



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD



DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA CIUDAD
DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI



AUTOR

ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

AÑO

2017



FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA CIUDAD DE
LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y
Turísticas.

Profesor Tutor:

María Soledad Oviedo Costales

Autor:

Alex Fernando Ayala Aguirre.

Año

2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el (los) estudiante(s), orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Msc. María Soledad Oviedo Costales

C.C: 1707173942

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Msc. Víctor Elías Llugsha Guijarro

C.C: 1716264419

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Alex Fernando Ayala Aguirre

Estudiante de la Facultad de Hospitalidad y Turismo

C.C 0503232811

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por haber inculcado en mi los mejores valores y por el apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida. A mi tutora, quién fue pilar fundamental para el desarrollo del presente proyecto y por su excelente predisposición para guiarme en cada peldaño de este proceso de titulación.

DEDICATORIA

Primeramente a mis padres Gerardo y Soledad, por la confianza que han depositado en mí a lo largo de mi vida estudiantil y personal. A mi tutora María Soledad Oviedo Costales por su excelente labor y desempeño como tutora. Al Lcdo. Walter Ocaña, quien supo compartir de la mejor manera sus conocimientos. Finalmente a todos y cada uno de mis profesores guías, que sin importar la calidad de mis dudas supieron solventarlas con sabiduría, generando un pensamiento crítico y, curiosidad en mí.

RESUMEN

El presente documento plantea el diseño de un producto turístico cultural para la ciudad de Latacunga, esto en busca de diversificar la oferta turística y, la puesta en valor del patrimonio de la ciudad; de esta forma, posicionar a Latacunga como destino cultural referente en el centro del país. Por otro lado, dentro del presente proyecto se tratan temas generales como, la contextualización del área de intervención y su situación actual; donde se pueden identificar detalladamente características geográficas, económico productivas, socio culturales, de infraestructura y, movilidad de la ciudad. Además, se identifican los actores involucrados que intervienen de forma directa e indirecta en el desarrollo del proyecto y, posteriormente en su posible implementación. En consecuencia, se tratan además temas de oferta y demanda turística, con el fin de realizar un análisis sobre la forma en la que se debe adaptar el producto turístico para cubrir las necesidades de un mercado potencial y, a su vez usar la superestructura turística para dar valor al producto y posteriormente comercializarlo. Finalmente, se desarrolla una propuesta de ruta turística cultural, la cual está conformada por su diseño y estrategia de comercialización, para llegar a la posterior generación de una estrategia de implementación.

ABSTRACT

This document raises a cultural touristic product for the city of Latacunga, searching for diversity of the touristic offer and, giving value to the city's heritage; in this way, the object of the proposal is to reach a market position for Latacunga as a cultural destination in the center of the country. On the other hand, the present project will deal with general issues such as the contextualization of the intervention area and its current situation: is possible to identify in detail the geographic, productive economic, socio cultural, infrastructure and mobility characteristics of the city. In addition, the stakeholders, who will be directly and indirectly be part of the project, are identified. As a result, tourism supply and demand issues should also be addressed in order to conduct an analysis on how the tourism product should be adapted to fill the needs of a potential market and, to use the tourist superstructure as a benefit to give value to the product and later on to market it. Finally, a touristic cultural route will be developed, which will be shaped by its characterization and analysis, for the generation of an implementation strategy for the product.

INDICE DE CONTENIDOS

Introducción.....	1
Objetivos	2
Objetivo General	2
Objetivos Específicos	2
Justificación.....	2
Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	3
Capítulo I	5
1. Marco Teórico.....	5
Capítulo II	10
2. Caracterización situacional del territorio	10
2.1 Características económicas productivas	11
2.2 Características socio culturales más relevantes	12
2.3 Breve descripción de la infraestructura, conectividad, movilidad, etc.	13
2.4 Identificación de actores locales.	13
3. Caracterización del sistema turístico del territorio.....	16
3.1 Análisis de la oferta actual	16
3.2 Análisis de la demanda actual.....	21
3.3 Súper estructura turística del territorio	23
3.4 Árbol de problemas.	24
Capítulo IV.....	26
4. Desarrollo de la propuesta.....	26
4.1 Duración del proyecto y vida útil	26
4.2 Beneficiarios (directos e indirectos).....	26
4.3 Objetivos, metas y actividades.....	26
4.4 Indicadores de resultados	27
4.5 Cronograma.	28
4.6 Presupuesto	29
Capítulo V.....	32
5. Estrategia de implementación.....	32

5.1 Desarrollo de la propuesta	32
5.2 Conceptualización del Producto	32
5.3 Imagen del Producto	34
5.4 Propuesta del Itinerario	35
5.5 Identificación de costos de operación y venta	38
5.6 Mapa del Recorrido	38
5.7 Comercialización del Producto	39
5.8 Identificación del posible impacto ambiental	41
5.9 Modelo de gestión de la propuesta	41
5.10 Forma de financiamiento del proyecto	42
5.11 Estrategia de seguimiento y evaluación	42
Conclusiones y recomendaciones	43
Conclusiones	43
Recomendaciones	44
Referencias	45
Anexos	49

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actores privados por actividad productiva.	14
Tabla 2. Inventario de atractivos turísticos. Cantón Latacunga	16
Tabla 3 Establecimientos turísticos cantón Latacunga.....	19
Tabla 4. Perfil del turista que llega al territorio	21
Tabla 5. Distribución de objetivos, metas y actividades	27
Tabla 6. Indicadores de Resultados	28
Tabla 7.Cronograma Operacional.	29
Tabla 8. Presupuesto según resultado y objetivo.....	29
Tabla 9. Caracterización del producto	32
Tabla 10. Itinerario Circuito “Latacunga, ciudad y cultura” Full Day	35
Tabla 11. Itinerario Circuito “Latacunga, ciudad y cultura” 2Días / 1 Noche....	37
Tabla 12. Precio del producto turístico cultural.....	38
Tabla 13. Estrategias de seguimiento y evaluación	42

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de georeferenciación de atractivos turísticos Latacunga.....	2
Figura 2. División Parroquial Cantón Latacunga .	10
Figura 3. Distribución de establecimientos Turísticos	20
Figura 4. Árbol de Problemas.....	24
Figura 5. Logotipo del producto.....	35
Figura 6.Circuito “2 Días / 1 Noche”	39
Figura 7.Circuito “Full day”	39
Figura 8 Modelo de gestión de la propuesta	41

Introducción

La provincia de Cotopaxi está ubicada al centro norte de la cordillera de los Andes, misma que está asentada en la hoya central oriental de Patate (Ecuale, 2010). Su nombre Cotopaxi, hace referencia al nevado con la misma denominación, que forma parte del parque nacional, localizado sobre su territorio, con una altura de 5.897 msnm (Tubón, León, y Colcha, 2004).

Su capital Latacunga y, homónimo del cantón, posee una temperatura promedio de 12 grados centígrados. En el siglo veintiuno la ciudad gracias a su desarrollo principalmente comercial, se ha colocado entre las ciudades más representativas de la sierra ecuatoriana (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga [GADML], s. f.). Sin embargo, en lo que a desarrollo turístico respecta, Latacunga cuenta con varios recursos turísticos que no han sido puestos en valor, tales como: su centro histórico con sitios emblemáticos, casas de tipo colonial, haciendas, museos, gastronomía dentro de la cual su principal producto es la *chugchucara* (Corrales, 2013) y, finalmente las festividades (Latacunga, s. f.).

Dicho esto, inferimos que Latacunga posee una potencialidad cultural, la cual no ha sido adecuadamente puesta en valor, factor que ha limitado la diversificación de la oferta turística en la ciudad, esto además de otros factores como la construcción del paso lateral en la Panamericana han convertido a la ciudad en un sitio de paso, por lo cual el presente proyecto busca desarrollar una propuesta para la creación de un producto turístico cultural, con el fin de promocionar y dar a conocer este valor turístico y, cultural.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un producto turístico cultural para la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Objetivos Específicos

- Realizar una caracterización situacional del territorio de intervención.
- Desarrollar un análisis del sistema turístico de la ciudad de Latacunga.
- Establecer la estructura para el diseño del producto turístico.
- Plantear estrategias de implementación, evaluación y, seguimiento para el producto.

Justificación



Figura 1 Mapa de georeferenciación de atractivos turísticos Latacunga, Adaptado de GAD Municipal de Latacunga, Dirección de Turismo (Lema, 2013).

Gracias a la figura 1, se ha podido identificar que la mayoría de los atractivos, recursos y, servicios turísticos se encuentran ubicados dentro del casco colonial de la ciudad, mismos con los que se contara para el diseño del producto turístico cultural. Dicho esto, la presente propuesta busca desarrollar una alternativa de producto turístico, que sea un aporte para la identificación de los recursos culturales en la ciudad, para su puesta en valor y, posterior desarrollo turístico, a través del cual se pueda dar a conocer y posicionar a la ciudad como un destino turístico cultural referente en el centro del país. Esto, frente a la necesidad de frenar el impacto que ha generado la construcción del nuevo paso lateral en la carretera Panamericana, lo cual ocasiona que la ciudad ya no sea un paso obligatorio para las personas que se trasladan a través de este sistema vial.

El proyecto, además se encuentra articulado al Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo 5 “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”; política 5.4 “Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva”; lineamiento p , mismo que trata de: “Incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2013); por otro lado se articula a los lineamientos de investigación de la Universidad de las Américas [UDLA], “Sociedad, comunidad y, cultura” (UDLA, 2014); y de la Escuela de Hospitalidad y Turismo, “Gestión y Desarrollo Turístico y de empresas de hospitalidad” (Escuela de Hospitalidad y Turismo [EHYT], 2015).

Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

Para el desarrollo de este proyecto, se utilizó la investigación descriptiva, esto en la necesidad de obtener datos de fuentes tanto primarias como secundarias. Por otro lado, la aplicación de técnicas de investigación fue necesaria con el fin

de obtener datos relevantes, mismos que permitieron la aproximación deseada a la problemática de investigación.

Entendemos a la investigación descriptiva como aquella que tiene como fin caracterizar un hecho, fenómeno u objeto, para analizar su estructura y comportamiento con un resultado intermedio, en cuanto a la profundización de los resultados (Arias, 2006)

Por otro lado, la metodología utilizada para la investigación tuvo un enfoque cualitativo únicamente, debido a que este representa una guía por las áreas o temas relacionados a la investigación, y que además busca la recolección y análisis de datos (Hernández, Fernández y, Baptista, 2010).

En cuanto a las herramientas o técnicas que fueron aplicadas para el desarrollo de la metodología del presente tenemos las siguientes: revisión bibliográfica, misma que representa a la búsqueda de información secundaria, con el fin de ayudar a una mejor planificación y entendimiento sobre la investigación y, posteriormente de la problemática.

Por otro lado, se aplicaron entrevistas no estructuradas, a las que podemos definir como un diálogo verbal con profesionales especializados en determinados temas, que además tienen como objetivo que el entrevistado, provea su opinión acerca de un tema (Bernal, 2010). En el caso del presente proyecto, se aplicaron estas herramientas a profesionales del área y autoridades competentes, refiriéndonos en este caso en específico a directores de turismo (Dirección de Turismo Latacunga), con lo cual se logró generar pautas que sirvieron de guía para acercarse a la problemática. Por último, se aplicó la observación, en el territorio de intervención, esto con el objetivo de identificar factores más aproximados a una realidad actual y, finalmente para sustentar características definidas previamente con las anteriores herramientas.

Capítulo I

1. Marco Teórico

Si bien es cierto, el turismo representa a una actividad que el ser humano realiza desde la antigüedad, es difícil identificar cuándo y dónde se originó esta actividad como tal y, por lo tanto no se puede precisar a ciencia cierta el origen de la misma. Durante varias décadas, los historiadores del turismo, relacionaron a esta actividad con la historia social y por ende al comportamiento del ser humano, desde los primeros excursionistas hasta lo que hoy entendemos por actividad turística (Del Cerro, 2010).

Sin embargo, es necesario el entendimiento del turismo desde varias perspectivas, para lo cual revisaremos algunos enfoques claves. Desde un punto de vista general y, mejor definido por la Organización Mundial del Turismo [OMT], el cual señala al turismo moderno entendido como: "...un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales" (OMT, 2007).

No obstante, uno de los factores más determinantes en la historia se da en el siglo diecinueve, a consecuencia de la revolución industrial y, la aparición del ferrocarril; lo cual permitió la mejora significativa en cuanto al tiempo de desplazamiento, además de la seguridad y confort que ofertaba el mismo; con este antecedente, se organiza el primer viaje colectivo en tren, ideado y direccionado por Thomas Cook, el cual marcó la transición hacia el turismo como una actividad económica, debido a la identificación de la posibilidad de crear viajes organizados por personas o empresas con fines de lucro (Fuller, 2009).

En respuesta al nuevo flujo turístico que se concibió con la generalización del transporte colectivo, aparece un sin número de establecimientos turísticos, a

través de los cuales se podría obtener un intercambio social y cultural. De este modo el turismo y su evolución empiezan a romper barreras e ideologías (Bertoncello, 2002). Dicho esto, entendemos que a lo largo de la historia, la contextualización y desarrollo del turismo ha experimentado una serie de disputas dependiendo desde la aérea que este sea analizado. Sin embargo el turismo por sus características particulares, se puede ver envuelta en un sin número de dinamismos sociales, culturales, económicos, etc.

Por otro lado y como ejemplo de estos dinamismos, las ciudades aparecen como destinos y/o atractivos, que poseen características propias, las cuales en conjunto constituyen el núcleo de la identidad de un determinado territorio, delimitado no solo geográficamente (Vaquero, 2002). Además, las ciudades, específicamente las grandes ciudades, empezaron a ser visitadas con algunos motivos, principalmente comerciales, convirtiendo a estas ciudades en protagonistas de una actividad turística diferente, ya que la población que reside en el territorio, labora en sus actividades cotidianas mientras que son parte de la actividad turística directa o indirectamente con la prestación de servicios turísticos y complementarios (Boullón, 1997).

En consecuencia, las ciudades se convirtieron en un principio los destinos y atractivos, más ricos en cuanto a patrimonio principalmente aquellas que representan a iconos culturales. Por consiguiente, el turismo urbano, genero una creciente demanda emergente, puesto que dentro de las urbes el turismo es empezó a dinamizar la economía, no solo por la diversificación y flexibilización de sus actividades, sino también por parte de los visitantes, que posicionan a las ciudades como espacios relevantes para visitas, festivales, negocios, compras, eventos y, un sin número de dinamismos sociales (Crespi y, Planells, 2011).

De igual manera las ciudades, empiezan a ofrecer al visitante y/o turista mejores condiciones para realizar la actividad turística, refiriéndonos a temas de movilidad, servicios, información, entre otros; dado que las ciudades son de

cierta forma y en un principio los productos más completos que han existido, entendiendo como producto turístico al conjunto de servicios y productos, básicos y complementarios que el turista adquiere, para resolver sus necesidades elementales al momento de realizar un viaje (Boullon, 2006).

Paralelamente, podemos señalar que las ciudades se encuentran en relación directa con la cultura, refiriéndonos a que esta representa uno de los ejes principales dentro de la actividad turística; Gilberto Giménez Montiel (2005) define la cultura como "...un ideal de vida colectiva que abarca la totalidad de las acciones humanas, es un vasto conjunto de rasgos históricos-sociales que caracterizan a una nación y garantizan la actividad colectiva de los pueblos". Asimismo, la cultura desde el punto de vista turístico la podemos interpretar, como el conjunto de riquezas patrimoniales (monumentales y artísticas), costumbres e idiosincrasia de un pueblo, que sirven de motivación principal para que el turista tome la decisión de trasladarse a un determinado destino (Crespi y, Planells, 2011).

Dicho esto, el turismo ha considerado muchas de las veces a la cultura como parte de un producto, el cual puede ser ofertado y consumido como cualquier otro, con la diferencia de que éste al ser un servicio, implícitamente es intangible, el cual ofrece únicamente la experiencia al momento del consumo (Pulido, Vaquero y, Velasco, 2013). Talavera (2003), señala que la atracción de personas hacia uno o varios destinos, se da principalmente con la motivación de encontrar nuevas experiencias, información, rasgos, etc; a los cuales podemos considerar como un intercambio cultural. Del mismo modo, dicho intercambio cultural manejado correctamente, puede representar un instrumento de desarrollo local, mediante el cual se puede obtener un beneficio colectivo, ya sea este de carácter social, económico o cultural (Toselli, 2006).

Sin embargo, existe un riesgo de que este intercambio cultural de que el cambio sea negativo debido a que se pone en juego la cosmovisión de la población, y esto puede conllevar a la pérdida de ciertos rasgos que

caracterizan a la misma (Ballart, 2010). Por esta razón, la creación de productos turísticos culturales, es uno de los retos más grandes a los que se enfrenta el turismo, debido a que estos deben causar atracción e interés al turista sin poner en riesgo el destino cultural, el cual también se podría ver afectado por otros factores externos como, la alta competitividad entre destinos, gran variedad de productos sustitutos, nivel de desarrollo, entre otros (Barbosa, 2013).

Además, cabe recalcar que cada producto turístico está conformado por varios elementos, que se pueden identificar por sus características particulares, las cuales deberían facilitar la actividad turística, lo que no se da en todos los casos. Dicho producto es originado mediante la combinación de estos elementos, partiendo de un recurso turístico, para posteriormente valorarlo mediante el soporte en temas de infraestructura, actividades, imagen, entre otros factores que tengan por objetivo captar la atención del mercado demandante (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2014).

Por consiguiente, el turismo entendido como un fenómeno social y económico, es capaz no solo de dinamizar la economía de una localidad, sino también de generar un sinnúmero de usos, que mediante el este y su dinámica, las sociedades se han visto beneficiadas. Esto debido a que el crecimiento de la actividad turística en el mundo a través de la historia ha dado pasos gigantescos, tanto así que el turismo hoy por hoy, representa a una de las industrias más grandes a nivel global, y este factor empuja a que los gobiernos apuesten recursos para desarrollar esta actividad, debido a que mediante esta se puede generar un sinnúmero de recursos principalmente económicos, mismos que pueden ser dispuestos para el desarrollo social, tecnológico, político, etc.

En el caso del turismo cultural, es de suma importancia el buen manejo durante su desarrollo, debido a que las características propias de una población a lo que llamamos identidad y, por ende cultura, son irremplazables y es lo que hace a un destino único y diferente, con respecto a otros. Además, cabe

señalar que los recursos culturales, al ser una combinación de factores tangibles e intangibles, están expuestos a ciertas amenazas del medio, las cuales pueden ser controladas de manera eficiente, mediante una correcta planificación y puesta en valor de los mismos.

La ciudad de Latacunga fue fundada en 1534, y ha sido devastada en tres ocasiones en el pasado por erupciones del volcán Cotopaxi en 1742; 1768 y en 1877. Por otro lado, la ciudad, representa un importante eje de comercio en el centro del país (Ecostravel, 2017).

2.1 Características económicas productivas

En el 2016 el crecimiento de las inversiones en el cantón fue de un 30%, con respecto a la situación del 2012, y además se prevé un crecimiento anual de un 10%. Los emprendimientos públicos privados, en el sector agro productivo han generado aproximadamente 1.000 empleos, en el último año (SIN, 2014).

Además, se ha apoyado al desarrollo de la economía regional y el mejoramiento de la distribución de los ingresos, mediante la generación de un clima de negocios en el cual se incentive a la inversión del sector privado, además del apoyo a los emprendimientos públicos para la generación de plazas de empleo en las zonas rurales. Por otra parte, se puede distinguir claramente la participación de los tres principales sectores que son base del sistema económico productivo de la provincia y corresponden al sector agropecuario en primera instancia, el sector enfatizado a la producción manufacturera y, finalmente las actividades de comercio al por mayor y menor; este último, además representa la base de la economía dentro de la ciudad de Latacunga. Dicho de otro modo, Latacunga al ser cabecera cantonal y capital de la provincia, concentra el mayor porcentaje de comercio y poder político (GAD Cotopaxi, 2015).

La población en el cantón Latacunga, representa el 54.5% del total de la provincia, mismo que equivale al 42.7% de la población económicamente activa de la provincia de Cotopaxi (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2013).

Por otro lado, la provincia de Cotopaxi tiene una incidencia de pobreza de un 48%, lo que quiere decir que un gran porcentaje de la población tiene ingresos

per-cápita menores al valor de la canasta básica, lo que se considera como un dato relevante y, preocupante para el desarrollo no solo en el campo turístico (Ministerio de Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad [MCPEC], 2013).

2.2 Características socio culturales más relevantes

A partir del 2014 se ha dado inicio con varios proyectos entre el Gobierno Municipal, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) y el Ministerio de Educación (MEC) los mismos que buscan la preservación, y promoción del patrimonio cultural del cantón, refiriéndonos también a las distintas subculturas, razas y, etnias que se encuentran asentadas en el territorio de intervención, tales como: mestizos en su gran mayoría e indígenas migrantes de comunidades cercanas como las *Sumbague*, mismos que llevan como lengua oficial dentro de la provincia al castellano, pero también el quechua, el cual es practicado esencialmente en las zonas rurales en varias comunidades y asentamientos (SIN, 2014). Por otro lado se ha hecho énfasis en el fortalecimiento del concepto de identidad y la colaboración de los actores involucrados en el territorio en cuanto a procesos de gestión orientados al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017, los cuales implican la búsqueda de la puesta en valor del patrimonio cultural en completa relación con las políticas rectoras de la nación, las cuales no han sido de cierta forma efectivas (MCPEC, 2013).

Además, la ocupación del territorio urbano muestra una creciente, esto en respuesta a un decrecimiento en las zonas rurales, es decir la migración interna. En el año 2001 gracias al censo efectuado se determinó que el 17% de los migrantes de la región fueron procedentes de la provincia de Cotopaxi, por lo cual es un factor que debe ser tomado en cuenta a la hora de diseñar un plan con el fin de equilibrar las densidades poblacionales dentro del territorio (MCPEC, 2013).

2.3 Breve descripción de la infraestructura, conectividad, movilidad, etc.

La ciudad de Latacunga posee una red vial dependiente de la vía principal E35 (Panamericana), esta vía tiene ciertas limitaciones, por tal motivo se ha planificado un sistema perimetral el cual, permite una mejor conectividad, y que además de otras mejoras suponían el desarrollo económico y de movilidad para el cantón. Más aun, las mejoras dentro de la ciudad son importantes para la comercialización de productos por las facilidades y servicios que estas ofertan, por lo que las cabeceras parroquiales también proponen buscar nuevas vías perimetrales que eviten congestión al sortear centros poblados (SIN, 2014).

El sistema de movilidad permite el desplazamiento de personas y bienes en condiciones de eficiencia, que lo inscriben en el nivel de servicio C, en tanto:

- Se ha reestructurado el sistema vial urbano y se ha creado el sistema vial entre las áreas productivas y poblados.
- Se ha disminuido la congestión con base a la presencia de alternativas de desplazamientos con la inclusión de vías diferentes a la Panamericana, que conecten en el interior y exteriormente al cantón.
- Se ha trabajado en el sistema de transporte cantonal y urbano que brinda un buen servicio a la comunidad.
- Se aplican medidas y políticas de tránsito que ha reducido la congestión vehicular y los tiempos de viaje (SIN, 2014).

2.4 Identificación de actores locales.

El gobierno municipal ha generado un 25% más de sus ingresos preestablecidos, con los cuales logra financiar el 100% del gasto corriente requerido, de esta manera se puede incentivar a la inversión. La gestión del GAD del cantón de Latacunga ha fortalecido la gestión del territorio, y busca promover el desarrollo integral mediante alianzas estratégicas, que tengan metas comunes con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017 (SIN, 2014).

También se pueden identificar varios de los actores que aportan al desarrollo colectivo productivo de la provincia y la ciudad, entre los cuales tenemos varias instituciones públicas, entre las cuales podemos destacar esencialmente al MINTUR, GAD Municipal y, CAPTUR Latacunga, debido a su gran participación en este tipo de proyectos y, los lineamientos que este preestablece para la actividad turística. Dicho esto, uno de los objetivos estratégicos planteados por el MINTUR, y que servirá de sustento para dar un correcto enfoque al presente proyecto son los siguientes:

“Incrementar la disponibilidad de información relacionada con los mercados turísticos, la industria, la cadena de comercialización y el impacto económico del sector, alineado a la ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir”(MINTUR, 2016).

Al mismo tiempo, todas estas entidades se encuentran respaldadas por gremios y actores privados, que buscan el desarrollo colectivo; en la figura 3, podemos identificar a los actores divididos en los siguientes sectores:

Tabla 1 Actores privados por actividad productiva.

Actores privados registrados en la provincia de Cotopaxi	
Actividad productiva	Número de actores
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	17
Industria Manufacturera	6
Suministros de electricidad, gas y, agua	1
Construcción	24
Comercio al por mayor y menor	12
Hoteles y restaurantes	1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	9
Intermediación financiera	77
Actividades inmobiliarias	8
Administración pública y defensa	26
Enseñanza	34
Actividades de servicios sociales y de salud	235
Actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios	992
Total	1442

Adaptado de Registro Único de Organizaciones Sociales (Secretaría Nacional de Gestión de la Política).

Del mismo modo, podemos resaltar al sector hotelero, que de cierta forma es aquel que posee una relación directa con la actividad turística debido que dentro de este tipo de establecimientos existe un contacto directo y una mejor apreciación sobre la demanda del turista, no obstante podemos relacionar a cada uno de los sectores anteriores con el turismo de una forma u otra, esto se debe a la influencia del turismo y su dinámica.

Capítulo III

3. Caracterización del sistema turístico del territorio

3.1 Análisis de la oferta actual

Latacunga cuenta con varios atractivos, en especial con un gran número de sitios culturales, entre estos se encuentran iglesias, tales como: la Iglesia de la Merced, San Agustín, San Felipe, San Sebastián, La Catedral de la ciudad, entre otras (Latacunga, s. f.)

Por otro lado la insuficiente oferta de productos turísticos consolidados dentro de la ciudad incide en la falta de interés por parte de los turistas en visitar Latacunga y sus distintos atractivos.

Sin embargo, dentro de la ciudad se ha podido observar que la planta turística ha tenido un importante crecimiento, específicamente en las áreas de hotelería y gastronomía, lo que causa que en la actualidad la oferta turística dentro de la ciudad de Latacunga está disponible para el consumidor pero, aun así, tiene sus limitantes (Latacunga, s. f.).

Tabla 2: Inventario de atractivos turísticos. Cantón Latacunga

Provincia	Cantón	Nombre Del Atractivo	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Jerarquía
Culturales						
Cotopaxi	Latacunga	Catedral de Latacunga	Manifestación Cultural	Manifestación Histórica	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	Iglesia de La merced	Manifestación Cultural	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	Hacienda San Agustín de Callo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II

Cotopaxi	Latacunga	Hospital de las hermanas Paez	Manifestaciones	Históricas	Arquitectura Civil	II
Cotopaxi	Latacunga	Hosteria La Cienega	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
Cotopaxi	Latacunga	Museo Vicente León	Manifestaciones Culturales	Histórica	Museo	II
Cotopaxi	Latacunga	ESPEL	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
Cotopaxi	Latacunga	Quilajalo Centro de Reencuentro	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Shamanismo	II
Cotopaxi	Latacunga	Gobernación de Latacunga	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zonas Históricas – Ciudades	II
Cotopaxi	Latacunga	Parque Recreacional Náutico "Laguna Ignacio Flores"	Sitio Natural	Técnica Urbanística	Realizaciones Urbanas	II
Cotopaxi	Latacunga	Colegio Vicente León	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Civil	II
Cotopaxi	Latacunga	Centro Histórico Latacunga	Manifestaciones Culturales	Edificaciones Culturales	Arquitectura Colonial	II
Cotopaxi	Latacunga	Museo de Molinos Monserrath	Sitio Natural	Histórica	Arquitectura Civil Museo Arqueológico	II
Cotopaxi	Latacunga	Piedra Silintosa	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones Populares	II
Cotopaxi	Latacunga	Pucara Salitre	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zonas históricas, ciudades, sectores	II
Cotopaxi	Latacunga	La Mama Negra	Manifestaciones Culturales	Histórica	Tradiciones populares	III
Cotopaxi	Latacunga	Parque Vicente León	Sitio Natural	Obras de arte y Técnica	Realizaciones Urbanas	II

Cotopaxi	Latacunga	Gastronomía	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II
Cotopaxi	Latacunga	Casa de los Marqueses de Maenza	Manifestación Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Tradición Popular	II
Cotopaxi	Latacunga	Monasterio de Tilipulo	Manifestación Cultural	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	Iglesia De San Francisco	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	Iglesia Nuestra Señora del Salto	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	IGLESIA DE SANTO DOMINGO	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	Iglesia de San Sebastian	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	IGLESIA DE SAN AGUSTÍN	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	La Mama Negra	Manifestación Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Tradición Popular	II
Cotopaxi	Latacunga	Iglesia La Catedral	Manifestación Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura Religiosa	II
Cotopaxi	Latacunga	Monasterio de Tilipulo	Manifestación Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura Religiosa	I
Naturales						
Cotopaxi	Latacunga	Parque Nacional Cotopaxi	Sitios Naturales	Area Protegida	Vida Silvestre	III
Cotopaxi	Latacunga	Cerro del Callo	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II

Cotopaxi	Latacunga	Parque Nacional de Altura "Cotopaxi"	Sitio Natural	Area Protegida	Parques Nacionales y vida silvestre	III
Cotopaxi	Latacunga	Cerro Putzalahu a	Sitio Natural	Montaña	Colina	II
Cotopaxi	Latacunga	Laguna de Limpiopungo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
Cotopaxi	Latacunga	Volcan Cotopaxi	Sitio Natural	Histórica	Zonas históricas, ciudades, sectores	III
Cotopaxi	Latacunga	Manantial y termas del Río Blanco	Sitio Natural	Río	Cascada, cataratas o saltos	II
Cotopaxi	Latacunga	Area Nacional de recreación " El Boliche"	Sitios Naturales	Sistema de Areas Protegidas	Area Nacional de Recreación	II
Cotopaxi	Latacunga	Cerro Moruco	Sitios Naturales	Montañas	Altas montañas	II

Adaptado del inventario de atractivos turísticos del Ecuador (MINTUR, 2016)

En la tabla 2, podemos identificar un total de 39 atractivos turísticos dentro del cantón Latacunga de los cuales 29 representan a atractivos culturales y, 10 atractivos naturales, de los cuales su mayoría están localizados en la parte central de la urbe y además estos representan en su gran mayoría sitios históricos, religiosos y, políticos. Dicho esto, estos lugares constituyen en su mayoría la base para el diseño del producto turístico (MINTUR, 2016)

Tabla 3 Establecimientos turísticos cantón Latacunga

Nota: La presente tabla constituye la simplificación del catastro de la provincia de Cotopaxi, reducida para obtener datos del cantón Latacunga, mismos que servirán para un mejor entendimiento de la oferta turística de la urbe, entendiendo, que si bien es cierto estos datos consolidan datos del cantón, la ciudad de Latacunga consolida la mayor parte de la oferta turística.

Actividad turística	Nº de establecimientos	Población empleada, por actividad
Agencias de viajes	21	58
Alojamientos	154	601
Casinos, Salas de juegos e Hipódromos	0	0
Comida y bebidas	249	955
Recreación, diversión y esparcimiento	22	125
Transporte Turístico	2	16
Total	448	1755

Adaptado de Establecimientos turísticos ciudad de Latacunga (Dirección de Turismo Latacunga, 2016).

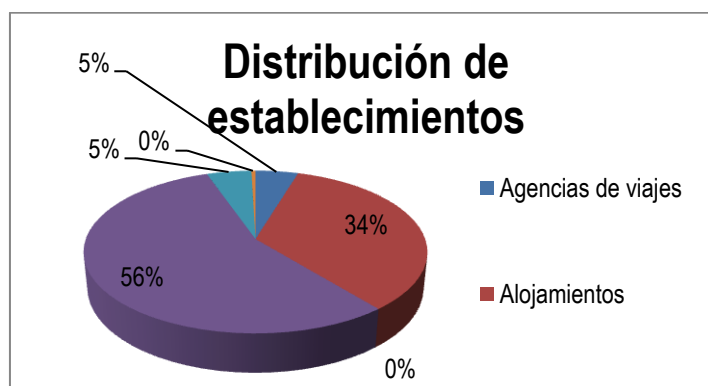


Figura 3 Distribución de establecimientos Turísticos (Dirección de Turismo Latacunga, 2016)

En la tabla 3 y, figura 3 respectivamente, se pueden identificar entonces, 448 establecimientos dentro del sector turístico en la ciudad, de los cuales un 56% representa a establecimientos de alimentos y bebidas, seguido de un 34% de establecimientos de alojamientos, que en conjunto conforman alrededor del 90% de los establecimientos turísticos dentro de la ciudad.

3.2 Análisis de la demanda actual

Las principales actividades por las que los visitantes llegan a Latacunga, principalmente son por comercio y gastronomía. Esto también se debe a que la ciudad, por su ubicación geográfica era una ciudad de paso obligado; hasta hace un poco más de un año, cuando se inauguró el nuevo paso lateral de la Panamericana, lo cual afectó directamente a los comerciantes que prestaban sus servicios a transportistas, familias y, turistas en general (Minube, 2016). Por otro lado, dentro del territorio no se ha podido obtener información específica sobre lo que respecta a demanda turística, pero mediante encuestas realizadas por parte de la Dirección de Turismo de la ciudad en determinados atractivos, podemos hacer un análisis aproximado, sobre el perfil del turista que llega a la ciudad.

Tabla 4 Perfil del turista que llega al territorio

PERFIL DEL TURISTA						
Lugar de Procedencia						
Latacunga	Ambato	Quito	Riobamba	Chile	Venezuela	España
73%	5%	14%	2%	1%	3%	2%
Género	MASCULINO	40%	Rango de Edad	7-18 años	27%	
	FEMENINO	60%		19-50 años	61%	
				51 o más años	12%	
Motivo de la Visita	Ocio o descanso	97%	Rango de Ingresos anuales en dólares americanos	600-5000	49%	
	De incentivos o congresos	1%		5001-15000	36%	
	De circuito	2%		15001-50000	15%	

Adaptado de Dirección de Turismo GAD Latacunga (Dirección de Turismo Latacunga, 2016)

Como se puede observar en la tabla 4, el lugar de origen del turista que visitó la ciudad en el feriado del 03 de Noviembre del 2016, donde resulta fácil

identificar que en su mayoría los turistas son de origen local y de ciudades aledañas. Por otro lado identificamos un pequeño porcentaje de turistas extranjeros, quienes a pesar de la notable falta de información turística en la ciudad, llegaron a recorrer varios atractivos dentro de esta (Montenegro, 2017).

Además, gracias a las encuestas aplicadas por parte de la Dirección de Turismo de Latacunga, se pudo identificar el género, edad, el tipo de viaje y, los ingresos promedio del turista, datos que se muestran en las siguientes figuras (Montenegro, 2017).

Mayoritariamente las personas que visitaron la ciudad y, sus atractivos fueron de género femenino y, mayores de edad, además se pudo identificar que el motivo principal para visitar los distintos atractivos, fueron por ocio y descanso, lo cual justifica que los visitantes también sean en su mayoría moradores locales que buscan actividades de recreación para los tiempos libres.

Cabe recalcar que los presentes datos fueron obtenidos por la Dirección de Turismo de Latacunga; esta información se obtuvo, mediante la aplicación de un total de cien encuestas en varios atractivos del centro de la ciudad, debido a que dicha institución decidió no calcular una muestra poblacional, esto debido a la inexistencia de datos históricos sobre el perfil y número de visitantes que llega a la ciudad. Sin embargo estos datos constituyen un pilar fundamental para realizar un análisis, mismo que permitirá enfocar de mejor manera el diseño del producto enfocado al mercado potencial que podría consumir el producto a diseñar.

Por otro lado, con el fin de validar los datos anteriormente presentados, se realizó dos entrevistas no estructuradas, la primera al Ing. Christian Montenegro (Director de la Dirección de Turismo de la ciudad de Latacunga) y, la segunda al Sr. Marcelo Romero (Gerente propietario del Hotel Makroz, Latacunga), mismos que detallan la dinámica turística en la ciudad, específicamente en temas de demanda turística, afirman que en su gran

mayoría los turistas representan a visitantes locales, quienes buscan actividades de recreación para su tiempo libre, dentro de las principales actividades mencionan las siguientes:

- Servicio de restauración
- Parques
- Áreas deportivas y de recreación

Sin embargo, existe un número reducido de turistas externos que llegan a la ciudad, principalmente motivados por visitar el Parque Nacional Cotopaxi e, inusualmente grandes grupos de turistas que llegan mediante agencias de viajes.

3.3 Súper estructura turística del territorio

Entendemos a súper-estructura turística a todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Torrejón, 2017).

A estos actores podemos clasificarlos de la siguiente manera: los gubernamentales o públicos, que corresponden a las entidades pertenecientes al Estado que se ven involucrados con el turismo de una u otra forma, compartiendo objetivos similares, en especial sobre temas de mejoramiento de la calidad de vida, lo cual puede ser alcanzado mediante la actividad turística. Por otro lado tenemos a los actores privados, que mediante la generación de emprendimientos e inversiones económicas dinamizan las actividades y servicios directos o complementarios para el sector turístico.

Se han identificado 36 actores locales, de los cuales se destacan 3, ya que son los más importantes (MINTUR, CAPTURL y, GAD municipal), debido a su alta influencia en el resto de los actores y, que además concentran la mayor parte

de la influencia política, social y, económica; lo que resulta conveniente para la presente propuesta y, el desarrollo del turismo como tal, mediante la regularización y fortalecimiento de los emprendimientos en general, los cuales tengan relación directa e indirecta con la actividad turística.

3.4 Árbol de problemas.

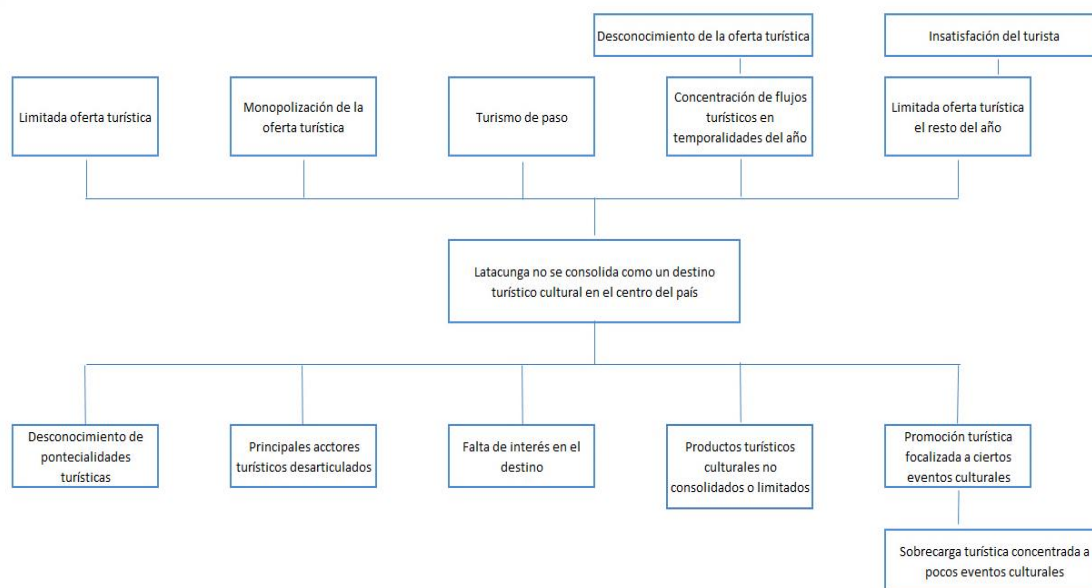


Figura 4 Árbol de Problemas

El presente árbol de problemas, constituye el análisis del problema central que enfrenta el territorio a intervenir, además con el cual se pueden identificar claramente las posibles causas que generan dicho problema. Por otro lado el presente análisis permite trazar de mejor manera el camino a seguir, para resolver la problemática central.

En lo que respecta al desarrollo turístico en la ciudad de Latacunga, es necesario mencionar que el mayor problema que tiene la ciudad, es que ésta no se consolida como un destino turístico cultural en el centro del país, a pesar de su riqueza histórica y patrimonial. Además, la falta de diversificación de productos turísticos culturales afecta directamente a la demanda turística. Si bien es cierto, Latacunga posee un producto bien promocionado, la Mama Negra, fiesta que genera una alta demanda, sin embargo, también monopoliza

la actividad turística cultural, convirtiendo a Latacunga en un destino no atractivo en otra temporalidad del año.

Es por este motivo, que la implementación de nuevos productos turísticos es necesaria, con el fin de desmonopolizar a la Mama Negra como único producto turístico, ya que la ciudad cuenta otros atractivos con un gran número de atractivos que podrían ser ofertados.

Capítulo IV.

4. Desarrollo de la propuesta

4.1 Duración del proyecto y vida útil

El tiempo de duración del proyecto dependerá específicamente de la obtención de resultados que corresponderán a las diferentes etapas de la propuesta. Es decir, que dicho tiempo se verá afectado directamente con el cumplimiento de cada una de las actividades y objetivos, las cuales estarán influidas por la capacidad de socializar con las partes involucradas (MINCETUR, 2014). Sin embargo, para este tipo de proyectos se estima que la elaboración y desarrollo del mismo tendrá una duración de doce meses, más doce meses que corresponderán a las etapas de evaluación y seguimiento, dando así un total de 24 meses aproximadamente.

4.2 Beneficiarios (directos e indirectos)

Podemos tomar en cuenta a la planta turística de la ciudad como beneficiaria directa, refiriéndonos a esta como el conjunto de empresas que facilitan la actividad turística por medio de la prestación de servicios, mismos que pueden influir directa o indirectamente, esto debido a la alta influencia que el proyecto causaría por medio de la demanda creciente de servicios. Además, se podría inferir que los beneficiarios indirectos serían los moradores de la ciudad, ya que de cierta forma serían parte de la actividad turística y, las mejoras que con esta actividad llegarían, tales como: seguridad, impulso e inversión para emprendimientos, obras públicas, entre otros. Por otro lado, el proyecto aportaría generando un espacio de interculturalidad, que destaque a la cultura laticungueña, mediante la puesta en valor de sus festividades, patrimonio, tradiciones, etc.

4.3 Objetivos, metas y actividades

Para el debido cumplimiento de objetivos, metas y, actividades se tomarán en cuenta dos objetivos, mismos que serán alcanzados mediante metas

programadas y, cumplidas a través de actividades, que a su vez tienen una estrecha conexión entre sí con el fin de facilitar el desarrollo y alcance de los objetivos planteados. Dichos objetivos pueden ser analizados a continuación en la tabla 4.

Tabla 5. Distribución de objetivos, metas y actividades

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	ACTIVIDADES
1. Diseñar un producto turístico cultural para la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.	1.1 Valoración del destino.	1.1.1 Definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico.
		1.1.2 Análisis del mercado.
		1.1.3 Análisis del contexto del área de influencia
	1.2 Conceptualización del producto.	1.2.1 Identificación de productos y atractivos potenciales
		1.2.2 Definición de atractivos que formarán parte del producto turístico cultural
	1.3 Diseño del producto turístico cultural.	1.3.1 Diseño del product
		1.3.2 Definición de itinerarios y costos de operación
		1.3.3 Diseño del mapa del recorrido
		1.3.4 Validación del producto turístico.
1.3.5 Evaluación del producto propuesto.		
1.3.6 Determinación de las necesidades de inversión pública y privada.		
2. Promocionar y posicionar el producto turístico cultural	2.1 Comercialización del producto turístico cultural	2.1.1 Definición del tipo de comercialización
		2.1.2 Identificación de medios y/o canales de distribución
	2.2 Determinación de las funciones de las empresas públicas y privadas para la comercialización	2.2.1 Identificación de funciones de las empresas públicas para la comercialización
		2.2.1 Identificación de funciones de las empresas privadas para la comercialización

Adaptado de Manual para la Planificación de Productos Turísticos, (PromPerú 2014)

4.4 Indicadores de resultados

Para el desarrollo del presente proyecto se determinaron los siguientes indicadores de resultados:

Tabla 6 Indicadores de Resultados

INDICADORES		FUENTES DE VERIFICACIÓN	RIESGOS/SUPUESTOS
Primer Trimestre	Desarrollo de la propuesta para el diseño de un nuevo producto	Entrevistas a profesionales, fichas técnicas.	Existe demanda para los nuevos servicios y productos. Interés de los actores locales por participar en el proyecto.
Segundo Trimestre	Producto desarrollado y validado	Informe técnico emitido por la Dirección de Turismo	
Tercer Trimestre	Mejoramiento de calidad en la planta turística dentro del territorio.	Aplicación de encuestas para medir la satisfacción del cliente.	
Cuarto Trimestre	Posicionamiento del producto en la mente del turista local	Aplicación de encuestas en atractivos turísticos que sean parte del producto	Apoyo por parte del gobierno local. La población acoge y participa en el proyecto
	Diversificación de los productos turísticos e incremento de la oferta turística complementaria	Análisis del catastro, para identificar el número de establecimientos turísticos	

4.5 Cronograma.

El cronograma de desarrollo para la propuesta se encuentra detallado a continuación, mismo que corresponde solamente a la etapa de diseño y comercialización:

Tabla 7. Cronograma Operacional.

CÓDIGO	ACTIVIDADES / TAREAS	DURACIÓN (Número de Meses)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
10101	Definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico.	■	■										
10102	Análisis del mercado.		■	■									
10103	Análisis del contexto del área de influencia		■	■									
10201	Identificar productos y atractivos potenciales			■	■								
10202	Definir que atractivos formarán parte del producto turístico cultural			■	■								
10301	Diseño del product				■	■							
10302	Definición de itinerarios y costos de operación				■	■							
10303	Diseño del mapa del recorrido					■	■						
10304	Validación del producto del producto turístico.							■	■				
10305	Evaluación del producto propuesto.								■	■			
10306	Determinación de las necesidades de inversión pública y privada.									■	■		
20101	Definición del tipo de comercialización									■	■		
20102	Identificar medios y/o canales de distribución										■	■	
20201	Identificar las funciones de las empresas públicas para la comercialización											■	■
20202	Identificar las funciones de las empresas privadas para la comercialización												■

4.6 Presupuesto

El presupuesto del desarrollo del proyecto se encuentra detallado a continuación, mismo que ilustra las distintas actividades, sus costos y, forma de financiamiento.

Tabla 8. Presupuesto según resultado y objetivo.

Nota: Los valores propuestos en la siguiente tabla son aproximados y, tomados como referentes propuestas similares tomando en cuenta factores como inflación, mismos que constituyen valores reales costeados por actividades. Estos valores, al no ser exactos, servirán solamente para guiar el estudio a una realidad aproximada.

CÓDIGO	ACTIVIDADES / TAREAS	RESPONSIBLE	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO		
				EXTERNO 70%	GAD 25%	OTROS 5%
10101	Definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico.	Consultor de asistencia técnica	\$ 480	\$ 336	\$ 120	\$ 24
10102	Análisis del mercado.		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10103	Análisis del contexto del área de influencia		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10201	Identificar productos y atractivos potenciales		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10202	Definir que atractivos formarán parte del producto turístico cultural		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10301	Diseño del product		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10302	Definición de itinerarios y costos de operación		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10303	Diseño del mapa del recorrido		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10304	Validación del producto del producto turístico.		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10305	Evaluación del producto propuesto.		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
10306	Determinación de las		\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16

	necesidades de inversión pública y privada.				
20101	Definición del tipo de comercialización	\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
20102	Identificar medios y/o canales de distribución	\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
20201	Identificar las funciones de las empresas públicas para la comercialización	\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
20202	Identificar las funciones de las empresas privadas para la comercialización	\$ 320	\$ 224	\$ 80	\$ 16
Total		4.960	\$3.472	1.240	\$248

Capítulo V.

5. Estrategia de implementación

5.1 Desarrollo de la propuesta

La presente propuesta representa el diseño de un producto turístico cultural, que tiene como objetivo desarrollar un circuito turístico cultural en la ciudad de Latacunga, con el fin de diversificar la oferta turística de la ciudad, además de la valorización del patrimonial y cultural del mismo. Dicho esto, a continuación se detalla la caracterización del producto propuesto.

5.2 Conceptualización del Producto

En la tabla 9, se detalla la situación actual de la propuesta del proyecto, al igual que sus elementos básicos para la implementación, en la cual se identifica también el mercado potencial al cual el proyecto estará enfocado, incluyendo las motivaciones que este mercado tendrá para visitar la ciudad.

Tabla 9 Caracterización del producto

NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO:	<i>"Latacunga, Ciudad y Cultura"</i>	
Identificar si el producto es:	Nuevo: X	Reestructurado: N/A
Descripción del producto turístico		
Eje temático	Turismo cultural	
Diagnostico situacional del territorio	En base a las encuestas levantadas por parte de la Dirección de Turismo de la ciudad de Latacunga, apoyadas con entrevistas no estructuradas con gerentes de hoteles de la ciudad, se determinan las siguientes características en cuanto al perfil del turista que llega al territorio.	

Perfil del Visitante	Principalmente, los turistas locales son aquellos que dinamizan la actividad turística en la ciudad, estos buscan espacios de entretenimiento principalmente los fines de semana, con el fin de ocupar su tiempo libre. Por otra parte, existe un número considerable de turistas foráneos que llegan a la ciudad, en busca de varios servicios, principalmente de restauración, finalmente un grupo reducido de turistas externos que buscan realizar actividades de recreación específicamente.
Segmento de la demanda:	Visitantes locales y externos, entre 17 a 50 años, grupos de estudiantes locales y, familiares, que tomen paquetes organizados de hasta 15 personas
Motivación (Motivos de comprar el producto)	Dinamización de la oferta de servicios turísticos y complementarios dentro de la ciudad, es decir la diversificación actividades de ocio y recreación. Por ejemplo: - Giras académicas, Observación del patrimonio histórico y, cultural del territorio.
Fundamentación (Importancia y contribución)	
Estas actividades tienen como fin, posicionar a la ciudad de Latacunga como un destino cultural, referente en el centro del país, además se busca diversificar la oferta turística del territorio a intervenir.	
Calidad necesaria para el producto turístico	
Instalaciones turísticas	Crear y mejorar la infraestructura de la planta turística de la ciudad.
	Mejorar todos los servicios complementarios que se puedan necesitar para el desarrollo de la actividad turística
	Seguir un plan macro con el fin de llegar a objetivos comunes planteados para la ciudad como el mejoramiento de la calidad de vida.
Planta turística:	Adecuar los espacios a utilizar en la actividad turística que se generará.
	Incentivar la inversión privada para que la planta turística se desarrolle efectivamente.
Accesibilidad:	Lograr equipar los atractivos para cualquier persona con un sistema inclusivo para personas con discapacidades.

Recursos turísticos:	Mejorar y rehabilitar los recursos existentes con el fin de valorizarlos y convertirlos en atractivos turísticos, que puedan ser por último comercializados.
Calidad necesaria en el servicio	
Seguridad:	Regular la actividad turística en la ciudad.
	Determinar las temporalidades de la actividad turística
Recursos humanos:	Generar consensos entre los actores involucrados

Adaptado de Manual para la Planificación de Productos Turísticos (PromPerú, 2014).

5.3 Imagen del Producto

En base al concepto y tipo de turismo a realizar, se ha diseñado el siguiente logotipo para el producto, el cual se basa en el concepto de turismo de ciudad sino también, refleja el valor del patrimonio cultural, mismo que se representa en la figura 5.



Figura 5 Logotipo del producto

La imagen del producto está compuesta por varios elementos, mismos que integran en su totalidad la idea de la propuesta. El nombre “Latacunga, ciudad y cultura”, al ser fácil de recordar y, por otro lado límpido, será un punto a favor al momento de comercializar al producto. Por otro lado, el logotipo mediante sus colores e iconos busca plasmar los distintos atractivos de la ciudad; estos a la vez dan una idea al turista de cuáles son las actividades dentro del producto.

5.4 Propuesta del Itinerario

Debido a la limitada oferta de servicios turísticos y/o complementarios de calidad, se ha tomado en cuenta, y como base un circuito turístico, dividido en dos propuestas, la primera un Full Day para turistas locales y, de dos días y, una noche para turistas externos.

Tabla 10 Itinerario Circuito “Latacunga, ciudad y cultura” Full Day

ITINERARIO	
HORA	Full day
8:45	Arribo al punto de encuentro (Plaza la Merced)
9:00	Inicio del recorrido
9:05	Visita Iglesia de la Merced
9:30	Visita Iglesia del Salto, degustación tortillas de palo Plaza del Salto
10:30	Visita Iglesia Santo Domingo, visita Artesanías Plaza Santo domingo
11:30	Visita Iglesia de la Catedral
12:00	Visita Iglesia San Francisco
12:30	Visita Iglesia San Agustín
13:00	Almuerzo Típico (Degustación de las <i>Chugchucaras</i>)
14:30	Visita al Palacio Municipal
15:00	Visita al Museo Vicente León
15:30	Visita Casa de la Cultura, presentación cultural
17:00	Visita museo de la Espel, Exhibición de Proyectos
18:00	Degustación de Allullas y quesos de hoja
19:00	Fin del Itinerario
	Recomendaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Uso de bloqueador solar • Uso de chompa impermeable ligera • Tomar en cuenta medicamentos de uso personal • Llevar cámara de fotos • Comunicar cualquier situación al guía

Servicios incluidos:	Servicio no incluye:
· Alojamiento	· Servicios no especificados en el itinerario
· Transporte	· Bebidas extras
· Guía certificado	· Propinas
· Entradas de los sitios a visitar	
· Alimentación completa	

Tabla 11 Itinerario Circuito “Latacunga, ciudad y cultura” 2Días / 1

Noche

ITINERARIO	
HORA	DIA 1
8:45	Arribo al punto de encuentro (Plaza la Merced)
9:00	Inicio del recorrido
9:05	Visita Iglesia de la Merced
9:30	Visita Iglesia del Salto
10:00	Degustación tortillas de palo Plaza del Salto
10:30	Visita Iglesia Santo Domingo
11:00	Visita Artesanías Plaza Santo Domingo
11:30	Visita Iglesia de la Catedral
12:00	Visita Iglesia San Francisco
12:30	Visita Iglesia San Agustín
13:00	Almuerzo Típico (Degustación de las Chugchucas)
14:00	Visita al Palacio Municipal
15:00	Visita al Museo Vicente León
16:00	Visita Casa de la Cultura
17:00	Presentación Cultural
18:00	Check in Hotel
19:00	Cena en Hotel
21:00	Fin día 1
Día 2	
8:30	Desayuno Barrio la Estación con degustación de Allullas y quesos de hoja
9:30	Visita Molineras Barrio de la Laguna
10:00	Tiempo libre compras
12:00	Visita museo de la Espel, Exhibición de Proyectos
13:00	Almuerzo Programado
14:00	Check out Hotel
15:00	Fin del Itinerario
	Recomendaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Uso de bloqueador solar • Uso de chompa impermeable ligera • Tomar en cuenta medicamentos de uso personal • Llevar cámara de fotos • Comunicar cualquier situación al guía

Servicios incluidos:	Servicio no incluye:
· Alojamiento	· Servicios no especificados en el itinerario
· Transporte	· Bebidas extras
· Guía certificado	· Propinas
· Entradas de los sitios a visitar	
· Alimentación completa	

5.5 Identificación de costos de operación y venta

En la tabla 11, se especifican los precios de comercialización, mismo que se encuentra detallado en el Anexo 4, además basado en el número de pasajeros y los servicios más adecuados para una operación turística de calidad.

Tabla 12. Precio del producto turístico cultural

Producto	PVP x Pax
Mashca Ñan Full Day	\$ 32,40
Mashca Ñan 2D/1N	\$ 77,50

5.6 Mapa del Recorrido

El mapa de la figura 11, ha sido diseñado tomando como base los dos itinerarios, esto debido a que todos los atractivos tomados en cuenta se encuentran dentro del circuito, con el fin de optimizar las distancias y, tiempo de recorrido. Es importante tomar en cuenta que debe existir una ruta alterna en caso de imprevistos, que ayude al cumplimiento del itinerario, de la manera más efectiva, de esta forma evitan complicaciones en caso de que se presentaran inconvenientes.

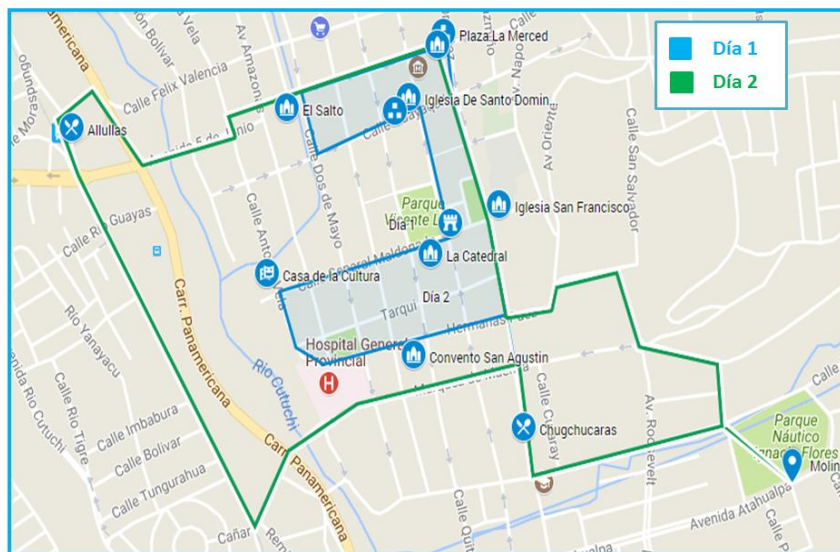


Figura 6. Adaptado de Google Maps (2017). Circuito “2 Días / 1 Noche”

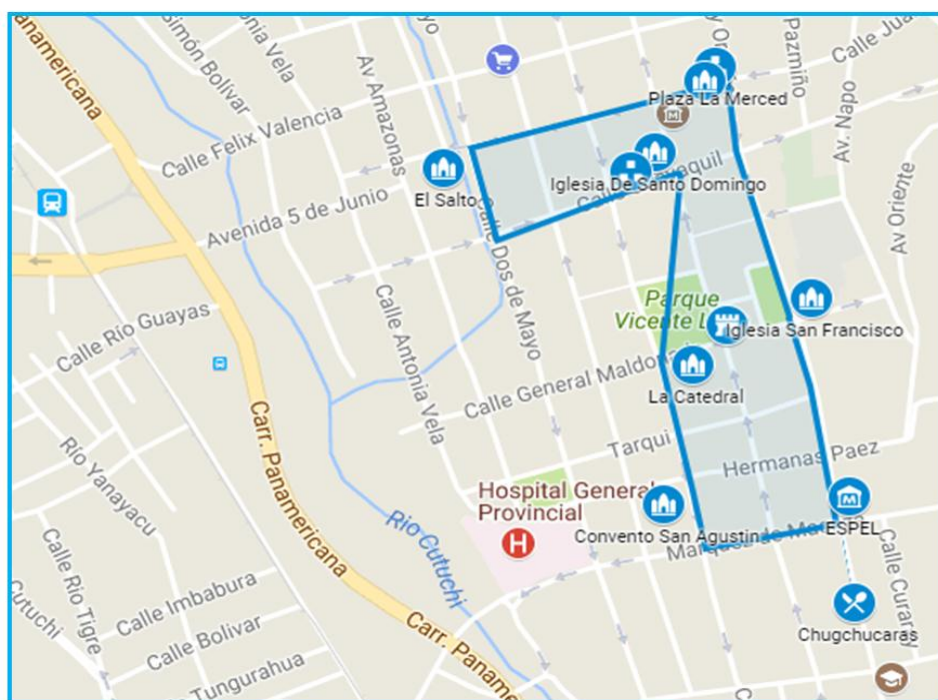


Figura 7. Adaptado de Google Maps (2017). Circuito “Full day”

5.7 Comercialización del Producto

Un producto turístico se lo puede comercializar de dos formas, la primera de forma directa que representa la implementación de una estrategia de comercialización por parte del actor principal, quien será el encargado de

promocionar, ofertar y, finalmente vender el producto como tal. La segunda, de forma indirecta, esto quiere decir que el actor principal busca una fuente de mediación, generalmente agencias locales o mayoristas las cuales se encargan básicamente de toda la operación en temas de comercialización (Rabat y, Villacampa, 2010). En el caso específico de la presente propuesta, se propone comercializar el producto de forma directa, debido a que el GAD municipal, a través de la Dirección de Turismo, será el eje motor de la implementación de la propuesta.

Dicho esto y, en relación directa con el perfil del turista bien definido se dividirá a este en dos segmentos:

Segmento A: Este constituye a los turistas locales, mismos que representan el mayor porcentaje de turistas que buscan actividades de recreación en la ciudad. Para el cual se propone las siguientes estrategias de promoción para su comercialización:

- Mejorar los recursos y servicios, en primera instancia.
- Dar a conocer las diferentes actividades recreativas y turísticas dentro de la ciudad.
- Buscar alianzas estratégicas que permitan la conexión entre el turista y la planta turística, finalmente con el producto planteado.

Segmento B: Este por su parte constituye a turistas externos, mismos que buscan adentrarse en actividades turísticas, mismas que han sido de cierta forma monopolizadas por el atractivo principal de la provincia, el Parque Nacional Cotopaxi, para lo cual se propone las siguientes estrategias de comercialización:

- Dotar de información mediante portales web públicos y privados, sobre el producto planteado y servicios en general.
- Buscar alianzas estratégicas con mayoristas y agencias de viajes, para obtener un mejor alcance en cuanto a la promoción y distribución del producto.

- Mejorar los servicios turísticos y complementarios, con el fin de ofrecer un producto de calidad enfocado en la mejora continua.

5.8 Identificación del posible impacto ambiental

Según el Sistema Único de Información Ambiental [SUIA], la presente propuesta, se encuentra ubicada en Categoría I, misma que mantiene que no es necesaria la realización de un estudio de impacto ambiental, ya que la actividad no representa un riesgo ambiental significativo, no obstante, es primordial obtener la certificación de registro ambiental, que es concedida por una autoridad competente a través del mismo sistema (SUIA, 2015)

5.9 Modelo de gestión de la propuesta

En la siguiente figura 8, se muestra el modelo de gestión con los actores involucrados y sus funciones en el proyecto:

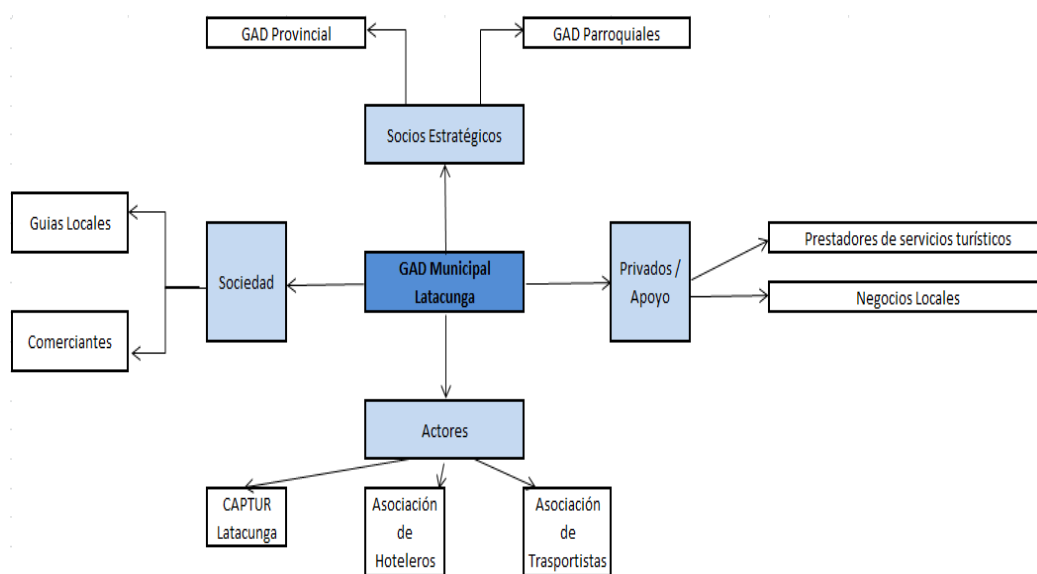


Figura 8 Modelo de gestión de la propuesta

El GAD Municipal del Latacunga, es el encargado oficial de buscar las asociaciones con los distintos actores involucrados, además de llevar a cabo la implementación de la propuesta, esto con el fin de beneficiar, a todos los sectores de la ciudad mediante el desarrollo de la actividad turística. Por otro lado, será el encargado oficial de fiscalizar las operaciones y actividades que

realizarán los distintos involucrados. El GAD será el encargado de escoger los prestadores de servicios para el circuito.

5.10 Forma de financiamiento del proyecto

La presente propuesta presenta un financiamiento de carácter mixto, mismo que se divide en tres fuentes de financistas, siendo el sector privado o externo el mayor inversionista, que conjuntamente con el apoyo del GAD Municipal de la ciudad, y otras fuentes financiará la propuesta y su desarrollo. En el anexo 3, se detallan los costos de la presente propuesta

5.11 Estrategia de seguimiento y evaluación.

Para la etapa de seguimiento y evaluación, se plantearán las siguientes estrategias, las cuales permitirán generar informes sobre la situación e implementación del proyecto, además mediante la creación de un comité, designado por el mismo GAD mediante la Dirección de Turismo, con el fin de realizar juntas periódicas para apoyar esta etapa, y generar una mejora continua.

Tabla 13. Estrategias de seguimiento y evaluación

INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	TEMPORALIDAD
Desarrollo de la propuesta para el diseño de un nuevo producto	Entrevistas a profesionales, fichas técnicas.	Una vez en el primer trimestre correspondiente a la etapa de diseño
Aprobación de la propuesta por parte de los involucrados	Informe técnico emitido por la Dirección de Turismo	Una única vez en el primer trimestre correspondiente a la etapa de diseño.
Mejoramiento de infraestructura en los recursos existentes dentro del territorio.	Aplicación de encuestas para medir la satisfacción del cliente	Una vez, cada semestre.
Posicionamiento del producto en la mente del turista local	Aplicación de encuestas en atractivos turísticos que sean parte del producto	Una vez, cada trimestre durante la vida útil del proyecto
Diversificación de los productos turísticos y el incremento de la oferta turística complementaria	Análisis del catastro, para identificar el número de establecimientos turísticos	Una vez, cada semestre.

Adaptado de Manual para la Planificación de Productos Turísticos (PromPerú, 2014)

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Mediante el presente proyecto se ha podido identificar una serie de factores por los cuales la ciudad de Latacunga no se ha consolidado como un destino turístico, sin embargo el análisis del mismo ha permitido proponer el desarrollo y, creación de un producto turístico cultural, con el fin de diversificar la oferta turística en la ciudad haciendo uso de los recursos turísticos que posee el territorio, mismos que se encuentra clasificados como recursos culturales en su mayoría. Dicho esto, podemos concluir que la propuesta planteada podría tener un impacto positivo y una aceptación por parte de los involucrados, ya que a través de esta no solo se mejoraría la actividad turística de la ciudad, sino también se verían mejoras en temas de economía, seguridad, comercio, entre otros. Es decir, mediante la valoración del turismo y sus recursos Latacunga, podría consolidarse como un destino cultural.

Por otro lado, mediante el análisis de oferta y demanda turística, se ha podido identificar que el turista local constituye el principal nicho de mercado, por lo que se propone ofertar un circuito Full Day, el cual permitirá al turista conocer los atractivos turísticos del territorio y, más importante aún, la preservación del valor que estos poseen; además de la auto identificación del turista con su legado histórico y cultura. Del mismo modo, la creación de un circuito de 2 días – 1 noche, permitirá atraer además al turista externo.

Finalmente, se puede inferir que la presente propuesta es factible, debido a los recursos que posee el patrimonio, además del enfoque que presenta el mismo. Dicho esto, Latacunga, podría posicionarse como destino turístico cultural, principalmente en la mente del turista local.

Recomendaciones

La participación de los actores involucrados es esencial para el perfecto desarrollo y posible implementación de la propuesta. Dicho esto, se sugiere generar un consenso entre los actores involucrados, tanto públicos como privados, en cada una de las etapas de desarrollo del presente, con el fin de que este sea llevado a la etapa de implementación de la mejor manera y, que además, sirva como punto de partida para la implementación de otros productos turísticos en la ciudad.

Por otro lado, se recomienda incentivar la creación de proyectos similares que engloben objetivos generales en busca del rescate patrimonial y cultural de la zona. Además, se debe involucrar a los moradores de la ciudad con el fin de que sean estos quienes den valor al patrimonio que posee la ciudad. Finalmente, se recomienda hacer un análisis más extenso sobre la problemática presentada, con el objetivo de enfocar su posible solución a otras estrategias que permitan solventarla.

Referencias

- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. (Quinta Edición). Caracas - Venezuela: Epistemie.
- Ballart, J. H. (2010). Patrimonio cultural y turismo sostenible en el espacio iberoamericano. Retos y oportunidades del presente. *Dialogos*.
- Barbosa, M. E. (2013). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: Caso: Corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista EAN*, (60), 105–122.
- Bernal César. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera). Colombia: Pearson.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29–50.
- Boullón, R. C. (1997). Turismo y ciudad. *Aportes y Transferencias*, 1(2), 27–36.
- Boullon, R. C. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. (Cuarta Edición). México.: Trillas, S.A.
- Corrales, D. (2013, marzo 3). Platos Típicos De La Provincia Cotopaxi: Platos Típicos De La Provincia De Cotopaxi. Recuperado de: <http://infocotopaxi.blogspot.com/2013/03/platos-tipicos-de-la-provincia-de.html>
- Crespi, M., & Planells, M. (2011). *Destinos turísticos*. Valle hermoso, Madrid - España: Síntesis S.A.
- Ecostravel. (2017). Latacunga Ecuador. Recuperado de: <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/latacunga.php>
- Ecuale. (2010). Ecuador, Provincia de Cotopaxi. Recuperado de: <http://www.ecuale.com/cotopaxi/>
- Escuela de Hospitalidad y Turismo [EHYT]. (2015). Lineamientos de investigación de la Escuela de Hospitalidad y Turismo. Recuperado de: <http://www.udla.edu.ec/todos-los-programas-academicos/escuela-de->

hospitalidad-y-turismo/

Fuller Norma. (2009). *Turismo y Cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*. (Primera Edición). Lima, Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Giménez, G. M. (2005). *Teoría y análisis de la cultura.pdf* (Vol. Volumen uno). México.: Intersecciones.

Gobierno Autonomo Desccentralizado Municipal de Latatacunga [GADML]. (s. f.). Latacunga. Recuperado de: <http://www.latacunga.gob.ec/index.php/latacunga>

Gobierno Autónomo descentralizado de la Provincia de Cotopaxi [GAD Cotopaxi]. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cotopaxi. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000110001_FINAL-PDYOT-COTOPAXI-2015_17-08-2015_18-17-17

Latacunga. (s. f.). Latacunga - Ciudad y Turismo. Recuperado de: <http://www.latacunga.net/turismo/tourism-city.html>

latacunga. (s. f.). Latacunga - Turismo. Recuperado 9 de noviembre de 2016, a partir de <http://www.latacunga.net/turismo.html>

Martín, S. R., & del Cerro, J. S. (2010). Puesta en común de los talleres: sistemas de información como herramienta de soporte a los sistemas de garantía interna de calidad. En *La elaboración y seguimiento de los planes de estudio* (pp. 77–84). Servicio de Publicaciones. Recuperado a partir de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3438733>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2014). Manual de planificación de productos turísticos.pdf. Recuperado a partir de http://www2.udla.edu.ec/udlapresencial/pluginfile.php/1345799/mod_resource/content/1/Manual%20de%20planificaci%C3%B3n%20de%20productos%20tur%C3%ADsticos.

- Ministerio de Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad [MCPEC]. (2013). Agenda Territorial Cotopaxi. Recuperado de: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-COTOPAXI>
- MINTUR. (2016). Catastro de establecimientos turísticos – Ministerio de Turismo. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/catastro-de-establecimientos-turisticos/>
- Minube. (s. f.). Los mejores sitios qué ver en Latacunga y qué hacer en Latacunga. Recuperado de: http://www.minube.com/que_ver/ecuador/cotopaxi/latacunga
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2007). Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pulido, J. I., Vaquero, M. de la C., & Velasco, M. (2013). *Turismo Cultural*. Valle hermoso, Madrid - España: Síntesis S.A.
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, & Pilar Baptista Lucio. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición). México D.F.: McGraw-Hill.
- Secretaría Nacional de Información SIN. (2014b). Plan de Ordenamiento Territorial.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. (2013). Objetivos Nacionales para el Buen Vivir - Plan Nacional 2013 - 2017. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- SUIA. (2015). Manual-de-Regularizacion-Ambiental. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Manual-de-Regularizacion-Ambiental>.
- Talavera, A. S. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre turismo cultural, *No. 4*, 175-182.

Torrejón Antonio. (2017). Superestructura turística Glosario Turístico Argentino.
Recuperado de:

<http://www.tesauroturistico.gob.ar/?task=fetchTerm&arg=248&v=1>

Tubón, R., León, L. J. R., & Colcha, N. M. V. (2004). Desarrollo de una aplicación web con base de datos geográfica y turística para la provincia de Cotopaxi. Recuperado a partir de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/619>

Universidad de Las Américas [UDLA]. (2014). Sobre Nosotros. Recuperado de:
<http://www.udla.edu.ec/investigaciones/>

Vaquero, M. de la C. (2002). *La ciudad histórica como destino turístico*. (Primera edición). Barcelona - España: Ariel S.A.

Vivelatacunga. (2016). Información Turística Básica de Latacunga. Recuperado de 2016, a partir de: <http://www.vivelatacunga.com/info-basica>

Anexos

Anexo 1. Marco Lógico

Proyectista:	Alex Fernando Ayala Aguirre				
Nombre del proyecto	Diseño de un producto turístico cultural para la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.				
Duración del proyecto	12 meses	Vida útil del proyecto	24 meses		
OBJETIVO GENERAL	Diseñar un producto turístico cultural para la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, con el fin de diversificar la oferta turística de la ciudad.				
META	MEDIO				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	ACTIVIDADES	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	RIESGOS/SU PUESTOS
1. Diseñar un producto turístico cultural para la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.	1.1 Valoración del destino.	1.1.1 Definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico.	Desarrollo de la propuesta para el diseño de un nuevo producto	Entrevistas a profesionales, fichas técnicas.	Existe demanda para los nuevos servicios y productos. Interés de los actores locales y su participación con el proyecto.
		1.1.2 Análisis del mercado.			
		1.1.3 Análisis del contexto del área de influencia			
	1.2 Conceptualización del producto.	1.2.1 Identificación de productos y atractivos potenciales	Mejoramiento de la infraestructura dentro del territorio.	Aplicación de encuestas para medir la satisfacción del cliente	
		1.2.2 Definición de atractivos que formarán parte del producto turístico cultural			

	1.3 Diseño del producto turístico cultural.	1.3.1 Diseño del product	Aprobación de la propuesta por parte de los involucrados	Informe técnico emitido por la Dirección de Turismo		
		1.3.2 Definición de itinerarios y costos de operación				
		1.3.3 Diseño del mapa del recorrido				
		1.3.4 Validación del producto del producto turístico.				
		1.3.5 Evaluación del producto propuesto.				
		1.3.6 Determinación de las necesidades de inversión pública y privada.				
2. Promoción y posicionamiento del producto turístico cultural	2.1 Comercialización del producto turístico cultural	2.1.1 Definición del tipo de comercialización	Posicionamiento del producto en la mente del turista local	Aplicación de encuestas en atractivos turísticos que sean parte del producto	Apoyo por parte del gobierno local. La población acoge y participa con el proyecto	
		2.1.2 Identificación de medios y/o canales de distribución				
	2.2 Determinación de las funciones de las empresas públicas y privadas para la comercialización	2.2.1 Identificación de funciones de las empresas públicas para la comercialización	Diversificación de los productos turísticos y el incremento de la oferta turística complementaria	Análisis del catastro, para identificar el número de establecimientos turísticos		
		2.2.1 Identificación de funciones de las empresas privadas para la comercialización				

Adaptado de Manual para la Planificación de
Productos Turísticos, 2014

Anexo 2. Plan operativo

PLAN OPERATIVO																			
CÓDIGO	ACTIVIDADES / TAREAS	DURACIÓN (Número de Meses)												RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			EXTERNO 70%	GAD 25%	OTROS 5%	
10101	Definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico.	■	■												Consultor de asistencia técnica	\$ 480,00	\$ 336,00	\$ 120,00	\$ 24,00
10102	Análisis del mercado.	■	■											\$ 320,00		\$ 224,00	\$ 80,00	\$ 16,00	
10103	Análisis del contexto del área de influencia	■	■											\$ 320,00		\$ 224,00	\$ 80,00	\$ 16,00	
10201	Identificar productos y atractivos potenciales		■	■										\$ 320,00		\$ 224,00	\$ 80,00	\$ 16,00	
10202	Definir que atractivos formarán parte del producto turístico cultural		■	■										\$ 320,00		\$ 224,00	\$ 80,00	\$ 16,00	
10301	Diseño del product			■	■									\$ 320,00		\$ 224,00	\$ 80,00	\$ 16,00	
10302	Definición de itinerarios y costos de operación			■	■									\$ 320,00		\$ 224,00	\$ 80,00	\$ 16,00	

10303	Diseño del mapa del recorrido														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
10304	Validación del producto del producto turístico.														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
10305	Evaluación del producto propuesto.														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
10306	Determinación de las necesidades de inversión pública y privada.														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
20101	Definición del tipo de comercialización														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
20102	Identificar medios y/o canales de distribución														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
20201	Identificar las funciones de las empresas públicas para la comercialización														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
20202	Identificar las funciones de las empresas privadas para la comercialización														\$	\$	\$	\$
															320,00	224,00	80,00	16,00
Total														\$ 4.960,00	\$3.472,00	\$1.240,00	\$248,00	

Anexo 3. Presupuesto

CODIGO	ACTIVIDADES	CONCEPTO	RUBRO	DETALLE	VALOR (USD)	COSTO DE LA ACTIVIDAD	COSTO RESULTADO	FINANCIAMIENTO			TOTAL ES POR OBJETIVO (USD)
								EXTERNO 70%	GAD 25%	OTROS 5%	
10001	Valoración del Destino						\$ 1.120,00				\$3.680,00
10101	Definición y mapeo de los elementos que forman parte del producto turístico.	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x3	\$ 300,00	\$ 480,00	X	\$ 210,00	\$ 75,00	\$ 15,00	X
			Movilidad	Transporte x3	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Viáticos	Viáticos x3	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x3	\$ 90,00			\$ 63,00	\$ 22,50	\$ 4,50	
			Implementos	Materiales x3	\$ 30,00			\$ 21,00	\$ 7,50	\$ 1,50	
10102	Análisis del mercado.	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
10103	Análisis del contexto del área de influencia	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	

			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
10002	Conceptualización del product						\$ 640,00				
10201	Identificar productos y atractivos potenciales	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -		
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
10202	Definir que atractivos formarán parte del producto turístico cultural	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -		
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
10003	Diseño del producto turístico cultural						\$ 1.920,00				
10301	Diseño del product	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -		
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	

10302	Definición de itinerarios y costos de operación	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
10303	Diseño del mapa del recorrido	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
10304	Validación del producto del producto turístico.	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
10305	Evaluación del producto propuesto.	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	

				x2	-			-	-	-	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
10306	Determinación de las necesidades de inversión pública y privada.	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
20001	Comercialización del producto turístico cultural						\$ 640,00				\$1.280,00
20101	Definición del tipo de comercialización	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00	
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00	
20102	Identificar medios y/o canales de distribución	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00	
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -	

			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00		
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00		
20002	Determinación de las funciones de las empresas públicas y privadas para la comercialización						\$ 640,00					
20201	Identificar las funciones de las empresas públicas para la comercialización	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X	
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00		
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -		
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00		
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00		
20202	Identificar las funciones de las empresas privadas para la comercialización	Consultor de asistencia técnica	Asistencia	Consultoría x2	\$ 200,00	\$ 320,00	X	\$ 140,00	\$ 50,00	\$ 10,00	X	
			Movilidad	Transporte x2	\$ 40,00			\$ 28,00	\$ 10,00	\$ 2,00		
			Viáticos	Viáticos x2	\$ -			\$ -	\$ -	\$ -		
			Alimentación	Refrigerio x2	\$ 60,00			\$ 42,00	\$ 15,00	\$ 3,00		
			Implementos	Materiales x2	\$ 20,00			\$ 14,00	\$ 5,00	\$ 1,00		
TOTAL PROYECTO							\$ 4.960,00	\$ 3.472,00	\$ 1.240,00	\$ 248,00	\$ 4.960,00	
Porcentaje de distribución presupuestaria							100%	70%	25%	5%	100%	

Anexo 4. Costo del itinerario.

COSTO DE OPERACIÓN POR 1 DÍA					
RUBROS	10 PAX	15 PAX	20 PAX	25 PAX	30 PAX
Trasporte Día	20	30	40	50	60
Degustación Tortillas	12,25	18,75	25	31,25	37,5
Almuerzo típico	70	105	140	175	210
Presentacion Cultural	100	150	200	250	300
Degustación Allullas	20	30	40	50	60
Hotel + Cena	300	450	600	750	900
Molineras	10	15	20	25	30
TOTAL (1)	532,25	798,75	1065	1331,25	1597,5
COSTO DE GESTIÓN POR 1 DÍA					
RUBROS	10 PAX	15 PAX	20 PAX	25 PAX	30 PAX
Gastos administrativos (10%)	53,225	79,875	106,5	133,125	159,75
Utilidad Programadora (15%)	79,8375	119,8125	159,75	199,6875	239,625
Imprevistos (5%)	26,6125	39,9375	53,25	66,5625	79,875
TOTAL (2)	159,675	239,625	319,5	399,375	479,25

SUBTOTAL COSTOS 1 + COSTOS 2	691,925	1038,375	1384,5	1730,625	2076,75
12% IVA	83,031	124,605	166,14	207,675	249,21
P.V.P	774,956	1162,98	1550,64	1938,3	2325,96
P.V.P INDIVIDUAL	77,5	77,5	77,5	77,5	77,5
Ganancia estimada	116,2434	174,447	232,596	290,745	348,894
FULL DAY					
P.V.P INDIVIDUAL	32,4	32,4	32,4	32,4	32,4
Ganancia estimada	48,5	72,9	97,2	121,5	145,8

Anexo 5. Datos perfil del Turista

Motivo de realizar la visita (Dirección de Turismo Latacunga, 2016).

Ocio o descanso	97
De incentivos o congresos	1
De circuito	2
Deportivo	0
Estudios	0
Trabajo	0
Total	100

Ingresos estimados del turista (Dirección de Turismo Latacunga, 2016).



Rango de Edad del turista que visita la ciudad de Latacunga (Dirección de Turismo Latacunga, 2016).

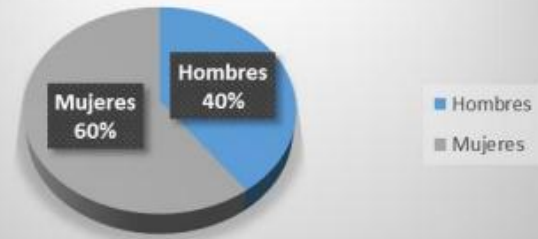


Lugar de procedencia del turista que llega a Latacunga (Dirección de Turismo Latacunga, 2016).



Sexo o género del turista. (Dirección de Turismo Latacunga, 2016).

Sexo



Anexo 6. Fichas para inventario de atractivos turísticos MINTUR

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FICHA No. 001

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

SUPERVISOR

EVALUADOR:.....

.....

FECHA :12/07/2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO: IGLESIA LA MERCED

PROPIETARIO:

.....

....

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO:HISTORICAS

SUBTIPO:ARQUITECTURA RELIGIOSA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

LOCALIDAD:.....

CALLE: JUAN ABEL ECHEVERRIA

NÚMERO:SN

TRANSVERSAL:QUIJANO Y

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA.

DISTANCIA (km)

NOMBRE DEL POBLADO: BARRIO LA MERCED

DISTANCIA
(Km):.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
			ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERA <input type="checkbox"/>	
		CEREMONIAS RELIGIOSAS, INCLUYENDO FES		EN PROCESO DE
		INMUEBLE	DETERIORAD <input type="checkbox"/> CONSERVA <input type="checkbox"/>	DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/>
			CAUSAS:	

			USO UNICAMENTE PARA FINES RELIGIOSOS	

			5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)	
			Nombre: _____	
			Fecha de Declaración: _____	
			Categoría:	Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>
				Patrimonio del Ecuador <input checked="" type="checkbox"/> X
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERA <input type="checkbox"/>			
	DETERIORAD <input type="checkbox"/> CONSERVA <input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE		
		DETERIORO <input type="checkbox"/> X		
	CAUSAS: DETERIORO POR EL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS			

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO	X			4X4	X			
	SENDERO				TREN				
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones:
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, EN EL CASCO COLONIAL DE LA CIUDAD

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

FICHA No.
001

SUPERVISOR

FECHA

EVALUADOR:.....

:12/07/2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO: ...IGLESIA EL SALTO.....

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO: HISTORICAS

SUBTIPO: ARQUITECTURA RELIGIOSA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

CALLE: JUAN ABEL ECHEVERRIA

NÚMERO: SN.

TRANSVERSAL: DOS DE MAYO

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA.

DISTANCIA (km)

DISTANCIA

(Km):.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C A L I D A D	V A L O R	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
		ALTURA (m.s.n.m.):2750	TEMPERATURA (°C): 14 A 16	PRECIPITACIÓN (cm ³):.....	PLUVIOMETRICA
		LATITUD -0.93176	LONGITUD -78.61793		
		IGLESIA TIPO COLONIAL			
	N				
	T				
	R				
	I				
	N				
	S				
	E				
	C				
	O				

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

CEREMONIAS RELIGIOSAS

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERADO

DETERIORADO CONSERVADO EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

DETERIORO CAUSADO POR EL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

5.2 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre:

Fecha de

Declaración:

Categoría:

Patrimonio de la Humanidad

Patrimonio del

Ecuador

X

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERADO

DETERIORADO CONSERVADO EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

DETERIORO CAUSADO POR EL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO				4X4	X			
	SENDERO				TREN			X	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones:
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, CASCO COLONIAL DE LA CIUDAD

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FICH

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO

SUPERVISOR

EVALUADOR:.....

FECHA

NOMBRE DEL ATRACTIVO: .IGLESIA DE SANTO DOMINGO

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO: HISTORICAS

SUBTIPO: ARQUITECTURA RELIGIOSA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

LOCALIDAD:.....

CALLE: GUAYAQUIL

NÚMERO: SN

TRANSVERSAL: SANCHEZ DI

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA.

NOMBRE DEL
POBLADO:.....

DISTANCIA
(Km):.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

C

V
A
L
O
R

I
N
T
R
I
N
S
E
O

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA (m.s.n.m.):2750

TEMPERATURA (°C): 14 A 16

PRECIPITACIÓN
(cm³):.....

PLUVIOMETRICA

LATITUD...-0.93157, LONGITUD -78.61528

IGLESIA TIPO COLONIAL

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

CEREMONIAS RELIGIOSAS

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO X

CAUSAS:

DETERIORO A CAUSA DEL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de Declaración: _____

Categoría:

Patrimonio de la Humanidad

Patrimonio del Ecuador X

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO X

CAUSAS:

DETERIORO A CAUSA DEL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO				4X4	X			
	SENDERO				TREN			X	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones:
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, CASCO COLONIAL DE LA CIUDAD

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FICHA

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

SUPERVISOR

EVALUADOR:.....

FECHA

NOMBRE DEL ATRACTIVO: IGLESIA LA CATEDRAL

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO: HISTORICAS

SUBTIPO: ARQUITECTURA RELIGIOSA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

CALLE: QUITO

NÚMERO: SN

TRANSVERSAL: GENERAL MALDONADO.

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA.

DISTANCIA (km)

NOMBRE DEL

DISTANCIA

POBLADO:.....

(Km):.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

I
N
T
R
I
N
S
E
C
O

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA (m.s.n.m.):2750

TEMPERATURA (°C): 14 A 16

PRECIPITACIÓN
(cm³):.....

PLUVIOMETRICA

LATITUD...-0.93444 LONGITUD -78.61481

IGLESIA TIPO COLONIAL

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

CEREMONIAS RELIGIOSAS

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

DETERIORO POR EL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

5.4 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de Declaración: _____

Categoría:

Patrimonio de la Humanidad

Patrimonio del Ecuador

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

DETERIORO POR EL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO	X			4X4	X			
	SENDERO				TREN			X	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones:

UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, CASCO COLONIAL DE LA CIUDAD

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FICH

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

SUPERVISOR

EVALUADOR:.....

FECHA :12/07/2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PALACIO MUNICIPAL

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO:HISTORICAS

SUBTIPO:ARQUITECTURA HISTORICA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

LOCALIDAD:.....

CALLE: .SANCHEZ DE ORRELLANA.

NÚMERO:SN

TRANSVERSAL: .GENERAL M

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA .

DISTANCIA(km):

NOMBRE DEL

DISTANCIA(Km):.....

POBLADO:.....

.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

MUNICIPALIDAD DE LATACUNGA (GAD MUNI

FESTIVIDADES

SESIONES

SERVICIOS PUBLICOS

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD X CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

CONSERVADO EN SU MAYOR PARTE

5.5 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de Declaración: _____

Categoría:

Patrimonio de la Humanidad

Patrimonio del Ecuador X

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD X CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

CONSERVADO EN SU MAYOR PARTE

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO	X			4X4	X			
	SENDERO				TREN			X	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones:
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, CASCO COLONIAL DE LA CIUDAD

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FICHA No. 001

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

SUPERVISOR

EVALUADOR:.....

FECHA :12/07/2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO: MUSEO VIVCENTE LEON.

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO:HISTORICAS

SUBTIPO:ARQUITECTURA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

CALLE:.DOS DE MAYO

NÚMERO:..... TRANSVERSAL:PADRE SALCEDO

2. UBICACIÓN

LATITUD: -0.9341224

LONGITUD: -78.6164985

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA.

DISTANCIA (km):0

NOMBRE DEL

OBLADO:.....

DISTANCIA (Km):.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R
I
N
T
R
I
N
S
E
C
O

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA (m.s.n.m.):2750

TEMPERATURA (°C): 14 A 16

PRECIPITACIÓN
(cm³):.....

PLUVIOMETRICA

LATITUD LONGITUD

EDIFICACION TIPO COLONIAL

Empty table structure with 10 horizontal rows for data entry.

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

INSTITUTO EDUCATIVO (SECUNDARIA)

CONSTRUCCION HISTORICA

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO X

CAUSAS:

FALTA DE MANTENIMIENTO

5.6 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de _____

Declaración: _____

Categoría:

Patrimonio de la Humanidad

Patrimonio del

Ecuador

X

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO X

CAUSAS:

FALTA DE MANTENIMIENTO

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO	X			4X4	X			
	SENDERO				TREN				
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones: MUSEO LOCALIZADO DENTRO DEL INSTITUTO VICENTE LEON

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FIC

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

SUPERVISOR

EVALUADOR:

FECHA

NOMBRE DEL ATRACTIVO: IGLESIA SAN FRANSISCO

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO: HISTORICAS

SUBTIPO: ARQUITECTURA RELIGIOSA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

CALLE GENERAL MALDOADO..

NÚMERO: SN

TRANSVERSAL: QUIJANO Y

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA .

DISTANCIA(km)

NOMBRE DEL

DISTANCIA(Km):.....

POBLADO:.....

.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

I
N
T
R
I
N
S
E
C
O

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA (m.s.n.m.):2750

TEMPERATURA (°C): 14 A 16

PRECIPITACIÓN
(cm³):.....

PLUVIOMETRICA

LATITUD-0.93354 LONGITUD -78.61333

IGLESIA TIPO COLONIAL

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

CEREMONIAS RELIGIOSAS

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

DETERIORO POR EL TIEMPO CONDICIONES CLIMATICAS
CATASTROFES NATURALES

5.7 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de _____

Declaración: _____

Categoría: Patrimonio de la Humanidad
Patrimonio del Ecuador

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

^X ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA EN PROCESO DE DETERIORO

CAUSAS:

DETERIORO POR EL TIEMPO CONDICIONES CLIMATICAS
CATASTROFES NATURALES

A
P
O
Y
O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X			
	EMPEDRADO	X			4X4	X			
	SENDERO				TREN			X	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				
					BOTE				
	FLUVIAL				CANOA				
					OTROS				
AEREO					AVION				
					AVIONETA				
					HELICOPTEROS				

Observaciones: UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, CASCO COLONIAL DE LA CIUDAD, HISTORICAMENTE DEBASTA PARCIALMENTE LA INFRAESTRUCTURA

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR: ALEX FERNANDO AYALA AGUIRRE

FICHA No. 001

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO

SUPERVISOR EVALUADOR:.....

FECHA :12/07/2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO: IGLESIA SAN AUGUSTIN

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES

TIPO: HISTORICAS

SUBTIPO: ARQUITECTURA RELIGIOSA

1. DATOS GENERALES

PROVINCIA: COTOPAXI

CANTÓN: LATACUNGA

LOCALIDAD:.....

CALLE: HERMANAS PAEZ

NÚMERO:..... TRANSVERSAL: QUITO

2. UBICACIÓN

NOMBRE DEL POBLADO: LATACUNGA .

DISTANCIA(km):0

NOMBRE DEL POBLADO:.....

DISTANCIA(Km):.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

4. USOS (SIMBOLISMO)

CEREMONIAS RELIGIOSAS

INMUEBLE

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA

EN PROCESO DE
DETERIORO X

CAUSAS:

DETERIORO DEL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

5.8 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de Declaración: _____

Categoría:

Patrimonio de la Humanidad

Patrimonio del Ecuador

X

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERA

DETERIORAD CONSERVA

EN PROCESO DE
DETERIORO X

CAUSAS: DETERIORO DEL TIEMPO Y CONDICIONES CLIMATICAS

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X				
	EMPEDRADO	X			4X4	X				
	SENDERO				TREN					Cult
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					
					BOTE					Nat
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AEREO					AVION					Cult
					AVIONETA					
					HELICOPTEROS					Nat

Observaciones:
 UBICACIÓN DEL ATRACTIVO, CASCO COLONIAL DE LACIUDAD

**A
P
O
Y
O**



FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS

PROVINCIA: COTOPAXI

FECHA:
12/06/2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO	ESTADO DE CONSERV.	ACCESO	SERVIC.	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUIA 1-2-3-4
	VALOR INTRINSECO Max 15	VALOR EXTRINSECO Max 15						LOCAL	REGIONAL	NACIONAL Max 7	INT. Max 12		
IGLESIA LA MERCED	8/15	8/15	6/10	7/10	/10	/10	2/5	/5	/5	1/5	1/5	5	3
IGLESIA EL	8/15	8/15	7/10	7/10			1/5			1		5	3

