



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**Diseño de producto turístico para la Laguna Kulta Kucha en el  
cantón Colta, provincia de Chimborazo**

**AUTOR:**

**Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo**

**TUTOR:**

**Lic. Pinos Guerra, Mariela Ercilia Mgs**

**Guayaquil, Ecuador**

**20 de septiembre del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Cujilema Zúñiga Michael Paúl, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

**TUTORA**

---

**Lic. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**

**Guayaquil, a los veinte días de septiembre del 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Diseño de Producto Turístico para la Laguna Kulta Kucha en el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los veinte días de septiembre del 2022**

**EL AUTOR**

---

**Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Diseño de Producto Turístico para la Laguna Kulta Kucha en el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los veinte días de septiembre del 2022**

**EL AUTOR:**

---

**Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**Certificación de Anti plagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Diseño de Producto Turístico para la Laguna Kulta Kucha en el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo** presentado por el estudiante **Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**, fue enviado al Sistema Anti plagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 1%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">TT CUJILEMA ZUNIGA MICHAEL PAUL.docx</a> (D143458300)
Presentado	2022-08-31 18:58 (-05:00)
Presentado por	mariela.pinos (mariela.pinos@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	mariela.pinos.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	tesis Cujilema <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 1% de estas 29 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

---

**Lic. Mariela Ercilia, Pinos Guerra, Mgs**

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

A Dios por darme el conocimiento para llegar a cumplir uno de mis objetivos planteados a lo largo de mi vida estudiantil, y por brindarme salud después de todos los obstáculos que hemos tenido que atravesar a lo largo del camino.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional, sus valores, y su humildad para salir adelante y ser personas de bien ante la sociedad.

A mis hermanos Joselyn y Sebastián que son mis pilares fundamentales y mi más grande inspiración para salir adelante, sin ellos nada de mis objetivos logrados hubiera sido realidad

A mis abuelitos que han formado parte de este anhelado triunfo, que con sus consejos y enseñanzas me han impulsado a ser una persona de éxito y lograr grandes objetivos en la vida.

A mis docentes, en especial a la Lic. Mariela Pinos por brindarme sus conocimientos y guiarme a lo largo de mi trayecto estudiantil, ya que con sus aportes educativos he podido desenvolverme en mi vida diaria.

**Michael Paúl Cujilema Zúñiga**

*“Si puedes soñarlo, puedes hacerlo”*

**Walt Disney**

## **DEDICATORIA**

Dedicado para mis padres Enrique y Mariana ya que han sido mi mayor motivación e inspiración para cumplir cada una de mis metas y objetivos. Siempre confiaron en mí, y gracias por todo el sacrificio y el esfuerzo duro que hicieron y lo siguen haciendo para impulsarme a seguir cosechando más éxitos.

Gracias por su amor, por su confianza y por su paciencia, me siento tan orgulloso de tenerlos junto a mí. Todo esto es por ustedes y para ustedes.

Dedico este presente proyecto a ustedes hermanos Joselyn y Sebastián que son mi más grande tesoro y ejemplo de superación y mi motivación para lograr propósitos y metas por más duro que sea el camino.

Para mi enamorada Marcelita, que con su apoyo incondicional y sus palabras de motivación y esperanzadoras ha sido partícipe de este gran objetivo y sueño hecho realidad.

**Michael Paúl Cujilema Zúñiga**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lic. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs**

TUTOR

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>CUJILEMA ZÚÑIGA MICHAEL PAÚL</b>	

---

**Lic. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs**

**TUTOR**

## Índice de Contenido

<i>Resumen</i> .....	XV
<i>Abstract</i> .....	XVI
<i>Introducción</i> .....	2
<i>Desarrollo del problema</i> .....	3
<i>Justificación</i> .....	4
<i>Objetivos</i> .....	5
<i>Objetivo General</i> .....	5
<i>Objetivos Específicos</i> .....	5
<b>CAPITULO I</b> .....	6
<i>Marco Teórico</i> .....	6
<i>Teoría del sistema turístico</i> .....	6
<i>Teoría de las necesidades de Maslow</i> .....	7
<i>Teoría de la sustentabilidad</i> .....	10
<i>Marco Conceptual</i> .....	12
<i>Sistema turístico</i> .....	20
<i>Componentes del sistema turístico</i> .....	20
<i>Diagnostico turístico</i> .....	22
<i>Marco Legal</i> .....	26
<i>Leyes, lineamientos,</i> .....	26
<i>Constitución de la república del Ecuador</i> .....	26
<i>Ley de turismo</i> .....	27
<i>Marco referencial</i> .....	29
<b>CAPITULO II</b> .....	33
<i>Diagnóstico del estado actual de la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo para distinguir sus recursos</i> .....	33
<i>Caracterización cultural</i> .....	35
<i>Leyenda rural de la laguna de Colta</i> .....	37
<i>Infraestructura</i> .....	39
<i>Estructura política</i> .....	41
<b>CAPÍTULO III</b> .....	44
<i>Metodología</i> .....	44
<i>Diseño de la investigación</i> .....	44
<i>Tipos de investigación</i> .....	44
<i>Investigación de campo</i> .....	44
<i>Investigación Exploratoria</i> .....	44

<i>Tipo de método</i> .....	45
<i>Descriptivo</i> .....	45
<i>Técnica de recolección de datos</i> .....	45
<i>Encuesta</i> .....	45
<i>Población y Muestra</i> .....	46
<i>Cálculo</i> .....	46
<i>Resultados de las encuestas</i> .....	47
<i>Conclusión de las encuestas</i> .....	51
<i>Capítulo IV</i> .....	53
<i>Propuesta</i> .....	53
<i>Conclusiones</i> .....	57
<i>Recomendaciones</i> .....	58
<i>Bibliografía</i> .....	59

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Resumen de fichas de atractivos que se utilizarán en el diseño del producto turístico .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 2 Propuesta del producto turístico .....</i>	<i>54</i>

## Índice de Figuras

<i>Figura 1 Sistema Turístico de Sergio Molina.....</i>	<i>6</i>
<i>Figura 2 Carta de la primera fundación española en tierra ecuatoriana.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 3 Agradecimiento a Dios por los alimentos.....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 4 Prácticas ancestrales del cantón Colta .....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 5 Vestimenta autóctona del cantón Colta. ....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 6 Celebración de fiestas ancestrales.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 7 Elaboración de artesanías y shigras (bolsos de hilo y cabuya) .....</i>	<i>41</i>
<i>Figura 8 Malecón escénico de la laguna “Kulta Kucha” .....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 9 Género de los encuestados.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 10 Tipo de turista .....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 11 Conocimiento del lugar.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 12 Preferencia del producto turístico .....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 13 Frecuencia de viaje a la laguna kulta kucha .....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 14 Fechas de viaje a la laguna kulta kucha.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 15 Cantidad de personas con las que viaja .....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 16 Preferencia de los servicios a implementarse.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 17 Valor dispuesto a pagar.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 18 Medios de comunicación.....</i>	<i>51</i>

## Índice de Apéndices

<i>Apéndice A. Formato de encuesta a los turistas .....</i>	<i>63</i>
---	-----------

## Resumen

El presente estudio tiene como propósito desarrollar la propuesta de Diseño de Producto Turístico para la Laguna Kulta Kucha en el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo, basado en el turismo cultural para dar a conocer ciertos aspectos importantes e indispensables que tiene la cultura en el desarrollo de un destino. Por tal razón, ha sido de gran importancia el identificar los aspectos positivos y de mejora del turismo a través de entrevistas y encuestas a los principales actores involucrados en estas actividades. El paquete turístico se realizó por medio de los datos obtenidos por las técnicas de recolección de datos y el manual para la planificación de productos turísticos, mediante el cual se pudo identificar y analizar varias características como el segmento de mercado al cual está dirigido el producto, la motivación a participar en rescatar las costumbres y tradiciones de un destino, entre otras. De acuerdo a la investigación realizada se pudo determinar que es una nueva forma de hacer turismo en los destinos y que cada vez va tomando forma mediante el diseño de estrategias y metodologías para llegar al consumidor. En virtud de lo antes expuesto a través de este proyecto se ha desarrollado un paquete turístico enfocado en dar a conocer las tradiciones la cultura y las costumbres que tiene un destino turístico como es la laguna Kulta Kucha.

***Palabras clave:*** Turismo cultural, producto turístico, Kulta Kucha, planificación turística, recolección de datos.

## **Abstract**

The purpose of this study is to develop the Tourist Product Design proposal for the Kulta Kucha Lagoon in the Colta Canton, Chimborazo Province, based on cultural tourism to publicize certain important and essential aspects that culture has in the development of a destination. For this reason, it has been of great importance to identify the positive and improvement aspects of tourism through interviews and surveys of the main actors involved in these activities. The tourist package was made through the data obtained by the data collection techniques and the manual for the planning of tourist products, through which it was possible to identify and analyze several characteristics such as the market segment to which the product is directed, the motivation to participate in rescuing the customs and traditions of a destination, among others. According to the research carried out, it was possible to determine that it is a new way of doing tourism in destinations and that it is increasingly taking shape through the design of strategies and methodologies to reach the consumer. By virtue of the foregoing, through this project, a tourist package has been developed focused on publicizing the traditions, culture and customs of a tourist destination such as the Kulta Kucha lagoon.

Keywords: Cultural tourism, tourism product, Kulta Kucha, tourism planning, data collection

## **Introducción**

El turismo se conceptualiza como el conjunto de aquellas actividades que las personas realizan fuera de su entorno habitual durante sus viajes con estancia mínima de un día y por un período máximo de un año, con fines de ocio, negocios, entre otros. Sin embargo, derivado que es un producto complejo respecto a su carácter multidisciplinario, esta conceptualización engloba una serie de sectores económicos y disciplinas académicas, lo que le otorga al turismo una amplitud como actividad y disciplina (Sancho, 1998).

De acuerdo con Guillermo Díaz (2017), el turismo es un sistema que comprende factores ligados a la cultura, sociología, economía, política y el medio ambiente, entonces los responsables de un correcto funcionamiento para lograr el desarrollo de un sector o nación son los miembros de cada localidad, así como entidades gubernamentales y no gubernamentales que rigen el turismo; así, el turismo es una actividad multidisciplinaria a nivel local y mundial.

Dentro de la gran variedad de demostraciones culturales de un pueblo, es fundamental la exhibición de sus tradiciones y costumbres cotidianas como un recurso cultural, porque eventualmente permitirá generar desarrollo a través del turismo. Esta difusión toma mayor fuerza cuando se trata de la identidad cultural de un pueblo indígena pues se considera como una cultura más exótica y no muy conocida (Reyes, 2002).

La cultura concebida dentro de una comunidad indígena es más atractiva turísticamente gracias a su exotismo. Allí, lo que se analiza son las acciones relacionadas con la dinámica e impactos del contacto intercultural entre turistas y trabajadores, la representación de la cultura en escenarios turísticos, los estereotipos étnicos contruidos por el turismo y el cambio de los valores culturales una vez que se han comercializado (Pereiro, 2013).

Se ha realizado un tipo de investigación cualitativa en donde se han determinado técnicas e instrumentos necesarios para un adecuado proceso, en el que se destacan: la aplicación de entrevistas estructuradas a personas externas al cantón, gracias a las cuales se ha establecido una línea base de índole social y cultural de la

comunidad; además se diseñó un producto turístico en donde las personas puedan compartir experiencias a través de los habitantes nativos de la comunidad, lo cual permita rescatar la cultura, las costumbres y tradiciones que tiene este destino junto a la realidad histórica que tiene el mismo, al considerarse uno de los cantones más históricos que tiene el Ecuador por tantas hazañas y sucesos de gran trascendencia que poco a poco se ha ido perdiendo con el tiempo, por tal razón mediante la siguiente propuesta de paquete turístico se desea incentivar y conservar las raíces que como ecuatorianos nos caracterizan al ser un país multiétnico y cultural.

## **Desarrollo del problema**

El cantón Colta se encuentra ubicado en la provincia de Chimborazo, asentado en lo que fue la antigua ciudad de Riobamba. Es uno de los destinos más impresionantes del país por su belleza paisajística y la historia que refleja en base a su legado cultural importante y trascendental para los ecuatorianos desde la antigüedad.

Colta cuenta con atractivos naturales y culturales que representan un potencial turístico y acogedor para turistas nacionales e internacionales, entre esos se encuentra la laguna “Kulta Kucha” que significa “Laguna de pato”, tiene una extensión significativa por lo que su vista deslumbra a cientos de kilómetros y en su interior habitan diversas especies fauna y flora nativa del sector.

En los últimos años se ha desarrollado un evidente pero escaso desarrollo turístico a nivel general en el cantón, gracias a ese proceso alrededor del área de la laguna, en fechas importantes se puede realizar actividades de recreación cultural como presentación de danzas, juegos populares, carreras de caballitos de totora, presentación de coros evangélicos, etc. con la finalidad de resaltar las costumbres y tradiciones de las comunidades aledañas.

Sin embargo, a pesar del potencial turístico de la zona, se evidencia una oferta limitada de servicios y es inexistente un producto turístico consolidado con enfoque cultural, por esta razón nace la necesidad de desarrollar el tema propuesto. Además, la creación de este producto contribuirá significativamente para dinamizar la economía de las comunidades cercanas generando plazas de empleo.

## **Justificación**

Es necesario proponer la aplicación de un plan de reactivación turística que tenga como finalidad atraer a turistas al cantón Colta y por ende a su principal atractivo como es la laguna Kulta Kucha. Se estima sector turístico de la zona se encuentra gravemente afectado por la pandemia, pues gran parte de los negocios locales eran considerados como pequeños y; por lo tanto, existe el riesgo de que se encuentren cerrados.

Es necesario brindar una guía o plan de trabajo para los ofertantes de servicios de operación turística, los guías turísticos, los negocios locales (restaurantes y entretenimiento) y de alojamiento, pues deben prestar atención en puntos claves como la implementación de buenas prácticas de turismo y gestión adecuada de la cadena de valor.

Es necesario brindar acompañamiento y recomendaciones que contribuyan a fortalecer las distintas actividades, servicios o productos turísticos ofertados en el cantón y sus demás atractivos, siendo un cantón de gran trascendencia histórica, ha sido un lugar de alto tránsito de turistas, generaba ingresos a través de la venta de comida, alquiler de habitaciones, comercio de productos agrícolas de la Sierra.

Por lo tanto, es necesaria la implementación de proponer un producto turístico, a través de un diseño estructurado de un paquete turístico mismo que estará enfocado a realizar diferentes actividades, gastronómicas, artesanales, culturales, entre otras, en beneficio del cantón y sus alrededores, en donde se pueda dinamizar la economía, y así evitar la migración y el desempleo que muchos de nuestros coterráneos lo están enfrentado día a día en su largo caminar de la vida.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un producto turístico para la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el estado actual de la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo para distinguir sus recursos.
- Realizar el estudio de mercado para identificar las necesidades de la demanda.
- Desarrollar el diseño del producto turístico con enfoque cultural para la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

# CAPITULO I

## Marco Teórico

### Teoría del sistema turístico

Según Dionísio (2015), el sistema turístico describe y estudia cada uno de los efectos del turismo en el entorno y basa el pensamiento sistémico en cuatro teorías fundamentales que son; la teoría general de sistemas de Von Bertalanffy, teoría de sistemas dinámicos de Forrester, teoría de sistemas complejos de Rolando García y teoría de sistemas funcionales de Luhmann.

De tal forma que, Jafari (2016) menciona que el sistema turístico se forma en base al estudio de la conceptualización general de sistemas y que se trata de una serie de componentes que se encuentran relacionados entre sí y con el medio. En este contexto, Dionísio (2015) establece que cada uno de los elementos que conforman el sistema deben estar interrelacionados para alcanzar el objetivo o meta común, sin embargo, desde el punto de vista turístico, estos han ido evolucionando y cambiando continuamente por lo que cada autor, de acuerdo con su criterio, va desarrollando nuevos conceptos y fenómenos asociados al sistema turístico.

Jafari (2016) sustenta la existencia de algunos modelos sobre el sistema turístico, y hace énfasis en el modelo elaborado por Sergio Molina en el año 1991, donde él considera solo seis factores para el impulso turístico, los cuales son:



*Figura 1* Sistema Turístico de Sergio Molina

*Tomado de: Jafari (2016)*

Para comprender adecuadamente el papel del destino turístico es necesario aplicar el enfoque de la teoría general de los sistemas, para conocer todas las interrelaciones existentes, y sus respectivos impactos sobre el plan estratégico. Por lo que, según Santos (2017) se distinguen tres líneas de análisis teóricas de la actividad turística:

La primera línea se coloca en la perspectiva de producción, dentro de la pluralidad de empresas que actúan en el sector, algunas de las que transforman la materia prima en producto acabado y otras que ofrecen bienes y servicios ya existentes (Santos, 2017).

La segunda línea se refiere a la distribución, donde se describen los servicios. Y también un sector de actividades, que según el momento productivo puede corresponder a lo distributivo, como un paso de los bienes y servicios turísticos directamente de productor a consumidor (Santos, 2017).

La tercera línea consiste en identificar y establecer condiciones del viaje y sus componentes, es decir, el origen del viaje, los medios de transporte usados, la naturaleza del viaje, el tiempo de permanencia en ese lugar, los equipamientos receptivos solicitados, motivaciones, necesidades y preferencias o el grado de participación en actividades turísticas recreativas, la estructura de gastos y la estratificación económica y social del consumidor (Santos, 2017).

### **Teoría de las necesidades de Maslow**

Desde el principio de los tiempos, la humanidad ha sentido la necesidad de escapar de su entorno habitual por diferentes estímulos, y una de las principales maneras era viajar como forma de obtener descanso y desconexión de la vida cotidiana. Hoy en día, según Martínez (2017) esa motivación se ha convertido casi en una necesidad básica.

El psicólogo Abraham Maslow formuló una teoría sobre las necesidades humanas basada en un modelo piramidal, según la cual dichas necesidades se dividen en cinco niveles de jerarquía comenzando desde la base; necesidades fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización. Para Maslow, conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (Martínez, 2017).

La seguridad física y psíquica las encontramos en el segundo nivel de la pirámide, ya que el ser humano necesita sentirse seguro y protegido para poder satisfacer las necesidades de los escalones superiores y, así, poder vivir el día a día con normalidad. Tomando como base esta teoría, Pearce propuso una adaptación en el campo de estudio de la motivación turística, quedando la pirámide de la siguiente manera: (Martinez, 2017).

Necesidad de relajación (descanso/actividad)

Necesidad de estimulación (seguridad/emociones fuertes)

Necesidades sociales (de familia/relaciones íntimas de amistad)

Necesidades de autoestima (desarrollo personal/cultural/histórico...)

Necesidades de autorrealización (búsqueda de la felicidad)

La seguridad forma parte de nuestras vidas y se ha convertido en uno de los factores más importantes a la hora de elegir un destino turístico. Según un estudio de Tourspain, la seguridad es una de las razones principales por las que los viajeros eligen España como destino, por detrás del clima y de la relación calidad / precio (Martinez, 2017).

El sector del turismo está aumentando a pasos agigantados, tal y como reflejan los datos recogidos por los principales organismos nacionales e internacionales de este ámbito. Según el Informe sobre turismo internacional 2016 elaborado por la Organización Mundial del Turismo, el número de turistas en el mundo alcanzó casi los 1200 millones en el año 2015. Si a todo esto se añade la facilidad de transmisión de la información, vía redes sociales, que permite a cada usuario mostrar en tiempo real fotografías u opiniones, se obtiene el coctel perfecto para convertir un destino turístico en “la gallina de los huevos de oro” o en una completa ruina (Acosta, 2012).

En cuanto a la sensación de seguridad, se mide de manera individual, según la percepción de cada persona en cada momento de su vida y en función de diversos parámetros, como el lugar de residencia, el tipo de trabajo, las experiencias vitales, etc (Martinez, 2017).

Es sabido por todos que hay hechos determinantes a la hora de elegir un destino u otro, tales como desastres naturales, problemas políticos en el país receptor,

inseguridad ciudadana o acaecimiento de atentados terroristas que, hoy en día, se han convertido en el peor enemigo del sector turístico (Acosta, 2012).

En este sentido, vemos casi mensualmente cómo los actos terroristas ya no sólo se realizan en esos países donde el turismo dejó de llegar hace tiempo o donde nunca ha llegado a existir. Hoy, vemos cómo esos atentados son cometidos en ciudades como Barcelona, Nueva York, Berlín, París o Londres, principales destinos mundiales. Estos sucesos hacen que el turista pueda ver a las víctimas con otros ojos, con la mirada de un compatriota, un vecino, un conocido o un familiar, y le aporta una sensación de empatía (Acosta, 2012).

Por lo tanto, el nivel de afluencia turística se ve mermado como consecuencia de la falta de seguridad. A modo de ejemplo, a raíz de los múltiples atentados cometidos en Francia en los últimos años, el Comité Regional de Turismo de París estimó una pérdida de 1300 millones de euros para el país. Asimismo, Túnez tuvo unas pérdidas de casi un 70% del turismo en el 2015 con respecto al año 2010. Si bien es cierto que el turismo se ve afectado por el acontecimiento de hechos de esta naturaleza, los turistas, desgraciadamente, ya ven con normalidad este tipo de actos y los destinos se recuperan en menos tiempo (Acosta, 2012).

El Test de Maslow nos demostraría que el turismo como negocio y como objeto de recreación para la gente, bajará sustancialmente de volumen, y las ayudas, muchas a “fondo perdido” que se están distribuyendo, en algunos casos con extrema generosidad, tendrán su costo en un futuro inmediato (Rizzi, 2021).

En ese contexto, es importante mencionar que a lo largo de la historia de la humanidad ha existido la necesidad de escapar de su entorno habitual en búsqueda de nuevos y diversos estímulos y en el caso del turismo esta necesidad se vuelve la base para el desarrollo del deseo de los viajes (Rizzi, 2021).

Así como la seguridad se ha convertido en uno de los factores más importantes para el turismo mundial a la hora de viajar, los prestadores de servicios se ven inmersos en un nuevo reto, el contar con las medidas de bioseguridad ya que la sensación de seguridad es una percepción individual en cada momento, se puede mencionar temas como el escape, la búsqueda y el deseo para planificar su viaje (Acosta, 2012).

El conocer las necesidades y motivos sirven como fondo para conocer la conducta humana y comprender cuales son los cambios de los viajeros, estos temas pueden llegar a ser muy complicados porque se necesita mucho entendimiento sobre las relaciones humanas, intra e interpersonal, la conducta grupal, conducta social, actitud de nichos, entre muchos otros (Acosta, 2012).

### **Teoría de la sustentabilidad**

Algunos autores mencionan que el turismo es una de las actividades que comprende algunos sectores sociales, ambientales y económicos, siendo el segundo, la parte primordial para un buen desarrollo turístico, ya que, si no se le da el cuidado necesario se vería comprometido el turismo actual, el trabajo futuro y, asimismo, las comunidades receptoras y empresas turísticas. Por esta razón, que el desarrollo sustentable tiene correlación con el turismo sostenible. La Organización Mundial del Turismo (OMT), lo define como el que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro (Alvarado, 2016).

Este se concibe como camino hacia la gestión del uso de recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Alvarado, 2016).

En este contexto, tomando como referencia las concepciones antes mencionadas, una arista importante en el proyecto es la sustentabilidad turística en la laguna “Kulta Kucha” para garantizar la preservación y el cuidado del uso de los recursos económicos y naturales que posee. Es necesario que aquellos recursos se maximicen, de tal manera que, permita el desarrollo de nuevos productos turísticos culturales que conlleven a mejorar el estilo de vida de los habitantes (Alvarado, 2016).

Según Saeteros (2019) , este proceso se llevará a cabo en diferentes lineamientos que corresponden a:

1) Sustentabilidad económica: que refiere al poder brindar espacios y plazas de trabajo que no se habían contemplado en el pasado y que el destino permite ejecutar

sin afectar a los aspectos ambientales y socioculturales de los habitantes (Saeteros, 2019).

2) En relación a la sustentabilidad sociocultural se proyecta mantener un lineamiento de beneficio a la comunidad que permita crecer tanto a la empresa actual que invierte en el proyecto y generar beneficios para los habitantes, esto se ve relacionado a la presencia más afluente de turistas y el impacto que generará a las actividades o establecimientos complementarios de la zona (Saeteros, 2019).

3) En relación a la sustentabilidad ambiental, se toma como prioridad la conservación sin alterar el ecosistema de las aves del sector específicamente y respetando el correcto uso de los recursos (Saeteros, 2019).

Es importante mencionar que la teoría de la sustentabilidad no pretende trabajar de manera independiente a la sostenibilidad, ya que esta última también tiene un contexto importante en combinar el desarrollo de la economía con la sostenibilidad social y medioambiental en base a que todas las actividades humanas generan beneficio para las generaciones presentes, pero con el objetivo de que se realice un desarrollo sostenible no comprometa las generaciones futuras (Gisolf, 2016).

Los proyectos más innovadores no sólo aseguran los recursos para las generaciones futuras, sino que además resuelven la falta de sostenibilidad de otros proyectos. Así, el desarrollo económico, el crecimiento industrial, la innovación tecnológica y en general el desarrollo de actividades que mejoren nuestra vida, también mejoran la vida de quienes aún no han llegado al planeta (Gisolf, 2016).

Todo proyecto turístico de emprendimiento o de otra índole, se plantea un doble desafío. Por un lado, reducir los costes de su producción y de este modo crecer lo más rápido posible sin invertir grandes cantidades de dinero; y por el otro, crecer de tal modo que los recursos no representen un gran impacto para el planeta, es decir debe existir un equilibrio en donde los proyectos sean económicamente rentables y preserven la salud del planeta (Gisolf, 2016).

Herman Daly, economista ecológico estadounidense, profesor y galardonado en 1996 con el Premio Nobel Alternativo o Premio Right Livelihood, que consiste en “honrar y apoyar a organizaciones y personas valientes que proponen soluciones visionarias y ejemplares a las causas profundas de los problemas globales”, definió

algunos principios de la sustentabilidad en base a las siguientes teorías: (Orozco, 2013).

Los recursos renovables no deberán utilizarse a un ritmo superior al de su generación.

Las sustancias contaminantes no podrán producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medioambiente.

Ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible (Orozco, 2013).

Orozco (2013) establece que se debe impulsar aquella tecnología que aumente la productividad de los recursos naturales (un mayor beneficio por el uso del recurso) y reducir aquellas que requieren una mayor cantidad de recursos naturales para producir lo mismo.

Basado en estos principios se puede establecer que la relación entre el crecimiento de las actividades humanas (que implican el consumo de los recursos naturales), la resiliencia del ecosistema y las acciones para renovar los recursos naturales y/o las acciones efectuadas para mitigar los efectos contaminantes, determinarán si un proceso es sustentable o si por el contrario contribuye al deterioro ambiental (Orozco, 2013).

## **Marco Conceptual**

### **Turismo**

El Turismo es conocido como industria, servicio o como desplazamiento de personas de un punto a otro en el territorio (geografía), como en el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito que tienen las personas (derecho), o como la oportunidad de colmar necesidades que suelen dejarse de lado, cuando el individuo se encuentra entregado a su vida de trabajo (Francesch, 2014).

En la definición de turismo existen varias entidades y autores que enuncia lo siguiente: 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 (Ministerio de Turismo, 2004).

El Ministerio de turismo, califica esta actividad como el viajar por descanso, placer espiritual y físico; cuando hacemos turismo conocemos gente, poblados, paisajes, recorreremos parques, jardines, plazas, observamos edificios, monumentos, visitamos museos, bibliotecas, templos, sitios históricos, universidades, centros de investigación técnico-científicos, salas de espectáculos, salones de diversión, zoológicos, salones y canchas deportivas, balnearios y todo aquello que se nos ocurra e interese (Ministerio de Turismo, 2004).

### **Tipos de turismo**

Los principales tipos de turismo varían en función de las actividades a realizar y del lugar donde se lleven a cabo. Algunos de ellos son:

#### **a. Turismo de sol y playa**

Es el turismo por excelencia y el más masificado. En España se realiza principalmente en la temporada estival, aunque existen destinos soleados durante todo el año (Figueiras, 2021).

El turismo de sol y playa se refiere a las actividades turísticas que se realizan en playas y zonas costeras, donde los climas se caracterizan por ser soleados (pocas nubes) y cálidos (altas temperaturas) (Chavez, 2015).

En este tipo de turismo, los productos turísticos abundan, por lo que es común encontrar una gran variedad de hoteles, restaurantes, bares y sitios de entretenimiento. Además, las actividades que predominan son las distracciones al aire libre, como el voleibol de playa, el frisbee, el futbol de playa, palas de playa o el running (Chavez, 2015).

Lo habitual es que los turistas acudan a la playa durante el día, y de noche visiten a los establecimientos locales y hoteles, donde también hay recursos y servicios de entretenimiento (Chavez, 2015).

#### **b. Turismo cultural**

Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico (Figueiras, 2021).

El turismo cultural se define como aquellas actividades que realiza un turista para presenciar, estudiar y aprender las características culturales que un destino geográfico posee y ofrece como producto turístico. La extensión geográfica que comprende el turismo cultural puede ser a baja escala, como visitar una pequeña población, o a gran magnitud, como recorrer diferentes partes de un país (Cantú, 2018).

Según la OMT (2014) el turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.

### **c. Turismo rural**

Se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos (Figueiras, 2021).

El turismo rural es una modalidad del turismo de naturaleza (también llamado turismo alternativo) que junto con el turismo de aventura y el ecoturismo, constituyen una opción viable para mitigar el impacto negativo que se produce por el desplazamiento masivo de personas y por la falta de conciencia y respeto a las comunidades donde se desarrolla (Gonzales, 2014).

La OMT entiende el turismo rural como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (OMT, 2014).

### **d. Ecoturismo**

Se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales (Figueiras, 2021).

En los últimos años han surgido diversas tendencias de viaje como el ecoturismo o el turismo regenerativo que tienen como objetivo final la preservación y la conservación del medio ambiente. El ecoturismo fomenta prácticas y valores con el objetivo de incentivar los viajes ambientalmente responsables, es decir, respetuosos con el entorno natural y las comunidades locales (Torres, 2022).

El ecoturismo está vinculado a un sentido de la ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural. El turismo ecológico también busca incentivar el desarrollo sostenible (es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras) (Pérez, 2021).

#### **e. Turismo de salud**

Está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas (Figueiras, 2021).

Para muchos la aventura de vivir es la aventura de viajar, y probablemente por ello sea que la propia inventiva del ser humano constantemente le ha impulsado a generar formas y variedades para disfrutarla o para hacerla más llevadera y poder así combatir el estrés, neurosis u obesidad de la rutina en el trabajo, de las responsabilidades hogareñas o el ajetreado mundo de las relaciones sociales. Los equilibrios en buena parte llegan de la mano de una buena salud no sólo física sino también mental en aras a llegar a una edad madura en plenitud de condiciones para poder disfrutarla en debida forma (Moreno, 2021).

Este movimiento de impulso vital también conocido como turismo de salud, turismo sanitario, turismo médico, turismo terapéutico y turismo de bienestar, ha actualizado unos procedimientos y unas formas que se han impulsado desde siempre pero que ahora tiene nombre propio: turismo de salud (Moreno, 2021).

#### **f. Turismo deportivo y de aventura**

El turismo deportivo es uno de los sectores que crecen más rápido en el turismo, cada vez son más los turistas interesados en actividades deportivas durante sus viajes, tanto si los deportes son el principal objetivo de ese viaje como si no. Los eventos deportivos de diversos tipos y envergadura atraen a los turistas como

participantes o espectadores y los destinos intentan añadir su sabor local para distinguirse y proporcionar experiencias locales auténticas (OMT, 2014).

Los mega eventos deportivos como los Juegos Olímpicos y la Copa del Mundo pueden actuar como catalizadores del desarrollo turístico si se aprovechan adecuadamente en términos de creación de marca del destino, desarrollo de infraestructuras y otras ventajas económicas y sociales (OMT, 2014).

El turismo deportivo a menudo es llamado turismo de aventura y suele tener diversos conceptos, aunque, lo más importante, es reconocer su relevancia y que su popularidad ha crecido con los años, gracias a grandes eventos deportivos como lo son la Copa Mundial de Fútbol y las Olimpiadas (CEUPE MAGAZINE, 2022).

El turismo de aventura es un tipo de turismo activo que incluye la organización de viajes no convencionales a lugares exóticos, inaccesibles y a veces peligrosos del mundo. Muy a menudo combina varios tipos de recreación, incluyendo deportes extremos (Muniz ,2020).

#### **g. Turismo gastronómico**

Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son las comidas y bebidas típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas (Figueiras, 2021).

El turismo gastronómico o turismo culinario es un tipo de turismo cuyas actividades principales se enfocan en la cultura culinaria de un determinado sitio turístico. Consta del estudio y la degustación de los platillos típicos de cada país, así como de su arte culinario (Vivanco, 2021).

Representa, junto al paisaje, el alojamiento y el clima, uno de los pilares fundamentales que constituye un producto turístico. El turismo gastronómico incluye los puestos de comidas al aire libre, vendedores callejeros y, en general, cualquier establecimiento de comida (Vivanco, 2021).

La importancia del turismo gastronómico es excepcional dado que es una de las mejores formas de conocer un destino a la par que aprendemos sobre diversas cuestiones que dan origen a las más variadas formas de consumir alimentos, su historia, tradiciones, costumbres, rituales y sabores (Armijos, 2020).

El recorrido es tan diverso como los pueblos de la tierra, la aventura está en los lugares más inesperados, desde una carreta en la calle, un mercado, hasta un restaurante de la más alta calidad. Es por medio de la comida que los artistas gastronómicos se expresan, las poblaciones más peculiares nos muestran sus formas de vida y las tradiciones milenarias sostienen todo un universo en torno a la gastronomía (Armijos, 2020).

### **i. Turismo sostenible**

El turismo sostenible en su sentido más puro es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población. El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro (Figueiras, 2021).

Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (Figueiras, 2021).

El turismo sostenible persigue desarrollar su actividad generando un impacto mínimo sobre el medioambiente. La clave principal es que la explotación de un recurso sea por debajo del límite de renovación de este. Es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local. Además, el aspecto económico busca la generación de empleo e ingresos de la población autóctona (BBVA MAGAZINE, 2005).

En 2005 la Organización Mundial del Turismo y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente establecieron 12 objetivos que constituyen un modelo:

Económico: asegurar la viabilidad económica para que haya prosperidad y beneficios a largo plazo.

Prosperidad local: orientar y maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión.

Calidad del empleo: consiste en fortalecer la calidad de los puestos de trabajo, tanto cualitativamente como numéricamente. Además de asegurar las condiciones se

tiene en cuenta que no exista ningún tipo de discriminación por raza, género, discapacidad u otras formas.

Equidad social: consiste en que haya una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en toda la comunidad receptora.

Satisfacción del visitante: proporcionar una experiencia segura y satisfactoria de todos los visitantes sin ningún tipo de discriminación social.

Control local: se trata de involucrar a la población local en la toma de decisiones que conciernen a la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área.

Bienestar de la comunidad: mantener y mejorar la calidad de vida del lugar anfitrión. Para ello es necesario dotar a estas comunidades de los recursos necesarios y que puedan necesitar, tanto a nivel logístico en infraestructuras como servicios. Es fundamental que esto no suponga una degradación o explotación del ecosistema ni de su sociedad.

Riqueza cultural: respetar y mejorar el patrimonio histórico o respetar la cultura local y su carácter distintivo es fundamental.

Integridad del ecosistema: mantener y mejorar los paisajes, los núcleos urbanos o rurales. Se trata de evitar la degradación del entorno.

Diversidad biológica: apoyar la conservación de áreas naturales y minimizar su daño.

Eficiencia de los recursos: consiste en minimizar al máximo el uso de recursos escasos y no renovables.

Pureza ambiental: reducir la contaminación al máximo tanto en aire, agua y tierra como en reducir la generación de residuos (OMT, 2014).

#### **j. Ecoturismo y Turismo de naturaleza**

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer

la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea (PLANDETUR, 2020).

Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado (PLANDETUR, 2020).

Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas, etc) (PLANDETUR, 2020).

El ecoturismo es el negocio que organiza las vacaciones en los lugares de belleza natural de una manera que ayude a la gente local y no dañe el medio ambiente. Para una visión más cercana, TIES (The International Ecotourism Society) lo define como “un viaje responsable al medio ambiente natural que lo protege, mantiene la vida de la gente local y educa a los viajeros sobre la naturaleza (Castillo, 2020).

Hay tres pilares del ecoturismo, que son la conservación de la naturaleza, la capacidad de generar beneficios financieros para la comunidad local y ofrecer una experiencia de aprendizaje para los visitantes. Estos pilares pueden cubrir una gran cantidad de eventos, como visitar las reservas naturales, utilizar los servicios de guardaparques locales, seleccionar a comprar las artesanías locales en lugar de los recuerdos producidos en masa, creando las experiencias positivas tanto para el anfitrión como para el visitante, así como la idea general de dejar un destino en tan buenas o mejores condiciones como lo encontraste (Castillo, 2020).

#### **k. Turismo cultural**

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se

relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas (PLANDETUR, 2020).

### **Sistema turístico**

El sistema turístico tiene un evidente enfoque de destino y está integrado por seis subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común “se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector” (Boullon, 2004).

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos externos que son la dimensión política, social, cultural, ambiental y económica; e internos como superestructura, oferta, demanda infraestructura y comunidad receptora, vinculados entre sí como una estructura sólida con bases en el desarrollo local en los diferentes factores que lo integran (Pineda, 2019)

### **Componentes del sistema turístico**

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

Por su parte Bullón propone los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades. A este dinamismo, Beni (2006) plantea que el sistema turístico se conforme por cinco subsistemas: la demanda turística, la oferta, la superestructura, la infraestructura y la comunidad receptora. La relación del sistema con el contexto, que permite analizar las repercusiones positivas y negativas del turismo, se presenta a través de cinco dimensiones: social, económica, cultural, ambiental y política.

## **Diseño**

El diseño es una actividad creativa orientada a soluciones, que trabaja en intervenciones concretas. Itera sobre representaciones parciales para construir, refinar y evaluar la manera en que la intervención cambiará el mundo. Convoca múltiples actores y saberes para imaginar y desencadenar el cambio (Universidad de los Andes, 2016).

Según Christopher (2016), el diseño consiste en usar el poder y el ingenio de la mente humana en una fuente universal de creatividad para alcanzar resultados deseados.

## **Producto**

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades (Muñoz, 2018).

Por tanto, un producto puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona o un lugar, y existe para propósitos de intercambio, la satisfacción de necesidades o deseos y para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (Thompson, 2005).

El producto es principalmente un conjunto de servicios compuesto por una combinación de elementos que presentan toda una serie de características diferenciadoras y propias de la actividad turística (Saravia & Muro, 2016).

## **Producto turístico**

Es el conjunto de componentes tangibles más los intangibles que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfacen sus expectativas relacionadas con su tiempo libre (Ricaurte, Oñate, & Lozano, 2006).

Los productos turísticos se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos. De esta manera en términos de la temática referida a los productos turísticos, es importante destacar que el turista generalmente compra la combinación de paquetes turísticos que incluya no solamente los atractivos de interés

para él, sino también aquellas actividades que son complementarias en el país o región que pretende conocer (Nasimba & Cejas, 2015).

Según Saravia & Muro (2016), el conjunto interpretativo implica un proceso a través del cual un territorio pasa a ser percibido como un Producto Turístico, permitiendo al visitante adentrarse en el territorio y disfrutarlo, escogiendo los fragmentos del patrimonio que antes existían con un desorden total y que, al mismo tiempo, pueda contrastar aquello que descubre con lo ya conocido.

### **Diseño de producto turístico**

Según los autores Machado & Hernández (2007), todo diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original, que busquen la rentabilidad económica, social y ambiental, y la satisfacción de la demanda. Es importante incorporar al producto los recursos históricos, culturales y naturales, sin que pierda la esencia de la visita del cliente y lograr una interrelación con el resto de los prestatarios que intervienen en el producto.

### **Diagnostico**

El diagnóstico es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles. Nos permite conocer mejor la realidad, la existencia de debilidades y fortalezas, entender las relaciones entre los distintos actores sociales que se desenvuelven en un determinado medio y prever posibles reacciones dentro del sistema frente a acciones de intervención o bien cambios suscitados en algún aspecto de la estructura de la población bajo estudio, (Rodríguez, 2007).

### **Diagnostico turístico**

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. Desde este

punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

a. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.

b. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.

c. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (Ricaurte, 2019)

### **Fase del diagnóstico**

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

a. La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos

b. Delimitación del área de estudio

c. La revisión de la literatura

d. Planificación del trabajo de campo, (Ricaurte, 2019).

### **Estudio de mercado**

Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones (Ricaurte, 2019).

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio (Ricaurte, 2019).

Muchas empresas o dueños de pequeños negocios aún no son conscientes de la utilidad de un estudio de mercado. Este artículo te ayudará a comprender de mejor forma su utilidad y las ventajas que tiene de reducir al máximo los riesgos, permitiéndote comprender mejor el entorno de tu futura empresa y, de este modo, tomar decisiones adecuadas (Ricaurte, 2019).

Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona. Este proceso es vital para mantenerse al día con las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, los cambios en la dinámica de la industria, etc.

La importancia de hacer un estudio de mercado radica en la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada (Ricaurte, 2019).

### **Lago**

El lago es una masa permanente de agua que se halla depositada en las depresiones de un terreno. La formación de un lago se produce a partir de fallas geológicas (que generan la depresión del terreno), de la acumulación de morrenas glaciares (acumulación de piedras y barro) o de la obstrucción de un valle a causa de avalanchas producidas en sus laderas (Palta, 2015).

La entrada de agua habitual de un lago proviene de arroyos, ríos, precipitaciones, aguas subterráneas y en ocasiones, del agua del deshielo de los glaciares. Los lagos que no tienen salidas de corriente de agua, se denominan lagos cerrados, por el contrario, los lagos que sí tienen salida a través de los flujos de agua superficial o subterránea se denominan lagos abiertos (Valdivieso, 2016).

En los lagos cerrados, las salidas de agua se producen por evaporación, aumentando la salinidad del lago. En cuanto a los lagos abiertos, la salida de agua puede darse por evaporación y por los efluentes, cuyo volumen de salida dependerá del nivel del lago y de la capacidad del canal de efluentes. Por lo general, los lagos abiertos suelen tener muchos afluentes superficiales, aunque solo un efluente superficial (Valdivieso, 2016).

### **Laguna**

Una laguna es un depósito natural de agua, separado del mar y de poca profundidad, cuyas aguas suelen ser, por lo general, saladas o salobres. Las lagunas que están separadas del mar por una barrera son conocidas como lagunas costeras y las que están conectadas con él como albuferas (Sánchez, 2016).

La palabra laguna se refiere al depósito natural de agua que puede tener diferentes dimensiones y formarse a partir de la desembocadura de un arroyo o río o, en su defecto, en períodos de inundación por el desborde de uno de ellos y el posterior estancamiento de las aguas. Generalmente se componen de agua salada, aunque existen lagunas que las tienen dulces. Cabe mencionar que el agua dulce es aquella que posee unas cantidades mínimas de sales minerales disueltas en su interior mientras que el agua salada abunda en dichos componentes; la primera se encuentra en ríos, arroyos y manantiales y la segunda en el mar y la mayor parte de las lagunas (Sánchez, 2016).

Una laguna es una acumulación de agua de una profundidad menor a la de un lago. Por lo general sus aguas son dulces y dan lugar a una variada flora y fauna tanto en sus inmediaciones terrestres como desde el punto de vista acuático. Se forman habitualmente por la existencia de un terreno hundido y la presencia de lluvias o la influencia de ríos, contraponiéndose a los lagos, que generalmente deben su formación a la influencia de los glaciares y su accionar (Ramos, 2013).

En algunos casos, las lagunas se forman de manera artificial, debido al actuar de la mano del hombre; esta circunstancia puede deberse a distintas actividades económicas, como por ejemplo la necesidad de tener un reservorio de agua para cultivos o para generar energía hidroeléctrica (Ramos, 2013).

### **Diferencia entre lago y laguna**

Muchas veces ambos conceptos se confunden, llegando a creer que la simple diferencia que existe entre ambos es de tamaño, lo cual es totalmente erróneo ya que existen ciertas características que debe tener una extensión acuífera para ser considerada una cosa o la otra (Sánchez, 2016).

La diferencia entre ambos tipos de reserva no está vinculada con su extensión sino con el tipo de agua que contienen. Si bien ambos pueden ser alimentados por ríos y arroyos, el lago tiene agua dulce, ya que se encuentra en medio de un paso, es decir tiene una entrada y una salida y el agua circula a través de la poza sin estacarse (Sánchez, 2016).

En el caso de las lagunas, son alimentadas también por ríos y arroyos, pero no tienen una salida, por lo que la única forma en la que se puede desagotar es a través de

la evaporación. Sus aguas son saladas debido a que contienen una gran cantidad de minerales, que quedan almacenados en el suelo cuando el agua se evapora; por eso se dice que las lagunas son espejos de agua cerrados, porque poseen agua estancada (Sánchez, 2016).

De todas formas, es necesario aclarar que algunas lagunas poseen agua dulce, lo cual generalmente se encuentra relacionado con el tipo de suelo en el que ésta se encuentra, donde no abundan los minerales y al evaporarse el agua los mismos son absorbidos por el suelo y desaparecen de la superficie (Sánchez, 2016).

### **Laguna de Colta**

La laguna de Colta está ubicada en el Cantón Colta de la provincia de Chimborazo, dentro de la sierra centro ecuatoriana. Tiene una extensión aproximada de 275 hectáreas. Se encuentra a 19km de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, y forma parte importante de la cultura Puruhá.

La cultura Puruhá conoce a esta laguna con el nombre de “Kulta Kucha”, expresado en su idioma como “Laguna del Pato”. El nombre hace referencia a su localidad en la llanura y a la masiva presencia de patos en la zona.

### **Marco Legal**

#### **Leyes, lineamientos,**

#### **Constitución de la república del Ecuador**

En sus artículos 21, 23, 52, 74, 264. Menciona que todas las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, conocer la memoria histórica de sus culturas y acceder a su patrimonio cultural, a difundir sus propias expresiones culturales como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad.

Sin embargo, es importante recalcar los turistas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la

interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Para lo cual todos pueden beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el estado.

Por medio de los gobiernos municipales se buscará preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

### **Ley de turismo**

Que en el art. 3, numeral e) la ley de turismo da a conocer que son principios de la actividad turística, la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana con su cultura, además de preservar su identidad, ecosistemas y prestación de servicios turísticos.

Que en el art. 4, literal a) la ley de turismo reconoce como actividad turística la iniciativa privada y comunitaria; además el estado debe de potenciar las actividades fomentando y promocionando el producto turístico.

Que en el art. 4, literal c) la ley de turismo se debe de proteger la integridad del turista, además de fomentar la conciencia turística.

Que en el art. 12 de la ley de turismo, reconoce que las comunidades locales organizadas y capacitadas presten servicios turísticos recibirán del MINTUR en igualdad de condiciones las facilidades para el desarrollo de estas actividades y no tendrán exclusividad para la operación en el lugar y estarán sujetas a los dispuesto en la ley.

Mediante el Ministerio de Turismo se promoverá y se fomentará todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de

bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones. Por lo cual el empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, Centros de Información Turística y Embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

### **Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Ecuador (PLANDETUR 2030)**

Esta herramienta brinda los lineamientos generales para la gestión turística a nivel nacional, y orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo en el país. Busca mejorar la experiencia del turista que nos visita, pero también mejorar la calidad de vida de los residentes en el destino. El documento contiene cinco ejes de acción; Destinos y Calidad, Conectividad, Seguridad Turística, Mercadeo y Promoción, y Fomento a la inversión (PLANDETUR, 2030).

El Plan Nacional de Turismo 2030 plasma la firme decisión de convertir a Ecuador en un destino turístico referente que promueva un modelo basado en la competitividad, innovación y gobernanza colaborativa, en el ámbito de expresiones culturales para el turismo (artesanías, música, folklore); consideran que es importante la puesta en valor proyectos de expresiones culturales, y su adecuación para ser incorporados en paquetes turísticos con énfasis territorial. El objetivo principal es que las expresiones culturales sean mostradas de donde son originarias, favoreciendo directamente a dichas comunidades.

El patrimonio del país está en su cultura, en el arte, el folklore, herencias ancestrales, música, danza y en sus expresiones arquitectónicas coloniales y modernas. Ecuador es un país multiétnico, pluricultural y cuenta con una gran variedad de

productos turísticos, atractivos de mucho interés para los visitantes nacionales y extranjeros que se sienten cautivados por la diversidad de la gente y de sus costumbres.

## **Marco referencial**

### **Diseño de un producto turístico cultural para la parroquia San Carlos, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana.**

La investigación propuso diseñar un producto turístico cultural para la parroquia San Carlos, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana, en el diagnóstico analizó la situación actual de la parroquia y del cantón, así como elementos del sistema turístico, atractivos, infraestructura, planta turística y superestructura turística, en el análisis de la demanda el autor determinó la gran acogida del turista nacional e internacional con respecto al producto, además de características de oferta y competencia, realizó un análisis FODA. En el estudio técnico analizó el diseño de un producto turístico sostenible cultural, que consta de tres paquetes turísticos y determinó estrategias de promoción y publicidad en base al estudio de la demanda para su posicionamiento.

El diseño técnico de la ruta de turismo comunitario comprende dos comunidades de estudio además los paquetes se complementaron con algunos atractivos turísticos que se encontraban promisorios; el autor elaboró dos paquetes turísticos de acuerdo a las potencialidades identificadas tanto en lo cultural como en lo natural. Para la promoción y difusión de la ruta se utilizará los siguientes canales de promoción (ferias, guías/ o folletos, amigos/familiares y el internet), debido a la gran aceptación que tienen al momento de buscar información de lugares turísticos.

En el estudio ambiental utilizó la matriz de Leopold donde se registran posibles impactos, dando como resultado que la implementación del proyecto será viable, puesto que el impacto será poco significativo, no altera ambientalmente al sector. El estudio legal y administrativo desarrolló políticas de operación y el manual de proceso para el adecuado funcionamiento del producto turístico. Finalmente, en el estudio financiero determinó una inversión de \$64.153,86 y la recuperación del capital en el segundo año.

El autor recomendó en base al análisis del proyecto que; para que el producto sea turístico competitivo se debe de mejorar e implementar los servicios básicos, infraestructura y facilidades turísticas, para lo cual la asamblea deberá de organizarse

para realizar las respectivas gestiones en el GAD-Municipal y Provincial puesto que forman parte de sus competencias.

### **Propuesta para el desarrollo de un producto turístico cultural en el barrio la Carioca del cantón La Libertad”**

La Libertad es conocido como casco comercial de la Provincia, sin embargo, fue un lugar de turismo familiar durante mucho tiempo. El Cantón se ha desarrollado turística y económicamente en estos últimos años, lo que ha generado que en época de temporada el malecón se sature de turistas, ocasionando malestar entre los visitantes. Ante esto, los organismos competentes no han consolidado sus esfuerzos para la preservación, conservación, rehabilitación, mejoramiento y tratamiento de recursos tanto naturales, culturales e históricos que posee el cantón.

Con la destrucción de su antiguo malecón y la pérdida de sus playas, su imagen turística se deterioró a tal punto, que los pocos establecimientos turísticos que existían quebraron y la inversión privada se redujo a cero. La construcción de las escolleras y la regeneración del malecón en el cantón, han generado alternativas de trabajo y a su vez ha reactivado su actividad turística, siendo necesario tomar en cuenta la diversificación de la oferta turística a través de los recursos disponibles, así como sus características distintivas con respecto a los principales competidores del área, tratando de evitar una sobrecarga, dando alternativas a los visitantes de la Provincia. La Carioca tiene todas las posibilidades para insertar sus atractivos culturales al producto turístico de la región, aportando de esta manera al turismo de la localidad. El desarrollo turístico puede convertirse en agente impulsor de la conservación del patrimonio cultural, contribuyendo al mismo tiempo a concienciar a los residentes de la zona sobre su importancia, de esta forma la dimensión económica se convierte en estímulo para la preservación del patrimonio y la herencia cultural de cada entorno geográfico. Los valores propiamente culturales no se desnaturalizan ni comprometen al vincularse con los intereses turísticos, por el contrario, contribuyen a reafirmar la conciencia y sobre todo generan una nueva fuente de ingresos que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

El autor recomienda que; el desarrollo turístico del cantón La Libertad, debe ir acompañado de la diversificación de los productos turísticos, aprovechando todos sus atractivos naturales y culturales. Además, manifiesta que; es necesario aprovechar el

reconocimiento que hace el Ministerio de Turismo a la Peregrinación de la Virgen del Mar, para impulsar la creación del producto turístico cultural La Carioca, con la aplicación de una planificación adecuada y participativa de los entes involucrados que valore todos los recursos de este sector y permita llevar adelante la propuesta.

**Diseño de un producto turístico sostenible cultural para la parroquia Puerto Francisco de Orellana, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.**

La investigación propuso diseñar un productor turístico sostenible cultural partiendo del diagnóstico con el análisis de la situación actual de la parroquia y del cantón, así como de los elementos del sistema turístico, atractivos, infraestructura, planta turística, superestructura turística. En aquel análisis, sobresale 3 atractivos naturales y 5 atractivos culturales con potencial para la práctica del turismo natural y cultural, mismo que alcanzan una jerarquía de II, III y IV, además se determinó que la implementación del producto turístico tiene un alto índice de aceptación en los turistas nacionales (90 %) y extranjeros (93 %).

En el análisis de la demanda determinó una gran acogida por parte del turista nacional e internacional con respecto al producto, además de las características de la oferta y competencia, realizó el análisis FODA, a partir de ese identificó y priorizó los nudos críticos. En el estudio técnico analizó el diseño del producto turístico sostenible cultural, el mismo que lo realizó en tres paquetes turísticos y determinó las estrategias de promoción y publicidad en base al estudio de la demanda para su posicionamiento, estableció la viabilidad ambiental mediante la utilización de la matriz de Leopold donde indicó los posibles impactos, dando como resultado que la implementación del proyecto es viable, puesto que el impacto será poco significativo.

En el estudio legal y administrativo describió las políticas de operación y el manual de proceso para el adecuado funcionamiento del producto, finalmente en el estudio económico – financiero determino que la inversión será de \$135.118,97 con un VAN de \$485.472,12, un TIR de 38% y la relación costo beneficio de \$3,90 para recuperar el capital en el año 1 y 2.

El autor recomienda que; para que el producto turístico sea competitivo se debe mejorar los servicios básicos, infraestructura, y facilidades turísticas, realizando gestiones en el GAD-Municipal y Provincial puesto que forman parte de sus

competencias, además incentivar y apoyar los proyectos turísticos innovadores, brindándoles capacitaciones, asesoramiento técnico y jurídico, destinando presupuesto a la iniciativa, promoción y difusión del producto turístico.

## **CAPITULO II**

### **Diagnóstico del estado actual de la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo para distinguir sus recursos.**

#### **Situación geográfica**

El Cantón Colta se encuentra ubicado en la parte noroccidental de la provincia de Chimborazo, a 18 Km de la ciudad de Riobamba, limita al norte con el cantón Riobamba, al sur con los cantones Pallatanga y Guamote, al este con el cantón Riobamba y al oeste con la provincia de Bolívar.

Colta cuenta con dos parroquias urbanas; San Sebastián de Cajabamba y San Lorenzo de Sicalpa y cuatro parroquias rurales: Santiago de Quito, Cañi, Columbe y Juan de Velasco, el cantón tiene una extensión de 850 km<sup>2</sup>; una altitud entre 2.750 a 3.400 msnm; y una temperatura promedio entre 6 °C y 20 °C.

El clima del cantón es frío y seco, la temperatura oscila entre 10 y 13 °C, aunque en las estribaciones de la Cordillera Occidental, hacia la costa el clima varía notablemente dando temperaturas hasta de 21 °C. En las alturas de la cordillera es frío, húmedo y con permanente neblina.

#### **Demografía**

De acuerdo con los datos del censo INEC 2010, la población total del cantón Colta es de 44.971 habitantes; 23.329 mujeres que corresponde a 51,88%; y 21.642 hombres, que equivale a 48,12%. La población indígena es mayoritaria, con 39.296 habitantes (equivalente a 87,38% del total), y la densidad poblacional del cantón es de 52 habitantes por km<sup>2</sup>.

#### **Historia**

Etimológicamente Colta viene del quichua “Kulta” que significa pato y Cajabamba viene del quichua “kaka” que significa peña y “pampa” que significa llano; a lo que se le denomina como “llano de peña”. Aquí se dio lugar la formación de la confederación Shyri – Puruhá conocida luego como Reino de Quito, el mismo que fue absorbido por el Imperio Inca que a su vez fue conquistado por los españoles.

El asentamiento que hoy constituye el Cantón Colta fue 500 años antes del prehispánico “Liribamba” centro estratégico del Imperio Puruhá, actualmente tiene como cabecera cantonal a la ciudad de Cajabamba, formada por dos parroquias urbanas; San Sebastián de Cajabamba y San Lorenzo de Sicalpa, y juntas forman la denominada "Villa de la Unión", que surgió a la vida autónoma el 2 de agosto de 1884.

Cuna de hombres y mujeres de conocimiento y jerarquía como Condorazo, Duchicela, el sabio Pedro Vicente Maldonado, el Padre Juan de Velasco (Primer Historiador del país), Magdalena Dávalos, Isabel de Godín, etc. razones por las cuales se le ha denominado al Cantón Colta como; Capital de la nación Puruhá, Corazón de la civilización Andina, y Cuna de la nacionalidad ecuatoriana.

El Mariscal Don Diego de Almagro realiza la Fundación de la primera ciudad española en tierras del Reino de Quito en la llanura de Ricpamba, por considerar que ofrecía mayores comodidades para edificar una ciudad que acoja a los españoles. Posterior el Capitán Pedro de Alvarado considera que fue una acción apresurada y mediante acuerdo con Almagro que se dio el 28 de agosto de 1534, se celebró el acta de la nueva ciudad a la cual se la puso el nombre de “San Francisco de Quito”. Esto no quiere decir que la primera ciudad fundada por los españoles en suelo Puruhá se haya privado en lo mínimo su categoría como tal. Entonces se deduce que los conquistadores fundaron dos pueblos, el uno llamado ciudad de Santiago de Quito y el otro la actual San Francisco de Quito.

La primera fundación española en tierra ecuatoriana fue Santiago de Quito en las llanuras donde estuvo la antigua Riobamba el 15 de agosto de 1534 y donde actualmente se encuentra la réplica de la primera acta de fundación.



**Figura 2 Carta de la primera fundación española en tierra ecuatoriana.**

**Tomado de PDOT COLTA 2014**

### **Caracterización cultural**

En el cantón Colta la población se ha autoidentificado en su mayoría como indígenas pertenecientes al pueblo Puruhá y representa el 87,38 %. Los puruháes fueron etnias numerosas de indígenas que ocupaban las provincias de Chimborazo, Bolívar, Tungurahua y parte de Cotopaxi del Ecuador. Su sistema político era una monarquía federativa, (donde cada curaca gobernaba independientemente su propio pueblo); en casos graves relativos al bienestar general, todos los jefes se juntaban a deliberar en asamblea común, presidida por el curaca. Tenían un gobierno bien organizado y leyes que regulaban la sucesión de poder y la monarquía era hereditaria y sucedía siempre el hijo varón.



**Figura 3 Agradecimiento a Dios por los alimentos. Tomado de PDOT COLTA 2014**

### **Elementos culturales**

La población de Colta en su mayoría son indígenas que conservan la práctica de la medicina ancestral, patrimonio cultural inmaterial vivo que se conserva en la memoria colectiva heredada de los Puruháes e Incas; ejercida por curanderos, Yuyeros, parteras, Yachags, que aún perduran pese a sus limitaciones por influencias externas de tipo social, religioso y económico.



**Figura 4 Prácticas ancestrales del cantón Colta. Tomado de PDOT COLTA 2014**

En el cantón existe la nacionalidad Puruhá, que según algunos historiadores esta fue una nación poderosa, con la característica de ser una de las más grandes en número de habitantes. En la actualidad los pobladores del cantón Colta aún conservan costumbres, tradiciones, formas de vivencia, etc. de dicha cultura.

El idioma propio de los Puruháes era el Puruhá y anterior a la conquista Inca. Actualmente en las comunidades con rezagos puruháes o propiamente puruháes se usa el idioma Kichwa en especial en la población adulta (algunos son bilingües hablando Kichwa y español), y el español en conversaciones con mestizos, blancos y es común entre los jóvenes.

Si bien es cierto desde tiempos inmemorables el trueque ha sido una forma de comercialización que ha rebasado espacios y tiempo, en el caso del pueblo Puruhá este sistema fue la forma oficial de comercialización; actualmente este ya casi no se practica, los pobladores del cantón Colta aún conservan algo de la vestimenta Puruhá.

La vestimenta Puruhá fue confeccionada de fibra de cabuya, de lana de auquénidos y fibra de algodón. Los hombres Puruháes llevaban el cabello largo y se vestían con camisones largos de color negro con rayas rojas o blancas; también utilizaban orejeras y narigueras. Las mujeres para el uso diario vestían blusas con bordados y sobre esta un rebozo de cualquier color vivo y sujetado con un pasador o tupo (broche similar a una llave) de metal, anaco negro que se sobreponía a otro de color blanco y sujetado a la cintura con fajas tejidas en telares. (El anaco y el rebozo elaborados con lana de borrego).

Con el paso del tiempo dicha vestimenta se ha ido transformando, dando paso a híbridos formados a partir de la incidencia de otras culturas. En el caso de los hombres los observamos con ponchos rojos de diversos diseños casi siempre de color rojo, camisa blanca, alpargatas o zapatos y sombrero generalmente de paño. Las mujeres visten anacos de diversos colores, blusas habitualmente bordadas en las mangas, sobrepuestas en los hombros las observamos con bayetas coloridas algunas utilizan sombreros generalmente de paño y en el cuello y muñecas hermosos collares y pulseras, (elaborados artesanalmente) con un sin fin de preciosos colores.



**Figura 5** Vestimenta autóctona del cantón Colta. Tomado de PDOT COLTA 2014

En los desfiles festivos populares la vestimenta utilizada generalmente por los hombres es: sombrero, poncho y un pantalón blanco, en algunas comunidades zamarros; las mujeres utilizan sombreros, anacos, bayetas, fajas collares, cintas entre otros accesorios.



**Figura 6** Celebración de fiestas ancestrales. Tomado de PDOT COLTA 2014

### **Leyenda rural de la laguna de Colta**

Antes que existiera la laguna en la comunidad de Majipamba cantón Colta, cuenta la leyenda que una pareja de novios iba a celebrar el sagrado matrimonio, según las tradiciones y costumbres de aquella época el lugar donde se iba a celebrar la fiesta era una chocita humilde su techo era cubierto de paja y las paredes de adobe era una zona muy aislada a las demás comunidades los novios y demás allegados organizaban la casa para la recepción de los invitados para de esta manera poder ofrecer una fiesta digna de los familiares que con voluntad acompañan a los novios en su día especial.

Cada quien tenía un cargo exclusivo, la que da la bienvenida a los invitados, los aulajanos (son los encargados de mirar que todo esté funcionando de la mejor manera), el que raja la leña, se le daba un valor especial para quien la junta por ser destinada para hacer el fuego y las cocineras propias del día especial destinada a preparar los alimentos, una de las cocineras no tenían en que preparar la fritada, rápidamente se dirigió hacia los novios diciéndoles que por favor fueran a conseguir una paila de cuatro orejas al otro lado de la comunidad y que la traiga en un burro para que no demoren en volver, la persona encargada de recibir a los invitados les dijo que no tarden en regresar y que acudan con rapidez a este lugar mientras los familiares estaban delegados en los preparativos de la fiesta pasaron a reposar y esperar el pronto retorno de la pareja.

Los novios pasaron un tremendo llano de quicuyo y otros montes de la zona, el camino era muy largo para llegar a esta comunidad, tras largas horas por fin llegan al sitio y se encuentran con los dueños de la paila, ellos muy atentos y cordiales saludan al propietario y comunicándole que la paila está en dicho lugar y que sería transportada en el burro, ellos inmediatamente ayudaron a cargar, ataron de la mejor manera posible para que no tuviera ningún inconveniente en caerse y pueda ser trasladada con normalidad, los novios muy contentos y agradecidos se despidieron fueron rumbo a la fiesta llevando consigo a la paila, tras largo tiempo de viaje el burro se cansó por el peso, en aquel momento los novios deciden bajarla para poder descansar y platicaban de cómo sería la fiesta y de cuantos amigos y familiares les acompañarían y que sería un hogar lleno de muchas bendiciones.

En la mitad de la llanura mientras descansaban miraron hacia el cielo y el frío era muy agotador, empezó a caer el páramo y enseguida de poco a poco la lluvia, los novios al ver que el aguacero fue cada vez más fuerte, apresuradamente se levantaron para poder continuar con el viaje, quisieron alzar la paila y no pudieron, misteriosamente ésta se volvió pesada ellos muy asustados dejaron en aquel lugar y fueron a avisar a la gente de la comunidad para que los pudieran ayudar.

Una vez que los novios partieron del sitio la lluvia fue cada vez más fuerte está paila fue llenándose de agua y empezaba a formarse un pequeño charco por lo tanto se iba hundiendo, la multitud de gente pensó que era un invento de ellos, los individuos que poco a poco se iban acercando el sitio donde había quedado la paila, al observar el agua y estaba cubierto en su totalidad y el charco había crecido, las personas muy

atemorizadas y con admiración empezaban a rezar decían que era algo extraño de la naturaleza, querían virar la paila para vaciar el agua pero no pudieron fue en vano el intento la paila estuvo muy pesada, no pudieron sacarla del agua y por el susto la fiesta se canceló, al siguiente día los novios y la comunidad de Majipamba acuden al lugar y ven que imperceptible charco se había convertido en un pequeño lago, con asombro y miedo empezaban a orar, dialogaban que era algo mágico del medio ambiente no lograban creer lo que estaba sucediendo.

Al pasar los años este lago cada vez creció más convirtiéndose en una laguna la paila quedó sumergida bajo el agua, algunos indican que la paila de cuatro orejas por ciertas temporadas asoma a las doce del mediodía ya las doce de la madrugada.

Las personas que habitan alrededor de la laguna de Colta comentan que esta laguna es compactada con el diablo en cerrando de esta manera siete misteriosas leyendas como podemos mencionar la leyenda de los novios, la niña blanca, la mujer que resucita al tercer día, el toro guardián de las tutoras, el tren y los abuelitos, todas estas leyendas encierran un encanto mágico, el agua se utiliza para diferentes usos como dar de beber a los animales, para los indígenas sirve como agua de saneamiento y aquí también realizan la justicia indígena, su ubicación es de fácil acceso por lo que quedan pocos metros de la vía principal a Guayaquil y Cuenca (GAD Colta, 2016).

### **Infraestructura**

#### **Servicios básicos**

Los habitantes del cantón Colta reciben energía eléctrica de diferentes formas como son la red de empresa eléctrica, de panel solar, generadores de luz o plantas eléctricas, y otras personas no poseen energía eléctrica. En lo referente al sistema de alcantarillado tienen acceso a la red, el 71,9% de las viviendas. Servicio higiénico exclusivo se encuentra en el 24% de los hogares. La cobertura de servicios es la siguiente: agua entubada por red pública dentro de la vivienda 96,3%.

El cantón cuenta con un hospital que funciona desde hace 39 años el nombre es Dr. Publio Escobar Gómez que cuenta con los siguientes servicios: ginecología, consulta externa, hospitalización, pediatría, cirugía, banco de vacunas, odontología, laboratorio, farmacia, rayos x, enfermería, vigilancia sanitaria, estadística, lavandería, cocina, administrativo (director, secretaría, contador, jefe del personal).

Colta cuenta con diferentes formas de recolectar la basura entre los cuales se puede mencionar: por el carro recolector, arrojan basura en terreno baldío, la queman, la entierran o la arrojan al canal o al río. La población utiliza varias maneras para preparar sus alimentos, entre ellas están; gas de uso doméstico, electricidad, leña, carbón, residuos vegetales o animales.

El cantón cuenta con vías de comunicación de buen nivel, la más importante arteria es la panamericana sur que atraviesa de norte a sur, enlazando las poblaciones de los cantones de Colta con Pallatanga y Guayas; el otro ramal se enlaza con los cantones Guamote, Alausí y Cuenca, cuenta con caminos vecinales en su mayoría asfaltados que comunican a las diferentes parroquias; además contamos con la línea del ferrocarril que atraviesa por el cantón comunicando a los principales pueblos que ahí se asientan, este medio de comunicación nos permite enlazarnos con las provincias de Chimborazo al norte y al sur con la provincia del Guayas.

En lo que se refiere al transporte, existen varias cooperativas de transporte como; Transportes Colta, Guamote, Ñuka Llacta, Llin llin, que llegan al Cantón Colta que para la comodidad de la población y los turistas se puede tomar desde la ciudad de Riobamba el tiempo estimado en el que sale el bus de cada cooperativa es de cuarto de hora que se lo puede tomar en el terminal inter cantonal.

### **Actividades económicas**

La mayor parte de sus habitantes se dedica a labores agropecuarias, otro sector al comercio y gran parte migra a grandes ciudades de la costa, principalmente a trabajar de jornaleros o comerciantes. Sus principales cultivos son: papas, cebada, trigo, habas, chochos, arveja, toda clase de hortalizas; en el clima cálido se cultiva maíz, frutas, pastizales, etc. La producción pecuaria en este cantón está caracterizada principalmente por la cría de ganado ovino, seguido del vacuno, porcino, cuyes, conejos y asnos respectivamente. Los animales menores como cuyes y conejos son casi exclusivamente para el autoconsumo, los utilizan para consumirlos en las siembras, cosechas y fiestas, por lo que no tienen mucho interés en tecnificar su producción.

Además de las actividades agrícolas que los habitantes del Cantón se dedican se encuentra en pequeña escala una industria molinera ubicada principalmente en las parroquias de Cajabamba, Sicalpa y Columbe. Además de las industrias mencionadas

en pequeña y mediana escala en la población en general se elaboran shigras (bolsos de hilo y cabuya) y esterres a nivel casero.



**Figura 7** Elaboración de artesanías y shigras (bolsos de hilo y cabuya). Tomado de PDOT COLTA 2014

### **Flora y fauna**

En lo que se refiere a la flora, Colta presenta árboles de marco, quishuar, yagual, aliso y otras variedades nativas. Destaca la presencia de la totora, una planta versátil con gran utilidad en la comunidad indígena actual y autóctona. Su empleo se podía realizar como alimento, materia prima para utensilios e inclusive para elaborar embarcaciones de navegación fluvial.

Las totoras suelen ser usadas como refugios y empleadas en la elaboración de nidos de casi treinta y dos especies de aves de las cuales algunas son migratorias que llegan en épocas calurosas desde el sur.

La presencia de masas boscosas naturales es casi inexistente, debido a la ampliación de la frontera agrícola en las últimas décadas, quedando pequeños vestigios de chilca, Sígsig, en los pisos altos pajonales y matorrales.

Muchas especies están en proceso de extinción por el manejo inadecuado de los ecosistemas, la cacería indiscriminada, la deforestación, encontramos el cóndor andino, la cervicabra, el lobo de páramo, patos, garzas, gallaretas, también se registran nuevas especies en los últimos años de zambullidores, garzas, patos, el gavitín.

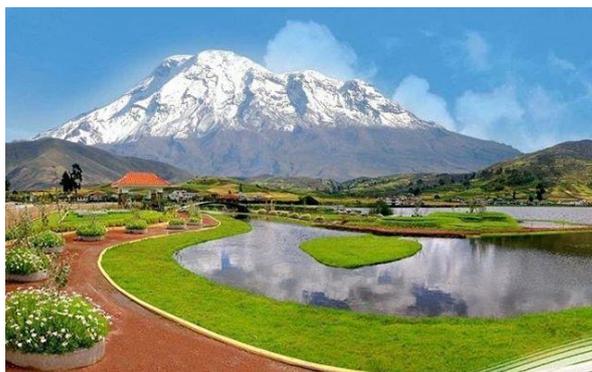
### **Estructura política**

El cantón Colta está integrado por un alcalde y siete concejales todos quienes fueron nombrados de una elección popular, siendo el alcalde su máximo representante ante su pueblo. Dicho grupo de personas están encargadas de dirigir, planificar, ejecutar acciones, las cuales están orientadas para el beneficio y desarrollo del cantón.

El GADMC de Colta es una entidad seccional independiente que tiene personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y su principal función es la atención de las necesidades de la población, de las parroquias urbanas, rurales y sus comunidades.

Dentro de las principales funciones del Consejo Cantonal están: Legalizar y fiscalizar. Crear, modificar, revisar o eliminar ordenanzas. Crear, modificar o eliminar impuestos. Cubrir la mayor cantidad de necesidades de servicios básicos de la población

El turismo permite el aprovechamiento de las potencialidades de un territorio, esto hace que se convierta en uno de los factores clave para el progreso socioeconómico; por tal motivo exige también la elaboración de Planes, Resoluciones, Decretos y Diagnósticos para dinamizar la actividad turística en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de la generación de empleo y el incremento de ingresos.



**Figura 8** Malecón escénico de la laguna “Kulta Kucha”. Tomado de PDOT COLTA 2014

**Resumen de fichas de atractivos que se utilizarán en el diseño del producto turístico**

Tabla 1

*Resumen de fichas de atractivos que se utilizarán en el diseño del producto turístico*

<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
<b>Iglesia Balbanera</b>	Manifestación cultural	Histórico	Arquitectura	III
<b>Laguna de Colta “KULTA KUCHA”</b>	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III
<b>Orquideario “Sisa”</b>	Atractivos culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros de Exhibición de flora y fauna	II

## CAPÍTULO III

### **Metodología**

En base al producto turístico en este sistema de investigación se va a indicar los procesos metodológicos que se van a utilizar y detallar para diseñar un producto turístico en la Laguna Kulta Kucha.

### **Diseño de la investigación**

Kerlinger 1975 define el diseño de la investigación como el plan, la estructura y la estrategia de investigación concebidos a obtener respuestas a preguntas de investigación y controlar la varianza. Para este autor, el plan es el esbozo general del proyecto de investigación, e incluye todo el proceso que va desde la formulación de hipótesis hasta el análisis de los datos. La estructura es, para Kerlinger, más específica que el plan, constituyendo el esquema y el paradigma de lo que se hará con las variables.

### **Tipos de investigación**

#### **Investigación de campo**

Según el autor (Santa palella y feliberto Martins (2010), define: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

#### **Investigación Exploratoria**

Según Claire S. (1965:69) es una búsqueda de información con el propósito de formular problemas e hipótesis para una investigación más profunda de carácter explicativo. Estos estudios exploratorios, llamados también formularios tienen como objetivo “la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis” (Selltiz, et al 59-69).

Este nivel de investigación sirve para ejercitarse en las técnicas de documentación, familiarizarse con la literatura bibliográfica, hemerográfica y documental, sobre las cuales se elabora los trabajos científicos como las monografías, ensayos, tesis y artículos científicos. Por ello algunos hablan de investigación bibliográfica (Ñaupas y otros 2013).

Los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental, ni leído algún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario sobre el lugar. Al llegar no sabemos que atracciones visitar, a que museo ir, en qué lugares se come bien, cómo es la gente; en otras palabras, ignoramos mucho del sitio. Lo primero que hacemos es explorar, según Sampieri (2010) nos dice: “preguntar sobre qué hacer y a dónde ir al taxista o al chofer del autobús que os llevara al hotel donde nos hospedaremos; además, debemos pedir información a quien nos atienda en la recepción, al camarero, al cantinero del bar del hotel y, en fin, a cuanta persona veamos amigable...”

### **Tipo de método**

#### **Descriptivo**

Los datos obtenidos con el método descriptivo permiten abordar el estudio desde una perspectiva panorámica, es decir que el investigador con todos los recursos que dicha metodología proporciona puede conocer en qué situación se encuentra el destino. “La investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos.” (R. Gay, 1996 citado en Esteban Nieto, 2018, p.2).

### **Técnica de recolección de datos**

#### **Encuesta**

Las encuestas son herramientas que consisten en un encuentro de dos personas en el cual una de ellas responde un cuestionario de preguntas, que permite identificar gustos y preferencias del encuestado, en el formato de las encuestas se puede desarrollar preguntas abiertas o cerradas con opciones múltiples (Abascal & Esteban, 2005). Encuesta: Las encuestas son herramientas que consisten en un encuentro de dos personas en el cual una de ellas responde un cuestionario de preguntas, que permite identificar gustos y preferencias del encuestado, en el formato de las encuestas se puede desarrollar preguntas abiertas o cerradas con opciones múltiples (Abascal & Esteban, 2005).

Encuesta (*Ver apéndice 1*)

## **Población y Muestra**

El término población se refiere al grupo de elementos que se quiere estudiar, debido a que sus preferencias son comunes. "Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (Lepkowski, 2008b citado en Hernández , Fernández, & Baptista, 2017,p.174).

La muestra permite especificar al subconjunto de individuos que forman parte de una población. Este tipo de métodos consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en dicho lugar (López, 2004)

Para el presente trabajo, se tiene como población a los ciudadanos de Riobamba que cuenta actualmente con 225.741 de habitantes (Censo 2010), por su cercanía al cantón Colta.

El cálculo de la muestra que pertenece a la población finita estará basado en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z_a^2 * p * q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N= Tamaño del universo

Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q=(1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

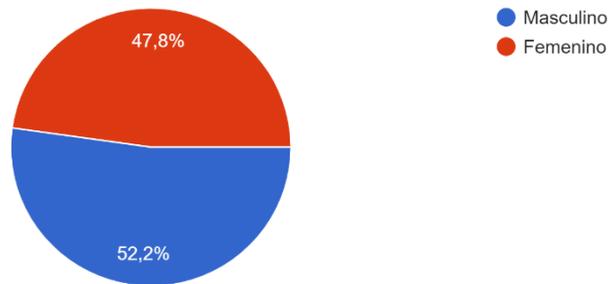
**Cálculo:**

$$n = \frac{N * z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z_a^2 * p * q} \quad n = 384$$

## Resultados de las encuestas

### Pregunta 1

#### Género

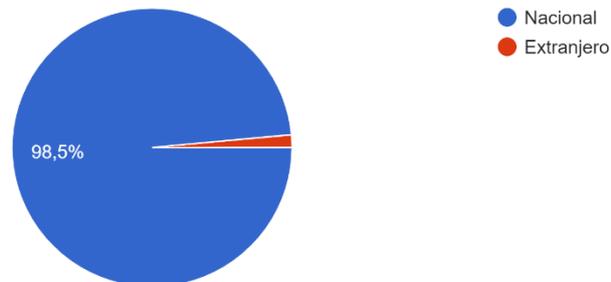


**Figura 9** Género de los encuestados

De acuerdo con el número de encuestas realizadas se infiere que el 47,8% de los turistas son hombres y el 52,2% son mujeres.

### Pregunta 2

#### Tipo de turista

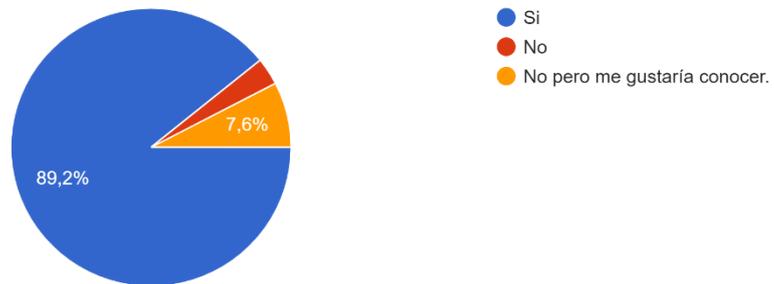


**Figura 10** Tipo de turista

El 98,5% de los encuestados se considera turista nacional, mientras que el 1,5% asume ser extranjero.

### Pregunta 3

#### Conocimiento del lugar

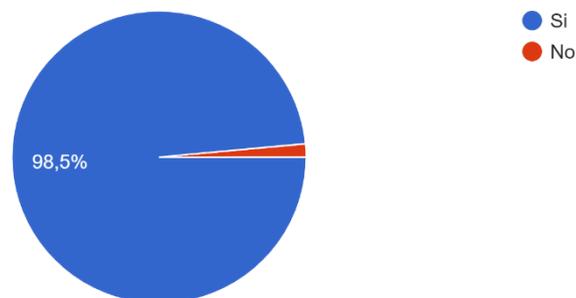


**Figura 11** Conocimiento del lugar

El 89,2% de los encuestados conoce la laguna Kulta Kucha, el 7,6% no conoce, pero le gustaría conocer el lugar, y el 3,2% definitivamente no sabe sobre el lugar.

### Pregunta 4

#### Preferencia del producto turístico

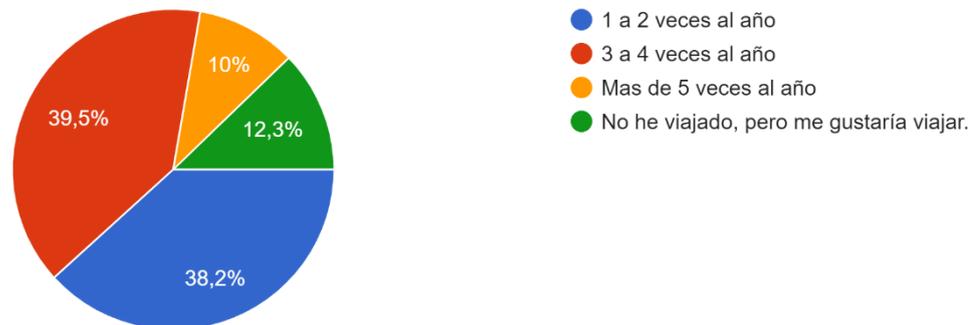


**Figura 12** Preferencia del producto turístico

Al 98,5% le gustaría que se implemente un producto turístico para la laguna de Colta (kulta kucha) en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, mientras que al 1,5% no les gustaría.

### Pregunta 5

#### Frecuencia de viaje a la laguna kulta kucha

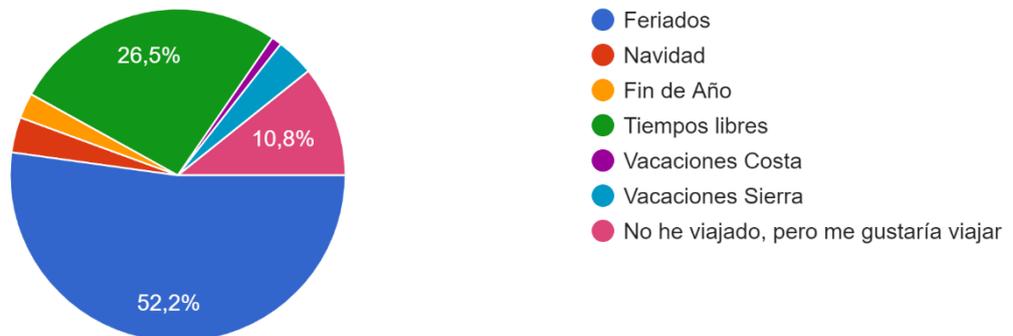


**Figura 13** Frecuencia de viaje a la laguna kulta kucha

El 39,5% viaja a la laguna de Colta (kulta kucha) de tres a cuatro veces al año, el 38,2% viaja de una a 2 veces, el 10% ha viajado más de cinco veces al año y el 12,3% no ha viajado, pero le gustaría viajar.

### Pregunta 6

#### Fechas de viaje a la laguna kulta kucha



**Figura 14** Fechas de viaje a la laguna kulta kucha

El 52,2% de los encuestados viaja en feriados a la laguna de Colta Kulta Kucha, el 26,5% viaja en tiempos libres y el 10,8% no ha viajado, pero le gustaría viajar.

### Pregunta 7

#### Cantidad de personas con las que viaja

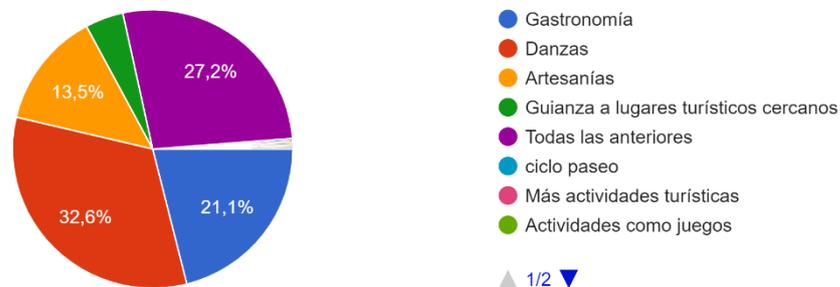


**Figura 15 Cantidad de personas con las que viaja**

El 40,2% viaja con dos personas, el 23,8% viaja con más de tres personas y el 20,1% viaja con tres personas.

### Pregunta 8

#### Preferencia de los servicios a implementarse

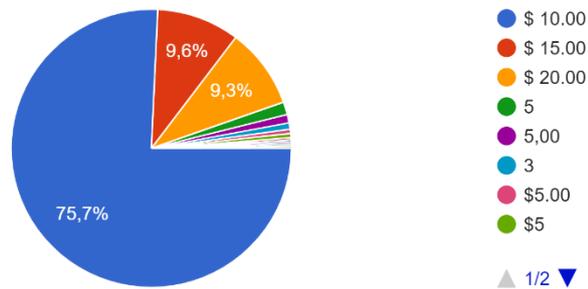


**Figura 16 Preferencia de los servicios a implementarse**

Al 32,6% le gustaría que se implemente un producto turístico en base a actividades de danza y al 27,2% prefiere un conjunto de gastronomía, artesanías, guianza, etc.

### Pregunta 9

#### Valor a pagar

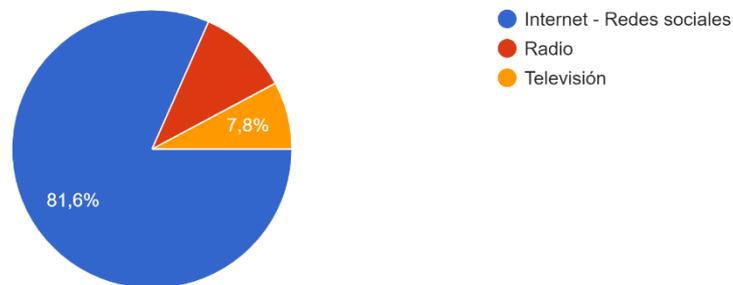


**Figura 17 Valor dispuesto a pagar**

El 75,7% estaría dispuesto a pagar \$10.00 por persona por adquirir el producto turístico, el 9,6% está dispuesto a pagar \$15.00 y el 9,3% está dispuesto a pagar \$20.00.

### Pregunta 10

#### Medios de comunicación



**Figura 18 Medios de comunicación**

El 81,6% se informa sobre servicios turísticos a través de redes sociales.

#### Conclusión de las encuestas

En base al desarrollo de las encuestas, del 100% que respondieron, el 47,8% de los turistas corresponde al género masculino y el 52,2% al femenino, de los cuales el 98,5% de los encuestados se considera turista nacional, mientras que el 1,5% asume ser extranjero.

Por la falta de difusión de los atractivos turísticos y actividades en el sitio de estudio el 7,6% no conoce el lugar, mientras que el 89,2% de los encuestados conoce la laguna Kulta Kucha. En base a ese conocimiento al 98,5% le gustaría que se

implemente un producto turístico en el que se desarrolle actividades como danza, gastronomía, artesanías y Guianza.

El 52,2% de los encuestados viaja en feriados a la laguna de Colta Kulta Kucha, el 26,5% viaja en tiempos libres y el 10,8% no ha viajado, pero le gustaría viajar, sus viajes por lo general se realizan el 40,2% viaja con dos personas, el 23,8% viaja con más de tres personas y el 20,1% viaja con tres personas.

En el aspecto económico, el 75,7% estaría dispuesto a pagar \$10.00 por persona por adquirir el producto turístico, el 9,6% está dispuesto a pagar \$15.00 y el 9,3% está dispuesto a pagar \$20.00.

Es importante mencionar que en la actualidad los servicios turísticos a nivel mundial tienen una gran acogida por medio de la difusión en redes sociales, de esta manera el 81,6% se informa sobre servicios turísticos a través de redes sociales.

## Capítulo IV

### Propuesta

Según la definición de la OMT, un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital”.

Como resultado de este proceso surge la oferta turística, la que constituye el último eslabón en el proceso de patrimonialización y turistificación de un recurso. Para que un producto turístico se convierta en oferta turística, el mismo debe estar puesto a disposición del consumidor por un período de tiempo, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia ya que de lo contrario no cumple con el requisito de estar presente en el mercado por un tiempo. La característica que le asigna el concepto de oferta turística es la comercialización, al mismo tiempo que hace referencia al conjunto de elementos que conforman el producto turístico dentro de un territorio determinado (Boullón, 1997).

El ciclo de vida de un producto es un término que se utiliza para describir las etapas de creación, crecimiento y compra por las que pasa cualquier producto en su camino hacia los usuarios y a través de ellos. Las etapas tradicionales del ciclo de vida de un producto son el desarrollo, la introducción, el crecimiento, la madurez y el declive.

El ciclo de vida de un producto desempeña un papel importante en las ventas y, por tanto, en los beneficios de una empresa. Por eso es importante abordarlo antes del lanzamiento. Pero no sólo hay que preocuparse por la gestión y el control, el ciclo de vida del producto también afecta al marketing.

Sin embargo establecer un producto turístico en el mercado lleva mucho tiempo, ya que se debe identificar para quienes está dirigido el producto, por lo tanto en este sentido no solo se espera tener un aporte económico por los servicios brindados,

sino que la comunidad local sea parte de todos los procesos de este producto mediante la participación activa de los turistas que aprendan las costumbres, tradiciones, y la cultura especialmente que tiene este destino, así mismo conservar ese legado que nos dejaron nuestros antepasados; el trabajo en conjunto con la comunidad será de gran importancia al momento de vender el producto y el destino a los turistas.

Tabla 2

*Propuesta del producto turístico*

***NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO: DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA LAGUNA KULTA KUCHA EN EL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO***

***Identificar si el producto turístico es:***

Producto nuevo (X)      Producto reestructurado ( )

***Descripción del producto turístico:***

*Eje temático:* Arte, cultura, naturaleza

*Segmento de la demanda:* Comunidad local, Colteños y Riobambeños interesados en aprender la diversidad cultural y ancestral que tiene el atractivo.

***Motivación de propuesta:***

La laguna Kulta Kucha perteneciente al cantón Colta cuenta con facilidades e infraestructura moderna misma que se convierte en un atractivo obligatorio para visitar, además el aprender nuevas culturas, tradiciones y costumbres nativas del lugar.

***Fundamentación (importancia y contribución a las condiciones actuales)***

Con el propósito de incrementar la oferta cultural, gastronómica, artesanal, se considera relevante la implementación de actos culturales artísticos y de danza, misma que permita la integración de la comunidad local y futuras generaciones.

***Calidad necesaria en infraestructura***

*Instalaciones turísticas (equipamiento turístico):* No se requiere la implementación de instalaciones adicionales a los que ya existen.

**Actividades turísticas:** Desarrollar actividades culturales como danzas, ferias gastronómicas, exposición de artesanías y conocer la historia del cantón, por lo tanto, se debe brindar todas las condiciones físicas para el cumplimiento de estos.

**Planta turística:** El lugar cuenta con la planta e infraestructura necesaria para el desarrollo del producto.

**Accesibilidad:** Los estándares de accesibilidad se encuentran bien distribuidos y en perfectas condiciones, por lo que existe la facilidad de llegar de una forma segura al lugar, así mismo cuenta con un área de estacionamiento e incluso con espacios para personas con discapacidades especiales.

**Recursos y atractivos turísticos:** Son recursos naturales y culturales, por consiguiente, se va a trabajar con tres principales atractivos como son: La iglesia de Balbanera, la laguna Kulta Kucha, y el orquideario Sisa, mismos que estarán abiertos al público en donde personas especializadas brindarán una breve exposición de cada uno.

#### ***Calidad necesaria en el servicio***

**Seguridad:** Se tiene el apoyo de empresas aliadas al GAD de Colta, mismos que son los encargados de brindar todo el contingente necesario para el desarrollo de las actividades programadas.

**Gestión:** El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Colta que son los administradores de lugar, en conjunto con empresas privadas quienes deseen participar en el evento serán quienes den ejecución a las actividades programadas y detalladas, así mismo incentivando a la comunidad, u otras empresas quienes deseen participar en los eventos.

**Recursos Humanos:** Para un buen desarrollo del producto se contará con recursos tecnológico, personal de logística, marketing, y comunicación lo cual serán entes fundamentales para la asistencia de turistas.

**Tecnología:** Equipos de sonido, equipos electrónicos, que serán indispensables al momento de ciertas participaciones culturales, lo cual estarán dirigidas a nuestros visitantes.

### *Itinerarios sugeridos (ejemplo de posible forma de consumo)*

Se oferta un recorrido para el visitante en donde se realizarán actividades culturales alrededor del mismo; como primera parada es la iglesia de Balbanera en donde se dará a conocer la historia que tiene, sabiendo que es la primera iglesia católica en nuestro país, por consiguiente, tenemos el malecón escénico como es la hermosa laguna Kulta Kulcha en este lugar se recibirá al turista mediante la participación de danzas culturales, gastronomía, y artesanías autóctonas del sector como es el cantón Colta lo cual permita interactuar al turista con la comunidad mediante las costumbres y tradiciones que se practican en el lugar, por ultimo será el orquideario Sisa el atractivo que será visitado con su flora muy variada del sector y que el turista se sienta identificado y relacionado a lo largo del recorrido.

Cabe recalcar que todas estas actividades serán programadas y realizadas los fines de semana en horarios de 10am hasta las 18H00, se plantea realizar con diferentes centros culturales que existen en el cantón, y así mismo se realizara la invitación a todos los grupos culturales fuera del cantón que deseen participar de todos los eventos a desarrollarse en tan magnifico lugar.

## **Conclusiones**

- Las bases del turismo en el país son el turismo comunitario como fuente de ingresos económicos y beneficios culturales en la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, por medio de los cuales se aprovecha los recursos naturales, preservando y conservando todos sus elementos.
- La situación actual y el estudio del mercado dieron a conocer ciertos impactos positivos en el que se realice estas actividades a lo largo de la laguna, por lo cual existe el interés de promocionar y relacionar los atractivos históricos, culturales y recreacionales a través del diseño de un paquete turístico que permita identificar la historia cultural, gastronómica, artesanal que tiene el cantón, misma que será de gran importancia para llenar de conocimientos al turista que nos visita.
- Colta al ser un cantón histórico tierra del sabio Pedro Vicente Maldonado, donde se ubica la primera iglesia católica del Ecuador y con sus embellecedores paisajes naturales nace el interés en el turista de visitar estos atractivos, lo cual es muy importante para todo el cantón ya que dinamiza la economía, genera fuentes de empleo y hace que el canon Colta siga desarrollándose, tratando de llegar a convertirse en una potencia turística en nuestro país.

## **Recomendaciones**

- Al GAD Municipal del cantón Colta para que dentro de las políticas a favor de la actividad turística comunitaria implemente este tipo de proyectos en donde el turista se sienta complacido por el producto ofertado y tenga el gusto de regresar a visitar el lugar, así mismo la promoción y difusión del turismo en el sector considerando todos los atractivos que existen alrededor.
- Colta cuenta con recursos naturales, y sus pobladores tienen un alto espíritu de superación, por lo que se recomienda el empoderamiento de las actividades locales, lo cual redundará en beneficio de la comunidad local.
- La seguridad es un requisito indispensable para poder poner en práctica una determinada actividad, por este motivo se recomienda que existe el suficiente personal capacitado en la laguna para prevenir algún tipo de riesgo al momento de tener un recorrido en la misma.

## Bibliografía

- Adriana Cantú, 2018. Turismo Cultural: Un Turismo Clave En El Desarrollo De Cada Rincón Del Mundo - Entorno Turístico. [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: <https://www.entornoturistico.com/turismo-cultural-un-turismo-clave-en-el-desarrollo/>.
- Alberto Valdivieso, ¿Qué Es Un Lago? | Iagua. [En Línea]. [Consulta: 31 Agosto 2022]. Disponible En: <https://www.iagua.es/respuestas/que-es-lago>.
- Alfredo Francesch, 2014. Los Conceptos Del Turismo. Una Revisión Y Una Respuesta. [En Línea]. [Consulta: 25 Agosto 2022]. Disponible En: [https://www.ugr.es/~pwlac/G20\\_29Alfredo\\_Francesch.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.html).
- Alfredo Torres, 2022. ¿Qué Es El Ecoturismo Y Cómo Puedo Cuidar El Planeta? [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: [https://www.bahia-principe.com/blog/es/mexico/que-es-el-ecoturismo-y-como-puedo-cuidar-el-planeta-en-mis-vacaciones/?Tc\\_Alt=74866&N\\_O\\_Pst=N\\_O\\_Pst&Gclid=Cjwkcajw6raybhb7eiwabge5kujjwvf88ajq5qmdjbb-X\\_Doystn2w\\_Ahk6\\_Nphj2ciyinx9farbboc5tcqavd\\_Bwe&Gclsrc=Aw.Ds](https://www.bahia-principe.com/blog/es/mexico/que-es-el-ecoturismo-y-como-puedo-cuidar-el-planeta-en-mis-vacaciones/?Tc_Alt=74866&N_O_Pst=N_O_Pst&Gclid=Cjwkcajw6raybhb7eiwabge5kujjwvf88ajq5qmdjbb-X_Doystn2w_Ahk6_Nphj2ciyinx9farbboc5tcqavd_Bwe&Gclsrc=Aw.Ds).
- Álvaro Moreno, 2021. ¿Qué Es El Turismo De Salud? - Entorno Turístico. [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-salud/>.
- Andrés Jafari, 2016. Teoría General De Los Sistemas Aplicada Al Sector Turístico. [En Línea]. [Consulta: 22 Agosto 2022]. Disponible En: <http://gestdestinos.pbworks.com/F/DIM+Parte+3.pdf>.
- Angélica Saeteros, 2019. Turismo Sustentable Y Los Diferentes Enfoques, Aproximaciones Y Herramientas Para Su Medición. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural* [En Línea], Vol. 17, No. 5, Pp. 901-914. [Consulta: 25 Agosto 2022]. ISSN 2529-959X. DOI 10.25145/J.Pasos.2019.17.064. Disponible En: <https://ojsull.webs.uil.es/index.php/revista/article/view/1812>.
- Bbva Magazine, 2005. Indicators Of Sustainable Development For Tourism Destinations A Guidebook - Indicadores De Desarrollo Sostenible Para Los Destinos Turísticos Guía Práctica (Versión Española). *Indicators Of*

*Sustainable Development For Tourism Destinations A Guidebook - Indicadores De Desarrollo Sostenible Para Los Destinos Turísticos Guía Práctica (Versión Española)* [En Línea], [Consulta: 31 Agosto 2022]. DOI 10.18111/9789284408382. Disponible En: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>.

Boullon, 2004. El sistema turístico según roberto bullon - sistema turístico. [En Línea]. [Consulta: 25 Agosto 2022]. Disponible En: <https://sistema-turistico.site123.me/teorias-del-sistema-turistico/el-sistema-turistico-segun-roberto-bullon>.

Ceupe Magazine, 2022. Características Del Turismo De Aventura. [En Línea], [Consulta: 31 Agosto 2022]. Disponible En: <https://www.ceupe.com/blog/caracteristicas-del-turismo-de-aventura.html>.

Cristina Muniz, 2020. Exploring The Contribution Of Activity Sports Tourism To Same-Day Visit Expenditure And Duration. *Journal Of Sport And Tourism*, Vol. 24, No. 2, Pp. 111-126. ISSN 10295399. DOI 10.1080/14775085.2020.1784255.

Fabiola Castillo, 2020. Diferencia Entre Ecoturismo, Turismo Sostenible Y Turismo De Naturaleza. [En Línea]. [Consulta: 31 Agosto 2022]. Disponible En: <https://www.ecoturismo.ar/noticias/diferencia-entre-ecoturismo-turismo-sostenible-y-turismo-de-naturaleza>.

Francis Vivanco, 2021. Turismo Gastronómico - UIDE. [En Línea]. [Consulta: 31 Agosto 2022]. Disponible En: <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>.

Francisco Dionísio, 2015. Una Teoría Dinámica Del Sistema Turístico. [En Línea], Pp. 15-64. [Consulta: 22 Agosto 2022]. ISSN 1669-4015. Disponible En: <http://www.fisec-estrategias.com.ar/>.

Glauber Santos, 2017. Estudios Y Perspectivas En Turismo Volumen. , Vol. 16, Pp. 96-110.

Gonzalo Ramos, 2013. Definición De Laguna - Qué Es Y Concepto. [En Línea]. [Consulta: 31 Agosto 2022]. Disponible En: <https://enciclopedia.net/laguna/>.

- Javier Alvarado, 2016. Las Teorías Del Desarrollo: En El Análisis Del Turismo Sustentable. *Intersedes* [En Línea], Vol. 14, No. 27, Pp. 144-167. [Consulta: 25 Agosto 2022]. ISSN 2215-2458. Disponible En: [Http://Www.Scielo.Sa.Cr/SciELO.Php?Script=Sci\\_Arttext&Pid=S2215-24582013000100008&Lng=En&Nrm=Iso&Tlng=Es](http://Www.Scielo.Sa.Cr/SciELO.Php?Script=Sci_Arttext&Pid=S2215-24582013000100008&Lng=En&Nrm=Iso&Tlng=Es).
- Javier Orozco, 2013. Las Teorías Del Desarrollo. En El Análisis Del Turismo Sustentable. *Intersedes* [En Línea], Vol. 14, No. 27, Pp. 143-167. [Consulta: 25 Agosto 2022]. ISSN 2215-2458. DOI 10.15517/ISUCR.V14I27.10412. Disponible En: [Https://Revistas.Ucr.Ac.Cr/Index.Php/Intersedes/Article/View/10412](https://Revistas.Ucr.Ac.Cr/Index.Php/Intersedes/Article/View/10412).
- Joaquien Martinez, 2017. Seguridad En El Sector Turístico | Nota De Prensa En Hosteltur. [En Línea]. [Consulta: 23 Agosto 2022]. Disponible En: [Https://Www.Hosteltur.Com/Comunidad/Nota/020370\\_Seguridad-En-El-Sector-Turistico.Html](https://Www.Hosteltur.Com/Comunidad/Nota/020370_Seguridad-En-El-Sector-Turistico.Html).
- José Chavez, 2015. ¿Qué Es El Turismo De Sol Y Playa? Concepto, Características Y Actividades. [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: [Https://Www.Ceupe.Com/Blog/Turismo-De-Sol-Y-Playa.Html](https://Www.Ceupe.Com/Blog/Turismo-De-Sol-Y-Playa.Html).
- Julián Pérez, 2021. Definición De Ecoturismo - Qué Es, Significado Y Concepto. [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: [Https://Definicion.bDe/Ecoturismo/](https://Definicion.bDe/Ecoturismo/).
- Katherine Acosta, 2012. La Pirámide De Maslow. [En Línea]. [Consulta: 23 Agosto 2022]. Disponible En: [Https://Www.Eoi.Es/Blogs/Katherinecarolinaacosta/2012/05/24/La-Piramide-De-Maslow/](https://Www.Eoi.Es/Blogs/Katherinecarolinaacosta/2012/05/24/La-Piramide-De-Maslow/).
- Luis Rizzi, 2021. La Pirámide De Maslow Y El Turismo. [En Línea]. [Consulta: 23 Agosto 2022]. Disponible En: [Https://Www.Portaldeamerica.Com/Index.Php/Columnistas/Luis-Alejandro-Rizzi/Item/31110-La-Piramide-De-Maslow-Y-El-Turismo](https://Www.Portaldeamerica.Com/Index.Php/Columnistas/Luis-Alejandro-Rizzi/Item/31110-La-Piramide-De-Maslow-Y-El-Turismo).
- Marinus Gisolf, 2016. Desarrollo Sostenible Y Turismo | Turismo En Teoría. [En Línea]. [Consulta: 25 Agosto 2022]. Disponible En: [Https://Www.Tourismtheories.Org/?P=936&Lang=Es](https://Www.Tourismtheories.Org/?P=936&Lang=Es).

- Mario Gonzales, 2014. Qué Es El Turismo Rural Y Actividades Que Se Practican - Entorno Turístico. [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: <https://Www.Entornoturistico.Com/Que-Es-El-Turismo-Rural-Y-Actividades-Que-Se-Practican/>.
- Ministerio de turismo, 2008. Leyes Turísticas - Ministerio De Turismo - Ecuador. [En Línea]. [Consulta: 25 Agosto 2022]. Disponible En: [https://Vivecuador.Com/Html2/Esp/Ley\\_C1.Html](https://Vivecuador.Com/Html2/Esp/Ley_C1.Html).
- Organización mundial del turismo, 2014. Ética, Cultura Y Responsabilidad Social | OMT. [En Línea]. [Consulta: 30 Agosto 2022]. Disponible En: <https://Www.Unwto.Org/Es/Etica-Cultura-Y-Responsabilidad-Social>.
- PLANDETUR, 2020. Plan nacional de turismo 2020. [En Línea]. [Consulta: 25 Agosto 2022]. Disponible En: [https://Sni.Gob.Ec/Documents/10180/4534845/Evaluación\\_Plandetur2020.Pdf/30d64630-795f-4721-8f55-F045a8078ef0](https://Sni.Gob.Ec/Documents/10180/4534845/Evaluación_Plandetur2020.Pdf/30d64630-795f-4721-8f55-F045a8078ef0).
- Sandra Armijos, 2020. La Gastronomía, Un Imán Turístico Para El Ecuador. [En Línea]. [Consulta: 31 Agosto 2022]. Disponible En: <https://Www.Vistazo.Com/Enfoque/La-Gastronomia-Un-Iman-Turistico-Para-El-Ecuador-CDVI214341>.
- Santiago Figueiras, 2021. Tipos De Turismo. [En Línea]. [Consulta: 25 Agosto 2022]. Disponible En: <https://Www.Ceupe.Mx/Blog/Tipos-De-Turismo.Html>.

## Apéndices

### Apéndice A. Formato de encuesta a los turistas



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE TURISMO

**"Diseño de producto turístico para la laguna de Colta (Kulta Kucha) en el cantón Colta, provincia de Chimborazo".**

Estimado (a), la presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad para diseñar un producto turístico en el cantón Colta. Le solicitamos que la información sea lo más real posible para obtener resultados efectivos. Agradecemos su colaboración.

#### 1. Género

Masculino:  Femenino:  Otro:

#### 2. Turista

Nacional:  Extranjero:

#### 3. Conocimiento del lugar

Si  No  No, pero me gustaría conocer

#### 4. Preferencia del producto turístico

Si  No

#### 5. ¿Con qué frecuencia viaja a la laguna de Colta (kulta kucha)?

1 a 2 veces al año

3 a 4 veces al año

Mas de 5 veces al año

No he viajado, pero me gustaría viajar

**6. ¿En qué fechas viaja a la laguna de Colta (kulta kucha)?**

Feriados  Navidad  Fin de Año

Tiempos libres  Vacaciones Costa  Vacaciones Sierra

**7. ¿Con cuántas personas viaja a la laguna de Colta (kulta kucha)?**

a. 1  b. 2  c. 3  d. más de 3

**8. ¿Qué servicios le gustaría se implemente en el producto turístico?**

a. Gastronomía  b. Danzas  c. Artesanías

d. Guianza a lugares turísticos cercanos  e. Todas las anteriores

f. Otro \_\_\_\_\_

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona, por adquirir el producto turístico implementado en la laguna de Colta (kulta kucha)?**

\$ 10.00  \$ 15.00  \$ 20.00

Otro valor: \_\_\_\_\_

**10. ¿Por qué medios de comunicación generalmente usted se informa sobre servicios turísticos?**

a. Internet  b. Radio  c.  ión

**Muchas Gracias por su colaboración.**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**, con C.C: # 060392114-9 autor del trabajo de titulación: **Diseño de Producto Turístico para la laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 20 de septiembre del 2022**

---

Nombre: **Cujilema Zúñiga, Michael Paúl**  
C.C: 060392114-9

## *REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA*

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Diseño de producto turístico para la Laguna Kulta Kucha en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	Michael Paúl Cujilema Zúñiga		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Lic. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Turismo		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Turismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>20 de septiembre del 2022</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	63
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Diseño de Producto Turístico, Promoción, Destino</b>		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Turismo Cultural, Producto Turístico, Kulta Kucha, Planificación Turística, Recolección De Datos.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>El presente estudio tiene como propósito desarrollar la propuesta de Diseño de Producto Turístico para la Laguna Kulta Kucha en el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo, basado en el turismo cultural para dar a conocer ciertos aspectos importantes e indispensables que tiene la cultura en el desarrollo de un destino. Por tal razón, ha sido de gran importancia el identificar los aspectos positivos y de mejora del turismo a través de entrevistas y encuestas a los principales actores involucrados en estas actividades. El paquete turístico se realizó por medio de los datos obtenidos por las técnicas de recolección de datos y el manual para la planificación de productos turísticos, mediante el cual se pudo identificar y analizar varias características como el segmento de mercado al cual está dirigido el producto, la motivación a participar en rescatar las costumbres y tradiciones de un destino, entre otras. De acuerdo a la investigación realizada se pudo determinar que es una nueva forma de hacer turismo en los destinos y que cada vez va tomando forma mediante el diseño de estrategias y metodologías para llegar al consumidor. En virtud de lo antes expuesto a través de este proyecto se ha desarrollado un paquete turístico enfocado en dar a conocer las tradiciones la cultura y las costumbres que tiene un destino turístico como es la laguna Kulta Kucha.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593987026230	michaelcujilema@yahoo.es	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			