



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención
del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y
SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ,
CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

AUTORA: CASA QUINATOA MAYRA MERCEDES

TUTORA: LIC. MG. NOEMY GAVIÑO O.

Latacunga – Ecuador

2013

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO
DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo Lic. Noemy Gaviño con C.I. 1712434412 en mi calidad de Tutora del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”** desarrollado por la egresada **Casa Quinatoa Mayra Mercedes** , considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, como científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el Honorable Consejo Directivo.

.....
Lic. Mg. Noemy Gaviño O.

TUTORA

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basado, en los estudios realizados durante la carrera; además de la revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autora.

.....
Casa Quinatoa Mayra Mercedes

C.I. 171853162-5

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el Tema **“DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de Autora y no se utilice con fines de lucro.

.....
Casa Quinatoa Mayra Mercedes

C.I. 1718531625

AUTORA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La Comisión de estudio y calificación del informe del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**. Presentada por el **Srta. Casa Quinatoa Mayra Mercedes** egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería, promoción: Septiembre 2011- Febrero 2012 una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN

.....
Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores
MIEMBRO

.....
Lcdo. Raúl Tamayo Soria
MIEMBRO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, quienes han confiado en mí y especialmente a mi hermano Geovanny que sin su apoyo incondicional no fuera posible este gran logro que he alcanzado en mi vida, ha sido luchas constantes, días de trabajo, gracias hermano por estar en las buenas y en las malas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser mi fortaleza, por ser mi apoyo constante en el diario vivir porque es la luz que ilumina mi camino, él está ahí para darme la fuerza necesaria día tras día en el reto que es la vida y apreciar su espléndida obra.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE CUADROS	xiii
INDICE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	5
EL PROBLEMA	5
1.1.- Tema de Investigación.....	5
1.2.- Planteamiento del Problema	5

1.2.1.-Contextualización	5
1.2.2.- Árbol de Problemas	11
1.2.3.- Análisis Crítico	12
1.2.4.- Prognosis.....	13
1.2.5.- Formulación del problema.....	13
1.2.6.- Preguntas directrices:	13
1.2.7.- Delimitación del Contenido	14
1.2.8.- Delimitación Espacial	14
1.2.9.- Delimitación Temporal.....	14
1.3.- Justificación	15
1.4.- Objetivos.....	16
1.4.1.- Objetivo General.....	16
1.4.2.- Objetivos Específicos	16
CAPÍTULO II	17
MARCO TEÓRICO.....	17
2.1.- Antecedentes Investigativos	17
2.2.- Fundamentación Filosófica.....	21
2.3.- Fundamentación Legal.....	22
2.4.- Categorías Fundamentales	24

2.5.- HIPÓTESIS	69
2.6.- SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES.....	69
CAPÍTULO III.....	70
METODOLOGÍA	70
3.1.-Enfoque de la Investigación.....	70
3.2.- Modalidad de la Investigación.....	70
3.3.- Nivel o Tipo de Investigación.....	71
3.4.- Población y Muestra	71
3.5.- OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	72
3.6.- Técnicas o Instrumentos	74
3.7.- Recolección de información	74
3.8.- Procesamiento y Análisis de la Investigación.....	75
3.8.1.-Plan de Procesamiento y análisis de datos.....	75
3.8.2.- Plan de Análisis e interpretación de datos	75
CAPÍTULO IV.....	76
4.1.- Análisis e Interpretación de resultados	76
4.2.- Verificación de Hipótesis.....	87
4.3.- Combinación de Frecuencia.....	87
4.3.1.- Planteamiento de la Hipótesis.....	88

4.3.2.- Selección de nivel de significación.....	88
4.3.3.- Descripción de la población.....	89
4.3.4.-Especificación del estadístico.....	89
4.3.5.-Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo	89
4.3.6.- Especificación de Estadístico.....	91
4.3.7.- Decisión	93
CAPÍTULO V	94
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	94
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	95
CAPÍTULO VI.....	96
PROPUESTA.....	96
6.1.- Datos Informativos	96
6.2.- Antecedentes de la Propuesta	97
6.3.- Justificación	98
6.4.- Objetivos.....	99
6.4.1.- Objetivos General	99
6.4.2.- Objetivos Específicos	99
6.5.- Análisis de Factibilidad	100

6.5.1.- Factibilidad Operacional.....	100
6.5.2.- Factibilidad Técnica.....	100
6.5.3.- Factibilidad Financiera	101
6.6.-Fundamentación.....	103
BIBLIOGRAFÍA	122
LINCOGRAFÍA	123
ANEXOS	124
ANEXOS FOTOGRÁFICOS	125

ÍNDICE CUADROS

Cuadro N.- 1: Operacionalización de Variable Independiente	72
Cuadro N.- 2: Operacionalización Variable Dependiente.....	73
Cuadro N.- 3 Recolección de información.....	74
Cuadro N.-4 Pregunta 1.....	76
Cuadro N.-5 Pregunta 2.....	77
Cuadro N.-6 Pregunta 3.....	78
Cuadro N.-7 Pregunta 4.....	79
Cuadro N.-8 Pregunta 5.....	81
Cuadro N.-9 Pregunta 6.....	82
Cuadro N.-10 Pregunta 7.....	84
Cuadro N.-11 Pregunta 8.....	85
Cuadro N.-12 Frecuencias Observadas	91
Cuadro N.-13 Frecuencias Esperadas	92
Cuadro N.-14 Calculo del Chi Cuadrado	93
Cuadro N.-15 Cuadro Financiero.....	102
Cuadro N.-16 Modelo Operativo	108
Cuadro N.-17 Distancias y tiempos de la Ruta	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 01 Árbol de Problemas	11
Gráfico N.- 02 Superordinación Conceptual.....	24
Gráfico N.- 03 Subordinación Conceptual V.I.....	25
Gráfico N.- 04 Subordinación Conceptual V.D	26
Gráfico N.- 05 Pregunta 1	76
Gráfico N.- 06 Pregunta 2	77
Gráfico N.- 07 Pregunta 3	78
Gráfico N.- 08 Pregunta 4	80
Gráfico N.- 9 Pregunta 5	81
Gráfico N.- 10 Pregunta 6	83
Gráfico N.- 11 Pregunta 7	84
Gráfico N.- 12 Pregunta 8	86
Gráfico N.- 13 Campana de Gauss.....	90
Gráfico N.- 14 Diseño de la Ruta	118

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
EN LA MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA:

“DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTOR: Casa Quinatoa Mayra

TUTOR: Lic. Mg. Noemy Gaviño O.

Resumen Ejecutivo:

Este trabajo de investigación sobre el Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas, se realizó con el afán de encontrar información acerca del sector florícola, no se tiene conocimiento sobre la producción, y exportación de las rosas o cuantas florícolas existen en la parroquia de Tanicuchí o cuales son las exigencias de los clientes extranjeros al momento de comprar las rosas

ecuatorianas, las Florícolas son el principal canalizador de la economía y el creador de fuentes de trabajo para los mismos habitantes de la parroquia.

El desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas es un importante producto turístico que puede aportar al crecimiento y desarrollo del Turismo en la parroquia Tanicuchí, siendo este una oportunidad para mejorar su calidad de vida.

Después de observar y realizar un recorrido por las Florícolas del sector, se cree conveniente diseñar la ruta turística y tomar esta como una alternativa para el incremento del Turismo, que permite el crecimiento económico y social, beneficia a las partes, ya que adquieren nuevas experiencias en el campo, disfrutan de la naturaleza, contribuyen al intercambio de conocimientos, valores, costumbres, creencias y permite apreciar la diversidad cultural entre los habitantes de la localidad y los turistas extranjeros.

Palabras Claves: Desarrollo, Diversidad, Economía, Exportación, Florícola, Producción, Producto, Ruta, Turismo

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un destino privilegiado con una variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de Ecuador.

Desde sus inicios, la Ruta Ecuador marcó la diferencia al presentar cinco rutas turísticas en la que al mostrar a la industria del turismo conjugada con las compañías que forman parte del circuito han buscado acercarse directamente a las personas que con su trabajo logran que los visitantes nacionales y extranjeros se sientan cómodos y encantados por conocer las maravillas que estas rutas ofrecen y que puedan apreciar la diversidad de los lugares.

La Parroquia Tanicuchí, es una parroquia rural, que cuenta con la floricultura como una actividad principal de la economía del sector, el desarrollo de la Ruta Turística de la Florícolas es una actividad que fortalecerá las visitas de los turistas en la que aprenderán no solo a mirar a la rosa como un regalo sino como una hermosa planta que tiene largos procesos para llegar a su hogar y servir como decoración para grandes eventos, todo esto permitirá al ser humano apreciar lo nuestro, olvidarse por un momento de las actividades cotidianas y de disfrutar de la armonía que ofrece la naturaleza.

El presente trabajo investigativo trata sobre **“DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

La estructura de investigación tuvo que seguir una secuencia de pasos que se explicarán a continuación mediante una síntesis.

CAPÍTULO I

En el primer capítulo se trató sobre el tema de investigación, planteamiento del problema, contextualización (macro, meso, micro), el problema de investigación, causas y efectos, análisis crítico, pronóstico del problema, la formulación del problema, preguntas directrices, las delimitaciones (contenido, espacial y temporal), la justificación en la cual se determina los siguientes puntos: importancia, oportunidad, factibilidad y por último los objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II

En el segundo capítulo se trató sobre el marco teórico en el que se detalla los siguientes puntos como son los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica de la investigación, fundamentación legal para amparar el documento, el desarrollo de los gráficos de categorías fundamentales en los cuales se puede observar los gráficos de la subordinación conceptual de las variables y la hipótesis.

CAPÍTULO III

En el tercer capítulo se trató sobre la metodología en donde se detalla el enfoque, de investigación, la modalidad de la investigación como puede ser de campo, bibliográfica, linkográfica y documental, el nivel o tipo de la investigación si es exploratoria o descriptiva, la población y muestra esta determina el universo de estudio, la operacionalización de variables, la recolección de información, el plan de procesamiento y análisis de información es utilizado para procesar la información.

CAPÍTULO IV

En el cuarto capítulo se trató sobre el análisis e interpretación de resultados, tomados de las encuestas realizadas que fueron tabuladas para calcular el chi cuadrado y verificar la hipótesis en el que se detalla el planteamiento de la hipótesis, la selección de nivel de significación, la descripción de la población, la especificación del estadístico, la especificación de las regiones de aceptación y rechazo y por último la recolección de datos y cálculos estadísticos.

CAPÍTULO V

En el quinto capítulo se trató sobre las conclusiones y recomendaciones que se tomó de las encuestas, las mismas que nos conducen a la propuesta.

CAPÍTULO VI

En el último capítulo se detalla la propuesta, como es la aplicación de datos informativos, antecedentes de la propuesta, la justificación, se fijó objetivos para determinar la propuesta, se analizó la factibilidad, la fundamentación teórica, el modelo operativo y por último la prevención de la evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Tema de Investigación

“Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas y su contribución al Turismo en la Parroquia Tanicuchí, Cantón Latacunga, Provincia De Cotopaxi”

1.2.- Planteamiento del Problema

1.2.1.-Contextualización

El sector florícola como tal comienza a desarrollarse en el Ecuador a partir de 1987, pasando a contar con aproximadamente 100 empresas en el año 1990 y más de 200 en 1995. Actualmente hay más de 500 empresas formalizadas.

En el 2010 el 33% de las exportaciones mundiales de flores corresponden al comercio de rosas, éstas han crecido en un 16% anual durante el período 2007-2010. El Ecuador exporta USD 438 millones en rosas.

El sector floricultor se ha consolidado tras quince años de esfuerzo y dedicación, lo que le ha permitido constituirse en un factor importante de la economía ecuatoriana, que genera empleo y permite el ingreso de recursos especialmente desde Estados Unidos y Europa.

(<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6355/2/T-ESPEL-MAE-0052-P.pdf>, 2011)

La Ruta Ecuador marcó la diferencia al mostrar la industria del turismo conjugada con las compañías que forman parte del circuito y ha buscado acercarse directamente a las personas que con su trabajo logran que los visitantes nacionales y extranjeros se sientan cómodos y satisfechos lanzado una nueva campaña

turística y seis nuevas rutas temáticas: La Ruta del Spondylus, La Ruta del Hierro “En el Centro del Mundo”, La Ruta del Libertador de Sudamérica, La Ruta de los Volcanes, **La Ruta de las Flores** y la Ruta Yaku Ñamby (del Agua).

La nueva acción de promoción turística ecuatoriana va dirigida especialmente a visitantes individuales, a los que invita a experimentar la diversidad del país bajo el lema "Ama la Vida".

Como parte de esta estrategia, Ecuador pondrá a disposición de los turistas seis nuevas rutas temáticas, "que pretenden mostrar la diversidad del país en un contexto de sostenibilidad y desarrollo del turismo nacional en consonancia con los esfuerzos de conservación del patrimonio natural y cultural del país.

(<http://www.trafficnews.ec>)

El Ministerio de Turismo del Ecuador y en coordinación con la Asociación de Exportadores de Flores del Ecuador “Expoflores” desarrollan la ruta temática que recorre fundamentalmente la región interandina del país en la que incluye visitar las plantaciones florícolas y los viajeros tengan la oportunidad de conocer las atracciones turísticas y ofertas gastronómicas de cada región floricultora. Los visitantes pueden reservar su visita a una plantación florícola de rosas con una agencia local en Ecuador. Aunque también es posible realizar una visita, sin necesidad de reservarlo previamente, a algunas de las plantaciones florícolas a las que se llega con autobuses públicos. Un viaje muy especial es la ruta del tren de Quito a Latacunga, ya que, además del propio viaje, en este lugar hay varias plantaciones florícolas que ofrece visitas guiadas.

La ruta de las flores comienza en Quito, la capital ecuatoriana y continúa a lo largo de la “Avenida de los Volcanes“, la que fue ruta preferida del naturalista Alexander von Humboldt y que incluye a 23 floricultores en las regiones de Pichincha, Cayambe, Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua.

En la región Austro, aprovechando las plantaciones florícolas de Malima en Paute (Azuay) y Alta Flor y Plan trébol en Biblián (Cañar); las que tendrán que adecuar sus instalaciones y prepararse para atender a los turistas en un proceso de participación integral para reforzar la factibilidad y operatividad de la ruta.

La actividad se desarrolló en cumplimiento al proceso metodológico de estructuración de rutas, que exige la participación de los actores que conforman una ruta. En este caso, el Orquideario Ecuagenera, las plantaciones de Alta Flor y Plan Trébol, constituyen el máximo exponente en la denominada “Ruta de las flores”, que recorre sitios turísticos emblemáticos de las provincias de Azuay y Cañar, incluyendo en ella a las ciudades de Cuenca, Gualaceo, Paute, Azogues y Biblián, fundamentalmente.

Características como las anotadas en Ecuagenera hacen que las plantaciones florícolas se perfilen como las de mayor opción para brindar servicios turísticos de calidad. Estas plantaciones están ubicadas en zonas claves como Bulán, perteneciente al cantón Paute y en Biblián, en la provincia del Cañar, Alta Flor y Plan Trébol son líderes en conformar la oferta turística desde la producción de rosas.

(http://www.ecuadoracolors.com/ed2011_ago/pages/page_03.html)

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

En la provincia de Cotopaxi actualmente es la segunda en importancia dentro del sector floricultor. El 16% del total de flores que se producen corresponde a Cotopaxi y de éste el 72% corresponde a rosas son 874 hectáreas de ROSAS cultivadas

En Cotopaxi una de las primeras plantaciones dedicadas a la producción de flores para la exportación fue Tambo Roses, seguida de EQR, al pasar la primera prueba de producción se dieron cuenta de las ventajas y la calidad de flor en este sector, por lo que en la actualidad existen alrededor de 40 plantaciones florícolas inscritas en Expoflores.

(<http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/coto4.htm>)

Actualmente las rosas ecuatorianas son consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza.

Alrededor de la ciudad de Latacunga se encuentran un importante número de industrias florícolas que han dinamizado su economía convirtiéndola en el motor económico y generador de divisas de la Sierra Centro, además de eso Latacunga

cuenta con industria minera de caliza y cemento, industrias metalúrgicas liviana y pesada, agroindustria, industria lechera y ganadera, posee un aeropuerto internacional y en la parte urbana se están construyendo grandes mercados y centros comerciales modernos que la convertirán en el centro comercial de la nación ecuatoriana.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Latacunga>)

La Parroquia Tanicuchí se halla situada a 3022 msnm, es una parroquia rural del cantón Latacunga, de gente emprendedora, las principales actividades que desarrollan sus habitantes son la ganadería, agricultura, la industria láctea, la floricultura siendo esta actividad el motor principal de la economía del sector, existe una actividad extra en la parroquia que es el turismo que se está fortaleciendo por las visitas realizadas de los turistas nacionales y extranjeros a la conocida Hostería la Ciénega, la cual brinda un hospedaje de calidad, que puede ser aprovechado para dejar de lado las actividades cotidianas de la vida y estar en armonía con la naturaleza, observando sus alrededores, sintiendo la brisa que impregna el campo, la diversidad de las flores, el dulce canto de los pajarillos.

La Hostería la Ciénega ha incluido actividades extras en su servicio como las caminatas y las cabalgatas puesto que esta actividad es la que más sobresale y le gusta al turista.

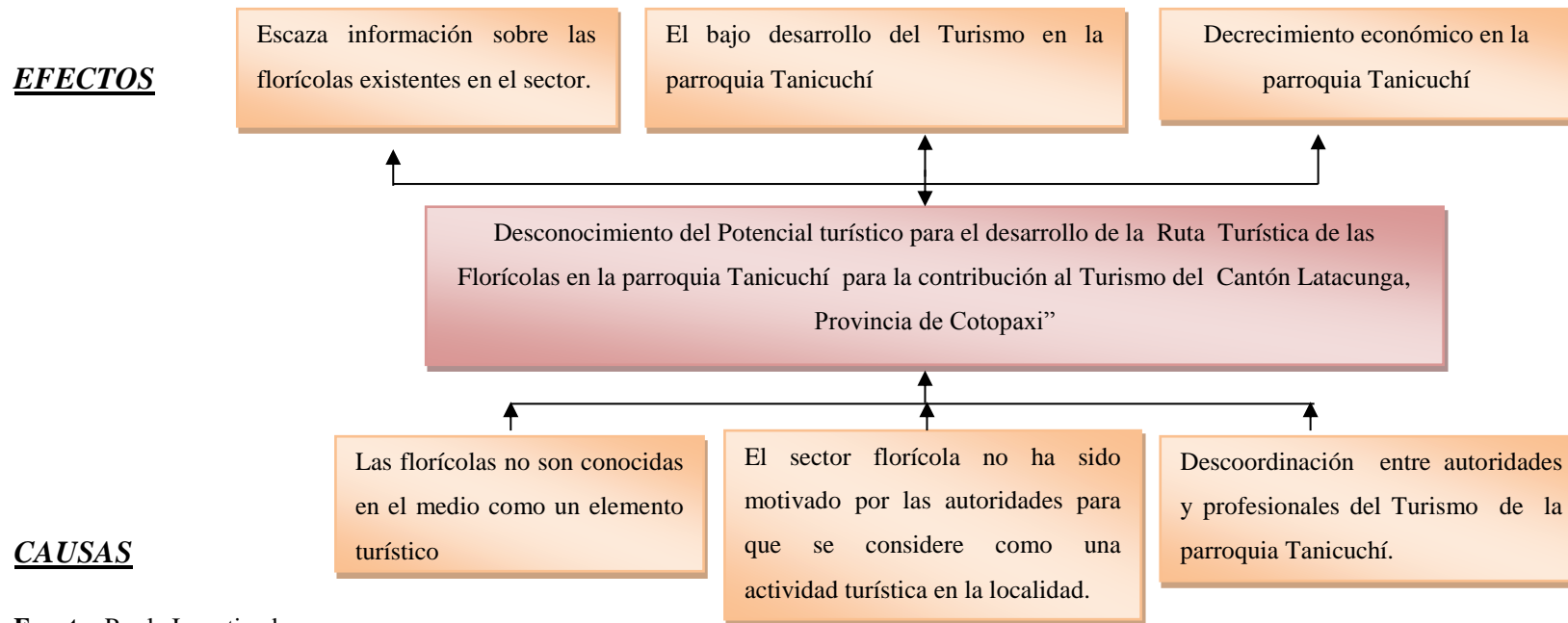
Las empresas florícolas establecidas en la parroquia Tanicuchí son la economía principal de los habitantes ha generado fuentes de empleos y ha influido mucho en el habitante para que no emigre a la ciudad, tenga un aporte económico en su

hogar y mejore su calidad de vida y este a su vez sea un aporte positivo para el desarrollo del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi.

(GOBIERNO DESCENTRALIZADO DE TANICUCHÍ, 2013)

1.2.2.- Árbol de Problemas

Gráfico N.- 01 Árbol de Problemas



Fuente: Por la Investigadora

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

1.2.3.- Análisis Crítico

Como se puede observar el desconocimiento del Potencial Turístico para el desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí, para la contribución al Turismo del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi, la causa es que las florícolas no son conocidas en el medio como un elemento turístico, por la visión limitada de las autoridades por no impulsar el turismo generando así la escasa información sobre las florícolas existentes del sector aplazando los procesos de desarrollo turístico.

Considerando que el país está en un cambio para fortalecer el Turismo en la cual las autoridades no muestra interés dando lugar a que se pierdan oportunidades en las que incluyan la participación de las personas para un cambio profundo y lograr proporcionar una calidad de vida a nuestros habitantes y manutención de nuestros atractivos naturales y su conservación del ambiente limpio y puro.

La descoordinación entre las autoridades de turno y los profesionales del Turismo de la parroquia Tanicuchí es otra causa que no permite el progreso generando el decrecimiento económico de la parroquia, porque no se dan cuenta que al trabajar unidos se puede crear nuevas oportunidades y que el desarrollo de la ruta les abrirá nuevas puertas para los emprendedores turísticos para mejorar su nivel de vida e interactuar con los turistas nacionales y extranjeros.

1.2.4.- Prognosis

Si se realiza esta investigación sobre el Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas, se crea una oportunidad para ampliar conocimientos sobre las empresas existentes en la parroquia, además de que se será factible para emprender o crear negocios para la atención del turista que está transitando por ahí al momento del recorrido de la ruta, el turista puede observar que tiene muchas facilidades a su alrededor, porque cuenta con calles de segundo orden perfectamente pavimentadas, que no causan ningún daño ambiental y puede disfrutar de la armonía que existe en la naturaleza.

1.2.5.- Formulación del problema

¿Cómo contribuye el Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas en el Turismo de la parroquia Tanicuchí, provincia de Cotopaxi?

1.2.6.- Preguntas directrices:

¿Cuál sería la metodología adecuada para desarrollar la Ruta Turística en la parroquia Tanicuchí?

¿Qué se debe realizar para mejorar el Turismo en la Parroquia de Tanicuchí?

¿Qué alternativas propositivas se pueden plantear para solucionar la problemática encontrada?

1.2.7.- Delimitación del Contenido

- Campo : Turismo
- Área : Facilidades y Atractivos Turísticos
- Aspecto: Rutas Turísticas

1.2.8.- Delimitación Espacial

La presente investigación se realizó en la parroquia Tanicuchí del Cantón Latacunga, de la Provincia de Cotopaxi.

Latitud sur : 99°15'23, 8"

Latitud oeste: 0° 76'27,18"

Altura : 3022

1.2.9.- Delimitación Temporal

La presente investigación se realizó en los meses de Marzo – Diciembre 2013

1.3.- Justificación

Esta investigación es **trascendental** para determinar el Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí del Cantón Latacunga, siendo una verdadera necesidad para los turistas nacionales, extranjeros y para los mismos habitantes, para los desarrollos sociales y económicos impulsados por la actividad florícola como uno de los productos más hermosos y cotizados de nuestro país a nivel mundial.

Se debe su **importancia** porque se crea más fuentes de empleo, mejora la economía de la parroquia, pueden interactuar con los turistas nacionales y extranjeros, adquieren conocimiento de las empresas existentes y se benefician de los ingresos obtenidos por el servicio ofrecido ya sea en hospedaje, alimentación, paseos en caballo, ciclismo, caminatas etc., activando la riqueza de la parroquia y contribuyendo al incremento del Turismo del cantón.

Al estar involucrados las autoridades de turno de la parroquia y mediante la propaganda sea por medios de difusión o publicidad, tendrían como **finalidad** proporcionar al turista nacional y extranjero información efectiva sobre la Ruta de las Florícolas, cuando la visite y a futuro beneficien a los establecimientos de la parroquia.

Siendo esta una **oportunidad** para el intercambio cultural de los turistas con los habitantes de la parroquia e influir en el aprendizaje y al mismo tiempo puedan apreciar el entorno natural y realizar actividades extras.

Además esta investigación es **factible** porque cuenta con adecuadas vías de acceso de segundo orden que están perfectamente pavimentadas y no causa ningún **impacto o daño ambiental** por lo tanto no se perjudica al ambiente y permite el desarrollo de la actividad turística en la parroquia Tanicuchí.

1.4.- Objetivos

1.4.1.- Objetivo General

- Investigar la contribución del Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas en el Turismo de la parroquia Tanicuchí del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

1.4.2.- Objetivos Específicos

- Seleccionar la metodología adecuada para el desarrollo de la ruta turística
- Mejorar la información de los lugares turísticos que existen en la parroquia Tanicuchí.
- Proponer alternativas que solucionen la problemática encontrada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes Investigativos

En los archivos de la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación se encontraron dos tesis relacionadas con el presente proyecto de investigación.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha tomado como antecedente investigativo la tesis titulada **“LA PROMOCIÓN DE NUEVAS RUTAS TURÍSTICAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN ENERO 2008 A JUNIO 2009”** realizada por TAMAYO, María; de la cual se ha tomado las conclusiones y recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía mucha similitud en cada uno de los aportes concluyentes de la autora, mismas que se presentan a continuación:

Conclusiones:

- ✓ Se concluyó que es necesario dar a conocer las nuevas alternativas sobre rutas turísticas que se posee en la provincia.
- ✓ Las rutas diseñadas serán de gran interés para los turistas ya sean nacionales o extranjeros lo cual propiciara una gran afluencia de los mismos y una gran fuente de ingreso económico para el progreso de la provincia.

Recomendaciones:

- ✓ Se recomienda poner el interés necesario a este proyecto ya que a través de la elaboración de paquetes turísticos con las nuevas rutas se incrementará el número de visitantes a la provincia.
- ✓ Mantener el interés de realizar nuevas investigaciones en estos lugares y pedir ayuda al Ministerio de Turismo para que impulsen los proyectos planteados.
- ✓ Elaborar paquetes turísticos para ofrecer a turistas como nuevas alternativas.

Tema: **“LAS RUTAS DE TURISMO RELIGIOSO NOCTURNO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** realizada por el GAMBOA, Jairo, en el año 2012

CONCLUSIONES

- ✓ La ciudad de Ambato posee un sin número de recursos turísticos, entre ellos los de tipo religioso pero que por diversos motivos no han sido aprovechados, como un aporte en el desarrollo turístico de la ciudad y provincia.
- ✓ Las actividades de turismo en la ciudad de Ambato han sido desarrolladas en su gran mayoría por cuenta propia del visitante, lo que nos indica que, tanto la empresa pública como la empresa privada deben involucrarse aún

más, para alcanzar un mejor y mayor desarrollo de esta actividad en la ciudad.

- ✓ Las pocas acciones que se han desplegado desde diferentes puntos de vista y en varios campos de acción, aportan e impulsan el desarrollo turístico y por consiguiente el crecimiento económico-social de la ciudad, provincia y país.
- ✓ El turismo religioso en la ciudad de Ambato ha sido rezagado a un segundo y tercer plano, en vista que, no se ha podido identificar y reconocer prácticas de este tipo de turismo.
- ✓ En la ciudad, no existe una ruta de turismo religioso nocturno que aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

RECOMENDACIONES

- ✓ Establecer alianzas estratégicas entre empresas del sector público y privado, con el objetivo de impulsar y alcanzar un mejor y mayor desarrollo turístico en la ciudad.
- ✓ Incentivar la elaboración de proyectos con la finalidad de aprovechar turísticamente cada uno de los recursos que posee la ciudad de Ambato.
- ✓ Tomar medidas correctivas con la finalidad de darle al turismo religioso el sitio que se merece dentro del ámbito turístico en la ciudad de Ambato.
- ✓ Continuar con la ejecución de diversas acciones en beneficio del desarrollo del turismo.

- ✓ Elaborar una ruta de turismo religioso nocturno en la ciudad de Ambato, como un aporte que impulse y favorezca el desarrollo turístico de la ciudad y provincia.

COMENTARIO PERSONAL

Al revisar y analizar las conclusiones y recomendaciones de los proyectos anteriores, he llegado a la idea de que las rutas turísticas son grandes potenciales turísticos con fines diversos y que tienen como objetivos admirar la naturaleza, recordar sitios memorables, disfrutar de la playa, mediante un itinerario establecido en la que todos pueden participar.

El ser humano desde hace años ha tenido ese espíritu aventurero por conocer nuevos lugares y novedosos dentro de las cuales abarcan muchos atractivos turísticos en las que puede disfrutar en el día o en la noche, por lo tanto el presente proyecto acerca del desarrollo de la Ruta de las Florícolas es otra alternativa para el desarrollo del turismo en la parroquia Tanicuchí, ya que a su alrededor posee extensas plantaciones de rosas y que los regalos florales que llegan a sus casas o a los grandes eventos, tienen algunos procesos en cuales están involucrados un sin número de personas y para poder explotarlo es necesario la creación de la ruta.

2.2.-Fundamentación Filosófica

La presente investigación se enmarca filosóficamente en el paradigma Crítico-Propositivo ya que razona una realidad turístico-social, y propone una alternativa de solución para desarrollar de manera efectiva el turismo en la parroquia de Tanicuchí provincia de Cotopaxi.

Se necesitó de tres tipos de fundamentación para esta investigación que a continuación puntualizo:

La fundamentación epistemológica habla de las relaciones entre el sujeto y el objeto de estudio, relaciones que debe ir de la mano con el único propósito de desarrollar nuevos métodos, crear nuevas oportunidades para los habitantes y servir de mejor manera a la parroquia.

La Fundamentación axiológica habla de valores religiosos, morales y éticos en las que el investigador está involucrado para tomar las dediciones apropiadas en beneficio de la sociedad y obtener una solución adecuada al problema a investigar.

La Fundamentación metodológica indica que se debe implementar estrategias para captar el interés y atención de las autoridades de turno, con el objetivo de buscar el interés social para el desarrollo de actividades turísticas que beneficien e incrementen el turismo y al mismo tiempo sea una fuente de ingresos para la parroquia y el cantón Latacunga.

2.3.- Fundamentación Legal

LEY DE TURISMO DEL ECUADOR

Art. 3 (Principios).- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector, con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando la identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos.

Art.4.- (Objetivos).-La política estatal con la relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos.

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, 2. Ley de Turismo, Art. 2, 2013, págs. 1,2)

TÍTULO III

DEL TURISMO Y DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

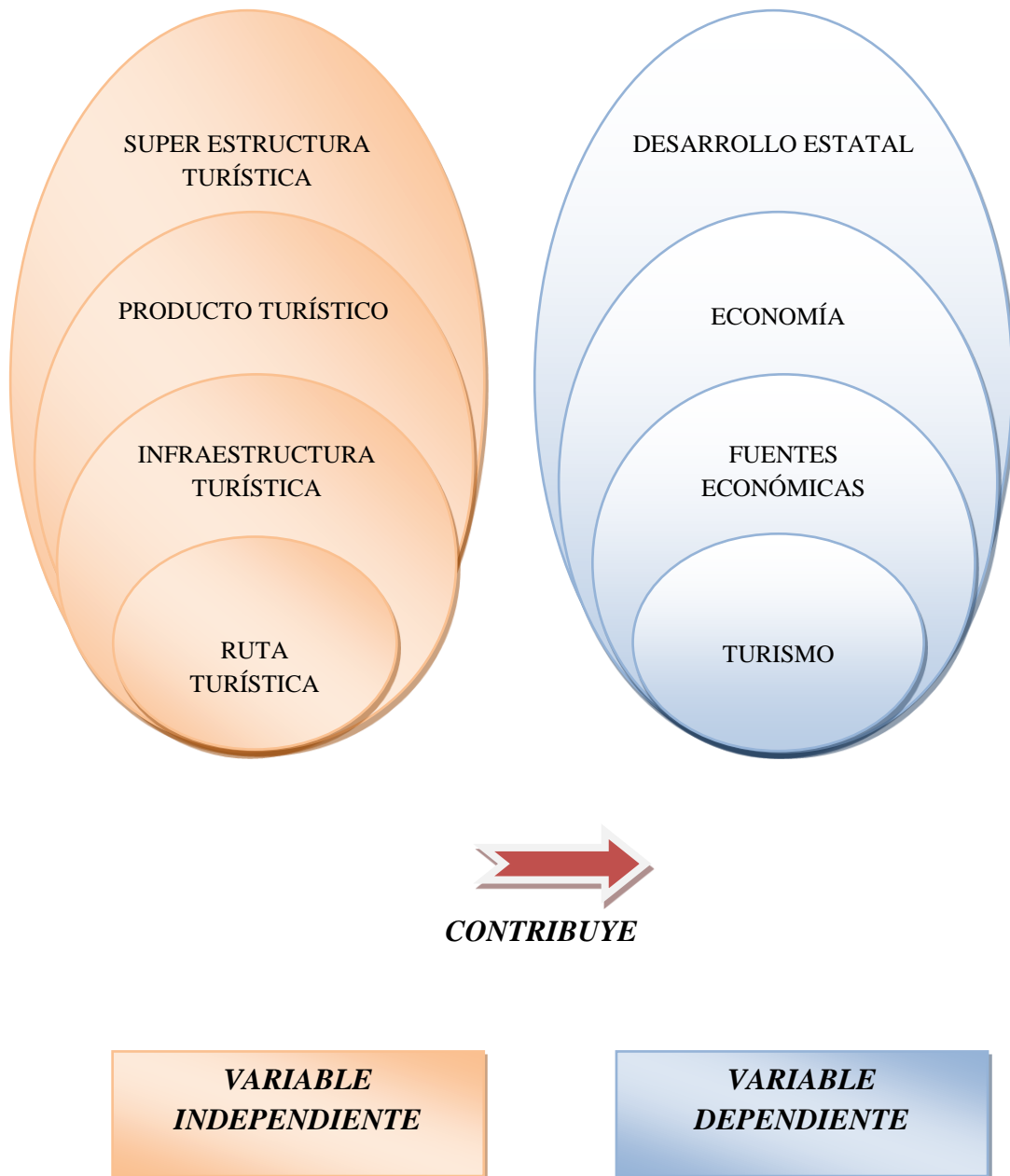
Agroturismo.- Es el turismo especializado que se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad similar, en el cual el turista se involucra en dichas labores.

(Asamblea del Ecuador, Informe para Primer Debate, 2012, pág. 17)

2.4.- Categorías Fundamentales

Gráfico N.- 02: SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL

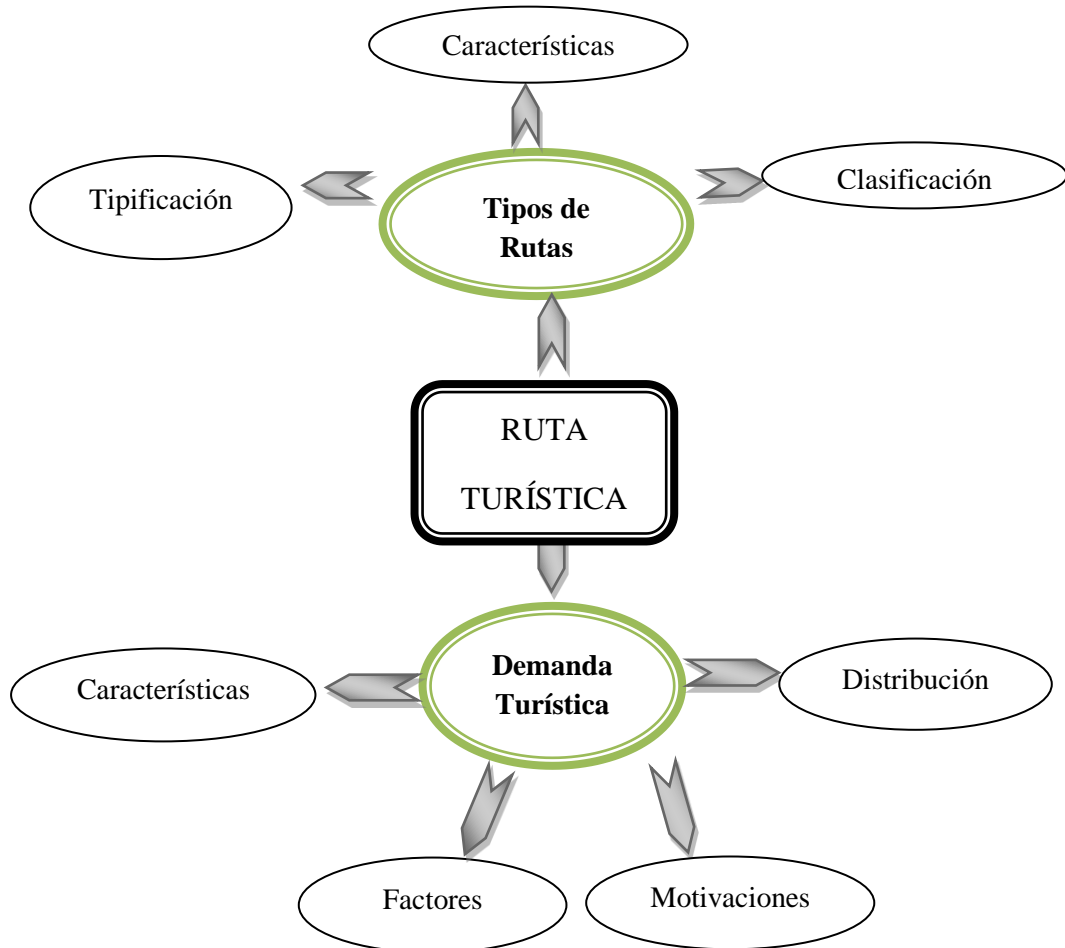
Gráficos de Inclusión



Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 03: SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

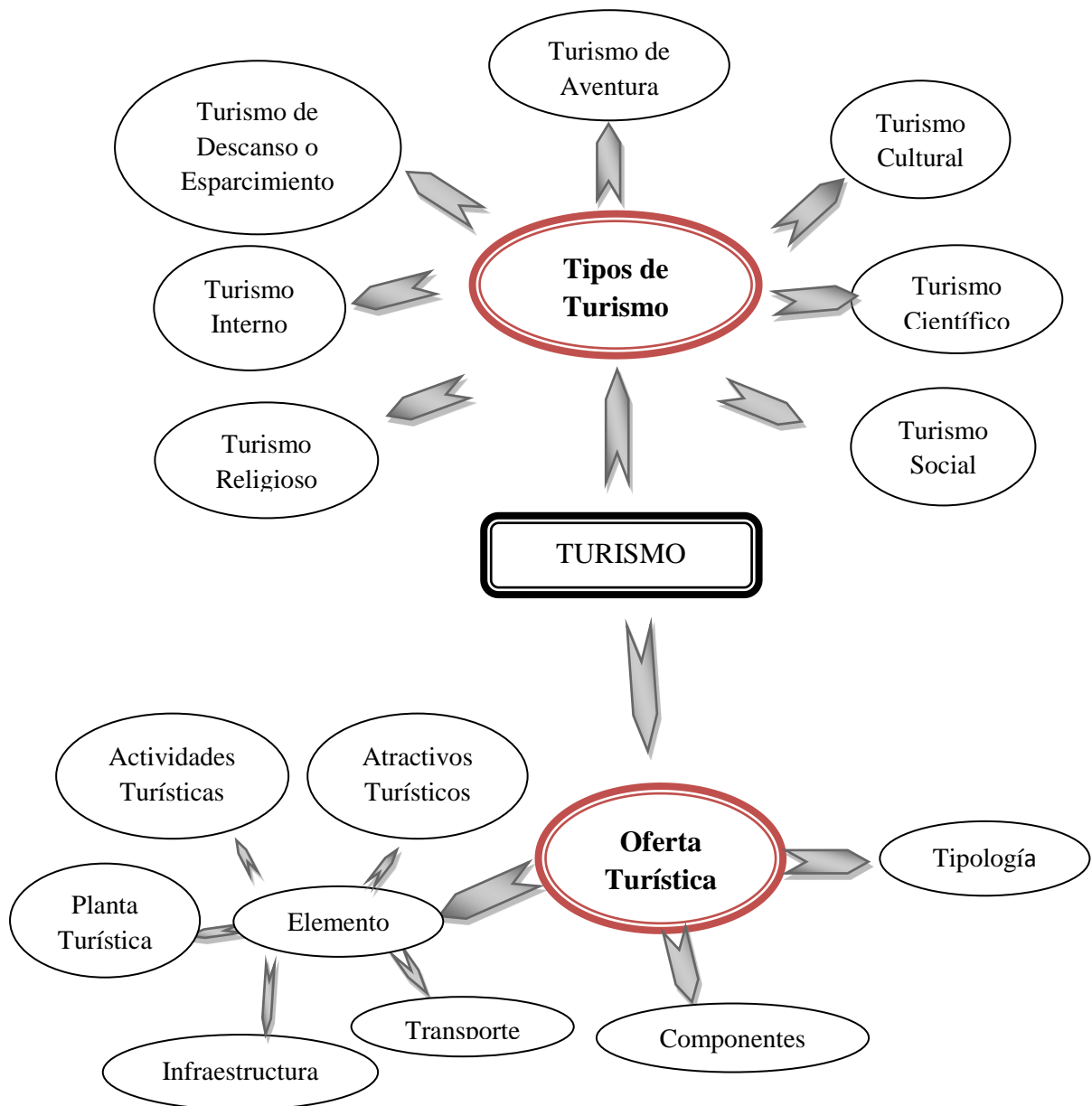
CONSTELACIÓN DE IDEAS. VARIABLE INDEPENDIENTE



Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 04: SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

CONSTELACIÓN DE IDEAS. VARIABLE DEPENDIENTE



Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

CATEGORIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL

SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

La superestructura turística es entendida como aquel soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo.

Dentro de tal superestructura la responsabilidad de administración del turismo recae “desde el nivel más alto representado por un Ministerio o Secretaria, hasta los de dirección o institutos adscritos a bienestar social u otros organismos del Estado”, es decir, allí participan entidades nacionales, departamentales y municipales. “En casi todos los casos sus funciones específicas son: la promoción turística, el control de calidad de los servicios, la fijación y el control de precios, la planificación del desarrollo, el desarrollo del turismo social y, a veces, la construcción del equipamiento e instalaciones turísticas.”

Entre los organismos del estado que hacen parte de la superestructura administrativa del turismo se encuentran los siguientes grupos:

- Organismos específicos: aquellos que se ocupan directamente de administrar el sector, los cuales según el área que abarquen o el tipo de actividad que realicen, pueden ser organismos nacionales, departamentales, municipales y empresas del estado. Estas últimas intervienen en la faz comercial el turismo, operando algunos de los

servicios como, las aerolíneas nacionales, agencias mayoristas u operadoras, entre otros.

- Organismos con vinculación indirecta o sin vinculación al turismo: allí se encuentran principalmente las oficinas que abarcan desde los ministerios hasta los organismos descentralizados y autónomos, los cuales administran el patrimonio histórico, museos, las zonas fronterizas, aeropuertos, terminales de buses, parques nacionales, etc.

Por otro lado se encuentran las organizaciones privadas cuya participación en la superestructura viene dada a través de las diversas asociaciones de agencias de viajes, hoteles, restaurantes, guías turísticos, entre otros.

Según el libro *Los municipios turísticos* de Roberto C. Boullón, los diferentes tipos de empresas pueden clasificarse en las siguientes siete categorías:

- Alojamiento
- Alimentación
- Esparcimiento
- Deportes
- Comercios de artículos típicos o souvenirs
- Transportes
- Agencias de viajes

“Los cinco primeros tipos y categorías atienden a la demanda de turismo interno y receptivo, y se localizan en los centros turísticos. Los dos restantes prestan

servicios tanto al receptivo como interno y regresivo, operando como plaza de mercado emisora de turistas o en los centros turísticos.”

(<http://indagaenelmundopordepartamentodelmeta.blogspot.com/2010/04/superestructura-turistica.html>)

Producto Turístico

Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera, parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos, de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario, para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

(http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/terminos_turisticos)

Producto Turístico.- Es el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes prestadores de servicios pero que el turista lo percibe como uno sólo y que están anclados al atractivo como elemento motivador de visitas.

(Asamblea del Ecuador, Informe para Primer Debate, 2012)

Infraestructura Turística

Infraestructura, es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo,

comprende; aeropuerto, puerto, sistema vial, acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte y aseo urbano.

(http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/terminos_turisticos)

Infraestructura Turística

Termino para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable alcantarillado, salud, higiene, puertos, terminales de transporte, automóviles, talleres de señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos etc.

(<http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/1/INFRAESTRUCTURA-TUR%C3%8DSTICA-817/>)

Ruta Turística

Itinerario de un viaje, camino o dirección

(Diccionario Enciclopédico, TERRANOVA Editores, 1996, pág. 1270)

Ruta Turística

Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos. Son rutas temáticas que se refieren, por lo general, a productos locales. Una ruta turística se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico. Se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre (o identidad). La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la

misma, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje para las comunicaciones.

(www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=tipo%20de%20rutas%20turisticas&sour)

Ruta Turística

Inicialmente, el concepto de “ruta turística” se utilizó para definir el corredor o camino utilizado por turistas itinerantes, que se trasladaban por vía terrestre entre dos destinos turísticos (localidades o puntos geográficos), apreciando los atractivos complementarios que se ubicaban en el trayecto.

En la actualidad y frente a la proliferación de una nueva oferta turística local que pretende mostrar el patrimonio natural y cultural (atractivos, actividades, costumbres, tradiciones, etc.) de las comunidades rurales, ese concepto ha evolucionado, como respuesta a la necesidad de organizar y estructurar productos afines y complementarios, adquiriendo una connotación más temática y particular.

La “Ruta Turística” puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Representa el producto básico del turismo rural estructurado y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y

servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente.

La determinación de una imagen propia puede responder a diferentes motivaciones (histórica, geográfica, gastronómica, arquitectónica, cultural, étnica, etc.), pero en lo posible debe ser única, novedosa, motivadora y consistente, de Para que la Ruta resulte creíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que genere sinergias, revalorizando cada uno de los productos que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos.

Una de las más evidentes ventajas que ofrece la integración de productos en una Ruta o circuito turístico, es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que por sí solos no los provocarían.

Toda Ruta debe circunscribirse a un espacio geográfico determinado, a una unidad cultural o una comunidad reconocible, estableciendo recorridos e itinerarios que se extiendan por distancias y tiempos razonables, que no abarquen más de quince hitos o alternativas a visitar, en un plazo máximo de dos a tres días. Más allá de esas magnitudes, la Ruta debiera dividirse en tramos o sub circuitos.

El objetivo de una Ruta es favorecer la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de ella y según un itinerario establecido. En consecuencia sus componentes (atractivos, servicios, instalaciones, eventos)

no deben ser autosuficientes sino complementarios, para aprovechar las sinergias que se producen.

Una Ruta debe necesariamente ofrecer e integrar al menos atractivos, actividades, alojamiento, alimentación, entretenimientos e información, y eventualmente guías y transporte local.

La conformación de una Ruta debe responder a los intereses de los diversos actores de la actividad turística, pero principalmente de su mercado objetivo (los turistas), de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local. Éstos deben establecer modalidades de asociación para determinar las formas de gestión y coordinación que permitan la consolidación, comercialización y operación de la oferta local y la Ruta constituye sólo el soporte para esa oferta.

El tipo de asociación que se establezca debe tener como objetivos la correcta puesta en valor del patrimonio turístico, la adecuada habilitación de las instalaciones y servicios requeridos, la coordinación con otros actores involucrados (municipios, artesanos, comerciantes, etc.) y la comercialización de la oferta incorporada a la Ruta, dejando a sus miembros y asociados la responsabilidad de operar los productos y servicios ofrecidos a los visitantes.

Una de las principales razones que justifica la asociación de los actores locales en este tipo de organizaciones, es que por una parte la acción unificada permite una reducción de los costos que implica la gestión integral de este tipo de actividades (puesta en valor, operación, comercialización de la oferta) y por otra, la oferta

integrada facilita el acceso a los mercados y genera una mayor demanda de visitantes.

En todo caso, el éxito y el dinamismo de una Ruta no depende solamente de la iniciativa y capacidad de gestión de la persona a cargo de la organización, sino también del compromiso, dedicación y espíritu de solidaridad de sus asociados, de la calidad de las actividades, instalaciones y servicios proporcionado y de los sistemas de control de calidad y evaluación de resultados que se adopten.

SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

Características de los Tipos de Rutas

- Responde a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada
- Se circunscribe a un espacio geográfico definido
- Posee una extensión espacio - temporal posible de recorrer en plazos razonables, con tiempos mínimos y máximos establecidos
- Debe ser factible de visitar parcialmente o de integrarse a recorridos propios de otros ámbitos territoriales
- Debe contener e integrar diferentes productos y servicios
- Tiene una gestión unitaria, pero incorpora a distintos agentes intermediarios (operadores y prestadores de servicios turísticos) privilegiando la participación de los miembros de la comunidad local.

(www.tecturcoquimbo.cl/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf)

Clasificación del tipo de rutas

Rutas de tránsito

Está constituida por ciertos servicios y facilidades, especialmente de acceso y movilización, los cuales permiten el transporte y los desplazamientos del turista.

Rutas marítimas

Se denomina ruta marítima a la empleada por los buques mercantes en su tráfico comercial.

Inicialmente estas rutas estuvieron limitadas a la navegación costera. Con el advenimiento de la navegación astronómica las rutas marítimas se internaron más y más en alta mar hasta circunnavegar el globo.

El Canal de Panamá, el estrecho de Gibraltar, el canal de Suez, el estrecho de Ormuz, el estrecho de Singapur, el estrecho de Magallanes, el estrecho de Torres, el canal de la Mancha o el canal de Kiel por mencionar solo algunos.

(es.wikipedia.org/wiki/Ruta_mar%C3%ADtima)

Rutas ferroviarias

Las Primeras rutas férreas y su evolución Vías férreas Primera vía Origen de las vías La primera vía férrea pública del mundo, la línea Stockton–Darlington, en el noreste de Inglaterra, dirigida por George Stephenson, se inauguró en 1825.

Expansión de vías férreas La construcción de vías férreas se expandió a tal ritmo en la década de 1840 que al terminar la misma se habían construido 10.715 km de vía en Gran Bretaña, 6.080 km en los estados alemanes y 3.174 km en Francia.

Los constructores de Europa y de Norteamérica adoptaron en general el ancho del

proyecto de George Stephenson, que se basó en los tendidos de vía para vagonetas de mina desde su lugar de origen; empíricamente se había demostrado que era la dimensión más adecuada para el arrastre por medios humanos o con caballerías.

Ancho de vía Fechas a destacar en la evolución de las Vías Férreas Europa Actualidad de algunas vías ferroviarias en el mundo China Colombia Suramérica

Orígenes del ferrocarril: El Camino Real, más tarde Camino de Cruces, sirvió de comunicación a través del istmo durante más de tres siglos, en el siglo XIX era cada vez más evidente que una alternativa menos costosa y más rápida era necesaria. Dada la dificultad de construir un canal con la tecnología disponible, un ferrocarril parecía la solución ideal. Rutas férreas en Panamá En Agosto de 1850 la construcción inició sobre tierra firme alrededor de Cerro Mono, luego llamado Monte Esperanza. Luchando a través de cuatro millas de pantano, los hombres llegaron al Río Chagres y el pueblo indígena de Gatún. A finales de 1850, equipo de movimiento de tierra arribó al Istmo. Originalmente el Ferrocarril de Panamá tenía un ancho de vía de 1.524 mm, a su reconstrucción en el año 2000, fue cambiado a 1.435 mm para que se pudiera utilizar material rodante de estándar.

Ancho de la vía Proyecto del metro Los aparatos de vía tienen por objeto realizar bien el desdoblamiento o el cruce de las vías, aun cuando adoptan formas variadas.

Existen dos tipos básicos de aparatos de vía:

- Los desvíos o cambio de agujas, que permiten a una vía ramificarse en dos o excepcionalmente en tres vías.
- Las travesías permiten la intersección de dos vías sin posibilidad de cambiar de una a otra. Aparato de Vías Rutas férreas de Panamá Norteamérica: propuesta para una red ferroviaria de alta velocidad Rutas ferroviarias de Centroamérica Rutas férreas de Suramérica Rutas ferroviarias a nivel mundial Rutas ferroviarias del continente Americano Hablaremos acerca de las primeras rutas ferroviarias desde la línea Liverpool-Manchester hasta la línea más utilizada en el mundo para transporte de pasajeros la línea Londres- Glasgow, también hablaremos de las vías férreas

También podrán descubrir los planes que tienen en la actualidad los más importantes países para desarrollar nuevas rutas •Se logró descubrir la importancia de las rutas ferroviarias a nivel mundial.

(<http://prezi.com/jhpksi3ex5zx/rutas-ferroviarias/>)

Rutas históricas

Por lo general forman parte de productos de turismo cultural y están basadas en temas del patrimonio cultural. El tema de las rutas históricas se refiere a los personajes ilustres, los artistas o incluso a los monumentos particulares del patrimonio construido de una tierra. En su mayoría, están señalizadas sobre el terreno o delante del monumento en cuestión.

Rutas temáticas

Las Rutas Temáticas tienen como objetivo principal dar a conocer aquellas labores relacionadas con la naturaleza y con bajo impacto ambiental. En ellas se muestran los oficios antiguos y de alguna manera, se propicia que el patrimonio se mantenga con vida. En ellas se puede disfrutar de productos representativos y se combinan actividades culturales, de compras, de gastronomía, el senderismo, entre otras actividades afines y compatibles con el conocimiento que se desea transmitir a través de la ruta a los turistas.

Rutas comerciales

Las rutas comerciales eran los enlaces geográficos entre centros de producción de mercancías y los mercados de consumo.

Rutas gastronómicas

Un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional considerada una expresión de la identidad cultural nacional. Las integran los productores que reciben turistas en sus establecimientos y les brindan servicios de alimentación y los restaurantes regionales que privilegian en sus menús los platos tradicionales basados en la producción primaria local y las agroindustrias de la zona. Se organizan en torno a un producto clave o, en algunos casos, alrededor de una cesta de productos que caracteriza la ruta y le otorga identidad y el itinerario se desarrolla sobre la base de la red vial”.

Entre las modalidades que presentan las Rutas Alimentarias Argentinas, Barrera (2003) distingue las siguientes:

- Rutas gastronómicas por productos: Se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto: vinos, quesos, etc.
- Rutas gastronómicas por plato: Se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado. Es decir, que la cocina constituye el hilo conductor de la organización.
- Rutas étnico-gastronómicas: Si bien podrían formar parte de las rutas por plato, el componente étnico es tan importante que merece ser destacado. Se trata de emprendimientos basados en la tradición culinaria de los pueblos originarios y de los inmigrantes que se asentaron en diferentes partes del país.

(www.boletin-turistico.com/component/k2/item/3795-%C2%BFqu%C3%A9-son-las-rutas-gastron%C3%B3micas)

Tipificación

Propone un escalonamiento de cinco en cinco kilómetros, a partir de un mínimo de diez (quién se va al campo a andar menos de eso), de forma que cada intervalo viene a corresponder en cierta medida a una hora de andar por terreno importantes.

La escala que hemos hecho alfabética con objeto de codificar los intervalos con una sola letra y disponer de bastantes escalones, sería como sigue:

Tipo A	Hasta 10 kms
Tipo B	De 10 a 15 kms
Tipo C	De 15 a 20 kms
Tipo D	De 20 a 25 kms
Tipo E	De 25 a 30 kms
Tipo F	De 30 a 35 kms
Tipo G	De 35 a 40 kms
Tipo H	Más de 40 kms

Las etapas de hasta 10 kms, podrían denominarse, genéricamente así:

Cortas	10 kms
Moderadas	de 10 a 20 kms
Largas	de 20 a 30 kms
Muy largas	de 30 a 40 kms
Extenuantes	más de 40 kms

(Diseño y Comercialización de Paquetes Turísticos, ING. MELO Diego, 2009, pág. 58)

Demanda Turística

La demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes.

Características de la demanda turística:

- a. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado. Por ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de turistas.

b. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes:

- Inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar. Como ejemplo tenemos el miedo de los extranjeros a visitar México debido a la inseguridad.

(Fundamentos de Marketing Turístico, REY Manuel, 2004, pág. 77)

Factores de la Demanda

Son los determinantes que tienen las personas para la realización de los viajes, distinguiendo entre los factores internos o directos y los externos o indirectos.

Factores Internos

Son las condiciones propias de cada persona en particular, subjetivos y relativos a ellas.

Determinan la posibilidad o imposibilidad de realización del viaje, independientemente de las características de una zona:

Renta : Es la capacidad económica que tienen las personas para destinar al consumo turístico y satisfacer el precio que tienen en el mundo los productos y servicios turísticos donde curiosamente los productos y servicios específicamente turísticos carecen de costo económico o su precio es insignificante mientras que el gasto más importante se lo llevan los turistas (alojamiento restauración diversión).

Con el mismo nivel de renta dos personas diferentes pueden optar por soluciones contrarias

Tiempo : Es un elemento necesario para la realización turística, ya que se concibe como la actividad que exige un desplazamiento a un lugar de destino, donde se tiene una estancia temporal variable que una vez terminado se vuelve al lugar de residencia del turista . Se dan tres tipos de tiempos

- **Tiempo laboral:** Tiempo que las personas dedican a sus actividades proporcionales siendo el principal componente de los viajes de negocios.
- **Tiempo libre:** tiempo que queda tras la jornada laboral, viajes vacacionales. Es de libre decisión teniendo en cuenta las relaciones de dependencias sociales y familiares.
- **Tiempo de ocio:** Tiempo que dedicamos a lo que nos gusta después del trabajo y los quehaceres personales. Excepción: Viajes gastronómicos.
- **Predisposición:** Es la necesidad o deseo de viajar que se plantean las personas cuando en general tienen cubiertas las necesidades primarias (orgánicas y las de seguridad).

La predisposición turística, surge con las necesidades secundarias (psicológicas y sociológicas). Puede estar también condicionada por la dependencia familiar, del ámbito social y está muy relacionado con el nivel cultural de las personas.

Factores Externos

Son los condicionantes que tienen las zonas, que afectan subjetivamente al turista que actúan como polo de atracción o rechazo para la realización de las actividades turísticas.

Se pueden dividir en dos grupos:

Grupo de factores de condiciones de zona:

Son aquellas condicionantes que hacen atractiva la zona turística, con carácter coyuntural en la que se distinguen 3 factores:

Estado de tiempo: son las condiciones en un determinado momento, analizando fundamentalmente las condiciones de temperatura y precipitaciones.

Distancia cultural: se refiere al grado de separación que existe entre la cultura de la zona de origen del turista y a del turista de destino.

Condicionan la interpretación de las condiciones de seguridad de la zona: Cuanto mayor es la distancia cultural mayor es la resistencia de zona esto hace que la demanda sea menor, porque se crean barreras entre el lugar de origen y destino a menor distancia cultural menor es la resistencia de zona y mayor demanda.

Calidad de los productos y servicios turísticos: Se define como el grado de probabilidad del resultado de la producción del viaje que se mide habitualmente entre la expectativa que manifiesta el turista y el grado de satisfacción de los productos y servicios turísticos.

La calidad se suele relacionar con la categoría de los establecimientos y a veces con el precio. Pero lo más importante del análisis de la calidad es la que ofrece cada producto independientemente de la categoría del producto es decir cada producto tiene su calidad.

La calidad turística se analiza fundamentalmente por tres razones:

- La calidad de los elementos de la oferta
- La calidad que ofrece la zona en la preparación
- La calidad por las condiciones convivencia y seguridad

Cuanta menor calidad, mayor resistencia de zona, consecuentemente menor demanda, y cuanto mayor es la calidad, menor resistencia de zona y mayor demanda.

Factores económicos

Son aquellas condiciones de zona que afectan al viaje del Turista y que explican en buena medida el planteamiento de que los países desarrollados se comporten como emisores y que los países menos desarrollados se comporten como receptores, porque hay que tener en cuenta el diferencial de renta y precios de los países.

Hay tres factores externos económicos:

Distancia económica: es el incremento que sufre el precio del viaje, en relación al precio del transporte, que depende de la distancia considerada entre el punto de origen destino donde: a mayor distancia, mayor precio, como consecuencia de que se encarece, aumenta el coste de toda la producción.

(MOCHÓN, Francisco, 2004, págs. 64,70,75)

En primer lugar cuando en un destino turístico aumentan las frecuencias de turistas (aumentando así la oferta), consecuentemente habrá una reducción de precio (ofertas)

En segundo lugar, también se modifican, cuando aumenta la competencia dando lugar a una lucha por la demanda, por la captación de turistas

En tercer lugar, se modifican cuando las compañías ofrecen: Precio de Espacio Global. Es cuando dentro de un espacio determinado, todos los destinos turísticos, se ofrecen al mismo precio independientemente de la distancia. Además de este planteamiento los turistas eligen el medio de transporte por la rapidez o velocidad del desplazamiento y al precio que cada medio tiene.

En general los medios de transporte son más caros, a medida que se incrementa la velocidad de desplazamiento del medio, porque tienen tecnologías y costes de producción mayores

Coste del precio del viaje: es el precio global que paga el turista en función de su país o lugar de residencia y la zona o país de destino turístico, teniendo en cuenta que la evaluación del precio depende de tres elementos:

De la cantidad de productos y servicios que consume el turista. A mayor cantidad mayor será el precio, además también depende de la categoría del establecimiento, a mayor categoría mayor precio.

(MOCHÓN, Francisco, 2004, págs. 64,70,75)

El nivel de vida o diferencial de precios entre el país de residencia y el lugar de destino, el cual generalmente está menos desarrollado lo que corresponde con unos precios más bajos.

Los valores de cambio de las monedas, que pueden dar lugar a que un precio pueda variar entre el lugar de destino y el de residencia como consecuencia de la modificación constante del valor de cambio de la moneda.

La temporada turística

Es el conjunto de condiciones homogéneas que presentan las zonas, caracterizadas por la situación de la oferta y el acceso de la demanda que dan lugar a una modificación constante del precio distinguiendo entre tres tipos de temporadas:

- **Temporada alta:** se caracteriza porque la oferta y los atractivos se encuentran en la mejor situación posible. Esto coincide generalmente con un acceso masivo de los turistas, que provoca un incremento considerable del precio, derivado de la limitación temporal de las personas para la determinación de los periodos vacacionales.
- **Temporada media:** se caracteriza por la pérdida de las condiciones y características de los atractivos turísticos de la zona, donde la demanda turística reduce su acceso que tiene como consecuencia una reducción significativa del fenómeno turístico. La temporada media se utiliza como temporada de promoción cuando el atractivo turístico tiene buenas condiciones pero los turistas tienen limitaciones temporales.

- **Temporada baja:** Es aquel periodo de tiempo donde los atractivos turísticos han perdido sus características esenciales y en donde la demanda turística está limitada porque son los periodos establecidos para el trabajo, lo que provoca una reducción progresiva de la demanda solo al alcance del turismo de elite, del turismo social o para personas ajenas al ámbito laboral. En consecuencia el precio alcanza sus niveles más baratos y se ellas tendrán que cerrar provoca la baja rentabilidad de las empresas, donde algunas o muchas de

Motivaciones Turísticas y los Tipos de Viaje

Las motivaciones turísticas son las causas que mueven a las personas a la realización de los viajes donde cualquier persona puede tener 1000 motivos de viaje. Entre todos ellos, siempre existe uno que es el principal, el más importante, el cual condiciona el tipo de viaje, los atractivos turísticos y la zona.

Podemos distinguir tres tipos de motivaciones:

Motivaciones Recreativas

Son aquellas que se basan en el descanso y entretenimiento de los turistas, basados fundamentalmente en la utilización de los atractivos naturales y distinguiendo entre:

- **Motivación deportiva:** tiene como objeto fundamental la realización de actividades físicas por afición o mantenimiento, teniendo en cuenta que algunas actividades con llevan cursos de formación, por ejemplo: la vela, paracaidismo y distinguiendo entre 2 tipos de deportes:

- **Deportes convencionales:** No con llevan riesgo por la integridad física de las personas. Son lo que llamamos deportes de grupo football.
- **Deportes de aventura:** Con llevan riesgo físico para la persona por ejemplo el puenting, cannopy, kayak, rafting, escalada, rapel, Etc.

Motivación de aventura: tiene como finalidad disfrutar del riesgo físico y psíquico que lleva inherente el viaje y las actividades que se realicen ya sea a través de los deportes de aventura, o por la agresividad de un espacio, habitualmente no desarrollado turísticamente donde lo más habitual son los desiertos, montañas y selvas

Motivación de sol y playa: motivación genérica del turismo de descanso y relajación, utilizando como base los electos naturales (sol, playa, agua) ya sean costeros, lacustres o fluviales. Lo fundamental de este turismo es la recuperación del equilibrio físico y psíquico del turista.

Motivación rutera: Realización de un turismo itinerante con el fin de disfrutar del paisaje y de la cultura de unos determinados espacios que dan lugar a dos tipos de turismo:

- **Turismo de ruta continental:** Consiste en recorrer un itinerario prefijado, habitualmente por una institución que se encuentra localizada sobre la superficie terrestre. Ruta andalusí, Ruta de la plata.
- **Turismo de ruta acuática:** consiste en recorrer un itinerario fijado por una empresa, utilizando el agua. El tipo de turismo más relacionado con este son los viajes de cruceros marítimos y fluviales.

Motivación campestre: es el disfrute del espacio relacionado con los elementos naturales y culturales que se derivan, de los pueblos y su entorno dando lugar a tres tipos de turismo diferentes:

- **Turismo rural:** Cuyo objetivo fundamental es el descanso y relajación a través de la realización de actividades sencillas, comunes de interrelación con la gente y disfrute del paisaje
- **Turismo de espacio natural:** Realización de actividades que se basan en la utilización de los elementos naturales bióticos y abióticos, que normalmente tienen un interés singular y que a veces están protegidos por algún tipo de calificación legal (reserva)
- **Agroturismo:** Consiste en la participación del turista en las actividades tradicionales de un entorno rural, que se relacionan en general con la agricultura y la ganadería (granja, escuela)

Motivación interpersonal: Tiene como objeto relacionarse con otro conjunto de personas en el lugar de destino. Esto puede dar lugar a:

- Viajes de visitas a amigos o familiares
- Viajes de diversión y de esparcimiento: Cuando el objetivo fundamental es relacionarse con personas en el lugar de destino, por el ambiente y por la diversión, muy relacionados con salidas nocturnas

Motivación de salud: Tiene una combinación de necesidad física, psíquica y de recreo, relacionada con la utilización de elementos naturales que tienen propiedades curativas. (Termalismo, barro)

Motivación de compras : Tiene como fin la adquisición de determinados productos que son típicos o tradicionales de la zona de destino turístico ofreciendo alguna ventaja comparativa de precios o calidad, respecto a la zona de residencia , donde habitualmente se adquieren productos de tecnología.

Motivaciones Culturales

El grupo de motivación cultural está compuesto por todas aquellas causas de viaje, que están relacionadas con las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando lo largo de un proceso histórico que el turista observa y disfruta sincréticamente.

Las motivaciones culturales son las siguientes:

Motivación étnica: Donde el turista tiene como objeto participar en los elementos culturales que se han ido transmitiendo a lo largo del tiempo por costumbre y tradición, y donde distinguimos:

- **Turismo religioso.** Basado en actos de fe u ofrendas de las personas que dan lugar a manifestaciones que llamamos peregrinación, romería, procesión, etc.
- **Turismo festivo:** consiste en la participación del turista en las celebraciones tradicionales de la zona de destino.
- **Turismo gastronómico:** tiene como objetivo la degustación de las comidas tradicionales de las zonas de destino

(MOCHÓN, Francisco, 2004, págs. 64,70,75)

Motivación espectáculos o acontecimientos programados: Cuando el viaje se desarrolla como consecuencia de que el turista actúa como espectador en un acontecimiento programado de carácter cultural o deportivo.

Motivación monumental: Es la motivación genérica de carácter cultural que se caracteriza por la visualización y comprensión de los elementos artísticos de una sociedad, utilizando como base la arquitectura, escultura y pintura y las artes menores como la orfebrería, cerámica, etc.

Motivación urbana: Consiste en un conglomerado de actividades culturales que se centran en la ciudad de destino combinado con el turismo étnico, artístico monumental y el de espectáculos.

Motivaciones Profesionales:

Son las relacionadas con el ámbito laboral de las personas y que normalmente están condicionadas. Distinguimos:

- **Motivación comercial o de negocios:** es la motivación genérica de los viajes profesionales, que son aquellos viajes condicionados y derivados del puesto laboral que se desempeña.
- **Motivación de congresos:** Viajes programados en un destino como consecuencia de una reunión de un grupo de personas afines del ámbito profesional, aficiones o a la militancia, con el fin de resolver problemas comunes a todos ellos.

(MOCHÓN, Francisco, 2004, págs. 64,70,75)

- **Motivación educativa o formativa:** Todos los cursos programados como consecuencia del proceso de formación de las personas que puede ser previo o posterior a su especialización profesional
- **Motivación de incentivos:** es un viaje consecuencia de un premio que ofrece la empresa a los trabajadores que cumplen los objetivos de producción o rentabilidad.

Distribución de la Demanda Turística

Consiste en dividir o separar a la demanda turística en grupos de comportamiento homogéneo, con el fin de averiguar las necesidades de los turistas, para que las empresas puedan realizar programaciones de viajes adaptados a esas necesidades y a lograr el objetivo del planteamiento turístico, la satisfacción del turista.

Cualquier clasificación de tipos de turistas, dan lugar a 3 tipos de características similares, donde vamos a utilizar la clasificación de perfiles psicofísicos de **Stanley Plog**, el cual establece 3 grupos de turistas

Psicocéntricos

Se les denomina también turistas de extremos conformistas. Es una persona introvertida, con muy poca confianza en sí mismo, que le gustan las cosas sencillas y que realiza el turismo por conformismo social o por hábito adquirido. Conciben el turismo como descanso y recreo en grupo. Se desplazan hacia zonas turísticas muy desarrolladas, seguras, relacionando los elementos de sol, agua y espacios naturales. Planifica fundamentalmente su viaje desde su lugar de

(MOCHÓN, Francisco, 2004, págs. 64,70,75)

residencia y no admite cambios durante el desarrollo. Normalmente comprara un viaje programado por una empresa especializada.

Los destinos turísticos tienen que ser cercanos, con poca distancia cultural, con tipos de turismo de carácter rural, sol, playa y si van a un país extranjero, va a realizar un turismo urbano en las grandes ciudades.

Alocéntricos

Se les denomina extremos impulsores. Se caracterizan por ser extrovertidos, seguros de sí mismos. Son personas complejas y que está realizando actividades constantemente y que lo que más valora es la libertad y la independencia. Conciben el turismo como una acumulación de experiencias basadas en la aventura y en el riesgo, para lo cual planifican mínimamente el viaje para que de manera flexible se adapte a las condiciones de este. Los destinos turísticos que elige son alejados de su lugar de residencia. Eligen especialmente espacios principalmente agresivos como montañas, selvas, desiertos y que estén deshabitados o habitados por poblaciones primitivas.

Medio céntricos

Actúan entre los extremos anteriores distinguiendo entre dos tipos de turistas:

Medio céntrico de tendencia psicocéntrica: Son las personas que llamamos turistas convencionales, que coincide con el típico turista de masas cuyo motivo del viaje es el descanso, la relajación y la satisfacción que ofrecen los contactos familiares y amistades, y en donde la salud es un elemento importante para este

turista. Concibe el turismo como huida del lugar de residencia, mezclando un conjunto de actividades, en contacto con la naturaleza, con el sol, el mar, la tranquilidad del espacio rural, la satisfacción corporal, las compras, la diversión, los elementos culturales tópicos, museos, monumentos, parques temáticos, casco histórico y contactos con las personas del lugar de destino.

Los destinos elegidos son espacios muy desarrollados turísticamente de culturas similares y cercanas a su lugar de residencia.

Medio céntricos de tendencia alocéntrica: Son turistas con intereses especiales porque conciben el turismo como el desarrollo de sus aficiones y entretenimientos, muy relacionados con actividades deportivas o de esfuerzo físico, asumiendo deseando nuevas experiencias y aventuras, siempre y cuando el riesgo este controlado.

Los destinos turísticos son exclusivos para el desarrollo de sus actividades, relacionados con las montañas y los elementos naturales.

(MOCHÓN, Francisco, 2004, págs. 64,70,75)

CATEGORIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL

DESARROLLO ESTATAL

El sector económico del turismo se ha convertido en los últimos años en el sector económico de mayor importancia en cuanto a generación de empleo, de exportación y de estímulo de inversión y crecimiento económico. Los ingresos generados por el turismo sobrepasaron a aquellos del comercio internacional en los años '80 y en la actualidad constituyen en proporción un valor mayor que los demás sectores económicos con excepción del petróleo y automotriz.

Desde 1950 hasta la fecha, cuando la realización de viajes internacionales comenzó a hacerse posible para los habitantes de algunos países, especialmente de Europa y de los EEUU, las llegadas de aviones en los aeropuertos internacionales han aumentado con una tasa de crecimiento promedio anual de 7.2 % y los ingresos por este concepto lo han hecho en 12.3% anual.

Desde una perspectiva internacional, en 1995, los destinos más visitados fueron Francia, seguido por los Estados Unidos y España. Se debe tomar en cuenta, que una porción extremadamente grande de los viajeros es recibida, pero también producida por algunos países. En 1995, los destinos "Top -Ten" acumulaban el 54 % de los ingresos mundiales en siete países industriales, localizados en Europa Central y Oeste. Dentro de los países "Top-Ten" productores de viajeros, también se encontraban siete naciones Europeas, sin embargo esta relación se puede

explicar a través de la proximidad geográfica y la fácil accesibilidad, que los países tienen entre ellos.

(<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf>)

Economía

La economía es una ciencia social que estudia cómo los individuos o las sociedades usan o manejan los escasos recursos para satisfacer sus necesidades. Tales recursos pueden ser distribuidos entre la producción de bienes y servicios, y el consumo, ya sea presente o futuro, de diferentes personas o grupos de personas en la sociedad.

El estudio de la economía se basa en la organización, interpretación y generalización de los hechos que suceden en la realidad. La microeconomía, una de las dos ramas en las que se divide la economía, realiza el estudio de unidades económicas (las personas, las empresas, los trabajadores, los propietarios de tierras, los consumidores, los productores, etc.); es decir, estudia cualquier individuo o entidad que se relacione de alguna forma con el funcionamiento de la economía de forma individual, no en conjunto. Al estudiar estas unidades económicas, la microeconomía analiza y explica cómo y por qué estas unidades toman decisiones económicas. La macroeconomía, la otra rama en que se divide la economía, se encarga de estudiar el comportamiento y el desarrollo agregado de la economía. Cuando se habla de agregado se hace referencia a la suma de un gran número de acciones individuales realizadas por diversas unidades económicas, las cuales componen la vida económica de un país. Esta rama no estudia las acciones

de determinados individuos, empresas, etc., sino la tendencia en las acciones de éstos.

Para su estudio, la economía utiliza herramientas como las matemáticas y la estadística aplicadas en la econometría, la cual se usa ampliamente en el desarrollo y prueba de modelos económicos. Un modelo económico es una conceptualización mediante la cual se pretende representar matemáticamente y de forma simplificada la realidad, para, de esta forma, poder establecer y cuantificar las relaciones entre las variables económicas que se analizan.

La economía es estudiada por los economistas. “Los economistas formulan principios económicos útiles en la formulación de políticas diseñadas para la solución de problemas económicos.

De esta manera, la economía puede dar alguna explicación a hechos ocurridos en el pasado y realizar pronósticos sobre el comportamiento económico en el futuro. Lo anterior facilita el diseño y la implementación de políticas económicas en un país o una región por parte de las autoridades económicas, las cuales, a través de estas políticas, dirigen la economía de dicho país o región con el objetivo primordial de beneficiar a sus habitantes y, por ende, a la economía en general, gracias a la satisfacción de sus necesidades.

(<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo0.htm>)

Fuentes económicas

Son los procesos mediante los cuales se crean los bienes y servicios, a partir de unos factores de producción, que satisfacen las necesidades de los consumidores y es alrededor de estas que gira la economía de un país.

Las fuentes económicas también sirven para generar riqueza a las distintas comunidades, a través de los distintos tipos de actividades:

El sector primario está formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados. Usualmente, los productos primarios son utilizados como materia prima en otros procesos de producción en las producciones industriales. Las principales actividades del sector primario son la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza y la pesca

El sector secundario reúne la actividad artesanal e industrial manufacturera, mediante las cuales los bienes provenientes del sector primario son transformados en nuevos productos. Abarca también la industria de bienes de producción, tales como materias primas artificiales, herramientas, maquinarias, etc. De igual manera comprende la industria de bienes de consumo, así como también la prestación de los servicios a la comunidad.

El sector terciario se dedica, sobre todo, a ofrecer servicios a la sociedad, a las personas y a las empresas, lo cual significa una gama muy amplia de actividades que está en constante aumento. Esta heterogeneidad abarca desde el comercio más pequeño, hasta las altas finanzas o el Estado. Es un sector que no produce bienes,

pero que es fundamental en una sociedad capitalista desarrollada. Su labor consiste en proporcionar a la población todos los productos que fabrica la industria, obtiene la agricultura e incluso el propio sector servicios. Gracias a ellos tenemos tiempo para realizar las múltiples tareas que exige la vida en la sociedad capitalista de consumo de masas: producir, consumir y ocupar el tiempo de ocio.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Sectores_de_producci%C3%B3n)

Turismo

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, 2. Ley de Turismo, Art. 2, 2013, pág. 1)

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

(<http://es.slideshare.net/SANDRIUSKI/el-turismo-segun-la-omt>)

SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

TIPOS DE TURISMO

Turismo social

Entiéndase por turismo social, todo viaje o desplazamiento mediante planes o programas aprobados que realicen personas o grupos de personas, domiciliadas en el país y dentro del territorio nacional, que no posean ingresos o que esto no superen los doscientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, a la época del viaje o desplazamiento.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, Título VI del Turismo Social, 2013, pág. 41)

Turismo Social

Según los Congresos Internacionales del Turismo “Es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan en la participación en el Turismo de la población, así como el conjunto de medidas especiales por medios de los cuales dichas participación se hace posible y se facilita.”

Ejemplo: Aquel que se realiza en una cabaña, casa familiar de campamento, posada o cualquier otro ambiente vacacional, en una población determinada, se podría prestar múltiples servicios a los visitantes tanto socio-económico como culturales y de igual forma proporcionar actividades recreativas para los mismos.

Características más resaltantes del turismo social

- Beneficia económicamente los lugares donde se realiza dicho turismo

(Módulo Teoría del Turismo, Lcda. GAVIÑO Noemy, 2006-2007, pág. 5)

Turismo Científico o de Investigación

Es aquella modalidad mediante la cual los científicos naturalistas pueden realizar investigaciones en ciencias naturales (biología, botánica, zoología, biogeografía, ecología, etc.) en áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, Ley de Turismo, 2013, pág. 7)

Turismo Científico o de Investigación

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

(<http://tiposdeturismo.blogspot.com/>, Tipos de Turismo)

Turismo Cultural

Es la modalidad de turismo que muestra y explica al turista los atractivos culturales de un destino turístico como: comunidades locales, comunidades indígenas, manifestaciones culturales, sitios culturales, históricos, arqueológicos, etc.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, Ley de Turismo, 2013)

Turismo cultural

Es el tipo de turismo que satisface el deseo de conocer la historia del lugar y admirar atractivos culturales, sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos y museos.

(<http://es.scribd.com/doc/59503639/Concepto-Turista-y-Turismo>)

Turismo de Descanso y Esparcimiento

Podemos decir que el turismo de descanso y esparcimiento es aquel que proporciona a los turistas un breve momento de relax, además de que el mismo le proporciona liberar el estrés y así mismo disfrutar de los maravillosos paisajes que le ofrece el lugar que haya decidido visitar.

Ejemplo: Cualquier persona podría viajar para descansar del trabajo, para liberar el estrés o simplemente para disfrutar de sus vacaciones o tiempo libre.

Características del Turismo de Descanso y de Esparcimiento

- El turismo de descanso y esparcimiento es aquel que permite a las personas disfrutar, descansar y relajarse.

(Módulo Teoría del Turismo, Lcda. GAVIÑO Noemy, 2006-2007, pág. 7)

Turismo de Descanso y Esparcimiento.

Es el turismo más primario, es el que más se aproxima a su definición tradicional, es el más genuino de todos. Por lo tanto, entendemos como turismo de descanso y esparcimiento el que practica la persona que desea solazarse, evadirse, escapar, sin otras pretensiones que no sean la holganza y el "relax". En esta clase de turismo el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente, de huir o aislarse de las preocupaciones cotidianas.

(<http://www.todacultura.com/turismo/>)

Turismo Interno

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

Ejemplo: Un viaje de turismo dentro de la provincia. Es de caso de los habitantes de países con estación de invierno cuando se desplazan, en su propio país a sitios con playas.

Características del turismo interno

- El dinero generado por la actividad turística se queda en el mismo país donde se lo realiza.

(Módulo Teoría del Turismo, Lcda. GAVIÑO Noemy, 2006-2007, págs. 7,8)

Turismo Interno

Son viajes internos realizados dentro del territorio nacional, por sus habitantes.

Características:

- Visitas a sitios de interés turísticos con infraestructura organizadas para atender y recibir turistas
- Son viajes de ida y vuelta
- Ayuda a las economías regionales pues crea un reciclaje monetario

(<http://www.emagister.com/curso-turismo-calidad-vida/turismo-interno>)

Turismo Religioso

Este es una clase de turismo que mueve gran cantidad de personas que profesan gran FE por la religión.

Hay mucha gente atraída por curiosidad por conocer monumentos, templos o sitios que simbolizan un credo, un personaje religioso, un templo de gran importancia o un lugar donde haya realizado un importante acontecimiento religioso o producido un milagro.

Ejemplo: Es el caso a nivel mundial de las visitas al Vaticano con la concebida asistencia a una misa con la esperanza de ver a su Santidad el Papa: la asistencia a Belén para adorar el sitio del nacimiento de Cristo, constituyen motivos de atracción turística para fieles de muchos credos religiosos.

Características del turismo religioso

- Es realizado por grupos determinados de distinto credo religioso, generalmente en latinoamericana se realizan las romerías como actividad religiosa.

(Módulo Teoría del Turismo, Lcda. GAVIÑO Noemy, 2006-2007)

Turismo Religioso

A diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje -como Jerusalén, La Meca o Roma- siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.

Turismo de Aventura

Es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como rafting, kayak, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgata, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivo, senderismo, caminatas, etc.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, Ley de Turismo, 2013, pág. 7)

Turismo de Aventura

Es el tipo de turismo que permite estar en contacto con la naturaleza, pero realizando grandes esfuerzos y actividades de alto riesgo, desafiando la geografía del lugar.

(<http://es.scribd.com/doc/59503639/Concepto-Turista-y-Turismo>)

Oferta Turística

Es la cantidad de bienes que individuos o empresas producen y ponen a disposición en el mercado para ser usados por los consumidores.

Elementos de la Oferta Turística

Atractivos Turísticos

Motivan la visita del turista, estos se clasifican en atractivos naturales, culturales y eventos programados.

Actividades Turísticas

De destino, corresponde a la actividad que realiza el turista en el lugar (paseo, baños, observación de aves, escalamiento y muchas otras).

Planta Turística

Facilita la permanencia en el lugar de destino, incluye el equipamiento (alojamiento, alimentación y otros servicios) e instalaciones turísticas.

Infraestructura

Permite el funcionamiento de la planta turística y constituye el vínculo entre esta y los atractivos de lugar de destino, incluye el transporte, comunicaciones, energía, agua potable, recolección de basura y salud.

Transporte

Corresponde a los medios de transporte terrestre, aéreo y acuático disponibles en la localidad.

Componentes de la Oferta Turística

Alojamiento

La oferta de alojamiento es diversa por tipología o por propiedad

Restauración

Relativa al consumo de bebidas y comida que se realiza en la estancia turística

Transporte

No siempre el transporte sirve transportar personas de un lugar a otro (origen-destino)

Intermediarios

Son los que básicamente crean el producto y lo comercializan, pueden crear paquetes turísticos que se venden directamente al consumidor.

Entretenimientos

Son las actividades recreativas.

Servicios de origen

Son las ofertas de servicios complementarios

Servicios de destino

Guías turísticos, venta de postales, se encuentran en el lugar de destino.

Servicios de Empresas

Servicios de asistencia a las empresas turísticas.

(<http://www.slideshare.net/alojamientos/oferta-turistica-13288800>)

Tipología de la oferta turística.

Hay que distinguir entre:

Oferta turística, que depende de factores de producción: Capital, trabajo, tierra, recursos naturales e iniciativa empresarial.

Factores de atracción (playas, clima, paisaje, cultura, etc.). Son bienes públicos o recursos comunes.

Bienes públicos:

No existe exclusividad: no puede restringirse su consumo.

No existe rivalidad: el consumo por parte de un consumidor no disminuye la satisfacción de los otros consumidores.

La oferta turística incluye muchas actividades:

- Transporte, alojamiento, restauración, actividades recreativas....
- Hay consumo de turistas de actividades no turísticas.

- Hay consumo de oferta turística por personas que no son turistas.

Tipos de factores de atracción (recursos).

- Recursos naturales: litoral, montaña, paisaje, riqueza botánica, fauna, geología, etc.
- Recursos culturales: folclore, gastronomía, artesanía, patrimonio histórico-artístico, etc.
- Recursos ligados a la ciencia y el progreso técnico: ferias comerciales, visitas a áreas industriales, centros científicos, antiguas minas, etc.
- Recursos vinculados a la práctica de determinadas actividades recreativas: actividades deportivas, de entretenimiento, etc.
- Otro tipo de recursos: realizar compras.

No existiría oferta turística sin factores de atracción.

Los factores de atracción se asocian tradicionalmente a recursos naturales o socioculturales. Actualmente dichos factores de atracción se crean: por ejemplo en los parques temáticos.

(<http://rahernan.webs.ull.es/turismo/leccion3.PDF>)

2.5.- HIPÓTESIS

“El desarrollo de la Ruta de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí contribuye positivamente en el Turismo del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi durante el periodo de Marzo – Noviembre 2013”

2.6.- SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Ruta Turística

Variable Dependiente: Turismo

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.-Enfoque de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo que permitirá satisfacer las necesidades e inquietudes de los turistas nacionales y extranjeros sobre el cultivo, la producción, exportación de rosas y establecer directrices básicas para el desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí, detallar información sobre estas empresas Florícolas que aportan al desarrollo local y provincial, lo que permite planificar, elaborar y ejecutar proyectos turísticos en beneficios de la parroquia Tanicuchí y la creación de fuentes de trabajo en los diferentes campos de la hotelería y restauración que beneficien el incremento del Turismo y promocionen la gastronomía ecuatoriana.

3.2.- Modalidad de la Investigación

La modalidad de esta investigación es de campo porque facilita la recolección de información en el lugar de los hechos y conocer la realidad sobre el cultivo, producción y exportación de las variedades de rosas de cada florícola, y la existencia de empresas que se dedican a esta actividad, las rutas de acceso y otros requisitos que faciliten el recorrido de los turistas por la parroquia Tanicuchí

También se aplicó la investigación bibliográfica, linkográfica y documental durante el proceso puesto que hubo la necesidad de consultar cualquier información adicional que aporte a la investigación y al desarrollo de la ruta.

3.3.- Nivel o Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo exploratoria porque examina y busca obtener información mediante la aplicación de alternativas, datos preliminares que permitan determinar la potencialidad de la Ruta Turística en la parroquia Tanicuchí, para lo cual se utilizó una serie de interrogantes que fue necesario responder.

3.4.- Población y Muestra

Para poder realizar la investigación se tomara en cuenta los actores sociales que participan directamente en el sector turístico.

Propietarios de las Florícolas	86 Personas
Autoridades Junta Parroquial	5 Personas
Expertos en el tema de Turismo	6 Personas
TOTAL	97 Personas

3.5.- OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: Ruta Turística

Cuadro N.- 1: Operacionalización de Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Ruta Turística</p> <p>Una ruta turística se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico. Se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre (o identidad). La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje para las comunicaciones.</p> <p><i>(www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=tipo%20de%20rutas%20turísticas&sour)</i></p>	Región determinada	-Análisis Zonal -Accesibilidad	¿Cree usted necesario el análisis zonal de la ruta turística de las Florícolas de la parroquia Tanicuchí? ¿Cree usted que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad?	Técnica: Observación Encuesta
	Interés Turístico	-Demanda -Satisfacción Turística	¿Considera que las florícolas están en la capacidad de atender la demanda turística y satisfacer las necesidades del turista?	Instrumento: Cuestionario estructurado y ficha de medición de recorridos y tiempos
	Imagen Integral	-Atención al cliente	¿Estaría usted interesado en recibir a los turistas para que visiten su florícola? ¿Qué tipo de servicio cree usted que pueda ofrecer a los turistas cuando visiten su florícola?	

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Variable Dependiente: Turismo

Cuadro N.- 2: Operacionalización Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Turismo</p> <p>El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.</p> <p><i>(http://es.slideshare.net/SANDRIUSKI/el-turismo-segun-la-omt)</i></p>	Actividades	Turistas	¿Señale las actividades que cree que el turista prefiera realizar durante la visita a su florícola?	Técnica: Observación Encuesta
	Entorno	Ambiente	¿Dentro del trayecto de la Ruta Turística sería necesario brindar información del origen de las plantas que se encuentran en su alrededor?	Instrumento: Cuestionario estructurado y ficha de medición de recorridos y tiempos
	Periodo	Ciclo temporales	¿Estaría de acuerdo que los turistas visiten su florícola en cualquier temporada del año?	

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

3.6.- Técnicas o Instrumentos

Para esta investigación se usó las técnicas; como la observación, la misma que se utilizará en el lugar de los hechos y las encuestas que fueron dirigidas a los habitantes de la parroquia Tanicuchí.

3.7.- Recolección de información

Cuadro N.- 3 Recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para que realizamos este tipo de investigación?	Para culminar los objetivos de la investigación sobre el desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas y proponer una solución al problema.
2.- ¿De qué personas u objetos?	Habitantes de la zona y los turistas
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Sobre el Desarrollo de las Ruta Turística de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí.
4.- ¿Quién?	El investigador
5.- ¿Cuándo?	Mes Junio 2013
6.- ¿Dónde?	Parroquia Tanicuchí
7.- ¿Cuántas veces?	Una sola vez
8.- ¿Con que técnicas de recolección?	Encuesta
9.- ¿Con que instrumento?	Cuestionario
10.- ¿En qué situación?	Entre semana y Fin de semana

Fuente: Marco Teórico
Elaborado por: CASA. Mayra (2013)

3.8.- Procesamiento y Análisis de la Investigación

3.8.1.-Plan de Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de datos se tendrá en cuenta algunos aspectos que son los siguientes:

- 1.- Revisión crítica de la información recogida es decir: depuración de información defectuosa, contradictoria e incompleta.
- 2.- Tabulación, Cálculo y Resultados a través de gráficos.
- 3.- Estudio estadístico para la presentación de resultados
- 4.- Interpretación cualitativa de la información

3.8.2.- Plan de Análisis e interpretación de datos

1. Análisis de los resultados estadísticos destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
2. Interpretación de los resultados con apoyo en el marco teórico
3. Comprobación de hipótesis
4. Elaboración de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

4.1.- Análisis e Interpretación de resultados

Encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia Tanicuchí con un total de muestra de 97 encuestas que da el 100%.

PREGUNTAS

Pregunta 1.- ¿Cree usted necesario el análisis zonal de la ruta turística de las Florícolas de la parroquia Tanicuchí?

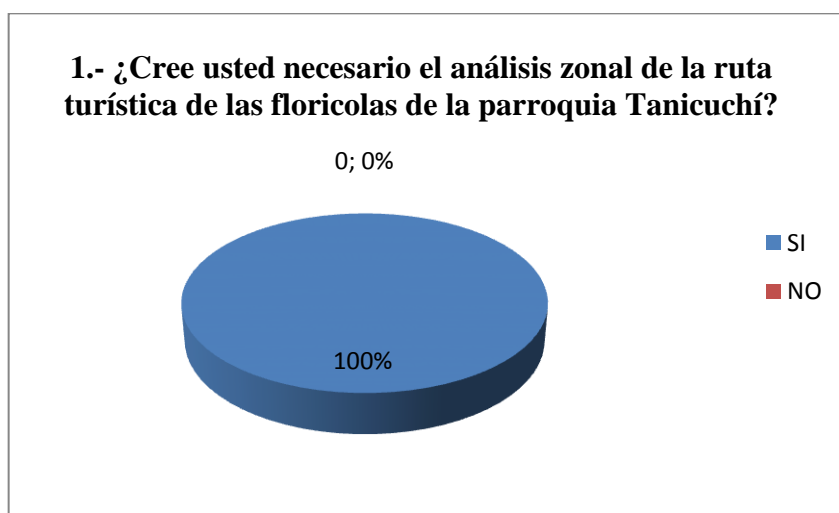
Cuadro N.-4 Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	97	100%
NO	0	0%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 05 Pregunta 1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 100 % de los encuestados afirman que es necesario el análisis zonal de la ruta turística de las florícolas para facilitar a los turistas la llegada a las Florícolas existentes en la parroquia Tanicuchí.

Por lo tanto los datos recabados en las encuestas indican que todos están de acuerdo con el análisis zonal de la Ruta Turística por lo que me facilitan el trabajo, ya que muchos manifiestan que no han realizado proyectos turísticos que puedan beneficiar a la parroquia.

Pregunta 2.- ¿Cree usted que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad de la ruta?

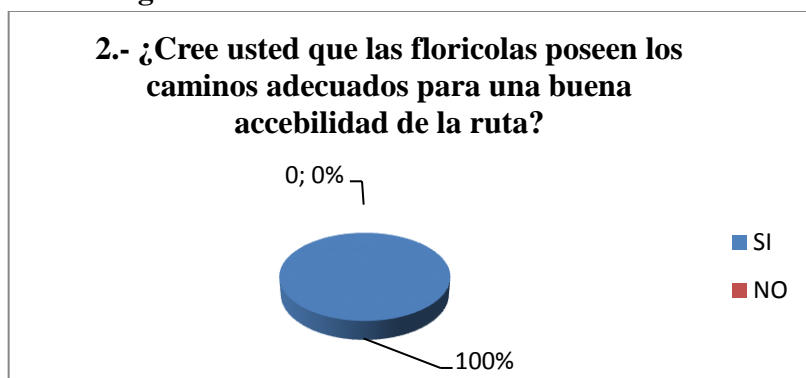
Cuadro N.-5 Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	97	100%
NO	0	0%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 06 Pregunta 2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 100% de los encuestados afirman que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad de la ruta en la parroquia Tanicuchí siendo este una iniciativa para la creación de la Ruta Turística de las Florícolas.

La Ruta es una oportunidad para un ingreso económico extra que permitirá mejorar su nivel de vida y lo más importante que podrán conocer e intercambiar opiniones y adquirir conocimientos sobre otras culturas.

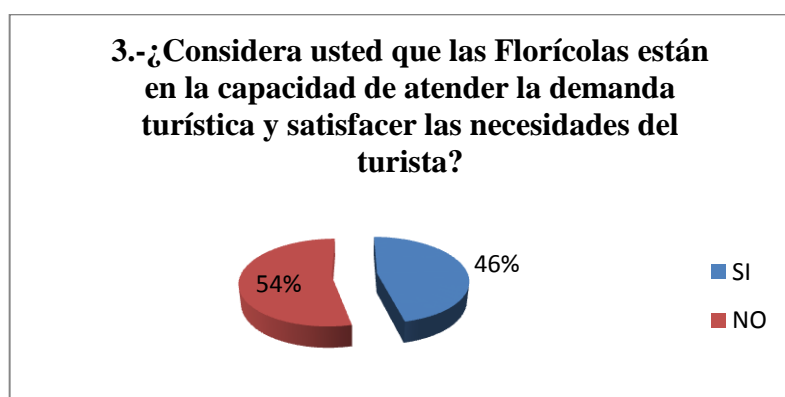
Pregunta 3.- ¿Considera que las florícolas están en la capacidad de atender la demanda turística y satisfacer las necesidades del turista?

Cuadro N.-6 Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	46%
NO	52	54%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 07 Pregunta 3



Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 46% de los encuestados afirman que las Florícolas están en la capacidad de atender la demanda turística y satisfacer las necesidades del turista, que están preparadas y organizadas para recibir a los turistas, mientras que el 54% consideran que no lo están.

La mayoría de los datos recabados en las encuestas se considera que no están preparadas las Florícolas, ya que ellos tienen sus propios ingresos y la Ruta sería más un beneficio para los lugareños por lo cual es necesario manifestar a los empleados de las Florícolas que se involucren en esta capacitación y acojan de forma agradable al turista para que se sienta como en su casa y estén preparados para responder las preguntas realizadas por los turistas, el recibimiento será la imagen que recordarán de las Florícolas y a su vez identifica a la gente de la parroquia.

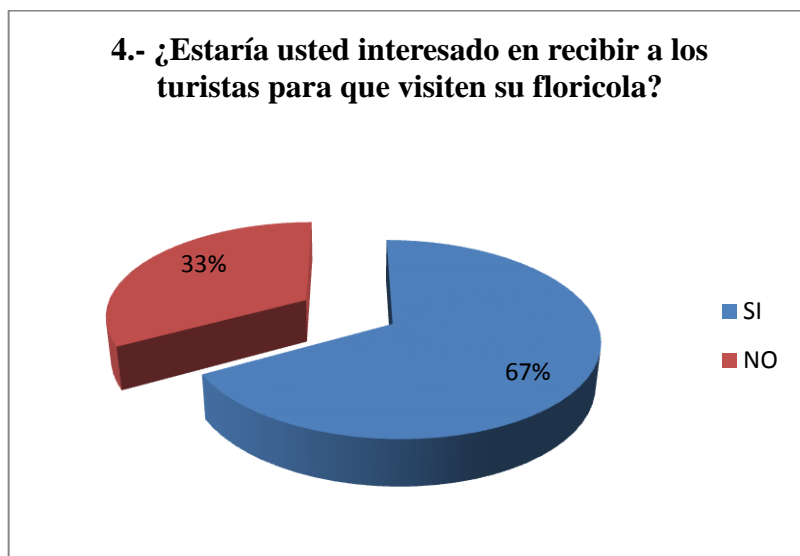
Pregunta 4.- ¿Estaría usted interesado en recibir a los turistas para que visiten su florícola?

Cuadro N.-7 Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	67%
NO	32	33%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 08 Pregunta 4



Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 67% de los encuestados afirman que sería importante o están interesados en recibir a los turistas y de paso conozcan la ubicación de las florícolas, mientras que el 33% desconocen o muestran interés por tener alguna información sobre cuantas Florícolas existen en la parroquia.

La mayoría de los datos recabados en las encuestas consideran que están interesados en recibir a los turistas o tener información sobre las empresas florícolas que están alrededor de la parroquia Tanicuchí, la generación de empleos para los mismos lugareños de la parroquia y foráneos, han permitido que este trabajo sea el sustento diario.

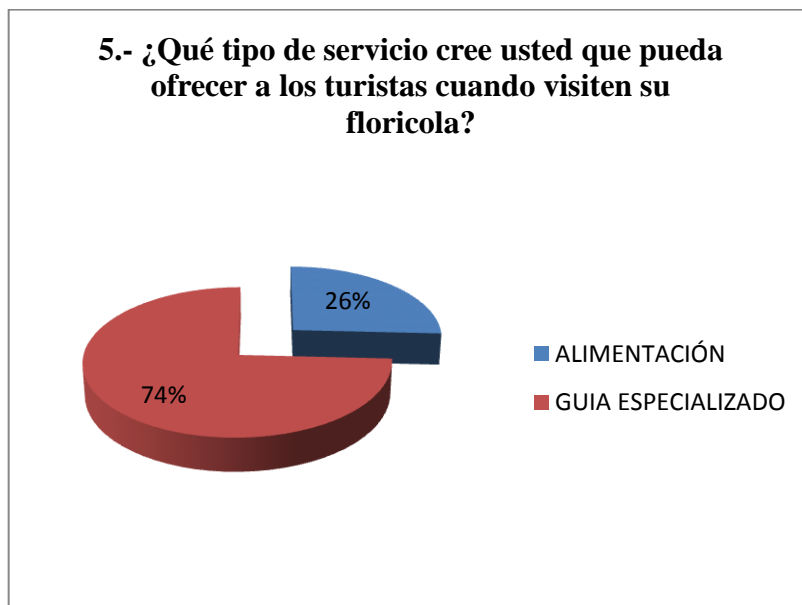
Pregunta 5.- ¿Qué tipo de servicio cree usted que pueda ofrecer a los turistas cuando visiten su florícola?

Cuadro N.-8 Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	25	26%
GUIA ESPECIALIZADO	72	74%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 09 Pregunta 5



Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 74% de los encuestados afirman que el tipo de servicio que pueden ofrecer a los turistas cuando visiten la florícola será el guía especializado de la misma empresa ya que ellos conocen la trayectoria de la empresa y los procesos de las rosas, el 26% no les gustaría ofrecer ningún tipo de servicio.

La mayoría de los datos recabados en las encuestas indican que el mejor servicio es el guía especializado de la misma florícola porque este guía conoce el sitio y puede facilitar un mejor servicio.

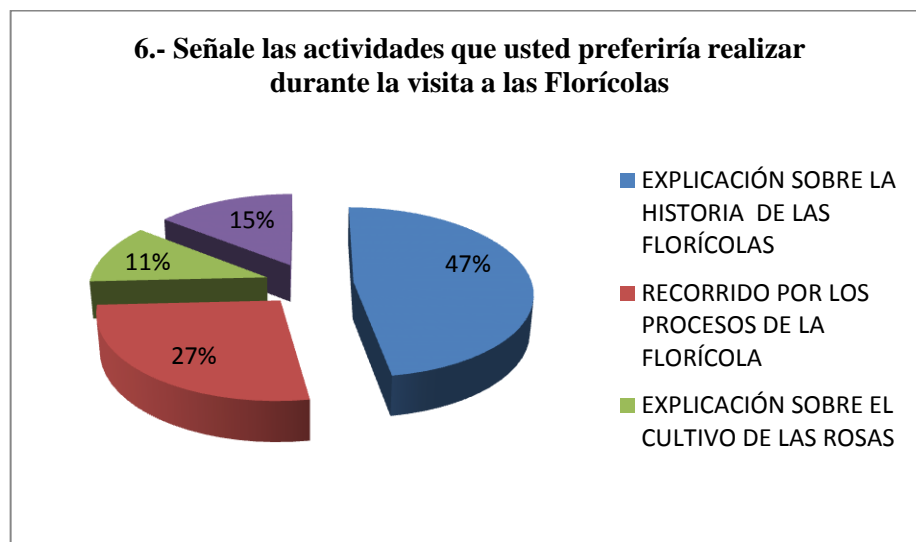
Pregunta 6.- Señale las actividades que cree que el turista prefiera realizar durante la visita a su florícola

Cuadro N.-9 Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXPLICACION SOBRE LA HISTORIA DE LAS FLORICOLAS	46	47%
RECORRIDO POR LOS PROCESOS DE LA FLORICOLA	26	27%
EXPLICACION DEL CULTIVO DE ROSAS	11	11%
OBSERVAR CLASIFICACION DE LAS VARIEDADES DE ROSAS	14	15%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 10 Pregunta 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 47% de los encuestados afirman que la explicación sobre la historia de las florícolas es importante ya que pueden adquirir conocimiento de cómo surgieron, el 27% indica que es necesario hacer un recorrido por los procesos de la Florícola, el 15% les encantaría observar la clasificación de las rosas, mientras que el 11% les gustaría una explicación breve sobre el cultivo de rosas.

Entonces la mayoría de los datos recabados en las encuestas indican que es necesario tener conocimiento sobre las empresas existentes en la parroquia y el beneficio económico que estas representan para el desarrollo de los mismos.

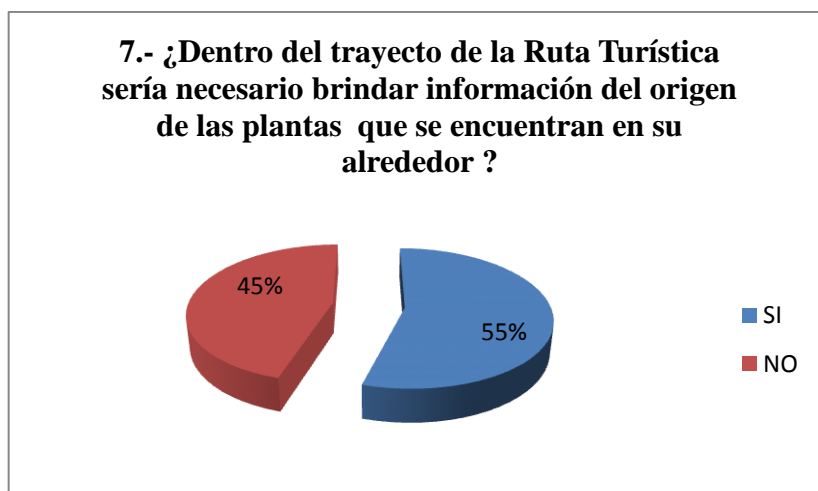
Pregunta 7.- ¿Dentro del trayecto de la Ruta Turística sería necesario brindar información del origen de las plantas que se encuentran en su alrededor?

Cuadro N.-10 Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	53	55%
NO	44	45%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 11 Pregunta 7



Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 55% de los habitantes encuestados afirman que les gustaría tener información adicional de las plantas que existen en los alrededores y mientras el 45% creen

que no es necesario la información adicional de las plantas porque les interesa saber más de la Ruta de las Florícolas y llegar pronto al lugar de destino para conocer las variedades de rosas que posee cada una de las Florícolas.

La mayoría de los datos recabados en las encuestas indican que les gustaría tener información adicional sobre las plantas existentes en la parroquia, que beneficio pueden tener para la naturaleza y si les servirá como un remedio casero para alguna dolencia.

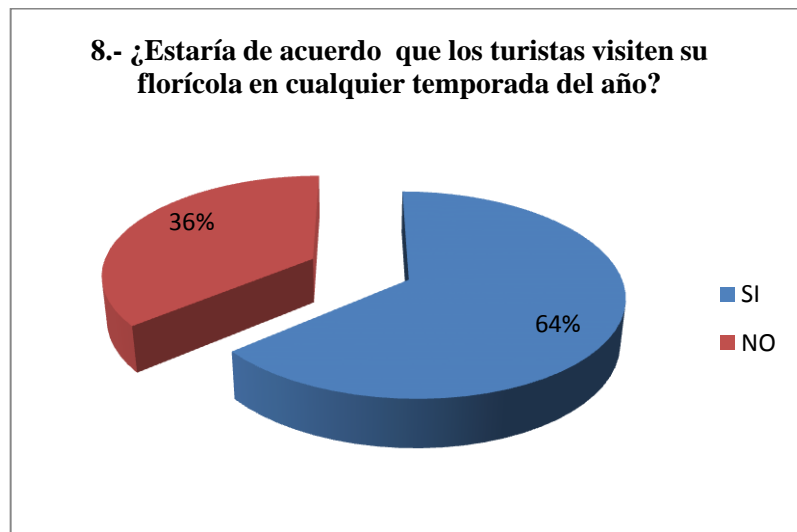
Pregunta 8.- ¿Estaría de acuerdo que los turistas visiten su florícola en cualquier temporada del año?

Cuadro N.-11 Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	62	64%
NO	35	36%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Gráfico N.- 12 Pregunta 8



Fuente: Encuesta
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

Análisis e Interpretación

El 64% de los encuestados afirman que los turistas pueden visitar las florícolas en cualquier temporada del año, mientras que el 36% no están de acuerdo.

La mayoría de los datos recabados en las encuestas indican que les gustaría realizar las visitas en cualquier temporada del año ya que en el transcurso del tiempo estos visitantes pueden dar información a otras personas para que estas también sientan la curiosidad de visitar la Ruta de las Florícolas y adquirir conocimiento sobre las costumbres y tradiciones de la parroquia.

4.2.- Verificación de Hipótesis

Para este trabajo de investigación, el estadígrafo de significación por excelencia es Chi cuadrado χ^2 que permite obtener información con la que se acepta o rechaza la hipótesis.

4.3.- Combinación de Frecuencia

Para establecer la correspondencia de las variables se eligió cuatro preguntas de las encuestas, dos preguntas por cada variable de estudio, lo que permitió efectuar los procesos para obtener la combinación necesaria.

Pregunta 1.-

¿Cree usted necesario el análisis zonal de la ruta turística de las Florícolas de la parroquia Tanicuchí?

Pregunta 2.-

¿Cree usted que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad?

Se eligió estas preguntas por cuanto hacen referencia a la Variable Independiente de estudio. Ver Capítulo IV. Cuadro N.- 4. Grafico N.- 6 de la pregunta 1 y Cuadro N.- 5, Grafico N.-7 de la pregunta 2.

Pregunta 7.-

¿Dentro del trayecto de la Ruta le gustaría información del origen de las plantas que se encuentran en su alrededor?

Pregunta 8.- ¿Estaría de acuerdo que los turistas visiten su florícola en cualquier temporada del año?

Se eligió estas preguntas por cuanto hacen referencia a la Variable Dependiente de estudio. Ver Capítulo IV. Cuadro N.- 10. Grafico N.- 12 de la pregunta 7 y Cuadro N.- 11, Grafico N.-13 de la pregunta 8.

4.3.1.- Planteamiento de la Hipótesis

H.0.-“El desarrollo de la Ruta de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí **NO** contribuye positivamente en el Turismo del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi durante el periodo de Marzo – Octubre 2013”

H.1.-“El desarrollo de la Ruta de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí **SI** contribuye positivamente en el Turismo del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi durante el periodo de Marzo – Octubre 2013”

4.3.2.- Selección de nivel de significación

Se utilizara el nivel $\alpha = 0.01$

4.3.3.- Descripción de la población

Se trabajara con la muestra de los habitantes económicamente activa, autoridades locales y expertos en el tema, es decir un total de 97 encuestas, según la fórmula aplicada, también aquellos habitantes que viven en la parroquia Tanicuchí del Cantón Latacunga de la Provincia de Cotopaxi a quienes se les aplico una encuesta mediante un cuestionario

4.3.4.-Especificación del estadístico.

$$\chi^2 = \frac{\sum (O-E)^2}{E} \quad \text{Donde:}$$

χ^2 = Chi o Ji cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Frecuencias Observadas

E = Frecuencias Esperadas

4.3.5.-Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresara un cuadro de contingencia de cuatro filas por dos columnas: para lo cual se utilizara la siguiente formula.

$$gl = f - 1 \quad c - 1$$

$$gl = (4 - 1) \quad (2 - 1)$$

$$gl = 3 \quad 1$$

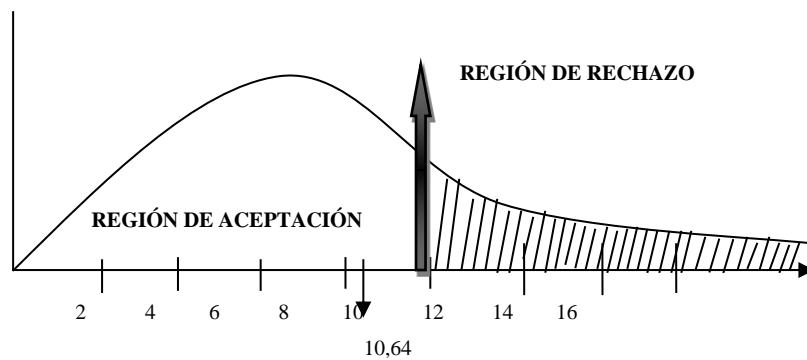
$$gl = 3 \times 1$$

$$gl = 3$$

Entonces con el 3 gl y un nivel de 0,01 tenemos la tabla de χ^2 el valor de 10,64 por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de χ^2 que se encuentra hasta el valor de 10,64 y se rechaza la hipótesis nula cuando los valores calculados sean mayores de 10,64. La representación gráfica sería.

Representación gráfica:

Gráfico N 13.- Campana de Gauss



Fuente: Por la Investigadora
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

4.3.6.- Especificación de Estadístico

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresara un cuadro de contingencia 4 filas por 2 columnas con el cual se determinara las frecuencias observadas.

Cuadro N.-12 Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	FRECUENCIAS OBSERVADAS		
	CATEGORÍAS		SUB TOTAL
	SI	NO	
1.- ¿Cree usted necesario el análisis zonal de la ruta turística de las Florícolas de la parroquia Tanicuchí?	97	0	97
2.- ¿Cree usted que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad?	97	0	97
7.- ¿Dentro del trayecto de la Ruta le gustaría información del origen de las plantas que se encuentran en su alrededor?	53	44	97
8.- ¿Estaría de acuerdo que los turistas visiten su florícola en cualquier temporada del año?	20	77	97
SUBTOTALES	267	121	388

**Fuente: Análisis e Interpretación de Resultados
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)**

Cuadro N.-13 Frecuencias Esperadas

PREGUNTAS	FRECUENCIAS ESPERADAS		
	CATEGORIAS		SUB TOTAL
	SI	NO	
1.- ¿Cree usted necesario el análisis zonal de la ruta turística de las Florícolas de la parroquia Tanicuchí?	66,75	30,25	97
2.- ¿Cree usted que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad?	66,75	30,25	97
7.- ¿Dentro del trayecto de la Ruta le gustaría información del origen de las plantas que se encuentran en su alrededor?	66,75	30,25	97
8.- ¿Cree usted que es necesario incluir otros servicios en el recorrido de la Ruta Turística de las Florícolas?	66,75	30,25	97
SUBTOTALES	267	121	388

Fuente: Análisis e Interpretación de Resultados
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

FRECUENCIAS ESPERADAS	
(267*97)=388	66,75
(121*97)=388	30,25

Cuadro N.-14 Frecuencias Observadas

Calculo del χ^2 o Chi cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² / E
97	66,75	30,25	915,06	13,70
0	30,25	-30,25	915,06	30,24
97	66,75	30,25	915,06	13,70
0	30,25	-30,25	915,06	30,24
53	66,75	-13,75	189,06	2,83
44	30,25	13,75	189,06	6,24
20	66,75	-46,75	2185,56	32,74
77	30,25	46,75	2815,56	93,07
388	388			$\chi^2=222,76$

Fuente: Análisis e Interpretación de Resultados
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

4.3.7.- Decisión

Para 3 grados de libertad a un nivel de 0,01 se obtiene en la tabla 10,64 y como el valor de χ^2 es de **222,76**, se encuentra fuera de la región de aceptación entonces se rechaza la hipótesis nula, por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: **“EL Desarrollo de la Ruta Turística de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí SI contribuye positivamente en el Turismo del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi durante el periodo Marzo 2013– Noviembre 2013.**

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Se concluyó que es necesario dar a conocer la nueva alternativa sobre el desarrollo de la Ruta de las Florícolas.
- No han realizado ningún proyecto turístico para incentivar el interés por el Turismo en la parroquia de Tanicuchí.
- Pierden oportunidades de ingresos porque no cuentan con una adecuada capacitación sobre temas del Turismo.
- No existe información turística, ni material promocional que indique al turista que puede visitar en la parroquia.
- El desarrollo de la Ruta Turística permitirá al viajero acercarse más a la realidad de las Florícolas porque adquirirá nuevos conocimientos y será una nueva fuente de ingresos económicos que beneficien el progreso de la parroquia.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner interés a este proyecto turístico, mediante tour coordinados con los profesionales del turismo, ofreciendo actividades en las que participe los turistas
- Se recomienda a las autoridades de turno realizar capacitaciones sobre las ventajas y beneficios que ofrece el turismo, incentivando a los interesados a buscar nuevas alternativas de ingresos.
- Se recomienda y es importante la creación de material turístico sobre la parroquia Tanicuchí para que los turistas nacionales y extranjeros tengan información turística.
- Mantener la información turística como instructivo para los estudiantes de escuelas y colegios de la parroquia.
- Diseñar la Ruta de las Florícolas en la parroquia Tanicuchí para incrementar el Turismo y continuar con el desarrollo económico y social.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Tema:

“DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”

6.1.- Datos Informativos

Responsable de la Elaboración:

Mayra Mercedes Casa Quinatoa

Coordinador:

Lcda. Noemy Gaviño

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

Parroquia: Tanicuchí

Periodo: Marzo – Octubre 2013

Beneficiarios: Habitantes de la parroquia

6.2.- Antecedentes de la Propuesta

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha tomado como antecedente investigativo la tesis titulada **“LA PROMOCIÓN DE NUEVAS RUTAS TURÍSTICAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN ENERO 2008 A JUNIO 2009”** realizada por TAMAYO, María; de la cual se ha tomado lo siguiente: se concluyó que es necesario dar a conocer las nuevas alternativas sobre rutas turísticas que se posee en la provincia, las rutas diseñadas serán de gran interés para los turistas ya sean nacionales o extranjeros lo cual propiciara una gran afluencia de los mismos y una gran fuente de ingreso económico para el progreso de la provincia, por otro lado se recomienda poner el interés necesario a este proyecto ya que a través de la elaboración de paquetes turísticos con las nuevas rutas se incrementará el número de visitantes a la provincia, también mantener el interés de realizar nuevas investigaciones en estos lugares y pedir ayuda al Ministerio de Turismo para que impulsen los proyectos planteados y elaborar paquetes turísticos para ofrecer a los turistas como nuevas alternativas.

Es así que al revisar y analizar las conclusiones y recomendaciones de los proyectos anteriores, he llegado a la idea de que las rutas turísticas son grandes potenciales turísticos con fines diversos y que tienen como objetivos admirar la naturaleza, recordar sitios memorables, disfrutar de la playa, mediante un itinerario establecido en la que todos pueden participar.

El ser humano desde hace años ha tenido ese espíritu aventurero por conocer nuevos y novedosos lugares en las cuales abarcan muchos atractivos turísticos en las que puede disfrutar en el día o en la noche, por lo tanto el presente proyecto acerca del desarrollo de la Ruta de las Florícolas es otra alternativa para el desarrollo del turismo en la parroquia Tanicuchí, ya que a su alrededor posee extensas plantaciones de rosas y que los regalos florales que llegan a sus hogares o a los grandes eventos, tienen algunos procesos en cuales están involucrados un sin número de personas y para poder explotarlo es necesario la creación de la ruta.

6.3.- Justificación

En la parroquia Tanicuchí no han realizado proyectos turísticos de rutas, por la falta de profesionales en el área del Turismo o por el cambio de autoridades que son los factores que han retrasado el desarrollo turístico y social.

Otro limitante es la escasa información sobre las florícolas de la parroquia generando el desinterés y la pérdida de apoyo por parte de las autoridades de turno.

Es por esto que se elabora una alternativa a la problemática, la presente propuesta es sobresalir y realizar proyectos turísticos que beneficien el desarrollo de la parroquia Tanicuchí, mediante el diseño de la ruta turística de las florícolas el turista puede realizar un recorrido por las plantaciones de rosas, también será una guía con información precisa para los turistas nacionales y extranjeros.

Es una importante estrategia para generar interés por el Turismo y promoverlo como una actividad turística.

6.4.- Objetivos

6.4.1.- Objetivo General

“Diseño de la Ruta Turística de las Florícolas para fortalecer el Turismo en la Parroquia Tanicuchí”

6.4.2.- Objetivos Específicos

- Reconocer la ruta mediante información verdadera
- Recopilar información de cada una de las florícolas.
- Presentar la ruta propuesta a través de la ficha de medición de tiempos.
- Promocionar el diseño de la Ruta en un tríptico.

6.5.- Análisis de Factibilidad

Este trabajo de investigación es factible porque se incluye lo operacional, lo técnico y lo económico permitiendo la elaboración del tríptico turístico que no requiere de costos elevados para publicarla en cantidades y esto permite hacer posible la realización del proyecto en mención para desarrollar el Turismo en la parroquia.

6.5.1.- Factibilidad Operacional

Se planificó la propuesta de forma práctica, organizada por lo cual se utiliza la teoría con la práctica, al mismo tiempo se regulara los contenidos de los diferentes atractivos turísticos por medio del análisis de factibilidad, esto constituye un aporte verdadero al proyecto de investigación en la parroquia que aprovecha todo aspecto positivo que con lleve al desarrollo turístico y económico.

6.5.2.- Factibilidad Técnica

La factibilidad técnica se utilizó porque se pone a prueba los conocimientos adquiridos en las aulas durante los cuatro años de estudio en la Universidad Técnica de Ambato.

Al crear este tríptico turístico donde se detalla el recorrido de la Ruta Turística de las Florícolas es un medio importante para fortalecer el Turismo en la parroquia ya que será un material de apoyo para los habitantes, turistas nacionales y extranjeros.

El cual tendrá los siguientes aspectos técnicos:

- Contenido
- Fotografías
- Prestadores de servicios (si los hay)
- Información verídica

6.5.3.- Factibilidad Financiera

El financiamiento para la aplicación de un tríptico turístico dependen del tiraje que necesitan los interesados, aquí se detallan los costos de inversión con el fin de vializar el proyecto conjuntamente con presupuestos de la Junta Parroquial para apoyar y promocionar a los sectores vulnerables.

Cuadro N.-15 Cuadro Financiero

INDICADORES	FINANCIAMIENTO	COSTOS
Tríptico	Junta Parroquial	\$80,00
Diseñador	Autora	\$50,00
Transporte	Autora	\$30,00
Impresión de Recopilación de Información	Autora	\$20,00
Fotografías	Autora	\$20,00
TOTAL		\$200,00

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

6.6.- Fundamentación

Ruta Turística

Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos. Son rutas temáticas que se refieren, por lo general, a productos locales. Una ruta turística se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico. Se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre (o identidad). La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje para las comunicaciones.

(www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=tipo%20de%20rutas%20turisticas&sour)

Ruta Turística

Inicialmente, el concepto de “ruta turística” se utilizó para definir el corredor o camino utilizado por turistas itinerantes, que se trasladaban por vía terrestre entre dos destinos turísticos (localidades o puntos geográficos), apreciando los atractivos complementarios que se ubicaban en el trayecto.

En la actualidad y frente a la proliferación de una nueva oferta turística local que pretende mostrar el patrimonio natural y cultural (atractivos, actividades,

costumbres, tradiciones, etc.) de las comunidades rurales, ese concepto ha evolucionado, como respuesta a la necesidad de organizar y estructurar productos afines y complementarios, adquiriendo una connotación más temática y particular.

La “Ruta Turística” puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Representa el producto básico del turismo rural estructurado y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente.

La determinación de una imagen propia puede responder a diferentes motivaciones (histórica, geográfica, gastronómica, arquitectónica, cultural, étnica, etc.), pero en lo posible debe ser única, novedosa, motivadora y consistente, de Para que la Ruta resulte creíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que genere sinergias, revalorizando cada uno de los productos que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos.

Una de las más evidentes ventajas que ofrece la integración de productos en una Ruta o circuito turístico, es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que por sí solos no los provocarían.

Toda Ruta debe circunscribirse a un espacio geográfico determinado, a una unidad cultural o una comunidad reconocible, estableciendo recorridos e itinerarios que se extiendan por distancias y tiempos razonables, que no abarquen más de quince hitos o alternativas a visitar, en un plazo máximo de dos a tres días. Más allá de esas magnitudes, la Ruta debiera dividirse en tramos o sub circuitos.

El objetivo de una Ruta es favorecer la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de ella y según un itinerario establecido. En consecuencia sus componentes (atractivos, servicios, instalaciones, eventos) no deben ser autosuficientes sino complementarios, para aprovechar las sinergias que se producen.

Una Ruta debe necesariamente ofrecer e integrar al menos atractivos, actividades, alojamiento, alimentación, entretenciones e información, y eventualmente guías y transporte local.

La conformación de una Ruta debe responder a los intereses de los diversos actores de la actividad turística, pero principalmente de su mercado objetivo (los turistas), de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local. Éstos deben establecer modalidades de asociación para

determinar las formas de gestión y coordinación que permitan la consolidación, comercialización y operación de la oferta local y la Ruta constituye sólo el soporte para esa oferta.

El tipo de asociación que se establezca debe tener como objetivos la correcta puesta en valor del patrimonio turístico, la adecuada habilitación de las instalaciones y servicios requeridos, la coordinación con otros actores involucrados (municipios, artesanos, comerciantes, etc.) y la comercialización de la oferta incorporada a la Ruta, dejando a sus miembros y asociados la responsabilidad de operar los productos y servicios ofrecidos a los visitantes.

Una de las principales razones que justifica la asociación de los actores locales en este tipo de organizaciones, es que por una parte la acción unificada permite una reducción de los costos que implica la gestión integral de este tipo de actividades (puesta en valor, operación, comercialización de la oferta) y por otra, la oferta integrada facilita el acceso a los mercados y genera una mayor demanda de visitantes.

En todo caso, el éxito y el dinamismo de una Ruta no depende solamente de la iniciativa y capacidad de gestión de la persona a cargo de la organización, sino también del compromiso, dedicación y espíritu de solidaridad de sus asociados, de la calidad de las actividades, instalaciones y servicios proporcionado y de los sistemas de control de calidad y evaluación de resultados que se adopten.

Características de los Tipos de Rutas

- Responde a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada
- Se circunscribe a un espacio geográfico definido
- Posee una extensión espacio - temporal posible de recorrer en plazos razonables, con tiempos mínimos y máximos establecidos
- Debe ser factible de visitar parcialmente o de integrarse a recorridos propios de otros ámbitos territoriales
- Debe contener e integrar diferentes productos y servicios
- Tiene una gestión unitaria, pero incorpora a distintos agentes intermediarios (operadores y prestadores de servicios turísticos) privilegiando la participación de los miembros de la comunidad local.

(www.tecturcoquimbo.cl/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf)

6.7.- Modelo Operativo

Cuadro N.-16 Modelo Operativo

TEMA	OBJETIVO	FASES	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
Diseño de la ruta turística de las florícolas para fortalecer el turismo en la parroquia Tanicuchí del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi	Diseño de la Ruta Turística de las Florícolas para fortalecer el Turismo en la Parroquia Tanicuchí"	SOCIALIZACIÓN Octubre 2013	*Presentación de la Propuesta *Aprobación de la propuesta	Laptop Materiales de Escritorio Impresiones	Casa Mayra	1H30 HORAS
		EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA Nov-Dic 2013	*Investigación *Diseño de machote o borrador a prueba *impresión de pruebas *corrección de pruebas	Computadora Internet Cámara digital Diseño de la Ruta	Ing. Sergio Casa	2 HORAS
		EVALUACIÓN ENERO 2014	*Valoración del proyecto *Almacenamiento *Distribución del producto	Humanos Tecnológicos	Casa Mayra	1 HORA

Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

INTRODUCCIÓN SOBRE LA PARROQUIA TANICUCHÍ

La Parroquia Tanicuchí se halla situada a 3022 msnm, es una parroquia rural del cantón Latacunga, de gente emprendedora, las principales actividades que desarrollan sus habitantes son la ganadería, agricultura, la industria láctea, la floricultura siendo esta actividad el motor principal de la economía del sector, existe una actividad extra en la parroquia que es el turismo que se está fortaleciendo por las visitas realizadas de los turistas nacionales y extranjeros a la conocida Hostería la Ciénega, la cual brinda un hospedaje de calidad, que puede ser aprovechado para dejar de lado las actividades cotidianas de la vida y estar en armonía con la naturaleza, observando sus alrededores, sintiendo la brisa que impregna el campo, la diversidad de las flores, el dulce canto de los pajarillo

La Hostería la Ciénega ha incluido actividades extras en su servicio como las caminatas y las cabalgatas puesto que esta actividad es la que más sobresale y le gusta al turista.

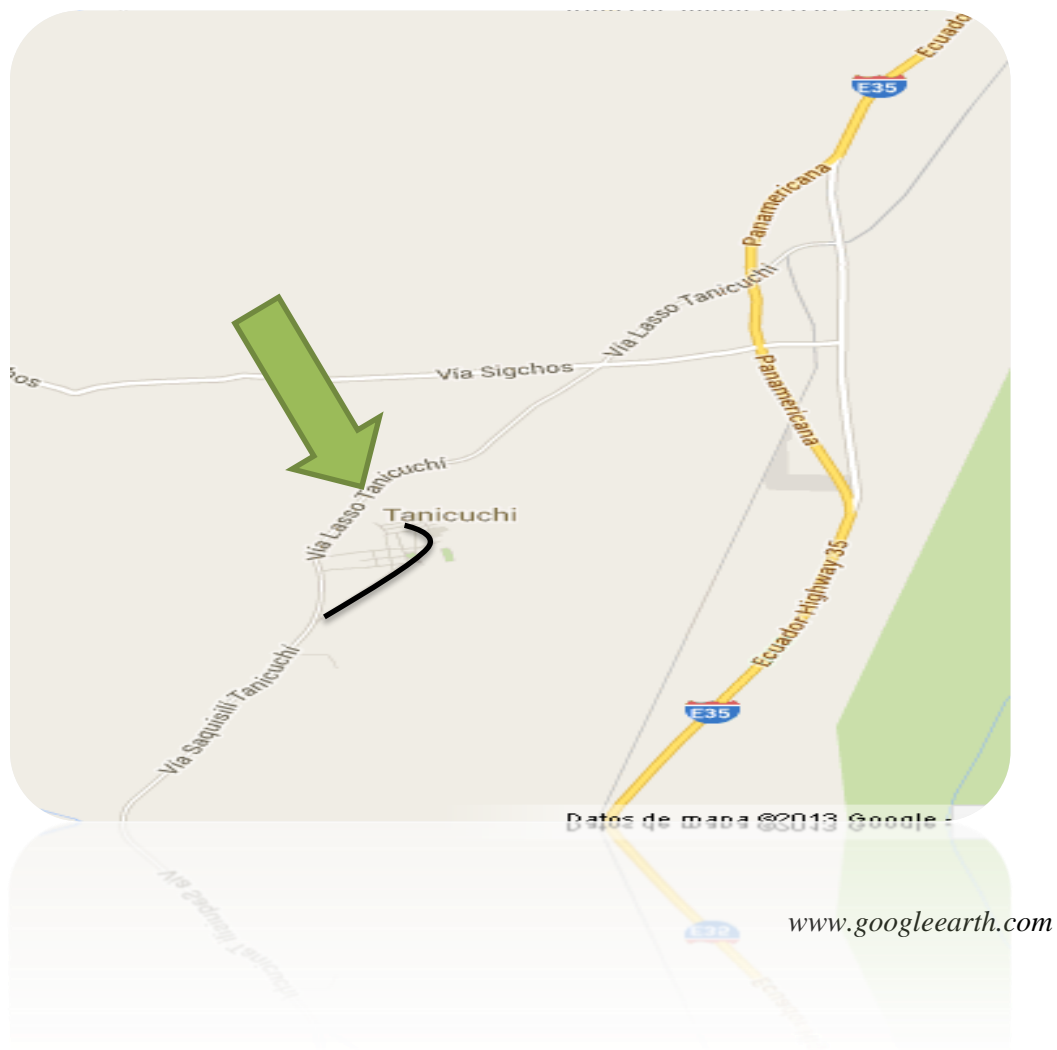
Sus límites son: Por el Norte, Pastocalle; por el Sur Guaytacama; por el Este, Mulaló y por el Oeste, Toacaso. La agricultura y la ganadería son las principales actividades de sus pobladores.

En educación podemos anotar que dispone de un colegio, magníficas escuelas y competentes maestros. Además tiene una buena carretera que une a las parroquias vecinas, posee una plaza de toros que se llena en las fiestas tradicionales del 10

Agosto en la que incluye las comparsas tradicionales, los guacos, los diablos y no pueden faltar los priostes de la parroquia.

Los barrios de esta parroquia son: Cajón Veracruz, Chilcapamba, El Calvario, Goteras, La Floresta, Lasso, Llactayo, Pachosala, Pucará, Pesillo, Río Blanco Alto, Río Blanco Bajo, Sandoval, Santa Ana, San Antonio de Luzún, San José de Cuicuno, San Pedro, Simón Bolívar, Tanicuchí Centro, Tashina y Veracruz.

PARROQUIA TANICUCHÍ



FLORÍCOLAS DE LA PARROQUIA TANICUCHÍ

TEXAS FLOWERS



Una década y media dedicada al dedicada y encantador trabajo de la producción de más de 50 variedades de rosas, hacen de TEXAS FLOWERS S.A. una de las floricultoras preferidas en el mercado mundial.

Caprichosa belleza, vívidos y vibrantes colores seductores y elegantes formas, son algunas de las muchas cualidades de cada una de nuestras rosas, el orgulloso producto del cuidadoso manejo de nuestras plantaciones, nos permiten ofrecerte simplemente, “*ROSAS HERMOSAS*”

(<http://www.texasflowers.com.ec/>)

EQR EQUATOROSES C.A



EQR Equatoroses se encuentra en Lasso Ecuador, en el valle del volcán Cotopaxi. Esta granja se ha dedicado a la producción y exportación de rosas frescas cortadas desde 1994. Su objetivo principal es producir y vender los mejores rosas en el mercado bajo un control estricto y permanente de todos los procesos, mantenimiento de la calidad durante todo el año.

Además, siempre estamos preocupados por el bienestar de todos los 300 trabajadores de EQR. Tenemos programas de salud constantes y tienen un médico a tiempo completo y una enfermera, dos centros de salud, que son la única granja que se adjuntará a la seguridad social y siempre ofrecer a nuestros trabajadores con uniformes y una comida completa de tres platos cada día.

Es por las razones antes mencionadas EQR que se haya concedido la alemana basada en Etiqueta Verde. Este es un programa que trabaja con granjas que no sólo tienen el respeto y cuidar el medio ambiente sino que también se preocupa por las personas y su bienestar.

EQR se compone de dos fincas: San Luis, con un extensión de 13,8 hectáreas, y San José, con una extensión de 10.8 hectáreas, las fincas se encuentran a una altitud de 9.000 pies en estas dos fincas con un total de 47 variedades de rosas son producidos para los mercados de EE.UU. y Europa.

(<http://www.equatoroses.com/www.equatoroses.com/index.html>)

BLOOMING ACRES



Es una empresa dedicada a la producción y exportación de rosas de calidad, satisface las exigencias del mercado mundial y del cliente, posee 100 variedades de rosas, con 14,5 hectáreas. Actualmente el propietario es el Ingeniero Alvaro Muñoz, es una empresa que ha generado 180 plazas de trabajo y se encuentra ubicado en la vía Toacaso.

(Ing. Alvaro Muñoz Ing)

T&T FLOWERS



La Florícola “**T&T FLOWERS**” fue creada en el año 2006, se dedica al cultivo, producción, venta y exportación de rosas, en los últimos años se han expandido, cuentan con 1 hectárea de rosas y las principales variedades que posee son freedom, véndela y topaz.

Es una empresa que se ha puesto a la vanguardia y cumple con las normas y exigencias de los Mercados del mundo ofreciendo rosas de excelente calidad para satisfacer las múltiples necesidades de los clientes nacionales y extranjeros.

Se encuentra ubicado en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Parroquia Tanicuchí, Barrio Cajón Veracruz sector Rayo Cruz entre las calles Leonidas Plaza y San José.

(Sr. Arturo Toaquiza Pucuji)

FLORES COTOPAXI



Fue fundada en 1988. Son productores y exportadores de rosas en la segunda más importante área de producción del Ecuador, la provincia de Cotopaxi. FLORES DEL COTOPAXI S.A. cultiva rosas de altísima calidad y las exporta a los mercados internacionales para satisfacer las necesidades de los consumidores a través de un servicio personalizado y eficiente.

FLORES DEL COTOPAXI S.A. Cultiva sus productos bajo condiciones ambiental y socialmente adecuadas, la empresa cuenta con la certificación ecológica de Alemania del “Flower Label Program” esta característica contribuye a mantener la consistencia en la calidad de nuestras rosas frescas cortadas el aseguramiento de su éxito comercializando nuestros productos. Manteniendo su esencia familiar es sociedad de ámbito internacional. Reunimos a un equipo de profesionales altamente calificadas para ofrecerle el mejor producto siempre en las condiciones más competitivas del mercado. Desde nuestro nacimiento somos muy flexibles y damos a nuestros clientes un trato exclusivo y adaptado a su demanda su satisfacción es nuestro aval sentimos nuestra profesión nos apasiona lo que hacemos.

(<http://www.trademarkia.com/flores-del-cotopaxi-74394625.html>)

SISARIFARMS



Es una empresa dedicada al cultivo de rosas, tiene una trayectoria de 15 años en el Ecuador, empezó con el nombre de TECNI ROSE y actualmente tiene otro dueño, hace 3 años empezaron como SISARIFARMS, tienen 7 hectáreas en las cuales producen 37 variedades de rosas y se encuentra ubicada diagonal a la Hostería la Ciénega.

(Ing. Juan Carlos Fonseca)

VERDILLANO



Cuando uno llega a esta finca se puede ver un gran letrero que dice "Roses & Roses", que resulta muy llamativo. Sin embargo, esta plantación se llama "Verdillano".

La Florícola VERDILLANO Cía. Ltda. se constituyó en el año 2000 bajo la suscripción en la Superintendencia de Compañías y la afiliación a la Cámara de Agricultura la cual tuvo sus inicios con tres accionistas, la motivación principal fue satisfacer los diferentes mercados internacionales considerando las ventajas competitivas que se encuentran disponibles dadas nuestro entorno propio del clima, suelo y recursos naturales.

(<http://es.exploringsouthamerica.com/visitando-una-plantacion-de-rosas-cerca-de-latacunga>)

ACHETE CORP



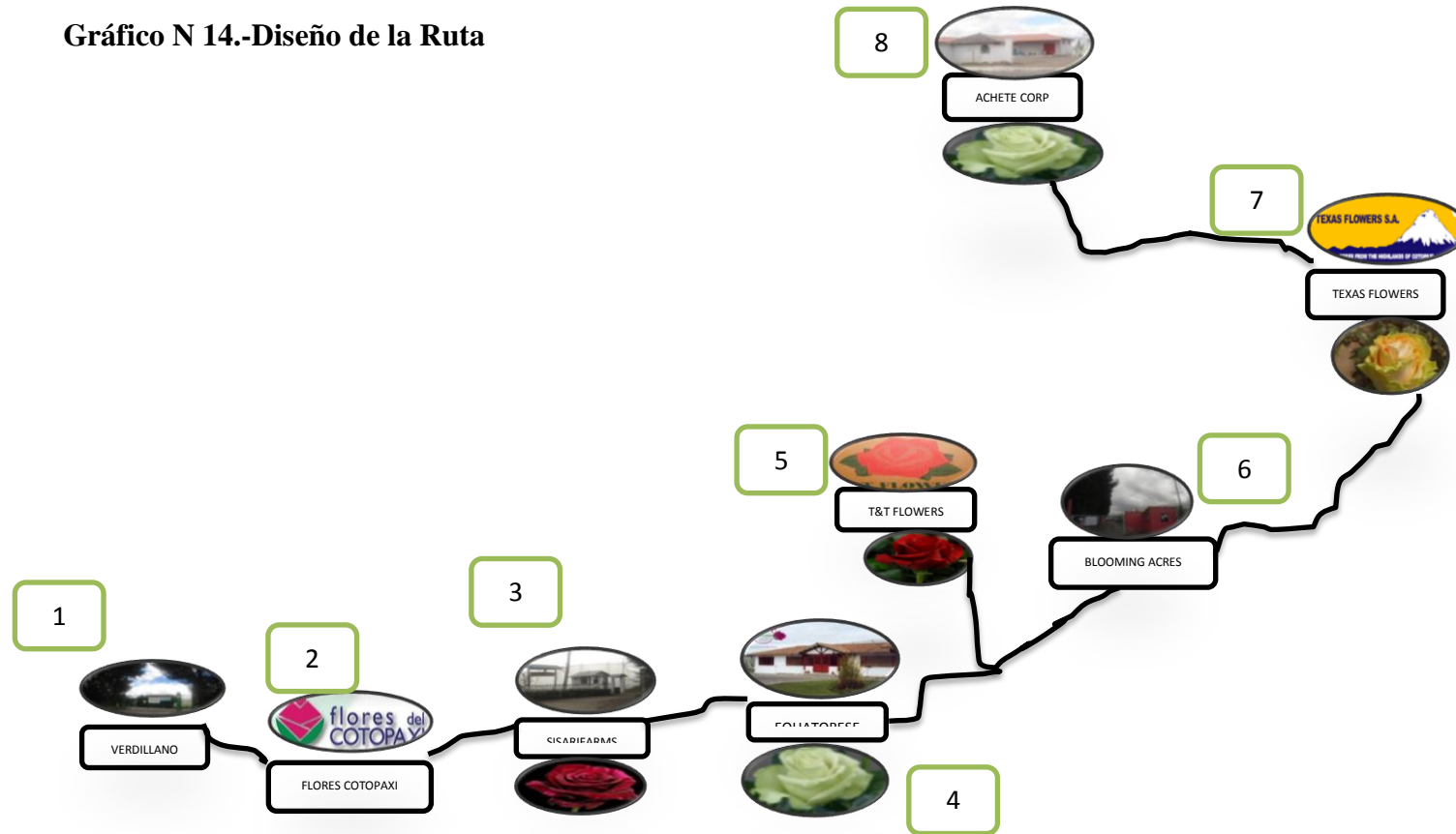
Esta empresa tiene 26 hectáreas ubicado a una altitud de 2.852m, nuestras más de 80 variedades de rosas son capaces de satisfacer las expectativas de nuestros clientes y establecer relaciones de largo plazo con los clientes, proveedores, colaboradores y socios estratégicos en un clima de confianza, seguridad y optimismo.

Ofrecer rosas de alta calidad mientras que da un servicio de primera clase. Para participar en el desarrollo de nuestro país y de las comunidades, junto con un alto grado de responsabilidad social y ambiental.

(http://www.agrinag.com/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=90)

DISEÑO DE LA RUTA DE LAS FLORÍCOLAS DE LA PARROQUIA TANICUCHI

Gráfico N 14.-Diseño de la Ruta



Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

DISTANCIA Y TIEMPO DE LA RUTA TURÍSTICA

Cuadro N.-17 Distancias y tiempos de la Ruta

	<i>RUTA CORTA</i>		<i>RUTA LARGA</i>	
RECORRIDO DE LA RUTA	DISTANCIA	TIEMPO	DISTANCIA	TIEMPO
BICICLETA	3km	30 min	6km	1h, 40min
BUS	3km	10min	6km	30min
CAMINATA	3 km	60 min	6km	2h, 8min

Fuente: Observación insitu
Elaborado por: CASA, Mayra (2013)

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA RUTA

La Parroquia Tanicuchí está en proceso de repotenciar el Turismo en donde se incluye a las Florícolas del sector.

Para lo cual el Presidente de la **JUNTA PARROQUIAL** se encargará de la promoción de la Ruta de las Florícolas y la difusión de la misma se lo realizará mediante un Tríptico.



VARIETADES DE ROSAS

MONDIAL



SWEETNESS



FOREVER YOUNG



FREEDOM



PAST TIMES



LINA



SANTANA



MAGIC LIP



DARK ENGAGEMENT



EDGE



MOHANA



MILYA



BLUSH



TRUE COLORS



BLOOMING ACRES



T&T FLOWERS



FLORES COTOPAXI



SISARFARMS



VERDILLANO



ACHETE CORP



Las rosas ecuatorianas son consideradas las mejores del mundo, por su calidad y belleza inigualables y de características únicas: tallos gruesos y de gran extensión, botones grandes y colores vivos, el gran distintivo de la rosa ecuatoriana es su prolongada vida en el florero después del corte.

PARROQUIA TANCUCHI

La Parroquia Tancuchi se halla situada a 3022 msnm, es una parroquia rural del cantón Latacunga de gente emprendedora, sus alrededores están cubiertos de extensas plantaciones de rosas de diversas variedades, tomando esta actividad como el motor principal de la economía del sector.

FLORICOLAS EXISTENTES DE LA PARROQUIA TANCUCHI

TEXAS FLOWERS



EQR EQUATOROSAS C.A



BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Asamblea del Ecuador, I. p. (2012). *Proyecto de Ley Orgánica de Turismo*. Quito-Ecuador.
- ✓ Bustillos, S. A. (Agosto de 2013). Historia de Tanicuchí y las florícolas en la parroquia. (M. Casa, Entrevistador)
- ✓ Corporación de Estudios y Publicaciones, L. d. (2013). *2. Ley de Turismo, Art. 2*. Quito-Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- ✓ Corporación de Estudios y Publicaciones, L. d. (2013). *Capítulo IV de las Modalidades Turísticas Permitidas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas*. Quito-Ecuador : CEP.
- ✓ Corporación de Estudios y Publicaciones, L. d. (2013). *Título VI del Turismo Social*. Quito-Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- ✓ Gaviño, L. N. (Septiembre-Agosto de 2006-2007). Módulo Teoría del Turismo . Ambato, Tungurahua , Ecuador.
- ✓ Ing. Juan Carlos Fonseca, S. (s.f.).
- ✓ Ing. Alvaro Muñoz, B.A. (s.f.).
- ✓ Melo, I. D. (Septiembre- Agosto de 2009). Diseño y Comercialización de Paquetes Turísticos . Ambato, Tungurahua , Ecuador .
- ✓ Mochón, F. (2004). *Economía y Turismo*. Madrid-España: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA S.A.U.
- ✓ Publicaciones, C. d. (1999). *2.LEY DE TURISMO*. Quito- Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- ✓ Rey, M. (2004). *Fundamentos de Marketing Turístico* . Madrid- España : SINTESIS S.A.
- ✓ Sr. Arturo Toaquiza Pucuji, T. F. (s.f.).
- ✓ Terranova, E. (1996). *Diccionario Enciclopédico*. Santafé de Bogotá: Panamericana Formas e Impresos S.A.

LINCOGRAFÍA

- ✓ *BIENVENIDO ECUADOR Provincia de Cotopaxi.* (s.f.). Recuperado el 2013, de <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/coto4.htm>
- ✓ <http://es.exploringsouthamerica.com/visitando-una-plantacion-de-rosas-cerca-de-latacunga>. (s.f.).
- ✓ <http://es.scribd.com/doc/59503639/Concepto-Turista-y-Turismo>. (s.f.). *Concepto Turista y Turismo.*
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Latacunga>. (s.f.). Recuperado el 2013
- ✓ <http://prezi.com/jhpksi3ex5zx/rutas-ferroviarias/>. (s.f.).
- ✓ <http://tiposdeturismo.blogspot.com/>. (s.f.). *Tipos de Turismo.*
- ✓ http://www.agrinag.com/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=90. (s.f.).
- ✓ http://www.ecuadoracolors.com/ed2011_ago/pages/page_03.html. (s.f.). Recuperado el 2013
- ✓ <http://www.equatoroses.com/www.equatoroses.com/index.html>. (s.f.).
- ✓ <http://www.texasflowers.com.ec/>. (s.f.).
- ✓ <http://www.todacultura.com/turismo/>. (s.f.). *Toda Cultura.*
- ✓ <http://www.trademarkia.com/flores-del-cotopaxi-74394625.html>. (s.f.).
- ✓ <http://www.trafficnews.ec>. (s.f.).
- ✓ www.tecturcoquimbo.cl/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf. (s.f.).
- ✓ (<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6355/2/T-ESPEL-MAE-0052-P.pdf>, 2011)

ANEXOS

ANEXOS FOTOGRÁFICOS

INVERNADEROS



CAMAS DE ROSAS (TOPAZ)



VENDELA



FREEDOM



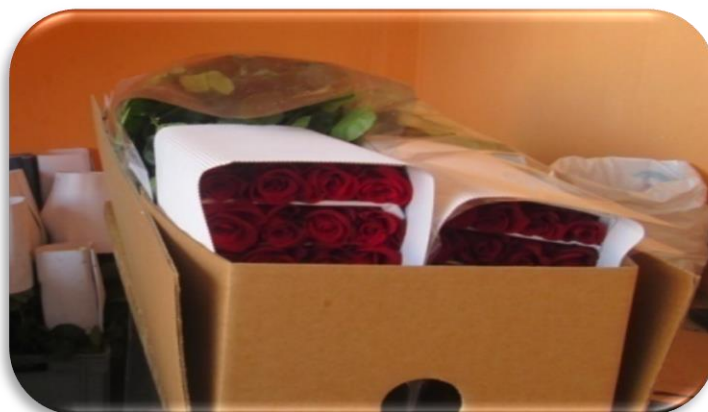
CLASIFICACIÓN



SELECCIÓN DE TALLOS Y CONTROL DE CALIDAD



EMPAQUE



VARIETADES DE ROSAS

MONDIAL



SWEETNESS



FOREVER YOUNG



FREEDOM



PAST TIMES



LINA



SANTANA



MAGIC LIP



DARK ENGAGEMENT



EDGE



MOHANA



MILVA



BLUSH



TRUE COLORS



STILLETTO



POLAR STAR





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
PROYECTO DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS
FLORÍCOLAS EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ

OBJETIVO: Realizar el levantamiento de información que servirá como apoyo a la investigación para conocer la aceptación de la Ruta Turística de las Florícolas previa la obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería.

INSTRUCCIONES: Marque con una X donde corresponda

1.- ¿Cree usted necesario el análisis zonal de la ruta turística de las Florícolas de la parroquia Tanicuchí?

SI () NO ()

2.- ¿Cree usted que las florícolas poseen los caminos adecuados para una buena accesibilidad?

SI () NO ()

3.- ¿Considera que las florícolas están en la capacidad de atender la demanda turística y satisfacer las necesidades del turista?

SI () NO ()

4.- ¿Estaría usted interesado en recibir a los turistas para que visiten su florícola?

SI () NO ()

5.- ¿Qué tipo de servicio cree usted que pueda ofrecer a los turistas cuando visiten su florícola?

Alimentación ()

Guía Especializado ()

6.- Señale las actividades que cree que el turista prefiera realizar durante la visita a su florícola

a) Explicación sobre la historia de la Florícola ()

b) Recorrido por todos los procesos de la florícola ()

c) Explicación sobre el cultivo de las rosas ()

e) Observar la clasificación de las variedades de rosas ()

7.- ¿Dentro del trayecto de la Ruta Turística sería necesario brindar información del origen de las plantas que se encuentran en su alrededor?

SI () NO ()

8.- ¿Estaría de acuerdo que los turistas visiten su florícola en cualquier temporada del año?

SI () NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN