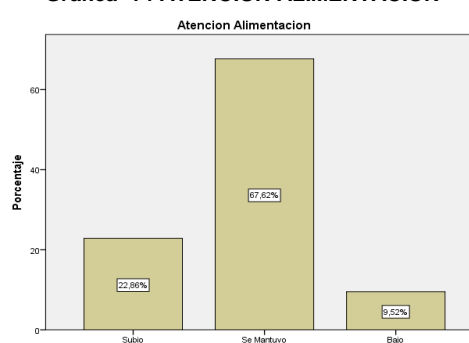
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 64,71% manifiestan que la atención dentro de las hosterías se mantuvo; mientras el 29,41% dan a conocer que la atención en las hosterías subió; y solo el 5,88% dicen que la atención de las hosterías bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 162 personas.

Tabla 72 ATENCIÓN ALIMENTACIÓN

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 71 | 67,6 | 67,6 |
| Subió | 24 | 22,9 | 90,5 |
| Bajo | 10 | 9,5 | 100,0 |
| Total | 105 | 100,0 | |

Gráfica 14 ATENCIÓN ALIMENTACIÓN

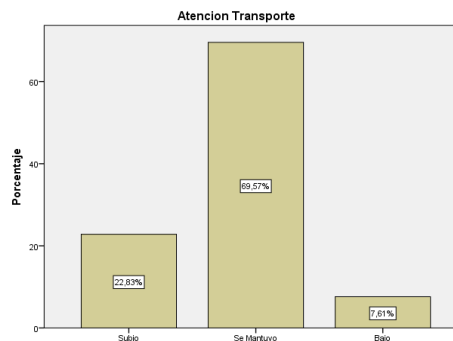
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 67,62% (71 personas) manifiestan que la atención dentro de los establecimientos de alimentación se mantuvo; el 9,52% (10 personas) dicen que la atención dentro de los establecimientos de alimentación bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 142 personas.

Tabla 73 ATENCIÓN TRANSPORTE

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 64 | 69,6 | 69,6 |
| Subió | 21 | 22,8 | 92,4 |
| Bajo | 7 | 7,6 | 100,0 |
| Total | 92 | 100,0 | |

Gráfica 15 ATENCIÓN TRANSPORTE

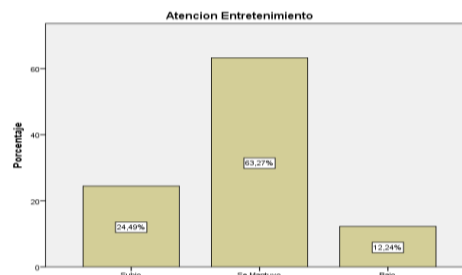
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 69,57% (64 personas) manifiestan que la atención dentro de los medios de transporte se mantuvo; el 22,83% (21 personas) dan a conocer que la atención subió; y el 7,61% (7 personas) dicen que la atención dentro de los medios de transporte bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 155 personas.

Tabla 74 ATENCIÓN ENTRETENIMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 62 | 63,3 | 63,3 |
| Subió | 24 | 24,5 | 87,8 |
| Bajo | 12 | 12,2 | 100,0 |
| Total | 98 | 100,0 | |

Gráfica 16 ATENCIÓN ENTRETENIMIENTO

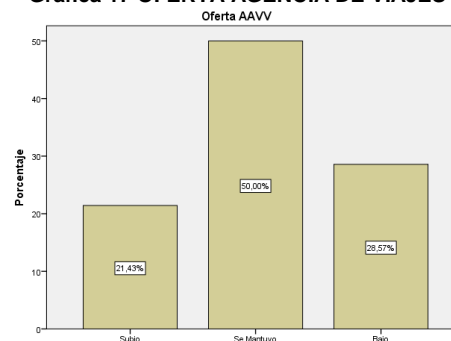
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 63,27%(62 personas) manifiestan que la atención dentro de los centros de entretenimiento se mantuvo; el 24,49%(24 personas) dan a conocer que la atención subió; y solo el 12,24%(12 personas) dicen que la atención dentro de los centros de entretenimiento bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 149 personas.

Tabla 75 OFERTA AGENCIA DE VIAJES

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 35 | 50,0 | 50,0 |
| Bajo | 20 | 28,6 | 78,6 |
| Subió | 15 | 21,4 | 100,0 |
| Total | 70 | 100,0 | |

Gráfica 17 OFERTA AGENCIA DE VIAJES

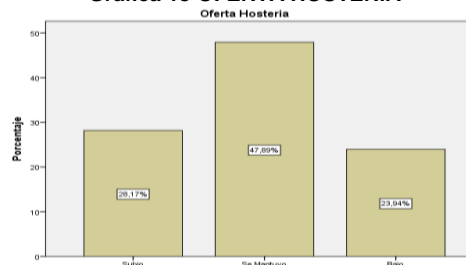
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 50,00%(35) manifiestan que la oferta dentro de las AAVV se mantuvo; el 21,43%(15) opinan que la oferta dentro de las AAVV subió; y mientras que solo el 28,57%(12) dicen que la oferta dentro de las agencias de viaje bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 204 personas.

Tabla 76 OFERTA HOSTERÍA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 34 | 47,9 | 47,9 |
| Subió | 20 | 28,2 | 76,1 |
| Bajo | 17 | 23,9 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | |

Gráfica 18 OFERTA HOSTERÍA

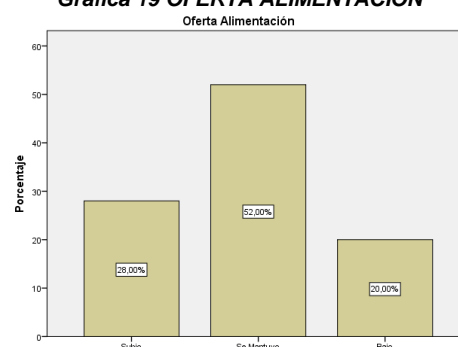
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 47,89%(34 personas) manifiestan que la oferta dentro de las hosterías se mantuvo; el 28,17%(20 personas) dan su opinión que la oferta subió; y solo el 23,94%(17 personas) dicen que la oferta dentro de las hosterías bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 176 personas.

Tabla 77 OFERTA ALIMENTACIÓN

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 52 | 52,0 | 52,0 |
| Subió | 28 | 28,0 | 80,0 |
| Bajo | 20 | 20,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | |

Gráfica 19 OFERTA ALIMENTACIÓN

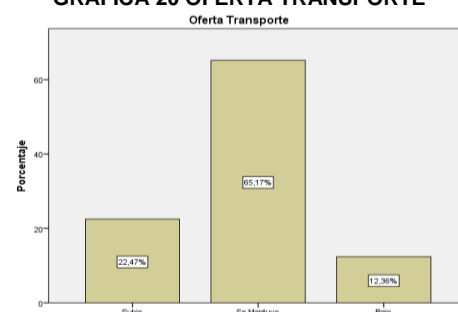
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 52,00% manifiestan que la oferta dentro de los establecimientos de alimentación se mantuvo; el 28% dan opinión en que la oferta subió; y solo el 20,00% dicen que la oferta dentro de los establecimientos de alimentación bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 147 personas.

Tabla 78 OFERTA TRANSPORTE

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 58 | 65,2 | 65,2 |
| Subió | 20 | 22,5 | 87,6 |
| Bajo | 11 | 12,4 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | |

GRÁFICA 20 OFERTA TRANSPORTE

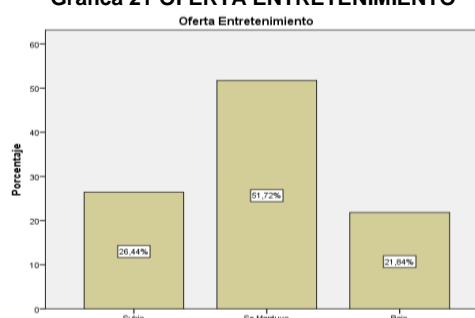


Análisis: La mayor parte de turistas encuestados 65,17% manifiestan que la oferta dentro de los medios de transporte se mantuvo; el 22,47% dan su opinión en que la oferta subió; y mientras que solo el 12,36% dicen que la oferta dentro de los medios de transporte bajó. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 158 personas.

Tabla 79 OFERTA ENTRETENIMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Se Mantuvo | 45 | 51,7 | 51,7 |
| Subió | 23 | 26,4 | 78,2 |
| Bajo | 19 | 21,8 | 100,0 |
| Total | 87 | 100,0 | |

Gráfica 21 OFERTA ENTRETENIMIENTO

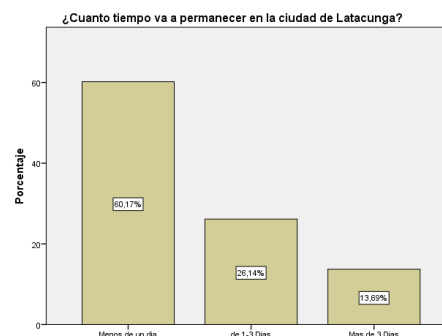
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 51,72% manifiestan que la oferta dentro de los centros de entretenimiento se mantuvo; el 26,44% dan su opinión en que la oferta subió; y solo el 21,84% manifiestan que la oferta dentro de los centros de entretenimiento bajó, solo 19 personas. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, valor de 160 pax.

Tabla 80 TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|-------------------|----------------------|
| Menos de un día | 145 | 60,2 | 60,2 |
| de 1-3 Días | 63 | 26,1 | 86,3 |
| Más de 3 Días | 33 | 13,7 | 100,0 |
| Total | 241 | 100,0 | |

Gráfica 22 TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA



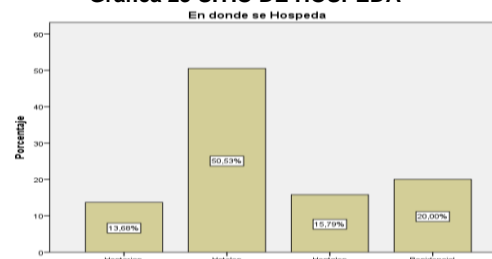
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 60,17%(145 personas) manifiestan que permanecerán en la ciudad de Latacunga menos de un día; el 26,14%(63 personas) opinan en permanecerán de 1 a 3 días; y solo el 3,69%(33 personas) manifiestan que permanecerán en la ciudad más de tres días.

Tabla 81 SITIO DE HOSPEDA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| Hoteles | 48 | 50,5 | 50,5 |
| Residencial | 19 | 20,0 | 70,5 |
| Hostales | 15 | 15,8 | 86,3 |
| Hosterías | 13 | 13,7 | 100,0 |
| Total | 95 | 100,0 | |

Gráfica 23 SITIO DE HOSPEDA



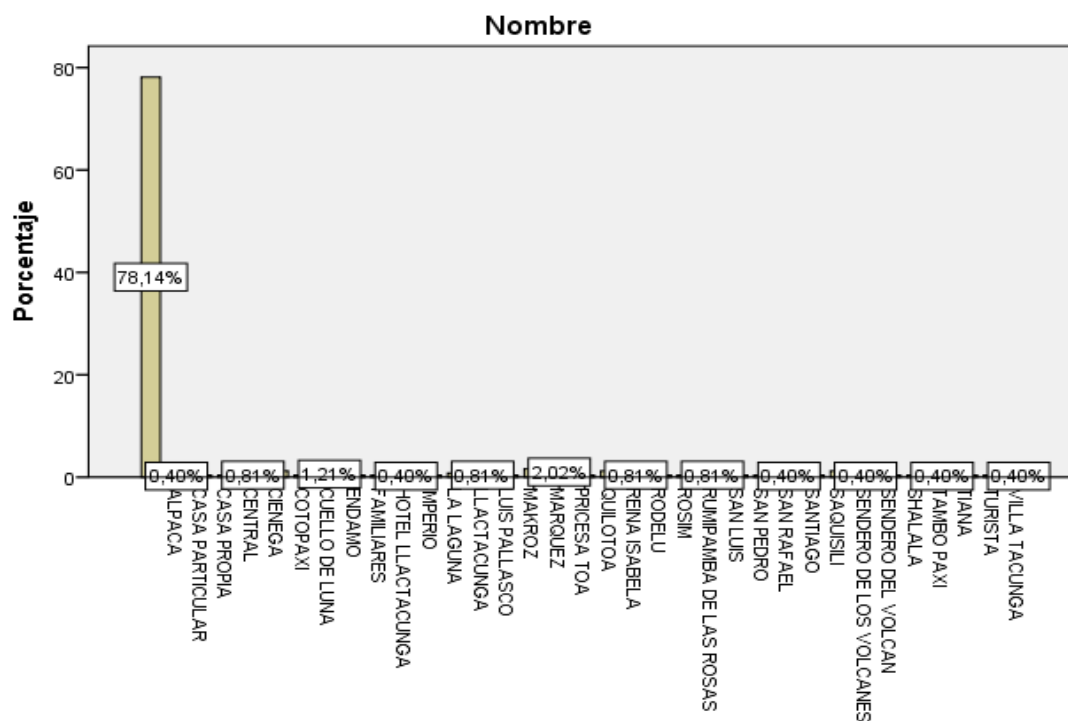
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 50,53%(48 personas) manifiestan que se hospedarán principalmente en hoteles; mientras que el 20,00% da a conocer que se hospedarán en residenciales. El valor restante no respondió a tal pregunta debido a que no han utilizado el servicio, un valor de 152 personas.

Tabla 82 NOMBRE DEL SITIO DE ALOJAMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|----------------------|-------------------------|
| No menciona | 193 | 78,1 | 78,1 |
| Márquez | 5 | 2,0 | 80,2 |
| Makroz | 4 | 1,6 | 81,8 |
| Ciénega | 3 | 1,2 | 83,0 |
| Cuello de luna | 3 | 1,2 | 84,2 |
| Quilotoa | 3 | 1,2 | 85,4 |
| Saquisili | 3 | 1,2 | 86,6 |
| Central | 2 | 0,8 | 87,4 |
| La laguna | 2 | 0,8 | 88,3 |
| Llactacunga | 2 | 0,8 | 89,1 |
| Reina isabela | 2 | 0,8 | 89,9 |
| Rumipamba de las rosas | 2 | 0,8 | 90,7 |
| Alpaca | 1 | 0,4 | 91,1 |
| Casa particular | 1 | 0,4 | 91,5 |
| Casa propia | 1 | 0,4 | 91,9 |
| Cotopaxi | 1 | 0,4 | 92,3 |
| Endamo | 1 | 0,4 | 92,7 |
| Familiares | 1 | 0,4 | 93,1 |
| Hotel llactacunga | 1 | 0,4 | 93,5 |
| Imperio | 1 | 0,4 | 93,9 |
| Luis Pallasco | 1 | 0,4 | 94,3 |
| Pricesa Toa | 1 | 0,4 | 94,7 |
| Rodelu | 1 | 0,4 | 95,1 |
| Rosim | 1 | 0,4 | 95,5 |
| San Luis | 1 | 0,4 | 96,0 |
| San Pedro | 1 | 0,4 | 96,4 |
| San Rafael | 1 | 0,4 | 96,8 |
| Santiago | 1 | 0,4 | 97,2 |
| Sendero de los volcanes | 1 | 0,4 | 97,6 |
| Sendero del volcán | 1 | 0,4 | 98,0 |
| Shalala | 1 | 0,4 | 98,4 |
| Tambo Paxi | 1 | 0,4 | 98,8 |
| Tiana | 1 | 0,4 | 99,2 |
| Turista | 1 | 0,4 | 99,6 |
| Villa Tacunga | 1 | 0,4 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 24 NOMBRE DEL SITIO DE ALOJAMIENTO

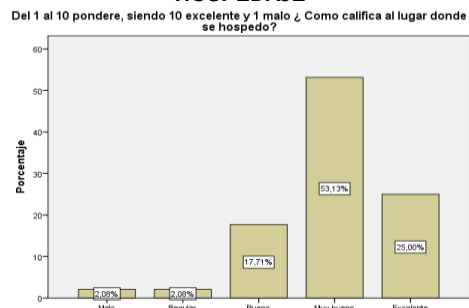
**Análisis:**

De las personas encuestadas el 2%(5 personas) prefieren el hotel Márquez, seguido con 1,6% que prefieren el hotel Makroz Cienega, Cuello de Luna, Llactacunga, Villa Latacunga entre otros. Mientras que las demás personas no utilizaron este servicio de alojamiento que son 193 personas.

TABLA 83 PONDERACIÓN DEL LUGAR DE HOSPEDAJE

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|-------------------|----------------------|
| Muy bueno | 51 | 53,1 | 75,0 |
| Excelente | 24 | 25,0 | 100,0 |
| Bueno | 17 | 17,7 | 21,9 |
| Regular | 2 | 2,1 | 4,2 |
| Malo | 2 | 2,1 | 2,1 |
| Total | 96 | 100,0 | |

GRÁFICA 25 PONDERACIÓN DEL LUGAR DE HOSPEDAJE

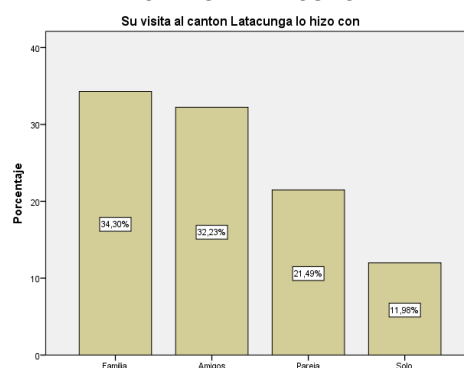
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 53,13%(51 personas) manifestaron que el servicio dentro de los establecimientos de alojamiento fue muy bueno; mientras que el 17.71%(17 personas) dicen que el servicio fue bueno. Mientras que las demás personas no utilizaron este servicio de alojamiento.

Tabla 84 PERSONAS CON LAS QUE VISITÓ AL CANTÓN LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|-------------------|----------------------|
| Familia | 83 | 34,3 | 34,3 |
| Amigos | 78 | 32,2 | 66,5 |
| Pareja | 52 | 21,5 | 88,0 |
| Solo | 29 | 12,0 | 100,0 |
| Total | 242 | 100,0 | |

Gráfica 26 PERSONAS CON LAS QUE VISITÓ AL CANTÓN LATACUNGA



Análisis:

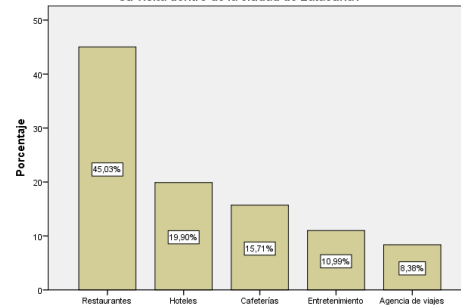
La mayor parte de turistas encuestados 34,30%(83 personas) manifestaron que prefieren visitar la ciudad de Latacunga en familia principalmente; mientras que el 11,98%(29 personas) prefieren visitar la ciudad completamente solos.

Tabla 85 PONDERACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Restaurantes | 86 | 45,0 | 45,0 |
| Hoteles | 38 | 19,9 | 64,9 |
| Cafeterías | 30 | 15,7 | 80,6 |
| Entretenimiento | 21 | 11,0 | 91,6 |
| Agencia de viajes | 16 | 8,4 | 100,0 |
| Total | 191 | 100,0 | |

Gráfica 27 PONDERACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Del 1 al 5 pondere, siendo 1 el de mayor uso. ¿Qué servicios turísticos utiliza en su visita dentro de la ciudad de Latacunga?



Análisis:

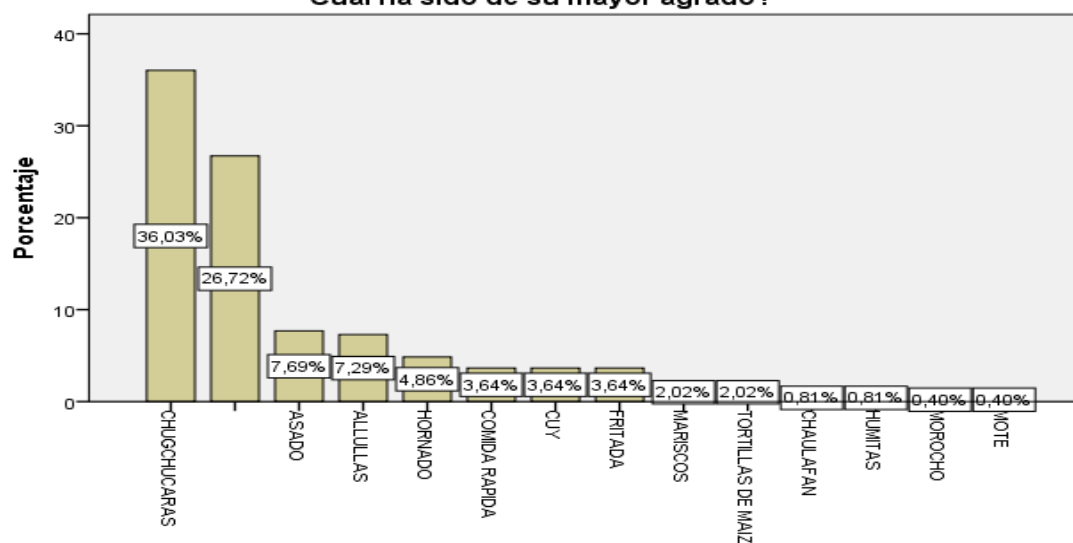
La mayor parte de turistas encuestados 45,03% manifestaron que utilizan el servicio de restaurante cuando visitan la ciudad de Latacunga; seguido de Hoteles con un 19,0%, luego cafeterías con 15,71%, entretenimiento con 10,99% y finalmente las Agencias de Viajes con 8,38%.

Tabla 86 COMIDA DEGUSTADA DURANTE LA ESTADÍA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Chugchucaras | 89 | 36,0 | 36,0 |
| Sin contestar | 66 | 26,7 | 62,8 |
| Asado | 19 | 7,7 | 70,4 |
| Allullas | 18 | 7,3 | 77,7 |
| Hornado | 12 | 4,9 | 82,6 |
| Comida rápida | 9 | 3,6 | 86,2 |
| Cuy | 9 | 3,6 | 89,9 |
| Fritada | 9 | 3,6 | 93,5 |
| Mariscos | 5 | 2,0 | 95,5 |
| Tortillas de maíz | 5 | 2,0 | 97,6 |
| Chaulafán | 2 | ,8 | 98,4 |
| Humitas | 2 | ,8 | 99,2 |
| Morocho | 1 | ,4 | 99,6 |
| Mote | 1 | ,4 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 28 COMIDA DEGUSTADA DURANTE LA ESTADÍA

De la comida que usted degustó durante su estadía en la ciudad de Latacunga ¿Cual ha sido de su mayor agrado?



9

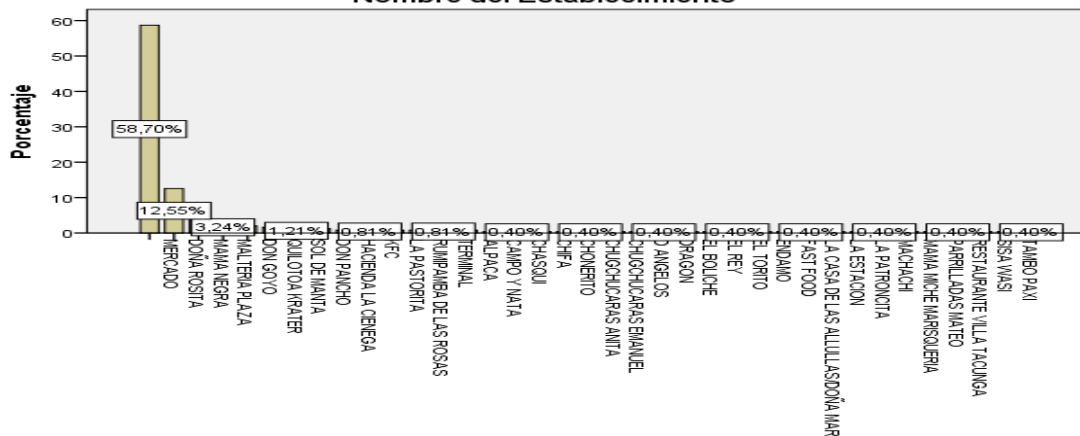
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 36,03% manifestaron que durante su estadía en la ciudad de Latacunga degustaron de las chugchucaras; el 26,72% no respondieron a la pregunta, y el 0,81% degustaron humitas.

Tabla 87 NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Mercado | 145 | 58,7 | 58,7 |
| Doña rosita | 31 | 12,6 | 71,3 |
| Mama negra | 13 | 5,3 | 76,5 |
| Malteria plaza | 8 | 3,2 | 79,8 |
| Don Goyo | 5 | 2,0 | 81,8 |
| Quilotoa Krater | 4 | 1,6 | 83,4 |
| Sol de manta | 3 | 1,2 | 84,6 |
| Don pancho | 3 | 1,2 | 85,8 |
| Hacienda la Cienega | 2 | 0,8 | 86,6 |
| Kfc | 2 | 0,8 | 87,4 |
| La Pastorita | 2 | 0,8 | 88,3 |
| Rumipamba de las rosas | 2 | 0,8 | 89,1 |
| Terminal | 2 | 0,8 | 89,9 |
| Alpaca | 2 | 0,8 | 90,7 |
| Campo y nata | 1 | 0,4 | 91,1 |
| Chasqui | 1 | 0,4 | 91,5 |
| Chifa | 1 | 0,4 | 91,9 |
| Chonerito | 1 | 0,4 | 92,3 |
| Chugchucaras anita | 1 | 0,4 | 92,7 |
| Chugchucaras emanuel | 1 | 0,4 | 93,1 |
| D angelos | 1 | 0,4 | 93,5 |
| El bolche | 1 | 0,4 | 93,9 |
| El rey | 1 | 0,4 | 94,7 |
| El torito | 1 | 0,4 | 95,1 |
| Endamo | 1 | 0,4 | 95,5 |
| Fast food | 1 | 0,4 | 96,0 |
| La casa de las allullas | 1 | 0,4 | 96,4 |
| La estación | 1 | 0,4 | 96,8 |
| La patroncita | 1 | 0,4 | 97,2 |
| Machachi | 1 | 0,4 | 97,6 |
| Mama miche marisquería | 1 | 0,4 | 98,0 |
| Parrilladas mateo | 1 | 0,4 | 98,4 |
| Restaurante Villa Tacunga | 1 | 0,4 | 98,8 |
| Total | 247 | 100,0 | 99,2 |
| | | | 100,0 |

Gráfica 29 NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
Nombre del Establecimiento

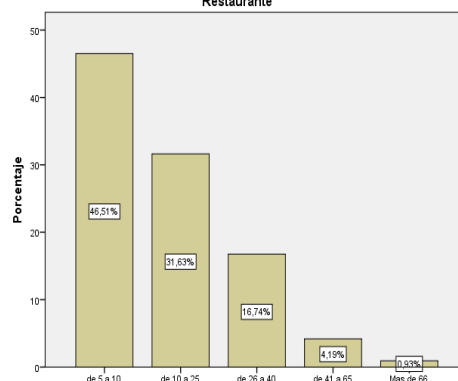


Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 58,70% no manifestaron ningún nombre de un establecimiento de comidas, el 12,6% decidieron acudir al Mercado, seguido de un 5,3% Chugchucaras la Mama Negra mientras que el 0,81% degustaron sus alimentos en la Hacienda “La Ciénega”.

Tabla 88 INVERSIÓN POR PERSONA - RESTAURANTE

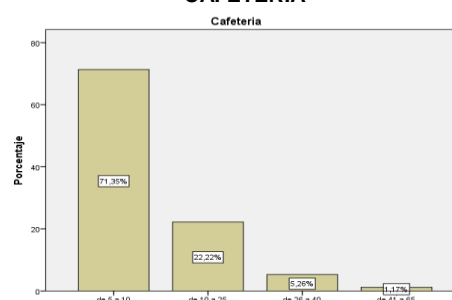
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| de 5 a 10 | 100 | 46,5 | 46,5 |
| de 10 a 25 | 68 | 31,6 | 78,1 |
| de 26 a 40 | 36 | 16,7 | 94,9 |
| de 41 a 65 | 9 | 4,2 | 99,1 |
| Más de 66 | 2 | ,9 | 100,0 |
| Total | 215 | 100,0 | |

Gráfica 30 INVERSIÓN POR PERSONA - RESTAURANTE**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 46,51%(100 personas) manifestaron que durante la permanencia en la ciudad de Latacunga invirtieron de 5 a 10 dólares en restaurantes; mientras que el 4,19% equivalente a 9 personas invirtieron de 41 a 65 dólares. El resto de Turistas no lo utilizaron los servicios que son 32 personas.

Tabla 89 INVERSIÓN POR PERSONA – CAFETERIA

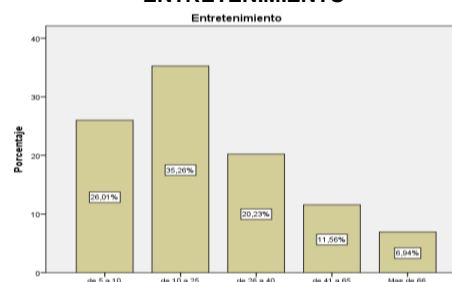
| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| de 5 a 10 | 122 | 71,3 | 71,3 |
| de 10 a 25 | 38 | 22,2 | 93,6 |
| de 26 a 40 | 9 | 5,3 | 98,8 |
| De 41 a 65 | 2 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 171 | 100,0 | |

Gráfica 31 INVERSIÓN POR PERSONA – CAFETERIA**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 71,35% manifestaron que durante la permanencia en la ciudad de Latacunga invirtieron de 5 a 10 dólares en cafeterías; mientras que el 5,26% invirtieron de 28 a 40 dólares es decir 9 personas. El resto de Turistas no lo utilizaron (76 personas).

Tabla 90 INVERSIÓN POR PERSONA - ENTRETENIMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| de 10 a 25 | 61 | 35,3 | 35,3 |
| de 5 a 10 | 45 | 26,0 | 61,3 |
| de 26 a 40 | 35 | 20,2 | 81,5 |
| de 41 a 65 | 20 | 11,6 | 93,1 |
| Más de 66 | 12 | 6,9 | 100,0 |
| Total | 173 | 100,0 | |

Gráfica 32 INVERSIÓN POR PERSONA - ENTRETENIMIENTO**Análisis:**

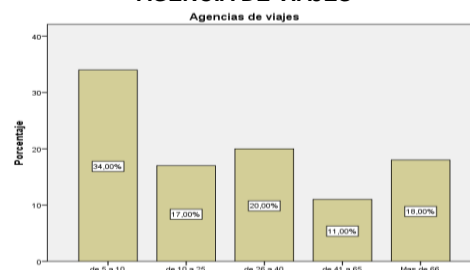
La mayor parte de turistas encuestados 35,26% manifestaron que durante la permanencia en la ciudad de Latacunga invirtieron de 10 a 25 dólares en entretenimiento, es decir 61 personas,

mientras que el 11,56% invirtieron de 41 a 65 dólares. El resto de Turistas no lo utilizaron los servicios que son 74 personas

Tabla 91 INVERSIÓN POR PERSONA – AGENCIA DE VIAJES

| | Frecuencia | Porcentaj e válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|--------------------|----------------------|
| de 5 a 10 | 34 | 34,0 | 34,0 |
| de 26 a 40 | 20 | 20,0 | 54,0 |
| Más de 66 | 18 | 18,0 | 72,0 |
| de 10 a 25 | 17 | 17,0 | 89,0 |
| de 41 a 65 | 11 | 11,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | |

Gráfica 33 INVERSIÓN POR PERSONA – AGENCIA DE VIAJES



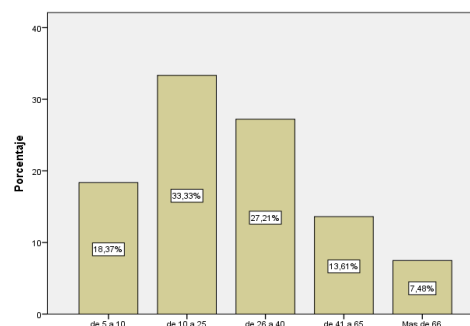
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 34,00% manifestaron que durante la permanencia en la ciudad de Latacunga invirtieron de 5 a 10 dólares en agencias de viajes, es decir 34 personas, mientras que el 17,00% invirtieron de 10 a 25 dólares. El resto no lo utilizaron los servicios.

Tabla 92 INVERSIÓN POR PERSONA – ALOJAMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaj e válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|--------------------|----------------------|
| de 10 a 25 | 49 | 33,3 | 33,3 |
| de 26 a 40 | 40 | 27,2 | 60,5 |
| de 5 a 10 | 27 | 18,4 | 78,9 |
| de 41 a 65 | 20 | 13,6 | 92,5 |
| Más de 66 | 11 | 7,5 | 100,0 |
| Total | 147 | 100,0 | |

Gráfica 34 INVERSIÓN POR PERSONA – ALOJAMIENTO



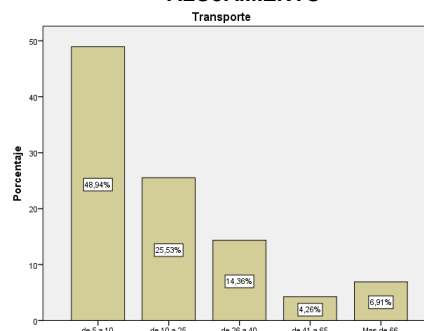
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 33,33% manifestaron que durante la permanencia en la ciudad de Latacunga invirtieron de 10 a 25 dólares en hoteles, es decir 49 personas, mientras que el 13,61% invirtieron de 41 a 65 dólares. El resto de Turistas no lo utilizaron los servicios.

Tabla 93 INVERSIÓN POR PERSONA – ALOJAMIENTO

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| De 5 a 10 | 92 | 48,9 | 48,9 |
| De 10 a 25 | 48 | 25,5 | 74,5 |
| De 26 a 40 | 27 | 14,4 | 88,8 |
| Más de 66 | 13 | 6,9 | 95,7 |
| De 41 a 65 | 8 | 4,3 | 100,0 |
| Total | 188 | 100,0 | |

Gráfica 35 INVERSIÓN POR PERSONA – ALOJAMIENTO



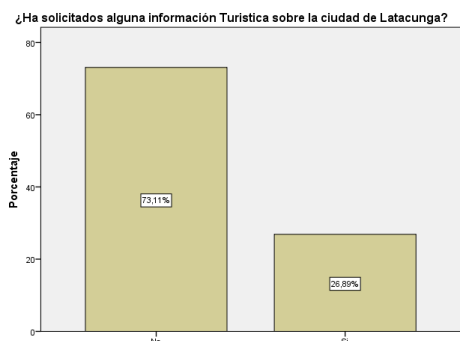
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 48,94% manifestaron que durante la permanencia en la ciudad de Latacunga invirtieron de 5 a 10 dólares en transporte, es decir 92 personas, mientras que el 6,91% invirtieron más de 66 dólares. El resto de Turistas no lo utilizaron los servicios.

Tabla 94 SOLICITUD INFORMACIÓN TURÍSTICA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| No | 174 | 73,1 | 73,1 |
| Si | 64 | 26,9 | 100,0 |
| Total | 238 | 100,0 | |

Gráfica 36 SOLICITUD INFORMACIÓN TURÍSTICA

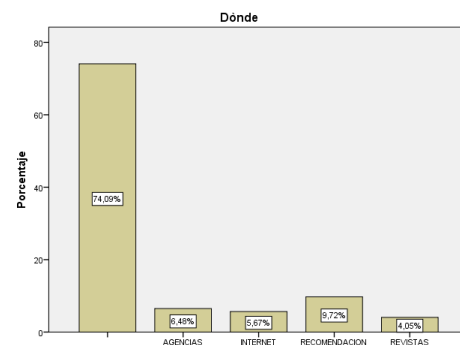
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 73,11% manifestaron que no solicitaron ninguna información sobre la ciudad de Latacunga, mientras que el 26,89% si lo hicieron.

Tabla 95 LUGAR DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|-------------------|----------------------|
| Recomendación | 183 | 74,1 | 74,1 |
| No contestaron | 16 | 9,7 | 83,8 |
| Agencias | 14 | 6,5 | 90,3 |
| Internet | 10 | 5,7 | 96,0 |
| Revistas | 247 | 4,0 | 100,0 |
| Total | | 100,0 | |

Gráfica 37 LUGAR DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

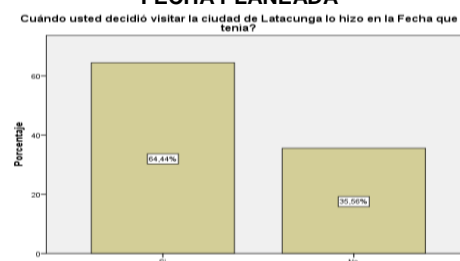
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 74,09% no mencionaron ningún lugar de información sobre la ciudad de Latacunga, es decir 183 personas, mientras que el 9,72% (24 personas) si lo hicieron por recomendación. Seguido de un 6,48% que fue por internet

Tabla 96 VISITA A LATACUNGA EN LA FECHA PLANEADA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 154 | 64,4 | 64,4 |
| No | 85 | 35,6 | 100,0 |
| Total | 239 | 100,0 | |

Gráfica 38 VISITA A LATACUNGA EN LA FECHA PLANEADA

**Análisis:**

De las personas encuestadas, la mayor parte de turistas que es el 64,44% manifestaron que visitaron la ciudad de Latacunga en la fecha prevista, mientras que el 35,56%(85 personas) no lo hicieron. Las demás personas no lo hicieron de improviso o lo visitaron de paso al viajar a otras ciudades como Quito o Ambato.

Tabla 97 VISITA A LATACUNGA EN LA FECHA PLANEADA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| Planificado | 128 | 51,8 | 51,8 |
| Imprevistos | 91 | 36,8 | 88,7 |
| Total | 28 | 11,3 | 100,0 |
| | 247 | 100,0 | |

Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 51,82% (128 personas) no respondieron el porqué de su visita en la fecha prevista, mientras que el 36,84%(28 personas) lo hicieron porque ya lo tenían planificado, y el 11,34% lo hicieron de improviso.

Gráfica 39 VISITA A LATACUNGA EN LA FECHA PLANEADA

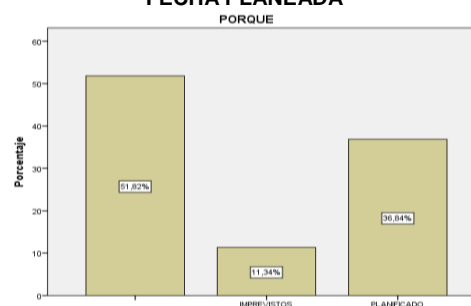
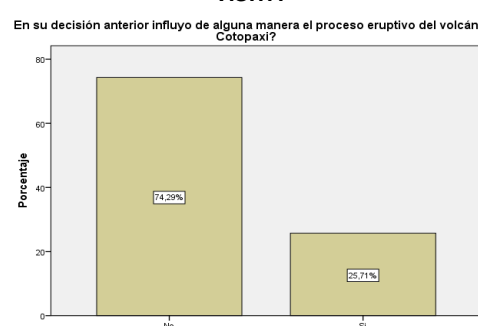


Tabla 98 INFLUENCIA POR EL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI PARA SU VISITA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| No | 182 | 74,3 | 74,3 |
| Si | 65 | 25,7 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 40 INFLUENCIA POR EL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI PARA SU VISITA

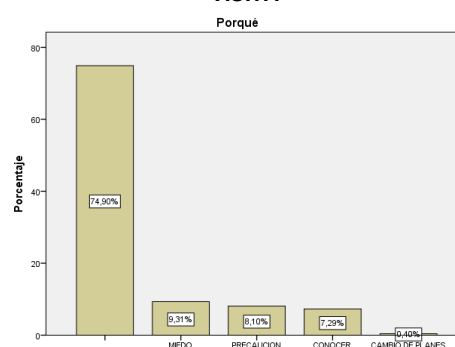
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 74,29% (182 personas) manifestaron que no influyó el proceso eruptivo del Volcán Cotopaxi para visitar la ciudad de Latacunga en la fecha prevista, mientras que el 25,71%(63 personas) manifestó que sí influyo este proceso.

Tabla 99 INFLUENCIA POR EL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI PARA SU VISITA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Miedo | 185 | 74,9 | 74,9 |
| Precaución | 23 | 9,3 | 84,2 |
| Conocer | 20 | 8,1 | 92,3 |
| Cambio de planes | 18 | 7,3 | 99,6 |
| Total | 1 | ,4 | 100,0 |
| | 247 | 100,0 | |

Gráfica 41 INFLUENCIA POR EL PROCESO ERUPTIVO DEL VOLCÁN COTOPAXI PARA SU VISITA

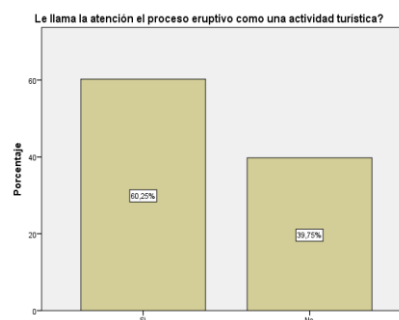
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 74,90% (185 personas) no respondieron a la pregunta, mientras que el 9,31%(23 personas) manifestó que no visitan Latacunga por miedo, las demás personas por precaución, por conocer o porque tuvieron que cambiar de tema.

Tabla 100 PROCESO ERUPTIVO COMO UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 144 | 60,3 | 60,3 |
| No | 95 | 39,7 | 100,0 |
| Total | 239 | 100,0 | |

Gráfica 42 PROCESO ERUPTIVO COMO UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA



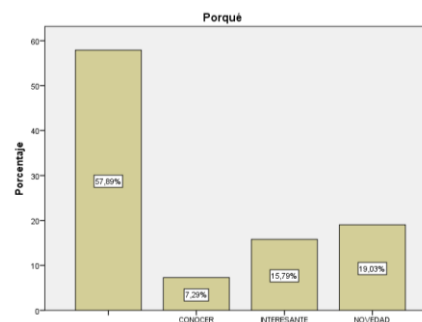
Análisis:

Del 100% de los turistas encuestados el 60,25% (145 personas) manifestaron que, Si les llama la atención el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi como una actividad turística, mientras que el 39,75%(95 personas) no les llama la atención para poder realizar algún tipo de actividad.

Tabla 101 PROCESO ERUPTIVO COMO UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| Novedad | 143 | 57,9 | 57,9 |
| Interesante | 47 | 19,0 | 76,9 |
| Conocer | 39 | 15,8 | 92,7 |
| Total | 18 | 7,3 | 100,0 |
| | 247 | 100,0 | |

Gráfica 43 PROCESO ERUPTIVO COMO UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA



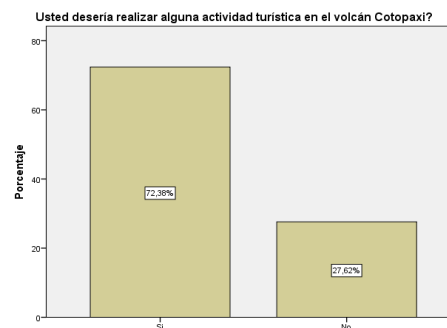
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados 57,89% no respondieron por qué no les llama la atención el proceso eruptivo como una actividad turística, mientras que el 15,79%(39 personas) si les llama la atención el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi como una actividad turística porque quisieran conocer, el 19,03% piensan que si porque sería algo novedoso.

Tabla 102 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL VOLCÁN COTOPAXI

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 173 | 72,4 | 72,4 |
| No | 66 | 27,6 | 100,0 |
| Total | 239 | 100,0 | |

Gráfica 44 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL VOLCÁN COTOPAXI



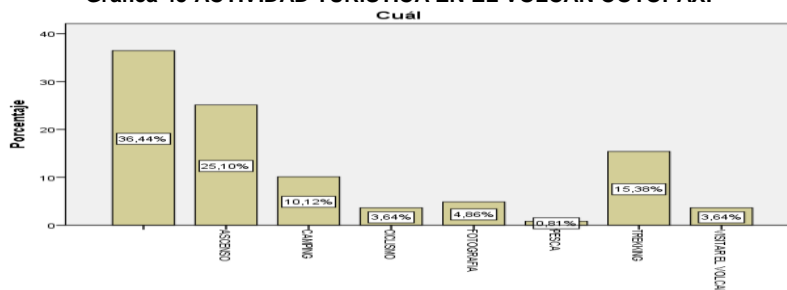
Análisis:

La mayor parte de turistas encuestados con un 72,38% mostraron que si desearían realizar alguna actividad turística en el volcán Cotopaxi, mientras que el 27,62% no lo harían como actividad.

Tabla 103 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL VOLCÁN COTOPAXI

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Ascenso | 90 | 36,4 | 36,4 |
| Trekking | 62 | 25,1 | 61,5 |
| Camping | 38 | 15,4 | 76,9 |
| Fotografía | 25 | 10,1 | 87,0 |
| Ciclismo | 12 | 4,9 | 91,9 |
| Visitar el volcán | 9 | 3,6 | 95,5 |
| Pesca | 9 | 3,6 | 99,2 |
| Total | 247 | 100,0 | 100,0 |

Gráfica 45 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL VOLCÁN COTOPAXI

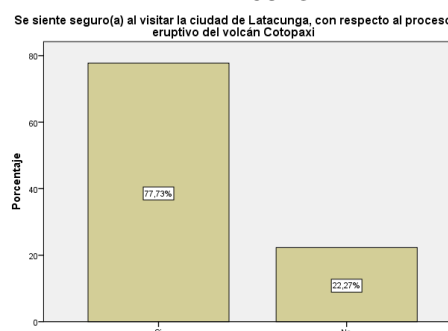
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 36,44% (90 personas) no respondieron a la pregunta, mientras que el 63,56% (157 personas) si desearían realizar algún tipo de actividad turística como el ascenso en el volcán Cotopaxi; campamentos, ciclismo, fotografía entre otras, casi toda muy al contacto directo con la naturaleza

Tabla 104 SEGURO(A) AL VISITAR LA CIUDAD DE LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje e válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|---------------------|----------------------|
| Si | 185 | 77,7 | 77,7 |
| No | 53 | 22,3 | 100,0 |
| Total | 238 | 100,0 | |

Gráfica 46 SEGURO(A) AL VISITAR LA CIUDAD DE LATACUNGA

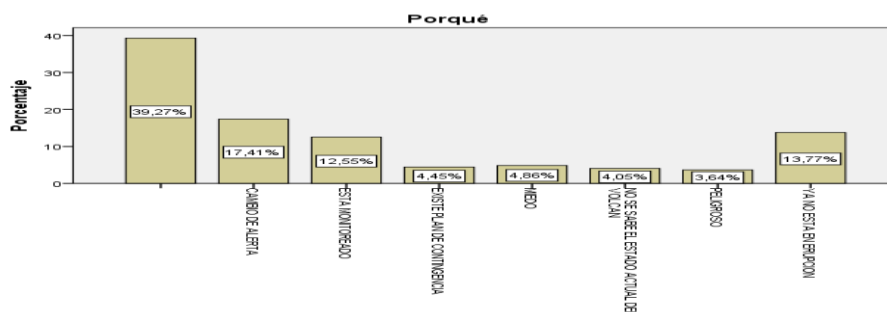
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 77,73% (185 personas) si se sienten seguros al visitar la ciudad de la Latacunga con respecto al proceso eruptivo del volcán Cotopaxi, mientras que el 22,27%(53 personas) no se sienten seguros de acudir a la ciudad.

Tabla 105 SEGURO(A) AL VISITAR LA CIUDAD DE LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|-------------------|----------------------|
| Cambio de alerta | 97 | 39,3 | 39,3 |
| Ya no está en erupción | 43 | 17,4 | 56,7 |
| Esta monitoreado | 34 | 13,8 | 70,4 |
| Miedo | 31 | 12,6 | 83,0 |
| Existe plan de contingencia | 12 | 4,9 | 87,9 |
| No se sabe el estado actual del volcán | 11 | 4,5 | 92,3 |
| Peligroso | 10 | 4,0 | 96,4 |
| Peligroso | 9 | 3,6 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 47 SEGURO(A) AL VISITAR LA CIUDAD DE LATACUNGA

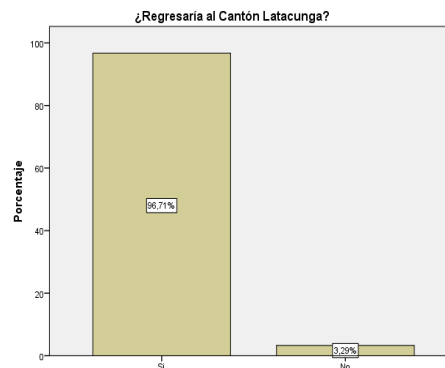
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 39,27% (97 personas) no respondieron la pregunta, mientras que el 17,41% (43 personas) se sienten seguros por el cambio de alerta del volcán Cotopaxi y el 13,77% (34 personas) porque ya no está en erupción.

Tabla 106 REGRESARÍA AL CANTÓN LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 235 | 96,7 | 96,7 |
| No | 8 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 243 | 100,0 | |

Gráfica 48 REGRESARÍA AL CANTÓN LATACUNGA

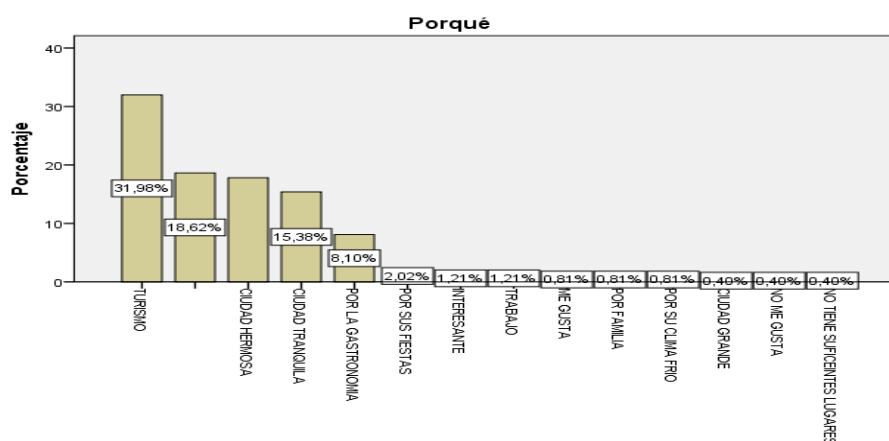
**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 96,71% (235 personas) si regresarían a visitar los atractivos del al cantón Latacunga, mientras que el 3,29% (8 personas) No lo harían.

Tabla 107 REGRESARÍA AL CANTÓN LATACUNGA

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Turismo | 79 | 32,0 | 32,0 |
| No contestaron | 46 | 18,6 | 50,6 |
| Ciudad hermosa | 44 | 17,8 | 68,4 |
| Ciudad tranquila | 38 | 15,4 | 83,8 |
| Por la gastronomía | 20 | 8,1 | 91,9 |
| Por sus fiestas | 5 | 2,0 | 93,9 |
| Interesante | 3 | 1,2 | 95,1 |
| Trabajo | 3 | 1,2 | 96,4 |
| Me gusta | 2 | 0,8 | 97,2 |
| Por familia | 2 | 0,8 | 98,0 |
| Por su clima frio | 2 | 0,8 | 98,8 |
| Ciudad grande | 1 | 0,4 | 99,2 |
| No me gusta | 1 | 0,4 | 99,6 |
| No tiene suficientes lugares | 1 | 0,4 | 100,0 |
| Total | 247 | 100,0 | |

Gráfica 49 REGRESARÍA AL CANTÓN LATACUNGA

**Análisis:**

La mayor parte de turistas encuestados 31,98% 79 personas si regresaría al cantón Latacunga para realizar turismo, el 18,62% (46 personas) no respondieron a la pregunta mientras que el 18,62% (44 personas) regresaría porque es una ciudad hermosa y finalmente el 15,38% (38 personas) por ser una ciudad tranquila.

Anexo 4

Interpretación entrevistas

| | Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi | GAD Provincial de Cotopaxi | Gobiernos Rurales Conagopare |
|-------------------|--|---|---|
| Nombre: | Dr Patricio Pazmiño | Ing. Marcelo Parra | Sr. Gonzalo Espín |
| Cargo: | Presidente de la Cámara | Técnicas de fomentos Productivas Área de Turismo. | Presidente. |
| Función: | Dirigir , Coordinar y Representar a los prestadores de servicios turísticos de la provincia | Técnicas de fomentos Productivas Área de Turismo. | Representante |
| Pregunta 1 | DECRECIO; Pero No fue el Volcán Cotopaxi sino las medidas que tomaron las autoridades expresando miedo a los turistas. | DECRECIO, Ya que el mayor atractivo era la entrada al Parque Nacional Cotopaxi. | DECRECIO: Obligo a suspender festividades en las parroquias y por ende la venta de ponchos que daba trabajos a las personas de las mismas |
| Pregunta 2 | 40% | 70% | 45% |
| Pregunta 3 | Los hoteles y Agencias de Viajes fueron afectados por que lo utilizan los turistas. Con respecto a Restaurante no tanto porque lo consumían personas de la población | Parque Nacional Cotopaxi, porque ya no existen ingresos | Agencias de Viajes, Transporte Turístico (vuelos) Parque Nacional Cotopaxi y sus atractivos, y artesanías. |
| Pregunta 4 | Es muy necesaria para promover el turismo | Es necesario realizar estudios para implementar nuevas ruta alternas a otros | Es muy importante ya que se debe promover campañas como algo positivo |

| | | | |
|-------------------|--|--|--|
| | | atractivos turísticos. Las Agencias de Viajes ofrecer precios y ofertas turísticas similares. | esta actividad. Realizar anexos entre autoridades y las Agencias de Viajes. |
| Pregunta 5 | No cuentan con presupuesto | Un valor aproximado de \$15000 (toda la provincia) se implementó el inventario turístico para las facilidades turísticas. | No existe presupuesto, pero se está trabajando con cada parroquia para que se pueda obtener presupuestos para cada una. |
| Pregunta 6 | Generando opinión pública para los adecuados correctivos con respecto a las malas políticas. Y Capacitaciones para mejorar y captar nichos de turismo | Apoyo con material promocional y el inventario turístico en donde se indican nuevas rutas, y los servidores turísticos. | Promover que el turismo continúe, armando un mecanismo de alerta (radio) para informar a los turistas y pobladores de una alerta |
| Pregunta 7 | Los gobiernos (Municipio, consejo provincial, juntas Parroquiales) deberían constar en su presupuestos para poder promocionar y difundir la actividad turística, todo en base a la COTAD (Código de los Gobiernos Descentralizadas) | Tener identificados los atractivos que tengan facilidades Turísticas con los mejores servicios para ofrecer a los turísticas y no se decepcionen y vuelvan de nuevo | Relacionarse más directamente entre prestadores de servicios con las autoridades. |
| Pregunta 8 | Difundir los productos y servicio a través de redes sociales; los prestadores de servicios turísticos asociados se encuentran en la página web. Y, Capacitar a los prestadores de servicios a través de convenios que se maneja con otras empresas | El inventario turístico para el mejor manejo de los atractivos, con nuevas rutas. Buscar nuevas zonas donde se vayan a trabajar, que no solo existan recursos si no facilidades | Planes de contingencia parroquial. Coordinar el municipio con los prestadores de servicios turísticos en especial con las agencias de viajes que son los que pueden promocionar los atractivos turísticos por medio de los guías. |

| | | | |
|--------------------|--|---|---|
| Pregunta 9 | No manejan esa información | Se maneja a través de la información del ingreso de personas al Parque Nacional Cotopaxi, Reserva Ecológica Los Ilinizas, Quilotoa, Área Nacional De Recreación El Boliche | No se maneja ninguna información relacionada con la entrada y salida de personas |
| Pregunta 10 | Si es muy necesario que existan capacitaciones constantes | Si es muy necesario la capacitación al personal de los establecimientos turísticos | Si es muy necesario que los prestadores de servicios se capaciten constantemente. |
| Pregunta 11 | Hospitalidad Atención al cliente, | Atención al cliente, Hospedaje, Manejo de Alimentos y bebidas, Higiene. Comercialización de sus productos | Atención al cliente. Seguridad para los turistas |
| Conclusión | Las empresas de prestadores de servicios deben regirse a normas internacionales para poder mejorar ofrecer un buen servicio a los turistas y que ellos puedan regresar. Las autoridades deberían tener claro los presupuestos destinados al turismo y que sean reflejados | E importante que todos los atractivos turísticos se encuentren con facilidades turísticas, para que los turistas puedan llegar y tener todos los servicios necesarios. Los prestadores de servicios turísticos unifiquen sus precios, y ofertas turísticas (Competencia Leal) Debe existir una aceptación entre autoridades públicas. Existe mala información con respecto a la realidad del volcán Cotopaxi, la falta de inversión, Trabajar conjuntamente entre entidades públicas y privadas. | Para que las parroquias no se encuentren muy afectadas se debe promocionar más atractivos turísticos no solo el Parque Nacional Cotopaxi y Quilotoa, si no trabajar más con la comunidad y mostrar su realidad. Se mejoren las vías de ingreso a los diferentes atractivos turísticos. Debe existir más comunicación con las autoridades y coordinación con la policía por parte de seguridad para los turistas con vienen. |

ANEXO 5

Caracterización de la actividad turística.

| LEVANTAMINETO DE INFORMACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|--------------------|-----------|-----------------------------|---------------|-----------|-------|---------------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|---------------------------|---------------|-----|-------|--------------------|--|
| Actividad Turística | Tipo de actividad | Categoría | Servicios prestados | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | Habitación con baño privado | Agua caliente | Televisor | | Paquetes turísticos | Trasporte | Mensajería | Artesanía | Campamento | Restauran | Servicios de alimentación | | | | | |
| | | | | | Tv | Cable | | | | | | | Bar | Comida rápida | A&B | Snack | Plantos a la carta | |
| Alojamiento | Hotel | Primera | x | X | x | X | | | | | | | x | | | | | |
| | | Segunda | x | X | x | | | | | | | | | | | | | |
| | | Tercera | x | X | x | | | | | | | | | | | | | |
| | | Cuarta | x | X | x | | | | | | | x | | | | | | |
| | Hotel residencial | Tercera | x | X | x | | | | | | | x | | | | | | |
| | Hostal | Primera | x | X | x | | | | | | | x | | | | | | |
| | | Segunda | x | X | x | | | | | | | x | | | | | | |
| | | Tercera | x | | x | | | | | | | x | | | | | | |
| | Hostal residencial | Tercera | x | X | x | | | | | | | x | | | | | | |
| | Complejo | Tercera | x | X | x | x | | | | | | x | x | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|---------------|---|--|---|--|--|---|---|---|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
| | vacacional | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Hostería | Tercera | x | | x | | | | | | | | x | | | | | | | |
| Agencia de Viajes | Agencia de Viajes | Internacional | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Operadora | | | | | | X | x | x | | | | | | | | | | |
| Alimentación | Bar | Primera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Tercera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Cafetería | Primera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Segunda | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Tercera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Cuarta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Fuentes de soda | Primera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Tercera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Restaurante | Primera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Segunda | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Tercera | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Cuarta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Elaborado: Andrea Parreño

Fuente: Catastro GAD Municipal de Latacunga 2015 y encuestas



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA EN INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Señorita Andrea Katerine Parreño Rivera bajo mi supervisión.

ING. MARICELA PULLOQUINGA

DIRECTORA DE CARRERA

ING CARLOS ALBÁN

DIRECTOR DE LA CARRERA

DR. JUAN CARLOS DÍAZ

SECRETARIO ACADÉMICO

