



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO.

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PROYECTO DE TITULACIÓN

AUTOR: LANDETA PULLUPAXI EDISON FERNANDO

TEMA: “ESTUDIO PARA ESTABLECER LA RED DE  
INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE  
LATACUNGA, CARACTERIZANDO EL ITUR DE LA  
ESPE-L”

DIRECTOR: ING. ALBÁN CARLOS

CODIRECTOR: ING. ACOSTA GEOVANY

LATACUNGA, JULIO DE 2014

**UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS - ESPE****CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA****CETIFICADO**

Ing. Carlos Albán (Director)

Ing. Geovany Acosta (Codirector)

**CERTIFICAN:**

Que el trabajo titulado **“Estudio para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, caracterizando el iTur de la ESPE-L”**, realizado por el Sr. Edison Fernando Landeta Pullupaxi, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, SI recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de UN empastado y UN disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat. Autorizan al Señor Edison Fernando Landeta Pullupaxi que lo entregue al ING. GEOVANY ACOSTA, en su calidad de Director de Carrera.

Latacunga, Julio de 2014.

-----  
Ing. Carlos Albán  
DIRECTOR

-----  
Ing. Geovany Acosta  
CODIRECTOR

**UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS - ESPE****CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA****DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, EDISON FERNANDO LANDETA PULLUPAXI

**DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado **“ESTUDIO PARA ESTABLECER LA RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, CARACTERIZANDO EL ITUR DE LA ESPE-L”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas, cuyas fuentes se incorporan en las referencias bibliográficas.

Consecuentemente este trabajo es de autoría propia.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, Julio de 2014.

Edison Fernando Landeta Pullupaxi

C.C. 0502925811

**UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS - ESPE**

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

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Edison Fernando Landeta Pullupaxi

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo de “Estudio para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, caracterizando el iTur de la ESPE-L”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, Julio de 2014.

-----  
Edison Fernando Landeta Pullupaxi

C.C. 0502925811

## DEDICATORIA

Primeramente a Dios por darme salud y vida y el conocimiento necesario para cumplir mis metas de estudio.

A mis padres, Bertha y Fernando por darme la vida y ser quienes con su apoyo incondicional me han guiado por el camino correcto estando siempre en cada momento bueno y malo de mi vida.

A mis hermanos Edwin y Jonathan que con su alegría y comprensión siempre han estado apoyándome.

A mi esposa Jessy y a mi pequeña Alisito, las dos personas fuente de inspiración para seguir adelante en la vida.

Edison Fernando Landeta Pullupaxi

## AGRADECIMIENTO

Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado, un esfuerzo total es una victoria completa (Mahatma Gandhi)

Quiero iniciar agradeciendo a Dios por bendecirme para llegar hasta esta etapa de mi vida.

Principalmente a mis padres Bertha y Fernando que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo, por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, les agradezco de todo corazón.

A mis hermanos Edwin y Jonathan gracias por estar conmigo y apoyarme siempre.

A mi esposa Jessy, muchas gracias por todo el tiempo compartido, gracias por todo el apoyo que me has dado para continuar y seguir con mis anhelos, gracias por estar junto a mí y recuerda que este es un triunfo de los dos.

A mi hija Alisito gracias por llegar a nuestras vidas y llenar nuestros corazones de ternura, felicidad y amor.

A mi Director de tesis, Ing. Carlos Albán y a mi Codirector de tesis, Ing. Geovany Acosta, por su esfuerzo y dedicación, quienes con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación han logrado que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la Legendaria Escuela Politécnica del Ejército hoy Universidad de Las Fuerzas Armadas ESPE por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional de excelencia.

También agradecer a la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera y a todos mis maestros, que durante toda mi trayectoria universitaria han aportado con un granito de arena en mi formación profesional, Muchas gracias los llevaré siempre en mi corazón.

Y como no finalmente agradecer a mis compañeros de aula, de lucha, gracias por compartir momentos felices y tristes, momentos de triunfo y derrota gracias por todo.

Edison Fernando Landeta Pullupaxi

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICADO.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvii
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	xx
RESUMEN.....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii
TEMA DEL PROYECTO.....	xxiv
OBJETIVOS DE ESTUDIO .....	xxiv
IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN .....	xxiv
HIPÓTESIS .....	xxiv

## **CAPÍTULO I**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

1.1 Información y promoción turística .....	1
1.2 Red de información y promoción turística .....	3
1.2.1 Objetivos de la implementación del PIMTE 2014 .....	5
1.3 Puntos de información turística .....	6
1.4 Metodología para implementación de puntos de información turística ITur.....	8
1.4.1 Estudio y análisis de elementos .....	9
1.4.2 Definición de la marca .....	13
1.4.3 Categorización y diseño de los iTur actuales por tamaños y tipo de espacio.....	14
1.4.4 Implementación de los elementos de imagen de los iTurs.....	18
1.5. Turismo en Internet .....	26
1.6 Estrategias de marketing para empresas de servicio .....	27

## **CAPÍTULO II**

### **ESTRUCTURA LEGAL Y ORGÁNICA PARA EL**

### **ESTABLECIMIENTO DE UN PUNTO DE INFORMACIÓN**

### **TURÍSTICA**

2.1 Marco Legal General .....	31
2.1.1 Constitución del Ecuador.....	31
2.1.2 Ley de Descentralización del Estado y de Participación Social ..	32
2.1.3 Plan de Desarrollo del Buen Vivir 2011-2013.....	32



2.1.4 Programa de Gobierno 2013-2017.....	33
2.2 Marco Legal Específico.....	33
2.2.1 Convenio de Descentralización y Transferencia de Competencias, Atribuciones, Funciones, Responsabilidades y Recursos de Turismo desde el Gobierno Nacional de la República del Ecuador a los Consejos Provinciales.....	33
2.2.2 Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y los Municipios Descentralizados.....	34
2.2.3 Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020.....	36
2.2.4 Base Legal de la Escuela Politécnica del Ejército .....	41
2.2.5 De la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera .....	42
2.3 Marco Orgánico.....	44
2.3.1 Esquema orgánico de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE .....	44
2.3.2 Esquema orgánico de la ESPE extensión Latacunga .....	45
2.3.3 Esquema orgánico del Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad.....	46
2.3.4 Esquema orgánico del Departamento .....	47
2.3.5 Esquema orgánico del programa de carrera.....	48
2.3.6 Esquema orgánico del GAD Municipal del Cantón Latacunga ....	49
2.3.7 Esquema orgánico de la Dirección de Turismo del Cantón Latacunga.....	50

2.3.8 Esquema del Punto de Información Turística iTur .....	51
2.3.9 Análisis general del marco orgánico.....	52

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

3.1 Objetivo de la investigación.....	55
3.2 Tamaño de la muestra.....	55
3.3 Diseño de la encuesta .....	57
3.4 Recolección de la información .....	58
3.5 Tabulación e interpretación de datos .....	58
3.6 Conclusión final de resultados .....	78
3.7 Análisis de la oferta turística .....	80
3.8 Análisis de la demanda turística .....	82

### **CAPÍTULO IV**

#### **RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA**

#### **CIUDAD DE LATACUNGA**

4.1 Recopilación documentada de los sitios y puntos de información y promoción turística .....	83
Ficha N° 4.1 Universidad de la Fuerzas Armadas – Espe extensión Latacunga .....	84
Ficha N° 4.2 Gobernación de la provincia de Cotopaxi .....	86
Ficha N° 4.3 Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi.....	88
Ficha N° 4.4 GAD Municipal de Latacunga .....	90
Ficha N° 4.5 Terminal Terrestre de Latacunga.....	92

Ficha N° 4.6 Aeropuerto Internacional de Cotopaxi .....	94
Ficha N° 4.7 Estación de Ferrocarril en Latacunga.....	96
Ficha N° 4.8 Parque Vicente León .....	98
Ficha N° 4.9 Plaza de San Agustín.....	100
Ficha N° 4.10 Plaza de la Merced .....	102
Ficha N° 4.11 Plaza de Santo domingo.....	104
Ficha N° 4.12 Intersección de la Avenida Eloy Alfaro y Río Guayas ....	106
Ficha N° 4.13 Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi .....	108
Ficha N° 4.14 Dirección Técnica de Turismo de la Provincia de Cotopaxi.....	110
Ficha N° 4.15 Plaza El Salto.....	112
Ficha N° 4.16 Ministerio del Ambiente en Latacunga.....	114
4.2 Clasificación de acuerdo a la importancia para la Red.....	115
4.3 Esquema de la Red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga .....	117
4.3.1 Conformación de los socios para la Red de información turística .....	118
4.4 Acuerdo de gestión participativa. ....	122
<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>PUNTO DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA</b>	
5.1 Imagen corporativa del punto de información turística ESPE-L .....	128
5.1.1 La marca .....	128

5.1.2 Construcción y aplicación.....	129
5.1.3 Colores corporativos .....	131
5.1.4 Aplicaciones cromáticas .....	133
5.1.5 Tipografía .....	135
5.1.6 Usos Incorrectos.....	136
5.1.7 Papelería .....	137
5.1.8 Terminología .....	140
5.1.9 Utilización estandarizada .....	140
5.2 Categorización del iTur por tamaño y tipo de espacio .....	141
5.2.1 Categorías por tipos de espacio .....	141
5.2.2 Categoría por tamaños de local .....	143
5.3 Diseño del i-Tur .....	143
5.3.1 Diseño exterior .....	144
5.3.2 Diseño interior .....	146
5.4 Filosofía empresarial del iTur.....	148
5.4.1 Misión .....	148
5.4.2 Visión.....	149
5.4.3 Valores institucionales.....	149
5.4.4 Objetivos.....	149
5.5 Funcionamiento del punto de información turística iTur.....	150
5.5.1 Servicios a prestarse.....	151
5.5.2 Apertura y horarios .....	151
5.5.3 Imagen del personal.....	151

5.6 Base de datos del punto de información turística .....	152
5.6.1 Físicas .....	152
5.6.2 Digitales .....	152
5.7 Mantenimiento del punto de información turística.....	153
5.7.1 Aseo.....	153
5.7.2 Mantenimiento .....	153
CONCLUSIONES .....	154
RECOMENDACIONES .....	155
BIBLIOGRAFÍA .....	156
LINKOGRAFÍA.....	158
ANEXOS .....	159
CERTIFICACIÓN .....	252

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 2.1</b> Bases estratégicas del turismo en Ecuador .....	37
<b>Tabla N° 2.2</b> Municipios descentralizados del Ecuador.....	38
<b>Tabla N° 3.1</b> Datos de la muestra.....	55
<b>Tabla N° 3.2</b> Población Económicamente Activa (PEA) de la Ciudad de Latacunga.....	56
<b>Tabla N° 3.3</b> Datos informativos literal a) Señale su género .....	58
<b>Tabla N° 3.4</b> Datos informativos literal b) Marque su rango de edad...	59
<b>Tabla N° 3.5</b> Datos informativos literal c) Nivel de educación.....	60
<b>Tabla N° 3.6</b> Datos informativos literal d) Ocupación.....	61
<b>Tabla N° 3.7</b> Datos informativos literal e) Lugar de residencia .....	62
<b>Tabla N° 3.8</b> Pregunta N° 1 ¿Considera Usted que el turismo es un eje fundamental en el progreso social y económico del cantón? .....	63
<b>Tabla N° 3.9</b> Pregunta N° 2 ¿Considera Usted que la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, y la entrega de valor agregado ayudará a incrementar el turismo en la ciudad de Latacunga? .....	64
<b>Tabla N° 3.10</b> Pregunta N° 3 ¿Piensa Usted que las empresas públicas y privadas relacionadas con el turismo de la ciudad deben generar y suministrar permanentemente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas de su localidad, para fortalecer el turismo del	

cantón Latacunga? .....	65
<b>Tabla N° 3.11</b> Pregunta N° 4 ¿Conoce Usted algún punto de información y promoción turística "i-Tur" en la ciudad de Latacunga?.....	66
<b>Tabla N° 3.12</b> Pregunta N° 5 ¿Está usted de acuerdo que se establezca un punto de información y promoción turística "i-Tur" de la ciudad de Latacunga? .....	67
<b>Tabla N° 3.13</b> Pregunta N° 6 ¿Para que el punto de información turística "i-Tur", cumpla con el objetivo y visión que persigue, en dónde consideraría que esté ubicado? a) Edificaciones históricas .....	68
<b>Tabla N° 3.14</b> Pregunta N° 6 b) Estaciones .....	69
<b>Tabla N° 3.15</b> c) Plazas del centro histórico.....	70
<b>Tabla N° 3.16</b> Pregunta N° 6 d) Ejes viales de interconexión cantonal y provincial.....	71
<b>Tabla N° 3.17</b> Pregunta N° 7 ¿Qué servicios considera que debe tener un punto de información turística "i-Tur", para una eficiente atención a los visitantes de la ciudad de Latacunga? .....	72
<b>Tabla N° 3.18</b> Pregunta N° 8 ¿Qué tipo de información y promoción considera que debe tener un "iTur", para una eficiente atención a los visitantes de la ciudad de Latacunga? ...	73
<b>Tabla N° 3.19</b> Pregunta N° 9 ¿Está usted de acuerdo que la administración del turismo en el cantón Latacunga,	

funcione de manera coordinada entre las empresas del sector público y privado en una Red de información y promoción turística? .....	75
<b>Tabla N° 3.20</b> Pregunta N° 10 ¿Considera Usted necesario contar con un punto de información turística "i-Tur" en la ESPE extensión Latacunga, debido a que la institución de educación superior cuenta con la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera?.....	76
<b>Tabla N° 3.21</b> Pregunta N° 11 ¿Qué empresas considera que deberían estar aliadas a la Red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga?.....	77
<b>Tabla N° 3.22</b> Resumen del estudio de mercado .....	78
<b>Tabla N° 3.23</b> Información catastro turístico del cantón Latacunga .....	80
<b>Tabla N° 3.24</b> Oferta de prestadores de información turística privada tipo agencias de viajes .....	81
<b>Tabla N° 3.25</b> Turistas que llegan a la ciudad de Latacunga.....	82
<b>Tabla N° 4.1</b> Puntos de interés para la red de información turística de la ciudad de Latacunga .....	116
<b>Tabla N° 4.2</b> Socios de la Red de información y promoción turística de Latacunga.....	118



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 2.1</b> Sistema de Información Turística.....	34
<b>Gráfico N° 2.2</b> Obligaciones conjuntas.....	36
<b>Gráfico N° 2.3</b> Orgánico ESPE .....	44
<b>Gráfico N° 2.4</b> ESPE extensión Latacunga .....	45
<b>Gráfico N° 2.5</b> Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad .....	46
<b>Gráfico N° 2.6</b> Departamento .....	47
<b>Gráfico N° 2.7</b> Programa de carrera.....	48
<b>Gráfico N° 2.8</b> GAD Municipal del cantón Latacunga.....	49
<b>Gráfico N° 2.9</b> Dirección de turismo cantón Latacunga.....	50
<b>Gráfico N° 2.10</b> Centro de información turística iTur .....	51
<b>Gráfico N° 3.1</b> Datos informativos literal a) Señale su género.....	59
<b>Gráfico N° 3.2</b> Datos informativos literal b) Marque su rango de edad	60
<b>Gráfico N° 3.3</b> Datos informativos literal c) Nivel de educación.....	61
<b>Gráfico N° 3.4</b> Datos informativos literal d) Ocupación.....	62
<b>Gráfico N° 3.5</b> Datos informativos literal e) Lugar de residencia.....	63
<b>Gráfico N° 3.6</b> Pregunta N° 1 .....	64
<b>Gráfico N° 3.7</b> Pregunta N° 2 .....	65
<b>Gráfico N° 3.8</b> Pregunta N° 3 .....	66
<b>Gráfico N° 3.9</b> Pregunta N° 4 .....	67
<b>Gráfico N° 3.10</b> Pregunta N° 5 .....	68
<b>Gráfico N° 3.11</b> Pregunta N° 6 a) .....	69

<b>Gráfico N° 3.12</b> Pregunta N° 6 b) .....	70
<b>Gráfico N° 3.13</b> Pregunta N° 6 c).....	71
<b>Gráfico N° 3.14</b> Pregunta N° 6 d) .....	72
<b>Gráfico N° 3.15</b> Pregunta N° 7 .....	73
<b>Gráfico N° 3.16</b> Pregunta N° 8 .....	74
<b>Gráfico N° 3.17</b> Pregunta N° 9 .....	75
<b>Gráfico N° 3.18</b> Pregunta N° 10 .....	76
<b>Gráfico N° 3.19</b> Pregunta N° 11 .....	77
<b>Gráfico N° 3.20</b> Porcentaje de prestadores de servicios de Latacunga	80
<b>Gráfico N° 4.1</b> Esquema de los puntos estratégicos de información y promoción turística iTur de la ciudad de Latacunga.....	121
<b>Gráfico N° 5.1</b> Marca iTur.....	128
<b>Gráfico N° 5.2</b> Imagotipo .....	129
<b>Gráfico N° 5.3</b> Modulación imagotipo .....	129
<b>Gráfico N° 5.4</b> Área de protección.....	130
<b>Gráfico N° 5.5</b> Tamaño mínimo de reproducción.....	130
<b>Gráfico N° 5.6</b> Colores corporativos .....	131
<b>Gráfico N° 5.7</b> Aplicaciones cromáticas para impresión solo en negro .....	133
<b>Gráfico N° 5.8</b> Aplicaciones cromáticas para impresión solo en grises .....	133
<b>Gráfico N° 5.9</b> Aplicaciones cromáticas fondo permitido café .....	133
<b>Gráfico N° 5.10</b> Aplicaciones cromáticas fondo nativo blanco.....	134

<b>Gráfico N° 5.11</b> Aplicaciones cromáticas sobre imágenes .....	134
<b>Gráfico N° 5.12</b> Aplicaciones cromáticas fondos no permitidos .....	135
<b>Gráfico N° 5.13</b> Tipografía del rotulado 1 .....	135
<b>Gráfico N° 5.14</b> Tipografía del rotulado 2.....	136
<b>Gráfico N° 5.15</b> Uso incorrecto cambio de color .....	136
<b>Gráfico N° 5.16</b> Uso incorrecto distorsión en su proporción vertical....	136
<b>Gráfico N° 5.17</b> Uso incorrecto distorsión en su proporción horizontal.	137
<b>Gráfico N° 5.18</b> Uso incorrecto eliminación de elementos.....	137
<b>Gráfico N° 5.19</b> Tarjetas de presentación iTur.....	137
<b>Gráfico N° 5.20</b> Hoja membretada iTur.....	138
<b>Gráfico N° 5.21</b> Sobre iTur.....	139
<b>Gráfico N° 5.22</b> Material digital CD .....	139
<b>Gráfico N° 5.23</b> Logo iTur.....	141
<b>Gráfico N° 5.24</b> Ubicación ESPE-L .....	142
<b>Gráfico N° 5.25</b> Esquema iTur local pequeño tamaño 1 .....	144
<b>Gráfico N° 5.26</b> Organigrama funcional del punto de información turística iTur caracterizado en la ESPE-L .....	150
<b>Gráfico N° 5.27</b> Página web iTur.....	152

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

<b>Fotografía N° 4.1</b>	Vista interior, patio principal ESPE-L .....	84
<b>Fotografía N° 4.2</b>	Vista frontal, calle Quito Gobernación de Cotopaxi	86
<b>Fotografía N° 4.3</b>	Vista interior, patio principal Casa de la Cultura .....	88
<b>Fotografía N° 4.4</b>	Vista interior, portales, jardineras y pileta del patio principal del GAD Municipal.....	90
<b>Fotografía N° 4.5</b>	Vista interior, salas de espera de pasajeros al interior del terminal terrestre.....	92
<b>Fotografía N° 4.6</b>	Vista frontal, del Aeropuerto Cotopaxi calle Amazonas .....	94
<b>Fotografía N° 4.7</b>	Vista frontal, de la estación del tren en la ciudad de Latacunga, calle Marco Aurelio Subía .....	96
<b>Fotografía N° 4.8</b>	Vista lateral, Jardineras y monumento al Dr. “Vicente León” calle General Maldonado .....	98
<b>Fotografía N° 4.9</b>	Vista frontal, Iglesia y plaza de San Agustín, calle Hermanas Paez.....	100
<b>Fotografía N° 4.10</b>	Vista lateral, iglesia y plaza de la Merced, calle Juan Abel Echeverría.....	102
<b>Fotografía N° 4.11</b>	Vista lateral, iglesia y plaza de Santo Domingo, calle Sánchez de Orellana .....	104
<b>Fotografía N° 4.12</b>	Vista frontal, eje vial 35 carretera panamericana y la intersección de la calle Río Guayas.....	106
<b>Fotografía N° 4.13</b>	Vista frontal, iglesia y plaza de Santo Domingo,	

calle Sánchez de Orellana ubicación CAPTUR .....	108
<b>Fotografía N° 4.14</b> Vista lateral, edificio el Rosal, Centro de Atención Ciudadana, calle Quito .....	110
<b>Fotografía N° 4.15</b> Vista frontal, plaza el Salto .....	112
<b>Fotografía N° 4.16</b> Vista lateral, edificio el Rosal, Centro de Atención Ciudadana, calle Quito .....	114
<b>Fotografía N° 5.1</b> ESPE-L vista frontal calle Quijano y Ordoñez.....	142
<b>Fotografía N° 5.2</b> ESPE-L vista lateral calle Hermanas Paez .....	143
<b>Fotografía N° 5.3</b> Diseño exterior iTur ESPE-L vista frontal calle Quijano y Ordoñez.....	145
<b>Fotografía N° 5.4</b> Diseño exterior iTur ESPE-L vista lateral calle Hermanas Paez.....	146
<b>Fotografía N° 5.5</b> Diseño interior iTur ESPE-L Vista 3D, izquierda puerta principal de ingreso, derecha pared y ventana a la calle principal.....	147
<b>Fotografía N° 5.6</b> Diseño interior iTur ESPE-L vista 3D, izquierda pared y ventana calle principal, sala de espera y diseño de parad con el logo ecuador ama la vida.163.....	147
<b>Fotografía N° 5.7</b> Diseño interior iTur ESPE-L vista 3D, izquierda pared y ventana calle lateral, escritorio de atención al público.....	148

## RESUMEN

El proyecto de grado tiene como fin, realizar un estudio para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de la Latacunga, caracterizando el iTur del a ESPE-L, la investigación se fundamenta en varias necesidades básicas e importantes para el desarrollo de la actividad turística, entre ellas tenemos, la correcta entrega de la información y promoción al visitante, puntos de información turística iTur interconectados en una red a los cuales podrán tener acceso el público en general que visite la ciudad y que quiera involucrarse con el turismo y las diferentes actividades en el inmersas, aquí se abarcan puntos importantes como la fundamentación teórica, que contiene las generalidades de la información y promoción turística analizada desde diferentes puntos de vista y en documentos inherentes al tema, la estructura legal y orgánica para el establecimiento de un centro de información turística, considerando el marco legal general y el marco legal específico acorde al tema, también se realiza el estudio de mercado, que tiene como objetivo determinar el grado de aceptabilidad del público con proyecto, seguidamente se recopila las fichas técnicas de las instituciones dedicadas a la actividad turística con una breve descripción en cada una y finalmente la propuesta para la implementación de un punto de información turística iTur en la ESPE-L como modelo inicial de los cuatro puntos estratégicos a ubicarse en la ciudad de Latacunga, aquí se expone los componentes como imagen corporativa, la marca, diseño exterior e interior, filosofía empresarial, página web y el organigrama de funcionamiento en coordinación con la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga.

**PALABRAS CLAVE: ESTUDIO, COORDINACIÓN, INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA, PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA ITUR, MARCA.**

## **ABSTRACT**

The graduation project aims to conduct a study to establish a network of information and promotion of tourism in the city of Latacunga, characterizing iTur ESPE-L, the research is based on several basic and important needs for the development of tourism activities, among them are the correct delivery of information and promotion visitor, tourist information points iTur interconnected in a network which can be accessed by the general public who visit the city and wants to get involved with tourism and different activities in the embedded, important points are covered here as the theoretical foundation, which contains an overview of information and tourism promotion analyzed from different points of view and documents relating to the issue, the legal and organizational structure for the establishment of a tourist information center, it considered the overall legal framework and according to the subject specific legal framework, market research, which aims to determine the acceptability of the public with the project is also done, then the data sheets of the institutions collected he dedicated to tourism with a brief description on each and finally the proposal for implementation of a tourist information iTur the ESPE-L as the initial model of the four strategic located in the city of Latacunga points presented here components such as corporate image, branding, exterior and interior design, business philosophy, and the organizational website operating in coordination with the network of information and promotion of tourism in the city of Latacunga.

**KEYWORDS: STUDY, COORDINATION, INFORMATION AND TOURISM PROMOTION, ITUR TOURIST INFORMATION POINT, BRAND.**

## **TEMA DEL PROYECTO**

ESTUDIO PARA ESTABLECER LA RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, CARACTERIZANDO EL ITUR DE LA ESPE-L

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, caracterizando el iTur de la ESPE-L.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Recopilar la información teórica que sustente el objetivo de estudio.
- Determinar la estructura orgánica y legal para el establecimiento de un iTur.
- Efectuar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptabilidad que tiene el público para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, así como de la implementación de un iTur en la ESPE-L.
- Identificar los sitios y puntos de información y promoción turística en la ciudad de Latacunga para la conformación de la Red.
- Caracterizar el iTur en la ESPE Extensión Latacunga.

## **IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN**

La ciudad de Latacunga no se encuentra organizada con una Red de información y promoción turística, en la que se involucren los principales representantes del turismo los mismos que entreguen una información interactiva y de calidad al visitante.

El propósito de establecer la Red de Información y Promoción Turística de la ciudad de Latacunga se fundamenta en varias necesidades básicas e importantes para el desarrollo de la actividad turística, entre ellas tenemos, la correcta entrega de la información y promoción al visitante la misma que sea variada de calidad e interactiva, las facilidades, herramientas, y el material suficiente abarcando a los diferentes representantes de la red así



como del iTur caracterizado en la ESPE-L, al cual podrán tener acceso el público en general que visite la ciudad y que quiera involucrarse con el turismo y las diferentes actividades en el inmersas.

Además la red y el iTur de la ESPE-L servirán como medio de información, para que futuros estudiantes tanto de la Universidad de las Fuerzas Armadas Extensión Latacunga ESPE-L como de otros centros educativos tengan a su alcance la información más fidedigna y actualizada de la ciudad y de diferentes temáticas de interés turístico de la zona.

### **HIPÓTESIS**

El establecimiento de una red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga permitirá caracterizar el iTur en la ESPE-L como un centro de información escrita y gráfica en el cantón Latacunga

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1 Información y Promoción Turística

La información y promoción turística en el país está sustentada desde que el Ministerio de Turismo del (EUADOR, 1999), propone un Plan Nacional de Competitividad Turística que perseguía un objetivo, consolidar el desarrollo y promoción del sector turístico del país. Este plan tenía como objetivo formar clústeres turísticos en las principales zonas donde existían flujos regulares de demanda turística y dotar de factores de competitividad a todos los miembros en el encadenamiento productivo para consolidar los destinos estableciendo las pautas indispensables en el desarrollo sostenible de la actividad.

Se pudieron iniciar algunas acciones que apoyaron levemente como la descentralización turística en municipios pilotos. Estas iniciativas incluyeron el desarrollo de planes estratégicos cantonales y la conformación de los consejos cantonales de turismo.

Actualmente el desarrollo turístico del Ecuador se encuentra sustentado en el (PLANDETUR, 2020), en el cual se trazan los lineamientos específicos para un turismo sostenible siendo una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.

Puntualmente entre sus objetivos generales se enmarca la información y promoción turística en el numeral 3 que señala: “Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador”

Bases estratégicas del turismo en Ecuador como proyecto 2 Red urbana de centros de asistencia al turista y centros de facilitación “Se busca optimizar los centros “iTur” de los municipios descentralizados, para generar acciones de fortalecimiento del turismo sostenible, proporcionado al visitante ayudas como casilleros, bodegajes, correos, Internet, servicio para receptor denuncias, reclamaciones y auxilio, centro de información turística, etc. Se busca brindar al turista en el destino, las facilidades para identificar los sitios turísticos, las facilidades y los servicios de manera ágil y dinámica con el soporte de información y materiales especializados.”

Con este antecedente se puede decir que la información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, páginas web, etc. (Planells, Margarita; Crespi, Montserrat, 2009)

La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

Según Ortigoza y Gómez Arreola en su libro Promoción Turística establecen el siguiente concepto: “la promoción turística es, en su más amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica”.

Se habla de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino. (Acerenza M, 2010)

Hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar por eso la importancia de la promoción turística.

Tomemos el ejemplo de Ecuador. La promoción turística de este destino puede incluir publicidades en canales de televisión de distintos países con imágenes de las playas, carteles en las calles de las capitales de todo el mundo con fotografías gigantes de las Islas Galápagos, la Amazonía los Andes, avisos en las radios con música de la marca país y el desarrollo de un portal de Internet con contenido multimedia sobre los cuatro mundos.

## **1.2 Red de información y promoción turística**

El presente proyecto nace de la idea de poder organizar a los representantes de todos los sectores involucrados en el desarrollo turístico, y que se enmarquen dentro de una Organización de Gestión de Destino (OGD), según el PLANDETUR 2020, las OGDs pueden ser de conformación voluntaria, abierta y amplia teniendo como principales objetivos:

- Potenciar los atractivos turísticos
- Propender a la creación de nuevos productos turísticos
- Ejercer una coordinación efectiva y constructiva entre diferentes instituciones y actores turísticos de las regiones
- Mejorar las condiciones de desarrollo de la actividad turística a nivel local.

Las Líneas de Producto por Destinos Turísticos Regionales del Ecuador DTRs señalan que la estructuración de destinos turísticos regionales de Ecuador y la ubicación de las líneas de producto turístico por cada destino, tienen la finalidad de orientar las prioridades de actuación frente a posibles proyectos turísticos.

La siguiente matriz permite orientar a los distintos actores del turismo para marcar sus actividades, tanto a nivel público como privado y comunitario.

- **Sector público:** permitirá considerar los proyectos de desarrollo y su financiamiento con fondos públicos según se encuentren integrados dentro de los destinos turísticos regionales y bajo alguna de las líneas de producto especificadas. Esta estructuración permitirá también organizar futuras Organizaciones de Gestión de Destinos (OGD) como entes públicos, mixtos, privados o comunitarios.
- **Sector privado:** permitirá enfocar los proyectos y empresas turísticas de acuerdo a los destinos regionales y a los productos turísticos que abarcan, de manera de contar con mayores posibilidades de financiamiento de otros organismos y de viabilidad turística y económica para su implementación.
- **Sector comunitario:** al igual que el sector privado, los proyectos y actividades de turismo comunitario contarán con criterios de desarrollo de acuerdo a los destinos y sus productos.
- **Sector de cooperación al desarrollo:** esta estructuración por destinos regionales y productos turísticos, también servirá de referencia para establecer sus prioridades de cooperación relacionadas al turismo (directa o indirectamente), tanto en lo referente a la ubicación geográfica de la misma como en lo que tiene que ver con las temáticas de ayuda en turismo.

Según las políticas generales de estado impartidas a nivel macro en ministerios e independencias gubernamentales, existe la necesidad de generar planteamientos estratégicos y un plan general de trabajo hasta el 2014, el Ministerio de Turismo creó un Plan de Marketing Turístico del Ecuador, PIMTE, 2014 para el turismo interno, separado del Plan General Estratégico de Trabajo y Promoción Turística en el Ecuador, PLANDETUR, hasta el 2020.

Los lineamientos trabajados por el MINTUR, para la promoción turística de Ecuador en el mercado interno, y el planteamiento estratégico se define en función de tres grandes grupos de estrategias:

- La Estrategia de Mercado Interno
- La Estrategia de Productos Turísticos para Mercado Interno

- La Estrategia Comercial

### **1.2.1 Objetivos de la implementación del PIMTE 2014**

- Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
- Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada

A través de la lectura de varios documentos inherentes al tema y las definiciones antes mencionadas se puede afirmar que una Red de Información Turística es la que está integrada por Entidades de Turismo que, acogen a los turistas y proporcionan información de calidad, en un conjunto integral de servicios de información turística que son homogéneos en cuanto a contenido, instrumentos soporte y mecanismos interactivos, que promocionan así la gran variedad de recursos turísticos con los que cuenta el lugar y mejoran el grado de satisfacción de los turistas.

Características:

Las características que diferencian la Red de Información Turística de otros servicios de información son: (Cansillería de Economía, Industria, Turismo y Empleo, 2012)

- Desarrollo de una imagen y una cultura corporativas para todas las oficinas integradas en la Red.
- Introducción y desarrollo de instrumentos de trabajo para la cobertura de demandas de información turística basados en métodos y tecnologías.

- Utilización de soportes y contenidos informativos homogéneos, respetando al mismo tiempo las singularidades de cada lugar.
- Formación específica del personal informador de las oficinas.
- Coordinación y apoyo técnico con la dirección turística.
- Colaboración de la Red en actividades puntuales, mejorando así la coordinación de políticas turísticas entre la administración autonómica y la local.
- Obtención de información sobre las características y preferencias de los turistas que utilizan los servicios de la Red.

### **1.3 Puntos de información turística**

De acuerdo al Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur del (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011) señala que:

Información Turística es un conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el fin de orientar y facilitar información valiosa y gratuita durante su viaje o estancia.

La información turística incluye:

- Información y orientación sobre actividades turísticas deportivas; de ocio o esparcimiento; gastronómicas; turismo patrimonial o recursos culturales tales como monumentos, iglesias o museos; y actividades de negocios como ferias y congresos.
- Información y orientación sobre la oferta turística de servicios tales como transportes, hospitales, teléfonos de asistencia, asesoría en trámites u orientación respecto a regulaciones y normativas vigentes.
- Facilitar material impreso informativo: folletos, guías y mapas.
- Ofrecer información a través de redes tecnológicas de información e información audiovisual.

Las oficinas de información turística se definen como aquellos servicios públicos dependientes y creados en general por una administración pública directamente, o bien en colaboración con otras entidades, que tienen como

objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes, así como organizar la coordinación, promoción y comercialización de los productos turísticos de su demarcación territorial. (Planells, Margarita; Crespi, Montserrat, 2009)

Un iTur entonces, es un Centro Gratuito que opera a través de una plataforma múltiple de atención: red de socios estratégicos (Gobiernos autónomos descentralizados).

En los últimos años, el crecimiento turístico en general y la demanda de servicios de información turística local, comunitaria y nacional han hecho aumentar y proliferar el número de oficinas de turismo, servicios de información durante las épocas de más afluencia turística en toda la geografía nacional.

Las oficinas de información turística son instituciones de mucha importancia para la diversificación del viaje, sus servicios son necesarios, y el objetivo principal es suplir los déficits de información turística de los lugares más visitados.

En cuanto a las funciones y servicios generales que ofrece una oficina de turismo de acuerdo a (Planells, Margarita; Crespi, Montserrat, 2009) se señalan las siguientes:

- Proporcionar información sobre todos aquellos servicios que necesita un visitante para realizar un viaje, excursión o visita, y gozar de sus días de vacación.
- Facilitar información sobre datos, direcciones y servicios de interés, como embajadas, consulados, oficinas de información, policía, servicios sanitarios, documentación, seguros, etc.
- Facilitar información y orientación sobre la oferta turística de la comunidad o de la ciudad: transporte, alojamiento, restauración, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, etc.
- Facilitar información y orientación sobre los recursos turísticos: monumentos, museos, rutas, visitas, excursiones, con los contenidos explicativos, horarios, precios de las entradas, localización de rutas, etc.



- Facilitar información y orientación sobre actividades turísticas culturales, recreativas, deportivas, de ámbito local, regional, nacional, etc.
- Facilitar material informativo y de propaganda gratuito o de pago sobre los servicios, como carteles, folletos, planos o mapas.
- Facilitar información sobre la prestación de los servicios turísticos y su regulación legal.
- Atender la recogida y atención de quejas y reclamaciones.
- Facilitar datos informatizados a través de servicios de internet o páginas web.

#### **1.4 Metodología para implementación de puntos de información turística iTur.**

El (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011), organismo rector de las actividades turísticas del país, promueve un tipo de turismo consciente, a través de la ejecución de programas especificados en el PLANDETUR 2020, que es la herramienta para la gestión y desarrollo del turismo en el país.

El PLANDETUR incluye entre sus estrategias, la ejecución del Programa de Facilitación Turística, mismo que tiene como uno de sus objetivos, optimizar los Puntos de información turística iTur ya existentes, manteniendo como socios estratégicos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GADs.

La gestión para la creación de los Puntos de Información Turística arrancó en el Ecuador en el año 2002, cuando se inició la suscripción de los convenios para sus primeras implementaciones.

En la actualidad, la red de Puntos de Información Turística aún no opera en su totalidad y en algunos casos aún no poseen las facilidades, mobiliario, herramientas y material suficiente para prestar el servicio a cabalidad.

La necesidad de ofrecer un servicio de información turística de calidad sobre los atractivos, facilidades y ofertas de nuestro país, se hace cada vez más imperante.

Para satisfacer las cada vez más exigentes demandas de los turistas a nivel nacional e internacional, se debe normar y regir la participación de cada iTur a nivel nacional, mismos que desde hoy, deberán ofrecer calidad, tecnología, unidad de imagen, personal capacitado en todas las áreas de turismo y un ambiente moderno y acogedor.

#### **1.4.1 Estudio y análisis de elementos**

Al diseñar y crear nuevos productos, tratamos de resolver también la fase de construcción; y los materiales son el soporte físico de la invención.

No se puede inventar en abstracto, en el vacío; hay que conocer las propiedades y características de los materiales y, cuando inventamos, lo hacemos teniendo el material muy presente.

El conocimiento de los materiales, sus propiedades y características, es importante porque nos permite elegir productos adecuados y usarlos de forma más segura y eficaz. La madera, por ejemplo, está impregnada por la naturaleza cálida, vegetal y al mismo tiempo durable de este fabuloso material.

La comunión entre los materiales escogidos, los colores, la ubicación de los elementos y su orden, la señalización, la renovación de la estética y nueva imagen del local, refleja la personalidad y el carácter del lugar, que es lo que intentamos conseguir para proyectar la sencillez étnica de los ecuatorianos, conjugado con su actual nivel de modernismo.

Luego de investigar, estudiar y analizar los elementos que nos podrían servir para el nuevo concepto y la decoración del iTur, fabricación del mobiliario y tapizado, nos inspiraron algunos netamente ecuatorianos que, por sus factibilidades de durabilidad, resistencia, funcionalidad, buen acople y estética, son los que utilizaremos en el presente manual.

##### **a. Imagen**

La imagen es una filosofía que regula el comportamiento de las marcas, es la manera por la cual se trasmite quiénes somos, qué somos, qué

hacemos y cómo lo hacemos; es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

Para mantener un cierto estilo, debemos procurar reglamentar todas las expresiones en las que se mezcla esta imagen, y dar las disposiciones para los distintivos externos e internos (señalización), los escaparates o vitrinas, los soportes de información y las estructuras expositivas (decoración de las oficinas y colores dominantes). Uno de los más importantes requisitos dentro de la construcción de una marca, es el isotipo, que se fundamenta en reflejar la personalidad del servicio o producto.

### **b. Identidad**

El tema de la identidad es hoy de gran relevancia; en efecto, su estudio implica un minucioso trabajo de autopercepción y percepción externa. Identidad es la respuesta a las preguntas quién soy, qué soy, de dónde vengo, hacia dónde voy. Pero el concepto de identidad apunta también a qué quiero ser.

Es posible definir una identidad iTur más amplia que la actual, que permita expresar mejor lo que somos, no desde un punto de vista general, sino profundizando en temas precisos como: porqué utilizar ciertos colores que evocan Ecuador, qué materias primas son adecuadas para mostrar nuestra naturaleza, usar texturas que transporten a los turistas palpar y sentir lo que somos y qué tipo de decoración permite relacionar nuestra historia, biodiversidad y nuestra evolución.

### **c. Globalidad “Menos es más”**

El minimalismo es la tendencia de la arquitectura que se aplicara en los iTur, caracterizada por la extrema simplicidad de sus formas puras y por una tendencia a la monocromía en los suelos, techos y paredes; que dan gran importancia al concepto de espacio, amplitud y dan la bienvenida a los materiales ecológicos.

Al final son los accesorios los que le dan un toque de color al lugar. Es exactamente este lenguaje de modernidad internacional el que,

conjuntamente con nuestra propia identidad, queremos expresar en un iTur, transmitirle al turista y crear una sensación de placer al ingresar en cada uno de los Puntos de Información Turística.

Cada Punto iTur contará con lo estrictamente necesario para atender al turista, mostrar material impreso y souvenirs, invitarlo a la comodidad integral y ofrecerle paz visual para lograr su objetivo. Continuar visitando el hermoso Ecuador.

#### **d. Accesibilidad “iTur para todos”**

La accesibilidad es una de las metas del servicio de un iTur y un derecho que se debe ofrecer, en el grado en el que todas las personas puedan utilizar un soporte informativo, acceder a un servicio fácilmente, encontrar y visitar el lugar de manera segura, confortable y autónoma; en fin, brindar un acceso físico, cultural, sensorial e informativo.

Ubicar correctamente los elementos, soportes tecnológicos, mobiliario, señalética y demás cualidades y características del entorno, es parte de un diseño ambiental, y es lo que facilitará las condiciones de la visita a un iTur.

Principios del diseño universal de un iTur:

- Flexibilidad: el diseño debe poder adecuarse a un amplio rango de tamaños y espacios ya existentes.
- Simple e intuitivo: el diseño y ubicación de elementos debe ser fácil de entender para el turista.
- Información fácil de percibir: el diseño y simbología debe ser capaz de mostrar información, independientemente de la procedencia o idioma del turista.
- Dimensiones apropiadas: los tamaños y espacios deben ser apropiados para el alcance, manipulación y uso por parte del turista.

#### **e. Funcionalidad**

En toda experiencia verdadera del diseño arquitectónico interior, la forma viene determinada por su función, adecuándose perfectamente a ella.

La funcionalidad existencial, tal vez una de las más importantes; es aquella que brinda al hombre un lugar agradable para existir, y es lo que busca un iTur para sus turistas.

La funcionalidad técnica, por su parte, es la perfecta adecuación de la forma de los muebles y demás elementos de decoración, a la función de los mismos; para así ofrecer al turista el universo de posibilidades de un iTur, a su cómodo y fácil alcance.

Por otro lado, la experiencia racional que se llevarán los turistas que visiten un iTur, se relaciona directamente con la funcionalidad de todos los espacios, elementos, distribución y servicios en su interior.

#### **f. Simplicidad**

La simplicidad, que no es simpleza, es uno de los fundamentos del diseño visual de calidad.

Un diseño complicado en un iTur, aunque resuelva una necesidad de mostrar más información, requiere un exceso de energía y tiempo por parte del turista y no es lo recomendable para su confort.

La aceptación y el interés por la simplicidad a nivel internacional, tienen un componente cultural importante, por ello si pretendemos conjugar funcionalidad y diseño de forma efectiva, hoy en día no podemos ignorar la simplicidad. Simplicidad en los materiales, en los colores neutros y sobrios, en la básica geometría de los elementos metálicos, en la pureza la naturaleza y en una distribución clara y fácil.

#### **g. Seguridad**

Seguridad, al ser el conjunto de medidas y acciones para proteger un ente contra determinados riesgos a los que está expuesto, podemos afirmar que los iTur necesariamente requieren de ciertas medidas de seguridad debido a los múltiples elementos que contiene en su interior; tales como elementos exhibidos, información almacenada física (impresos) y digitalmente (archivos en computadoras) y equipos electrónicos.

Pero el concepto de seguridad es muy amplio y también incluye la forma en que está construida la oficina, local o casa en la que funciona el iTur. Por la misma seguridad de quienes trabajan y de los turistas que acuden a un iTur, la plataforma arquitectónica de seguridad es un componente muy significativo y debe revisarse que contenga cimentaciones y bases seguras, paredes estables, techos en buen estado para soportar el clima, ventanas y puertas protegidas.

El mobiliario a utilizar para escritorio, exhibidores o credenzas (archivador horizontal), también requiere de seguridad en sus puertas y/o cajones.

Se debe tomar en todos los casos y a nivel nacional, las medidas adecuadas para eliminar los posibles riesgos existentes.

#### **1.4.2 Definición de la marca**

Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

La marca, en nuestro caso, es el isotipo que identifica lo que se ofrece en cada uno de los Puntos iTur, y esto es: información turística.

La condición asociativa de la marca es un poderoso instrumento. La originalidad, la simplicidad y el valor de la fuerza del impacto visual y racional, contribuyen a la constante re-impregnación de la marca en la memoria colectiva y se convierte en un símbolo de fácil ubicación en el universo de símbolos.

**ISOTIPO:** Es la representación gráfica de un objeto, que es un signo-ícono. A nivel internacional encontramos que en muchos países de todos los continentes se utiliza el mismo isotipo con un sinnúmero de variantes en color y tipografía para el servicio de información turística. (Ver anexo N° 1)

Se ha optado por proponer una renovación y modernización de este mismo isotipo, buscando una previa recordación e identificación de los turistas.

Isotipo para los iTurs

El isotipo, es el elemento fundamental de un proyecto de identidad.

El isotipo iTur deberá considerar los siguientes aspectos:

- Flexibilidad.- No sólo encaja con los lineamientos centrales de la marca, sino también con nuevos productos o extensiones de la línea.
- Conexión.- Se acopla fácilmente con los mercados meta. No muy moderno para consumidores conservadores, no muy conservador para mercados modernos.
- Sustentabilidad.- Una gran cantidad de marcas actualiza sus logotipos cada 20 años, por tanto es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto pronto.

### **1.4.3 Categorización y diseño de los iTur actuales por tamaños y tipo de espacio**

#### **a. Categoría por Tipos de Espacio (Ver anexo N° 2)**

- **Local tipo A - Local cerrado**

Estos son locales que actualmente se encuentran en el interior de edificios municipales, edificios de otras instituciones o en centros comerciales y no tienen su fachada frontal hacia la calle pero que funcionan de manera independiente a otros locales.

Su particularidad es que requieren de una señalización externa, es decir que dé a la calle para que el transeúnte lo vea, y otra señalización interna, al ingreso de la oficina o local, para identificación puntual del establecimiento.

- **Local tipo B - Oficina compartida**

Estos son locales que se encuentran en espacios abiertos interiores dispuestos para diferentes funciones.

Son en su mayoría esquinas, counters o quioscos que comparten el área con otras oficinas municipales, con otras instituciones e inclusive con salas de actos y capacitaciones.

Su señalización interna es muy específica ya que no poseen paredes ni puertas de ingreso.

Su señalización externa deberá comunicar al transeúnte la existencia de un Punto iTur dentro del edificio.

- **Local tipo C - Local abierto**

Estos establecimientos están concebidos única y exclusivamente para dar servicio informativo turístico. Se los distingue desde afuera.

Existen todo tipo de formas, estilos y fachadas, para lo cual se trabajará una línea específica de señalización que servirá para identificar el Punto iTur desde una distancia prudente.

## **b. Categoría por Tamaños de Local**

Basados en el análisis de los locales existentes en la actualidad se pueden determinar 3 categorías de oficinas: (Ver anexo N° 3)

- ✓ Aquellas de espacio muy reducido
- ✓ Aquellas de espacio moderado
- ✓ Aquellas de espacios cómodos que permiten brindar más servicios al turista.

Se categorizan de la siguiente manera:

- **Local tamaño 1 - Pequeño (10 a 20 m2)**

Son locales muy básicos en contenido, pero que deben manejar la misma imagen de todos los otros locales.

Además del tamaño, estos locales se caracterizan por sus pocos recursos para poder operar. Es por ello que los elementos serán los estrictamente necesarios.



Todas las oficinas de esta dimensión deberán contar con:

- ✓ 1 escritorio
- ✓ 2 credenzas (archivador horizontal bajo) con panel posterior
- ✓ 1 panel especial para folletería
- ✓ 1 silla para el informante
- ✓ 2 sillas de visita

Más decoración vinílica en la pared y adicionalmente cualquier planta ornamental que se desee colocar. Los locales más grandes de este mismo rango, podrán disponer de una pequeña sala de espera. Un par de elementos podrán repetirse o recortarse, pero generalmente la variación será mínima.

- **Local tamaño 2 – Mediano (21 a 30 m2)**

Estos locales permiten atender más cómodamente y con mayores servicios al turista y están concebidos para dar un mayor apoyo informativo.

Poseen un escritorio adicional, un punto de información digital y un mueble para folletos más provisto.

Es decir que todas las oficinas de esta dimensión deberán contar con:

- ✓ 2 escritorios
- ✓ 2 credenzas (archivador horizontal bajo) con panel posterior
- ✓ 1/2 mueble especial para folletería
- ✓ 2 sillas para el informante
- ✓ 4 sillas de visita.
- ✓ 1 panel con touchscreen
- ✓ 1 panel gráfico
- ✓ 1 salita de espera

Más decoración vinílica en la pared y adicionalmente cualquier planta ornamental que se desee colocar.

Un par de elementos podrán repetirse o recortarse, pero generalmente la variación será mínima.

Las instalaciones más grandes, además de ofrecer mayor comodidad a los turistas, también dispondrán de mayor campo de acción ya que habrá más espacio para ubicar un par de credenzas adicionales para archivo de material.

- **Local tamaño 3 - Grande (31 m2 o más)**

Por su espacio, estos locales tienen todos los servicios que busca el visitante y por ende permite disponer todo el mobiliario, decoración y elementos comunicacionales de manera más útil y estética.

Estas oficinas ya disponen de todo lo necesario para dar un servicio completo, incluyendo un punto adicional de atención, una vitrina para exhibición y/o venta de productos y en algunos casos de una sala de reunión y/o capacitación.

Todas las oficinas de esta dimensión deberán contar con:

- ✓ 3 escritorios
- ✓ 3 sillas para el informante
- ✓ 6 sillas para visitas
- ✓ 2 credenzas (archivador horizontal bajo) con panel
- ✓ 2 credenzas (archivador horizontal bajo) sin panel
- ✓ 1 mueble completo para folletería
- ✓ 1 sala de espera
- ✓ 1 panel gráfico y otro de touchscreen
- ✓ Vitrina(s) para productos

Más decoración vinílica en la pared y adicionalmente cualquier planta ornamental que se desee colocar.

Un par de elementos podrán repetirse o recortarse, pero generalmente la variación será mínima.

### **c. Categorías Especiales:**

Oficinas o locales especiales: Aquellas que tienen estructuras completamente distintas a las de una casa o edificio normal.

Islas y counters: Aquellas estructuras fabricadas especialmente para ubicar en centros comerciales o terminales de transportes; y estructuras más pequeñas en casos de espacios más pequeños, fracción de la isla. (Ver anexo N° 4)

### **1.4.4 Implementación de los elementos de imagen de los iTurs**

Como primera norma para implementar una fachada iTur, se deberán retirar todos los elementos comunicacionales anteriores y limpiar la fachada de toda pieza, afiche, grafiti, rótulo o vinil adhesivo que perjudique la imagen resanar fallas de las paredes y pintar de blanco. (Ver anexo N° 5)

#### **a. Fachadas**

Contiene:

- ✓ Rótulo superior (caja de luz)
- ✓ Rótulo bandera (caja de luz)
- ✓ Vitrina de vidrio transparente despejada y de líneas modernas
- ✓ Vinil adhesivo (opaco, no transparente) sobre vidrio con:
  - Foto en grande referente a la ciudad o región
  - Sección del logo ECUADOR AMA LA VIDA en grande
- ✓ Textos:
  - Ama la vida
  - Ecuador
- **Normas de fachada local tipo A (cerrado)**

Instructivo:

- ✓ Blanquear paredes y/o columnas que estén de otro color u otro material.
- ✓ Utilizar cajas de luz en los letreros y si el espacio lo permite, usar el rótulo bandera o totem.

- ✓ Utilizar espacios definidos, como paredes y ventanas, para colocar la gráfica siguiendo los principios del local tipo.
- ✓ No colocar ningún otro tipo de elementos decorativos o informativos, fuera de los espacios previstos y normados para esta función en el presente manual.

- **Normas de fachada local tipo B (oficina compartida)**

Instructivo:

- ✓ Blanquear paredes y/o columnas que estén de otro color u otro material.
- ✓ Utilizar cajas de luz en los letreros y si el espacio lo permite, usar el rótulo bandera o totem.
- ✓ Utilizar espacios definidos, como paredes y ventanas, para colocar la gráfica siguiendo los principios del local tipo.
- ✓ No colocar ningún otro tipo de elementos decorativos o informativos, fuera de los espacios previstos y normados para esta función en el presente manual (paneles).

- **Normas de fachada local tipo C (local abierto)**

Instructivo:

- ✓ Blanquear paredes y/o columnas que estén de otro color u otro material.
- ✓ Utilizar caja de luz para el letrero, el rótulo bandera y si el espacio lo permite el totem.
- ✓ Utilizar espacios definidos, como paredes y ventanas, para colocar la gráfica siguiendo los principios del local tipo.
- ✓ No colocar ningún otro tipo de elementos decorativos o informativos, fuera de los espacios previstos y normados para esta función en el presente manual. (Paneles)

(Ver anexo N° 2)

## **b.- Señalización exterior**

- **Normas de rotulación exterior**

(Ver anexo N° 6)

✓ **Totem**

Este elemento deberá utilizarse en aquellos espacios abiertos cuyas normas de ciudad o del lugar donde puede ser colocado lo permita.

Su función es el de permitir visualizar el Punto iTur desde la distancia.

Su tamaño depende del lugar donde se lo ubique y debe ser suficientemente alto y grande para su visualización.

El Totem está fabricado en estructura de hierro que servirá de base para la caja de luz.

Los laterales deberán ser de latón pintado en color aluminio y muy bien acabado.

La lona para exteriores deberá ser impresa a una resolución de 1440 dpi, con acabado UV para prolongar la vida útil del rótulo a la intemperie.

En ningún caso el tamaño del Totem podrá ser inferior al punto de que el isotipo iTur mida menos de 30 cm., ni mayor a 80 cm.

✓ **Rótulo**

Esta señalización es la más importante y debe estar ubicada encima de la entrada principal, en cualquiera de los tipos de fachada.

Su tamaño depende del lugar donde se lo ubique y debe ser suficientemente grande para su correcta visualización.

Existen 2 tipos de rótulo:

1.- Para fachadas de frente amplio, se colocará un texto más completo: iTur información turística

2.- En fachadas más angostas sólo se colocará el texto que diga: iTur

3.- La versión invertida sólo deberá usarse cuando el diseño de rótulos consecutivos obligue a alternar las direcciones.

El rótulo debe ser una caja de luz con laterales de latón pintado en color aluminio y muy bien acabado.

La lona deberá ser impresa a una resolución de 1440 dpi, con acabado UV para prolongar la vida útil del rótulo a la intemperie.

### c.- Normas de tipografía rotulación

En todos los elementos de identificación de los iTur, tanto externos como internos, los textos deberán aplicarse con la familia tipográfica de la marca ECUADOR.

- Helvética Neue

De la extensa gama de versiones tipográficas de la Helvética Neue se usarán únicamente las 6 más importantes:

- ✓ Light
- ✓ *Light Italic*
- ✓ Regular
- ✓ *Regular Italic*
- ✓ **Bold**
- ✓ ***Bold italic***

La palabra iTur deberá ser aplicada con la tipografía:

- **Helvética Neue Bold**

# iTur

Mientras que los textos que le sigan en la señalización, para mayor contraste y diferenciación comunicacional, se manejarán con:

- Helvética Neue Light

- información turística

### d.- Normas gráficas exteriores

Estas gráficas están compuestas por 4 partes:

- ✓ El isotipo de Ecuador
- ✓ El elemento que distingue la zona turística donde se encuentra el Punto iTur.
- ✓ Texto de AMA LA VIDA
- ✓ Texto de ECUADOR

Los textos deberán ser fabricados en plotter de corte:

- Sobre vinil BLANCO, en vidrios
- Sobre el azul ECUADOR (Azul Vivo 2630-09) en paredes blancas.

Tanto la gráfica identificativa de la zona como el isotipo de ECUADOR, deberán ser impresos en vinil adhesivo a 1440 dpi con protección UV para prolongar la vida útil de la gráfica al sol y será recortado para dejar vaciado los espacios entre los colores.

En el caso de no disponer de mucho espacio en el frente del local, se deberá intentar colocar por lo menos:

- ✓ El isotipo de ECUADOR
- ✓ Texto de ECUADOR
- ✓ (Ver anexo N° 7)

#### **e.- Arquitectura interna**

- **Normas arquitectónicas**

Es fundamental iniciar la implementación de la imagen de los Puntos iTur con un local neutro. Es decir, que deberá tener colores blancos, grises o madera, evitando la presencia de otros colores. (Ver anexo N° 8)

Evidentemente se tratará de incurrir en la menor inversión posible.

- **Mobiliario**

- ✓ **Muebles de madera**

Resulta casi imposible resistirse a la belleza de la madera. Su calidez es un fiel sinónimo de la naturaleza.

Ecuador es reconocido a nivel internacional por la excelente calidad de su madera y sus manufacturas.

Por ser fáciles de encontrar en todo el Ecuador, su resistencia a los diferentes climas y sus múltiples características, se sugiere la madera de seike y de laurel para la construcción del mobiliario de los iTur. (Ver anexo N° 9).

✓ **Seike**

Es una especie que por sus características y usos similares a los del Cedro y Caoba, tiene gran demanda por parte de varios sectores. Es una madera de uso múltiple en construcciones livianas, chapas decorativas, muebles y carpintería en general. En general el Seike es una madera buena para trabajar; no ofrece resistencia a la penetración de clavos y existen buenos resultados.

✓ **Laurel**

La madera de Laurel es una madera liviana ampliamente utilizada en la industria.

Su dureza, excelente trabajabilidad y alta durabilidad, son algunas de las características que la hacen apropiada en la fabricación de muebles, acabado interior y exterior, carpintería en general y construcción interior, ebanistería, chapa y contrachapado.

✓ **Muebles para touch screen**

Este elemento será muy importante para la comunicación de los iTurs. Igualmente tendrá que conservar la identidad de toda la decoración e imagen de los locales.

Sus funciones comunicacionales y de conexión digital pueden variar, por ende sus dimensiones y aditamentos.

Sin embargo en su generalidad, tanto las formas como los elementos deberán mantener esta presentación.

Se contempla que tenga laterales desmontables para poder acceder a los equipos electrónicos internos. Su estructura debe ser de metal, sobre el cual se colocará un recubrimiento de madera para dar la apariencia deseada.



✓ **Sillería**

La sillería debe ser moderna. Sin embargo la tapicería debe obligatoriamente ser hecha con tejidos locales.

La tela debe ser de algodón grueso tipo “hamaca”. Los colores de todas las tapicerías del local deben obedecer al patrón regional que se maneja con la imagen de los “destinos” del ECUADOR.

Ejemplo: Para los puntos iTur ubicados en la amazonía, toda la tapicería deberá ser en tonos verdes.

● **Decorado de la pared principal**

Al momento de implementar la decoración se deberán identificar las 2 paredes internas más importantes del local. (Ver anexo N° 10)

Una de ellas deberá manejar la gráfica institucional que consiste en 2 elementos:

- ✓ El texto de AMA LA VIDA, debe aparecer en los diferentes idiomas. La versión en inglés es la única que resalta en color rojo. Su tamaño debe ser considerable en el espacio previsto para este.
- ✓ El isotipo de Ecuador deberá manejarse igualmente con un tamaño considerable, que incluso no quepa en la pared.

● **Textos AMA LA VIDA**

Estos textos deberán estar, en la medida de lo posible, del lado izquierdo de la pared prevista para esta imagen institucional. En el caso de que no sea posible se deberá utilizar la versión alineada a la derecha.

Estará totalmente ubicado hacia la esquina de la pared izquierda, incluso podrá ser cortado en uno de sus costados siempre y cuando sólo se corte una fracción de la letra sin que se pierda la perfecta lectura de la frase.

Si se usa la versión diestra, se mantendrán los mismos conceptos de apego a la pared y el recorte del lado derecho.

Estos textos deberán ser fabricados con plotter de corte en vinil adhesivo.

#### - **Isotipo ECUADOR**

Por el tamaño de este elemento, es muy probable que vaya a requerir ser cortado en alguno de sus costados.

Se aplican tres normas fundamentales:

- Mantener el centro del isotipo intacto
- Dejar por lo menos uno de sus costados intacto
- Se mantendrá por lo menos el 40% de su contenido visual, no menos que ello.

Deberá ser impreso en vinil adhesivo a 1440 dpi con protección UV para prolongar la vida útil de la impresión y recortado para vaciar los espacios blancos entre los colores.

#### ● **Decorado de las paredes restantes**

Cada elemento en el interior tendrá un soporte específico:

- ✓ Gráficas: marco decorativo en ambas maderas
- ✓ Corcho para información general: alineado a la estética general con el mismo marco de los cuadros.
- ✓ Mapa del Ecuador o de la región: alineado al mismo estilo de los marcos
- ✓ Soporte para la pantalla de plasma o led: alineado al mismo estilo de los marcos
- ✓ Existen varias alternativas para poder usar, según la necesidad.
- ✓ En espacios donde existan más de 3 paneles se deberán alternar el color de la madera.

#### f.- **Señalización interior**

##### ● **Normas de señalización interna**

Dentro de las oficinas existirán pocos elementos señaléticos. Sin embargo es importante establecer una estructura para que éstos y otros

elementos señaléticos puedan ser reproducidos en el futuro, conservando la identidad de marca de los iTurs. (Ver anexo N° 11)

La fijación se la realizará con cemento de contacto sobre la superficie lisa.

La tipografía a utilizarse es: Helvética Neue Bold para los textos en español.

Helvética Neue Light para los textos en inglés.

### **1.5. Turismo en Internet**

Sin lugar a dudas, en la actualidad, no se encuentran tecnologías de información que impacten tanto al sector turístico como lo hace Internet, la cual ha cambiado los esquemas de comercio y de competencia en forma global.

La Reunión de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo, de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2011), establece que el sector turístico está aprendiendo rápidamente que Internet puede satisfacer mucho mejor que cualquier otra tecnología actual la necesidad de los usuarios de recibir información de calidad que sea confiable.

Más que ningún otro medio, Internet y la interactividad que lleva consigo permiten a la gente encontrar información con rapidez y exactitud sobre cualquier destino o actividad de esparcimiento que le interese. Los consumidores esperan obtener, gracias a Internet, información instantánea y, cada vez más, la posibilidad de utilizar la Red; concebir o adaptar a su conveniencia el producto turístico que buscan y pagarlo en línea. (PLUIG Adela, 2009)

## 1.6 Estrategias de marketing para empresas de servicio

Al igual que en el sector manufacturero, las buenas empresas de servicios utilizan el marketing para adquirir un posicionamiento fuerte en los mercados objetivo seleccionados. Los hoteles Ritz-Carlton se posicionan como la oferta de una experiencia memorable que deleita los sentidos, infunde bienestar, y satisface todos los deseos y las necesidades de los huéspedes. Estas y otras empresas de servicio establecen su posicionamiento con actividades de marketing tradicionales.

Sin embargo, como los servicios son diferentes de los productos, suelen requerir enfoques de marketing adicionales. En una empresa manufacturera, los productos suelen estar bastante estandarizados y pueden esperar para los consumidores en las góndolas de los puntos de venta. Sin embargo, en el sector servicios, un consumidor y un empleado de primera línea de la empresa prestadora del servicio interactúan durante el servicio. La interacción efectiva, por su parte depende de la capacidad del empleado de primera línea de la empresa prestadora del servicio y de los procesos que le respaldan. (KOTLER, Philip, 2004)

- **La cadena servicio-beneficio**

Las principales empresas de servicios concentran su atención tanto en los consumidores como en los empleados. Éstas entienden a la perfección la cadena servido-beneficio, que vincula los beneficios de la empresa prestadora del servicio con la satisfacción del empleado y con la del cliente. Esta cadena tiene cinco eslabones:

- ✓ Calidad interna del servicio: buena selección y formación de personal, entorno de trabajo de calidad y apoyo a los trabajadores que tratan con clientes, lo que conduce a:
- ✓ Empleados satisfechos y productivos: empleados más satisfechos, fieles y trabajadores, lo que supone:
- ✓ Mayor valor del servicio: mayor generación de valor para el cliente y prestación más eficaz del servicio, lo que conlleva :

- ✓ Clientes fieles y satisfechos: clientes satisfechos que permanecen fieles, repiten sus compras y extienden la reputación de la empresa prestadora del servicio, lo que conduce a:
- ✓ Sustanciales beneficios y crecimiento: mayor rentabilidad de la empresa.

Por lo tanto, para conseguir los objetivos de crecimiento y beneficios se debe comenzar por cuidar de quien cuida a los clientes.

**El marketing interno.-** Supone que la empresa de servicios debe formar y motivar adecuadamente a sus empleados fijos y apoyar a las personas que trabajan en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes. Los especialistas de marketing deben hacer que todos dentro de la organización se centren en los clientes.

**El marketing interactivo.-** Supone que la calidad del servicio depende en gran medida de la calidad de la interacción comprador-vendedor durante la prestación del servicio. En el marketing de productos, la calidad no suele depender de cómo se obtiene el producto, pero en el marketing de servicios, la calidad del servicio depende tanto del prestador de servicios como de la cantidad de la prestación. Los especialistas de marketing de servicios deben, por tanto, desarrollar habilidades de interacción de marketing.

En el mercado actual, las empresas deben saber cómo hacer que la interacción con el cliente no sólo suponga un buen contacto sino que además vaya acompañada de la tecnología más eficiente.

De este modo, el centro de información y promoción turística de la ESPE-L se encargara de seleccionar a las personas que se preocupan por las personas y las capacitará meticulosamente en el arte de interactuar con los clientes para satisfacer todas y cada una de sus necesidades.

- **Gestión de la diferenciación del servicio**

Las empresas de servicios pueden diferenciar la prestación de su servicio con un personal capacitado y fiable para los distintos contactos con los clientes, desarrollando un entorno físico superior en el que se preste el servicio o diseñando un mejor proceso de prestación. Por ejemplo,

muchos bancos ofrecen a sus clientes banca a través de Internet como una forma de acceso más cómoda, en lugar de tener que conducir, aparcar y esperar la cola.

Por último, las empresas de servicios también pueden diferenciar su imagen mediante símbolos y marcas. El Harris Bank of Chicago adoptó el león como su símbolo para los artículos de papelería, para su publicidad e incluso como animales de peluche para regalar a los nuevos clientes. El conocido león del banco Harris ofrece al banco una imagen de fuerza.

- **Gestión de la calidad del servicio**

Una de las mejores formas de diferenciación para la empresa es ofrecer, permanentemente, más calidad que sus competidores. Al igual que en el sector manufacturero, las empresas de servicios se han unido a la tendencia de la calidad orientada hacia el consumidor. Y como los fabricantes por productos, los proveedores de servicios deben identificar las necesidades del público objetivo relativas a la calidad del servicio. Desafortunadamente, la calidad del servicio es más difícil de definir y calcular que la calidad de un producto. Por ejemplo, resulta más complicado llegar a un acuerdo sobre la calidad de un corte de pelo que sobre la calidad de un secador de pelo. La retención a clientes es, quizás, la mejor unidad de medida para la calidad: la capacidad de una empresa servicios para conservar a sus clientes depende de la consistencia con que genere valor para ellos.

De hecho, un buen restablecimiento del servicio puede conseguir más compra y fidelidad por parte de los clientes que si todo hubiese ido bien desde el principio. Por eso, las empresas deben tomar medidas no sólo para ofrecer siempre un buen servicio, sino también para recuperarse de los errores que puedan tener lugar.

- **Gestión de la productividad del servicio**

Debido a un aumento de los costes, las empresas de servicios reciben mucha presión para aumentar la productividad. Pueden conseguirlo de varias formas. Los prestadores de servicios pueden formar mejor a sus

empleados o contratar a otros que trabajen más duro y con más capacidad. O pueden aumentar la cantidad del servicio en detrimento de la calidad. El prestador puede "industrializar el servicio", añadiendo maquinaria y estandarizando la producción. Por último, la empresa de servicios puede aprovechar el poder de la tecnología. Aunque es frecuente pensar que la tecnología ahorra tiempo y dinero en la industria, también tiene un gran potencial, generalmente sin descubrir, para hacer más productivo el trabajo de las empresas de servicios.

Sin embargo, las empresas deben evitar forzar la productividad tanto que la calidad se va reducida sobremanera. Los intentos de industrializar un servicio o de reducir los costes pueden hacer que la eficacia de la empresa aumente, pero sólo a corto plazo. A largo plazo, se reducirá su capacidad para innovar, mantener la calidad del servicio, o responder a las necesidades y deseos de los consumidores. (KOTLER, Philip, 2004)

## **CAPÍTULO II**

### **ESTRUCTURA LEGAL Y ORGÁNICA PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

#### **2.1 Marco Legal General**

Para establecer una red de información y promoción turística en la ciudad de Latacunga, es necesario enfocarse en un marco legal que sostenga este proyecto de investigación, ya que puede haber legitimidad en el problema por parte de los pobladores e investigador para legalizar la ejecución e implementación.

Por consiguiente es oportuno tener una fundamentación legal, la cual será la base para que este proyecto de investigación surja e instaure una lógica que explique cómo se desarrolla el problema, y qué ha hecho el Estado ecuatoriano a nivel jurídico.

##### **2.1.1 Constitución del Ecuador**

De manera que, la Constitución del Ecuador, aprobada en el 2008 en Montecristi, en el Art. 14 promueve un Ambiente Sano, ya que “reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” y en la sección tercera la Comunicación e Información (Constitución del Ecuador, 2008), de igual manera haciendo referencia al tema tratado la información y comunicación que vela en cada uno de sus artículos por los derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, de las personas usuarias y consumidoras.

Por lo tanto la constitución garantiza el desarrollo social de los ciudadanos en un ambiente libre de contaminación para que su salud y bienestar no queden afectados, por la desorganización institucional que tiene un país.



Desde otro punto de vista la constitución también fomenta la auto-sostenibilidad de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), ya que en el Art. 267 numeral 4 se busca “Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente”. (Constitución del Ecuador, 2008). Esto quiere decir que cada GAD, tiene como objetivo la creación de proyectos que vinculen a la comunidad, y debe ser participe activa de los diferentes cambios sociales que se dan en su Municipalidad.

Los GADs están compuestos por juntas parroquiales rurales, concejos municipales, concejos metropolitanos, consejos provinciales y consejos regionales. Cada gobierno tiene una plena autonomía política, administrativa y financiera, además están regidos por los principios “de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana” (Constitución del Ecuador, 2008).

### **2.1.2 Ley de Descentralización del Estado y de Participación Social**

Por otro lado la ley de descentralización del Estado y Participación Social “busca ejecutar los procesos de descentralización y desconcentración de las entidades y dependencias del Estado para promover la participación social en la gestión pública”. (Ley de Descentralización del Estado y de Participación Social, 2008).

### **2.1.3 Plan de Desarrollo del Buen Vivir 2011-2013**

Es así como el Plan del Desarrollo del Buen Vivir es una solución para que la participación social se edifique en la mente de los ciudadanos, ya que ésta no sólo busca amparar a los grupos prioritarios, sino que ellos se vinculen activamente en los procesos sociales con las instituciones del estado, donde se vele por los intereses colectivos de la comunidad, ya que si las necesidades de la comunidad, parroquia, cantón o provincia son satisfechas dicha gente se comprometerá y buscará impulsar la participación en los proyectos interinstitucionales.

Este objetivo se puede llevar a cabo si existe una planificación integral que conserve, gestione, repare e instaure de manera integral los recursos, que se encuentran disponibles en cada jurisdicción.

#### **2.1.4 Programa de Gobierno 2013-2017**

Desde otro punto de vista en el capítulo Revolución Ecológica, del Programa de Gobierno 2013-2017 busca consolidar un compromiso social para recuperar y mantener un ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice el Buen Vivir y los derechos de la naturaleza, para ello se plantean

Implementar una Estrategia Nacional de Biodiversidad que permita integrar sus múltiples valores y generar bienes y servicios a partir de la conservación, la restauración y la investigación de los ecosistemas, respecto a los cuales el talento humano será formado para promover la innovación, la tecnología, los conocimientos y los saberes ancestrales que nos permita transitar de manera efectiva hacia la sociedad del bioconocimiento (Alianza País, 2013)

## **2.2 Marco Legal Específico**

### **2.2.1 Convenio de Descentralización y Transferencia de Competencias, Atribuciones, Funciones, Responsabilidades y Recursos de Turismo desde el Gobierno Nacional de la República del Ecuador a los Consejos Provinciales.**

En el Convenio de Descentralización y Transferencia de Competencias, Atribuciones, Funciones, Responsabilidades y Recursos de Turismo desde el Gobierno Nacional de la República del Ecuador a los Consejos Provinciales, afirman en la Primera Parte: Antecedentes literal 1.6 que “la participación de los gobiernos provinciales y cantonales deben impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización” (2006, pág. 1)

En dicho convenio hay que resaltar la “Función y Responsabilidad Transferida en el número 6”, la cual está enfocada en brindar un sistema de

información turística, es decir no sólo dar una atención de calidad sino que el turista, tanto nacional como extranjero, debe conocer las cualidades y atractivos que tiene la región y como ellos, por medio de un trabajo en conjunto con los GAD provinciales se pudieron rescatar y conservar su biodiversidad. Mirar Gráfico N°1

	Participar en la consolidación de datos para el Sistema Integrado de Información Turística , SIIT.
Sistema de Información Turística	Consolidar a nivel Provincial el Inventario de Atractivos Turísticos.
	Generar y Suministrar permanentemente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas de su jurisdicción, para alimentar la página Web de Ecuador que Mantiene el Ministerio de Turismo.
	Señalización Turística en el ámbito de su jurisdicción, acorde con políticas, normas técnicas y manual del Ministerio de Turismo

### Gráfico N° 2.1 Sistema de información turística

**Fuente:** Convenio de Descentralización y transferencia de competencias, atribuciones, funciones, responsabilidades y recursos de turismo desde el Gobierno Nacional de la República del Ecuador a los Consejos Provinciales

#### 2.2.2 Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y los Municipios Descentralizados

De igual forma el Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y los Municipios descentralizados, resaltan la importancia de la participación ciudadana, que los proyectos de sostenibilidad enfocados al turismo deben ser trabajados en conjuntos, es decir la participación ciudadana no sólo vela por el cumplimiento de los GAD, sino que el ciudadano debe ser un actor activo en los diferentes procesos

sociales, como es en este caso, la información y promoción turística para fortalecer el turismo de un sector.

Por lo que, en la Sección Quinta sobre la Obligación de los Municipios Descentralizados se busca “impulsar los diferentes procesos de participación ciudadana tendientes en generar una conciencia y práctica colectiva para el fomento y promoción de las competencias que se delegan en este instrumento”. (Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y los Municipio Descentralizados, 2001)

En esta misma sección en el literal 5.16 se busca “promover el desarrollo de productos turísticos en el ámbito distrital y regional con la participación y coordinación del Ministerio de Turismo”; (2001, pág. 5) este proceso consiste en elaborar productos, como folletos guías, manuales tanto promocionales como científicos enfocados al turismo de cada región, provincia, cantón y parroquias, ya que difundiendo el trabajo que tiene cada GAD, la comunidad se sentirá participe de los cambios sociales y se involucrará de mejor manera con los diferentes proyectos integradores.

Desde otro punto de vista el proceso del cuidado del medio ambiente y turismo sostenible de una región está dirigido al trabajo en conjunto con varias instituciones gubernamentales y la población, de manera que el trabajo mancomunado es necesario para que los proyectos estén encaminados a la creación de conciencia social. Mirar Gráfico N° 1.2

## Obligaciones Conjuntas



- Establecer los mecanismos necesarios para el mantenimiento del Sistema Integrado de Información Turística.
- Entregar recíprocamente a sus funcionarios todos los documentos que les fueren requeridos, así como brindar las facilidades para su trabajo.
- Divulgar y aplicar el Código Mundial de Ética en Turismo, de la Organización Mundial de Turismo, así como las leyes de defensa y protección del consumidor.
- Trabajar en líneas de cooperación nacional e internacional para garantizar la sostenibilidad del turismo en el ámbito distrital, regional y nacional.
- Impulsar el intercambio de experiencias y herramientas con otros destinos turísticos que tengan similares intereses y potencialidades en el ámbito turístico.
- Realizar una continua evaluación sobre la ejecución de este Convenio de transferencia.

**Gráfico Nº 2.2 Obligaciones conjuntas**

**Fuente:** Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y los Municipios Descentralizados

### **2.2.3 Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020**

Basándose en el PLANDETUR 2020, los proyectos de turismo deben estar destinados a consolidar un turismo sostenible para dinamizarla economía ecuatoriana y así mejorar la calidad de vida de la población, con el fin de satisfacer las demandas turísticas, para ello hay que:

Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas

impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador. (2012)

Dentro del PLANDETUR se plantea el funcionamiento de un Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE) como una herramienta clave de planificación que posibilite la ejecución de varias actividades relativas a la generación de información en temas de la gestión turística. Agrupa a los Centros de información y Atención al Turista (iTurs), Observatorios Turísticos, Centros de Facilitación de Frontera, Puntos de Información Turística, Centros Nacionales de Protección, Sistemas de Estadísticas entre otros. (PLANDETUR, 2012)

**Tabla N° 2.1 Bases estratégicas del turismo en Ecuador**

Programa	Proyecto
1.1 Organización y Fortalecimiento Institucional del Sector Turístico en Ecuador	1.1.1 Reestructuración institucional del MINTUR
	1.1.2 Mejora de procesos
	1.1.3 Sistema de seguimiento y monitoreo de PLANDETUR 2020
	1.1.4 Fortalecimiento a los sectores Privado y Comunitario del turismo ecuatoriano
	1.1.5 Plan de comunicación corporativa del MINTUR
	1.1.6 Fortalecimiento del turismo sostenible en Galápagos
1.2 Fortalecimiento a la descentralización turística	1.2.1 Consolidación de la descentralización y la institucionalidad del Turismo
1.3 Coordinación interinstitucional para el turismo sostenible	1.3.1 Incidencia del turismo sostenible en la Agenda política y económica del Ecuador
	1.3.2 Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo
	1.3.3 Foros de fiscalización al desarrollo del turismo sostenible
	1.3.4 Coordinación para una aplicación progresiva de la Responsabilidad Social Corporativa
	1.3.5 Coordinación para conectividad turística y accesibilidad hacia el Ecuador
1.4 Desarrollo y consolidación de la normativa de turismo sostenible	1.4.1 Normativas por actividades turísticas
	1.4.2 Normativa por líneas de producto
	1.4.3 Seguridad jurídica
1.5 Sistema de información estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE)	1.5.1 Reestructuración del Inventario de Turismo del Ecuador
	1.5.2 Creación de un sistema de registro automatizado
	1.5.3 Optimización del sistema de estadísticas turísticas del Ecuador y de la cuenta satélite de turismo del Ecuador
	1.5.4 Creación de un sistema de observatorios turísticos por destinos
	1.5.5 Unidad de inteligencia de mercados

**Elaborado por:** Edison Landeta


En el 2011 y por decisión de las Autoridades Nacionales del MINTUR a través de una Consultoría se definió optimizar los 51 Centros de Información actuales iTurs, instalar los 25 que faltan para que todos optimicen la Atención al Turista.

Es así que el visitante tendrá más seguridad en el destino, servicios y acceso a ayudas para receptor denuncias, reclamaciones y auxilio. Se brindarían facilidades para identificar los sitios turísticos y los servicios de manera ágil y además se instala una dinámica por el soporte de una moderna tecnología, información turística y material especializado.

Con este sentido está redactado en la Coordinación General de Asesoría 1 Jurídica un modelo de convenio de funcionamiento y mantenimiento de los iTurs con los 76 Municipios Descentralizados que tienen la competencia de turismo. Mirar Gráfico N° 4

**Tabla N° 2.2 Municipios descentralizados del Ecuador**

<b>PRIMERA FASE</b> 19 de julio de 2001	<b>SEGUNDA FASE</b> 10 de septiembre de 2002	<b>TERCERA FASE</b> 25 de octubre de 2006
<p><b><u>COSTA</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Guayaquil</li> <li>2. Esmeraldas</li> <li>3. Atacames</li> <li>4. Sucre (Bahía)</li> <li>5. San Vicente</li> <li>6. Manta</li> <li>7. Puerto López</li> <li>8. Salinas</li> <li>9. Santa Elena</li> <li>10. Huaquillas</li> <li>11. Zaruma</li> </ol>	<p><b><u>COSTA</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Portoviejo</li> <li>2. Babahoyo</li> <li>3. Quevedo</li> <li>4. Samborondón</li> <li>5. Durán</li> <li>6. Playas</li> <li>7. La Libertad</li> <li>8. Machala</li> <li>9. Santa Rosa</li> <li>10. Pasaje</li> </ol>	<p><b><u>COSTA</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arenillas</li> <li>2. Muisne</li> <li>3. Milagro</li> <li>4. Naranjal</li> <li>5. General Elizalde (Bucay)</li> <li>6. Vinces</li> <li>7. Jipijapa</li> <li>8. Pedernales</li> </ol>

Continúa 

<p><b><u>SIERRA</u></b></p> <p>12. Quito</p> <p>13. Tulcán</p> <p>14. Ibarra</p> <p>15. Cotacachi</p> <p>16. Otavalo</p> <p>17. Antonio Ante (Atuntaqui)</p> <p><b>18. Latacunga</b></p> <p>19. Pujilí</p> <p>20. Ambato</p> <p>21. Baños</p> <p>22. Riobamba</p> <p>23. Colta</p> <p>24. Guamote</p> <p>25. Alausí</p> <p>26. Guaranda</p> <p>27. Cañar</p> <p>28. Cuenca</p> <p>29. Chordeleg</p> <p>30. Gualaceo</p> <p>31. Loja</p> <p><b><u>AMAZONIA</u></b></p> <p>32. Zamora</p> <p>33. Tena</p> <p>34. Pastaza (Puyo)</p> <p>35. Sucúa</p> <p>36. Gualaquiza</p>	<p><b><u>SIERRA</u></b></p> <p>11. Santo Domingo de los Colorados</p> <p>12. Cayambe</p> <p>13. Rumiñahui</p> <p>14. Espejo</p> <p>15. Guano</p> <p>16. Azoguez</p> <p>17. Saraguro</p> <p><b><u>AMAZONÍA</u></b></p> <p>18. Lago Agrio (Nueva Loja)</p> <p>19. Orellana</p> <p>20. Morona (Macas)</p> <p>21. Mera</p> <p><b><u>GALAPAGOS</u></b></p> <p>22. Santa Cruz</p> <p>23. San Cristóbal</p> <p>24. Isabela</p>	<p><b><u>SIERRA</u></b></p> <p>9. Saquisilí</p> <p>10. Chunchi</p> <p>11. Pallatanga</p> <p>12. San Pedro de Pelileo</p> <p><b><u>AMAZONÍA</u></b></p> <p>13. Palora</p> <p>14. Archidona</p> <p>15. El Chaco</p> <p>16. Quijos</p>
<b>36</b>	<b>24</b>	<b>16</b>



**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador

**Elaborado por:** Edison Landeta

Para lograr el objetivo de la actualización de los iTurs todo el Equipo de Descentralización en el 2011, 2012 y 2013 generó condiciones en el territorio para la asignación de espacios y condiciones que impulsen la cooperación y trabajo conjunto en el territorio.

Los aportes ministeriales de la implementación más los que entregan los GADs Municipales y que se refieren a espacios físicos, personal técnico, protección y funcionamiento son importantes y necesarios en su conjunto.

Se considera necesaria además la actualización de los Manuales que se relacionan con el modelo de gestión, normas de atención entre otros temas.

La calidad en el destino turístico, que prioriza el Ministerio obliga a que funcionen los 76 Centros de Información y Atención al Turista iTurs con el respaldo y apoyo de cada uno de los GADs Municipales que tienen la competencia de Turismo como lo señala el Convenio de Transferencia.

Los Municipios y el personal del MINTUR deberán estar altamente capacitados para el nuevo rol y debidamente articulados al Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE) que funciona en la Dirección de Tecnologías del Ministerio de Turismo por lo que hay que revisar y afinar un Plan de Capacitación específico.

Se menciona que dentro de los iTurs si es posible que funcione la asesoría que requieren los turistas para solucionar sus problemas y enfrentar la inseguridad que este vacío de información está generando.

Las experiencias externas pueden también orientar esta fase y sus conocimientos pueden ser optimizados a través de asistencia técnica.

Finalmente se menciona que en las 76 ciudades en donde se ubican los iTurs se encuentra el 96% de la oferta de servicios turísticos del país y son los destinos de mayor número de visitas. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011)

#### **2.2.4 Base Legal de la Escuela Politécnica del Ejército**

La Escuela Politécnica del Ejército es una institución de educación superior, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, de derecho público, con domicilio en la ciudad de Quito, y sede principal en la ciudad de Sangolquí; se rige por la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior; su Ley Constitutiva, Decreto No. 2029, publicado en el Registro Oficial No. 487 del 20 de diciembre de 1977, otras leyes conexas; su estatuto aprobado por decreto ejecutivo N° 1585 del 13 de junio de 2001 y publicado en el Registro Oficial N° 349 del 18 de junio de 2001; los reglamentos internos expedidos de acuerdo con la ley y por normas emitidas por sus órganos de administración y autoridades.

La ESPE como institución de educación superior pública, de acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador, tiene que contribuir a la consecución de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, para lo cual sus departamentos y unidades operativas deben formular programas y proyectos en sus respectivos campos de acción, considerando las políticas y lineamientos que constan en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) para cada uno de los objetivos del mismo. (ESPE, PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL, 2012)

De manera que en el Art. 3 de la Comisión de Vinculación con la Colectividad se afirma que:

Art. 3.- La finalidad de la Comisión de Vinculación con la Colectividad es la articulación de estrategias de vinculación de la Escuela Politécnica del Ejército con la sociedad, en forma que contribuya eficazmente al desarrollo nacional, a través de la ejecución de proyectos de desarrollo comunitario; consultorías; asesorías; prestación de servicios especializados; proyectos científicos y tecnológicos; actividades artísticas y culturales e innovación tecnológica para la producción.

Es así que la Escuela Politécnica del Ejército innova para la excelencia al realizar proyectos que vinculen a la institución educativa con los problemas sociales, para formar profesionales críticos que tengan conciencia social sobre los acontecimientos que afectan a su provincia, cantón o parroquia, sustentando legalmente de tal manera la ejecución del presente proyecto de grado que lleva como temática: “Estudio para Establecer la Red de Información y Promoción Turística de la Ciudad de Latacunga, Caracterizando el ITUR de la ESPE-L”

### **2.2.5 De la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera**

La Carrera fue creada con la autorización del Consejo Nacional de Educación Superior con Oficio No. 001491CONESUP-DA de fecha 03 de mayo del 2007.

Desde entonces la carrera se desempeña en la formación de profesionales líderes en el ámbito turístico y hotelero, al aplicar su filosofía:

Misión:

Formar profesionales expertos en dirección turística y gerencia hotelera con altos conocimientos culinarios, con una formación académica integral basada en el valor humano con alto sentido y fundamento social, práctico en la operación técnica de servicios y manejo administrativo empresarial; que generan soluciones técnicas y tecnológicas, mediante proyectos de investigación, desarrollo e innovación y aportan en las soluciones de problemas de la comunidad, para promover el desarrollo integral de la Región Central del País.

Visión:

Ser líderes en la formación turística y hotelera desarrollando proyectos de vinculación y extensión interinstitucional con programas de investigación profesional a nivel de pregrado y posgrado; con prácticas de principios y valores altamente desarrollados e incorporados a la sociedad.

Objetivos:

- Mejorar la capacidad de emprendimiento en los estudiantes.
- Promover la participación de los estudiantes en actividades extracurriculares.
- Fortalecer la vinculación, las pasantías, prácticas pre-profesionales y profesionales con los sectores académicos, productivos y de servicios a nivel nacional e internacional.
- Incrementar la movilidad de docentes y estudiantes a nivel nacional e internacional.
- Fomentar la cultura investigativa, evaluativa y vivencia de valores.
- Implementar el plan de acreditación de las Carreras en la Extensión.
- Implementar el sistema de seguimiento a los graduados.

El Ingeniero en Administración Turística y Hotelera, es un profesional creativo, perseverante, investigador y con alto nivel de liderazgo. Ejerce su profesión en empresas públicas y privadas relacionadas con el desarrollo de la actividad turística dentro del ámbito nacional o internacional. Está capacitado para analizar e identificar las áreas estratégicas nacionales que requerirán de planificación, inversiones y desarrollo; logrando formular y ejecutar proyectos de inversión en el sector, con alto sentido de protección del medio ambiente. Sus conocimientos en el área ambiental le permitirán actuar como instructor y capacitador en el campo educativo y en el sector público y privado. Serán también sus tareas específicas: planificar la actividad turística, identificando objetivos socioeconómicos y estrategias que servirán de base a decisiones gubernamentales; asignar políticas de interrelación y fomento entre el Estado y la empresa privada; definir procesos de desarrollo; identificar fuentes de financiamiento y responsabilidades de los organismos y las personas involucradas en el proceso y actividades de descentralización del sector turístico. (ESPE, Ingeniería en Administración Turística y Hotelera, 2014)

## 2.3 Marco Orgánico

### 2.3.1 Esquema orgánico de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

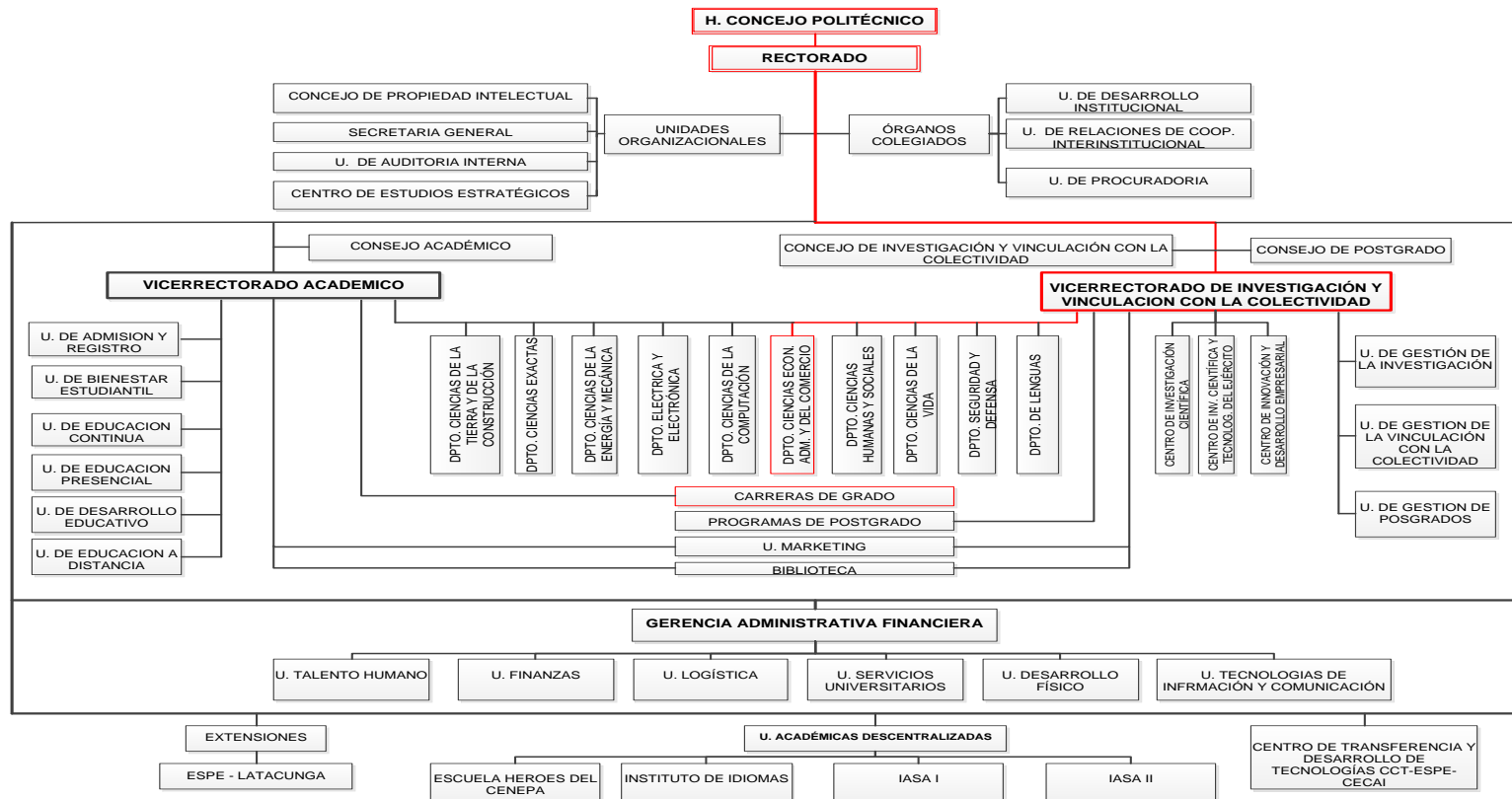
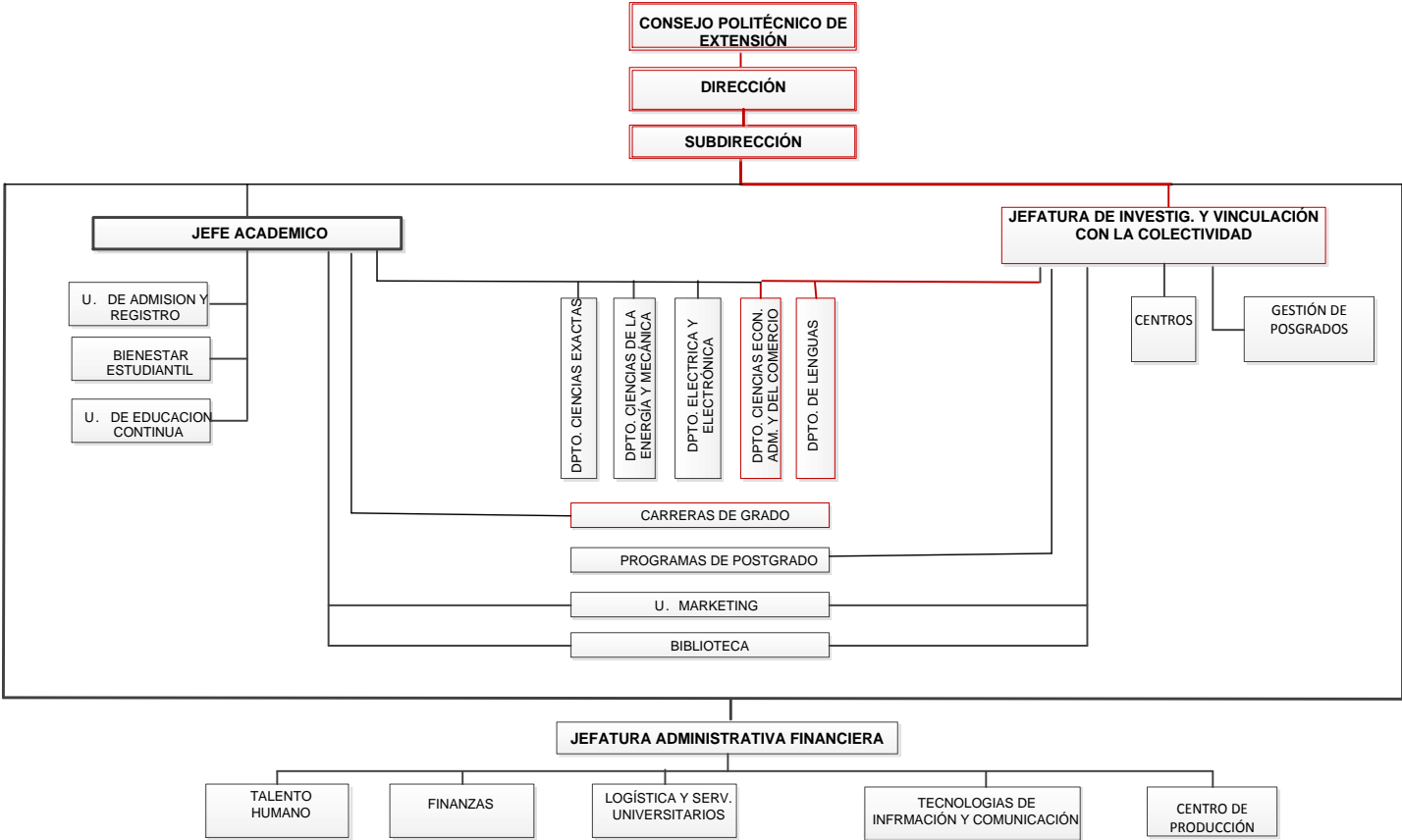


Gráfico N° 2.3 Orgánico ESPE

Fuente: Reglamento Orgánico de la ESPE

### 2.3.2 Esquema orgánico de la ESPE extensión Latacunga

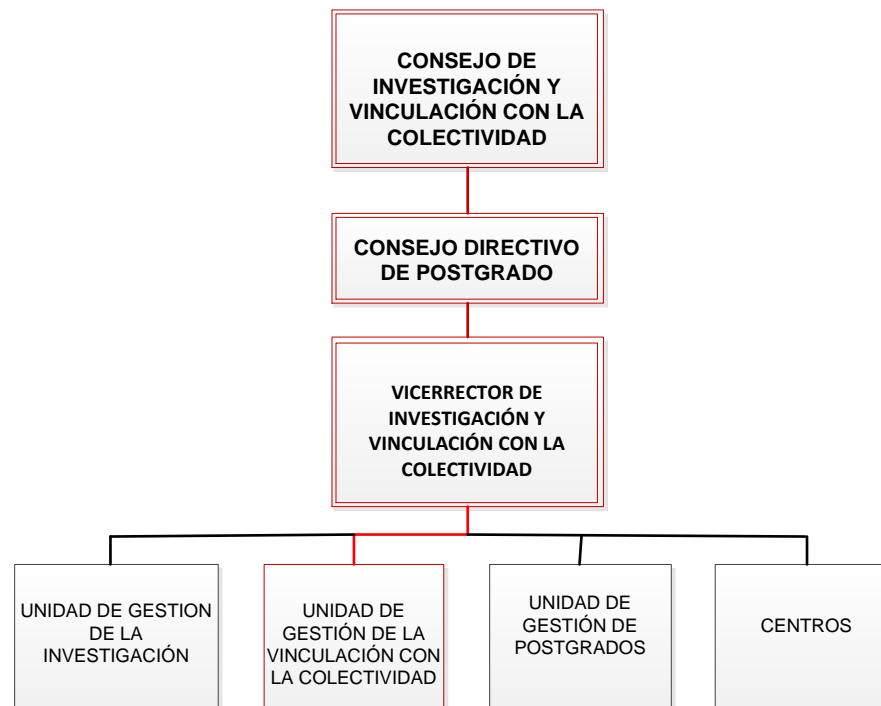


**Gráfico N° 2.4 ESPE extensión Latacunga**

**Fuente:** Reglamento Orgánico de Extensiones ESPE

**Elaborado por:** Edison Landeta

### 2.3.3 Esquema orgánico del Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad



**Grafico Nº 2.5 Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad**

**Fuente:** Reglamento Orgánico de la ESPE

**Elaborado por:** Edison Landeta

### 2.3.4 Esquema orgánico del Departamento



**Grafico N° 2.6 Departamento**

**Fuente:** Reglamento Orgánico de la ESPE

**Elaborado por:** Edison Landeta



### 2.3.5 Esquema orgánico del programa de carrera

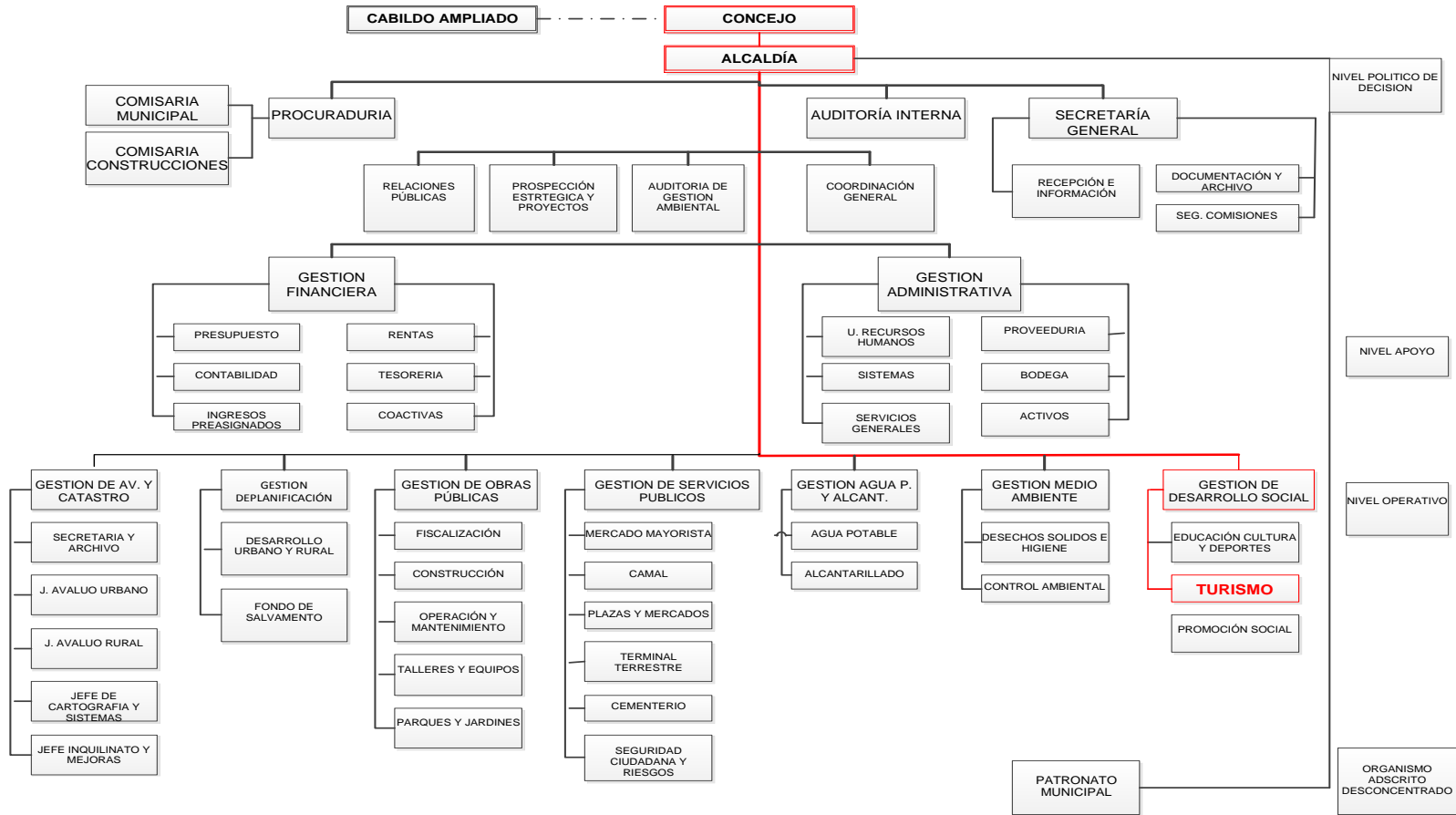


**Grafico N° 2.7 Programa de carrera**

**Fuente:** Reglamento Orgánico de la ESPE

**Elaborado por:** Edison Landeta

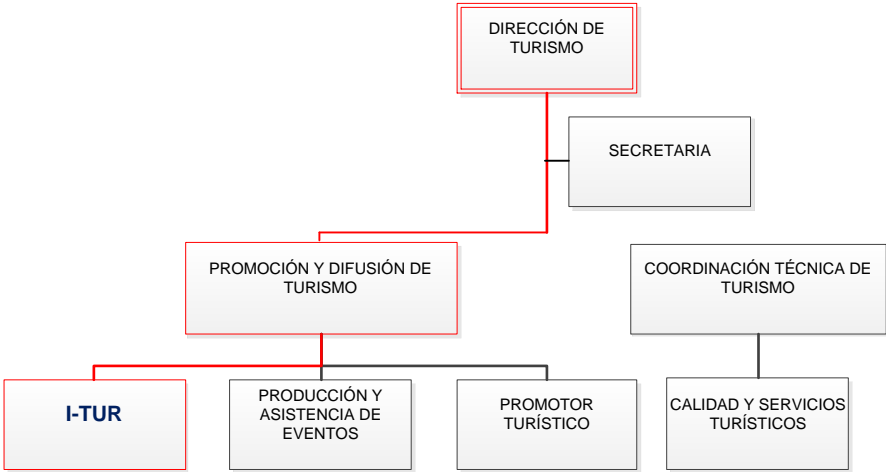
### 2.3.6 Esquema orgánico del GAD Municipal del Cantón Latacunga



**Grafico N° 2.8 GAD Municipal del cantón Latacunga**

Fuente: Reglamento Orgánico Funcional del Ilustre Municipio de Latacunga

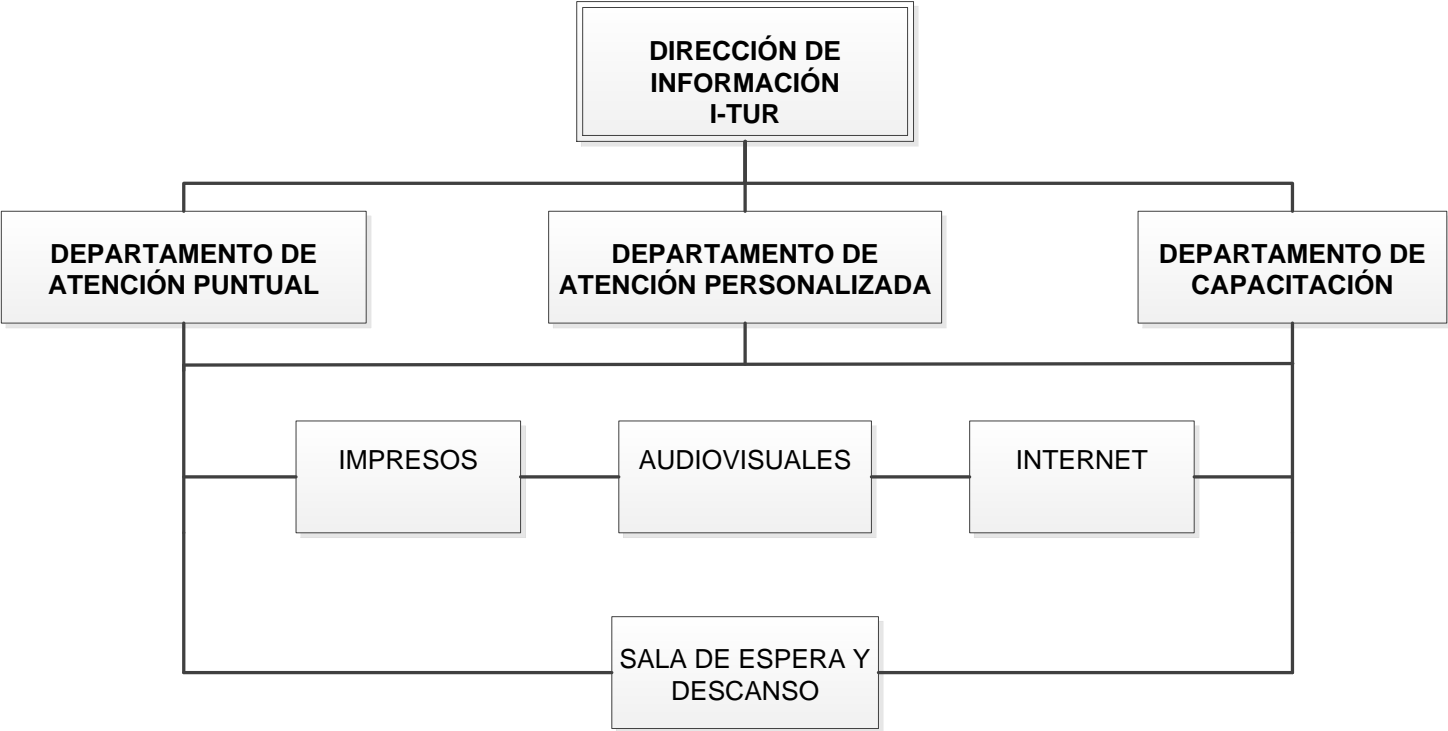
**2.3.7 Esquema orgánico de la Dirección de Turismo del Cantón Latacunga**



**Grafico N° 2.9 Dirección de turismo cantón Latacunga**

**Fuente:** Ordenanza que norma, promueve, controla y regula la actividad turística en el cantón Latacunga.

**2.3.8 Esquema del Punto de Información Turística iTur**



**Grafico N.- 2.10 Punto de información turística iTur**

Fuente: Ministerio de Turismo / iTurs.

### 2.3.9 Análisis general del marco orgánico

Para el establecimiento de la Red de Información y Promoción Turística de la Ciudad de Latacunga, Caracterizando el i-tur de la ESPE-L el cual es un proyecto de grado que trata de vincular a la universidad con la comunidad mediante la entrega de servicios turísticos, es importante realizar un análisis del esquema orgánico de las principales instituciones inmersas en el presente proyecto iniciando con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, ya que es donde funcionará el primer modelo de iTur, se inicia direccionando las competencias a la autoridad o departamento pertinente acorde a los lineamientos de la universidad; es así que luego de un análisis del marco legal en especial de la ESPE en el Art. 3 en donde se indicaba las competencias de la Comisión de Vinculación con la Colectividad , se pudo deducir que al departamento que le compete la vinculación de los diferentes proyectos universitarios es al Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad y en especial a la Unidad de Gestión de la Vinculación con la Colectividad, la cual está enlazada directamente con los diferentes departamentos y sus respectivos programas de carrera.

Seguidamente se presenta el organigrama de la ESPE extensión Latacunga, puesto que es necesario conocer y analizar si la extensión cuenta con un departamento similar al mencionado en la ESPE matriz, y efectivamente se concluye que el departamento que existe en la ESPE-L es la Jefatura de Investigación y Vinculación con la Colectividad que de igual manera se relaciona directamente con los diferentes departamentos y programas de carrera justificando de esta manera la posibilidad de desarrollar dicho proyecto en la Extensión Latacunga.

A continuación se detallan más cada uno de los departamentos de la ESPE en especial el Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad el cual tiene bajo su responsabilidad la gestión de la investigación y vinculación con la colectividad; y, los programas de cuarto nivel y cumple funciones como: propiciar y dirigir reuniones de trabajo con autoridades, sector productivo y otros, a fin de interrelacionar con la comunidad, las actividades académicas, de investigación y de vinculación

con la colectividad, propiciar y ejecutar proyectos de desarrollo del talento humano de su dependencia entre otros; y se subdivide en las siguientes áreas: Consejo Directivo de Postgrado a su cargo tres departamentos: de la Unidad de Gestión de la Investigación, Unidad de Gestión de la Vinculación con la Colectividad, Unidad de Gestión de Postgrados y de los Centros.

De los departamentos de acuerdo al Reglamento Orgánico de la ESPE el departamento es la unidad estratégica institucional responsable del cumplimiento de la misión de la ESPE en un campo específico del conocimiento, ejecutan proyectos de investigación y vinculación con la colectividad en su respectivo campo de conocimiento y asisten a los programas carrera en la docencia, responden al Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad en lo que a investigación, vinculación con la colectividad y postgrado se refiere; mientras que, responden al Vicerrectorado Académico en lo que respecta al apoyo académico y administrativo de los programas carrera de nivel técnico superior y tercer nivel. Por lo tanto son departamentos de la ESPE extensión Latacunga los siguientes: Departamento de Ciencias Exactas, Departamento de Ciencias de la Energía y Mecánica, Departamento de Eléctrica y Electrónica, Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio y el Departamento de Lenguas cada uno con sus respectivos programas de carrera.

Para terminar con el análisis orgánico de la Universidad, se presenta el esquema orgánico del Programa de Carrera el cual es un proyecto académico generado por los departamentos, para la formación a nivel técnico superior o tercer nivel, que será diseñado con su respectivo perfil y currículo, en función de las necesidades y requerimientos del entorno. Los programas de carrera de nivel técnico superior o tercer nivel se crearán o se suprimirán por resolución del Consejo Académico, los que se crearon en la ESPE Extensión Latacunga son: del Departamento de Energía y Mecánica: Ingeniería Automotriz, Ingeniería Mecatrónica, Ingeniería Petroquímica; del Departamento de Eléctrica y Electrónica: Ingeniería de Software, Ingeniería en Electrónica e Instrumentación, Ingeniería en Electromecánica, del Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio:

Ingeniería en Finanzas y Auditoría, Ingeniería en Administración Turística y Hotelera e Ingeniería Comercial; por lo tanto la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera es un programa de carrera creado por el CEAC, y está a cargo de un Director de Carrera y este a su vez de los diferentes niveles conformados por los estudiantes de primero a decimo nivel y desde donde nace la idea del presente proyecto de grado.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Objetivo de la investigación

El objetivo de la presente investigación es determinar el grado de aceptabilidad que tiene el público para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, así como de la implementación de un punto de información turística (iTur) en la Escuela Politécnica del Ejército hoy Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, que permitan la correcta y eficiente entrega de información al visitante de la ciudad.

#### 3.2 Tamaño de la muestra

Es importante dar a conocer que el universo es el dato general de los estudiantes y docentes de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la ESPE-L, la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Latacunga (PEA) de la cual se obtendrán la muestra para la elaboración de las encuestas respectivamente.

- Calculo de la muestra para los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera ESPE-L.

$$n = \frac{Z^2(N \cdot P \cdot Q)}{N - 1 \cdot E^2 + Z^2(P \cdot Q)}$$

**Tabla N° 3.1 Datos de la muestra**

DATOS	
n= tamaño de la muestra	?
P.Q =varianza de la población con respecto a las características	P=0.50 Q=0.50
N= universo	N= 223
E= error	E=0.05
Z = Niveles de confianza	Z=1.64

**Fuente:** Estadística de LEVIT



$$n = \frac{Z^2(N \cdot P \cdot Q)}{N - 1 \cdot E^2 + Z^2(P \cdot Q)}$$

$$n = \frac{1.64^2(223)(0.50)(0.50)}{223 - 1 \cdot 0.05^2 + 1.64^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{149.96}{1.22}$$

$$n = 123 \text{ Encuestas}$$

De donde se dividirá para los 9 niveles de la carrera obteniendo la siguiente relación

$$n = \frac{123}{9}$$

$$n = 14 \text{ Encuestas por curso}$$

- Calculo de la muestra para la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Latacunga

**Tabla N° 3.2 Población Económicamente Activa (PEA) de la Ciudad de Latacunga**

Grupos de Actualización	AÑOS					
	1962	1974	1982	1990	2001	2010
<b>TOTAL</b>	25.994	32.625	36.763	44.556	58.884	146.403
Profesionales, técnicos	675	1.247	1.975	2.906	2.783	9.207
Gerentes, Directores y funcionarios	65	129	59	134	770	1.054
Personal administrativo	440	817	1.027	1.567	2.697	9.515
Comerciantes y vendedores	1.062	1.691	1.705	3.386	6.094	23.078
Trabajadores de servicios	1.515	1.627	1.781	3.195	1.772	6.352
Trabajadores agrícolas, forestales	16.789	17.962	15.881	15.822	11.396	33.636
Obreros mineros, textiles, madera, metalurgia	239	710	2.486	2.595	16.806	16.483
Artesanos, operativos y afines	4.248	6.031	2.043	3.330	9.786	12.718
Trabajadores de transporte	476	994	6.756	7.282	4.671	4.260
Trabajadores no clasificados	485	897	2.216	3.809	1.806	28.363
trabajadores nuevos	0	520	834	530	303	1.737

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010.

$$n = \frac{Z^2(N.P.Q)}{N-1 E^2 + Z^2(P.Q)}$$

$$n = \frac{1.64^2(146403)(0.50)(0.50)}{146403 - 1 \cdot 0.05^2 + 1.64^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{98456,02}{366,68}$$

$$n = 269 \text{ Encuestas}$$

Calculo de la muestra para los docentes de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y hotelera

Cuando la población es muy pequeña y el error tolerado muy pequeño, prácticamente hay que tomar a toda la población. (Vallejo, 2012) Por lo tanto es lo que se realizará para los docentes de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y hotelera

$$n = 6 \text{ Encuestas}$$

### 3.3 Diseño de la encuesta

Para realizar la investigación de campo es necesario estructurar un cuestionario que permita recopilar los diferentes puntos de vista de las muestras obtenidas anteriormente, es así que la encuesta está estructurada de la siguiente manera: sello de la universidad, título del proyecto de tesis y objetivo de investigación como encabezado; en la primera parte están los datos informativos del literal a) al e); las preguntas de la 1 a la 3 son enfocadas a la visión general de desarrollo del turismo, de la 4 a la 8 conocimiento, información, ubicación y servicios a ofrecerse en un punto de información turística i- tur, y finalmente de la pregunta número 9 a la 11 están relacionadas a la Red de información turística completando un total de 11 preguntas que serán contestadas por el público sin la menor dificultad. (Ver anexo N° 12)

### 3.4 Recolección de la información

Las encuestas se realizaron tomando la muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga incluidas las empresas relacionadas con el área, siendo estos el punto principal de influencia para el presente proyecto, así como a los estudiantes y docentes de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas extensión Latacunga ESPE-L, el punto de información turística en un futuro servirá como laboratorio de prácticas profesionales para el talento humano que se forma en tan prestigiosa institución.

La recolección de información demandó de 15 días (01-15 de marzo del 2014), tiempo significativo para obtener indicadores estadísticos que permitan el desarrollo estratégico de la presente investigación

Una vez realizado el trabajo de campo se obtuvieron los siguientes resultados:

### 3.5 Tabulación e interpretación de datos

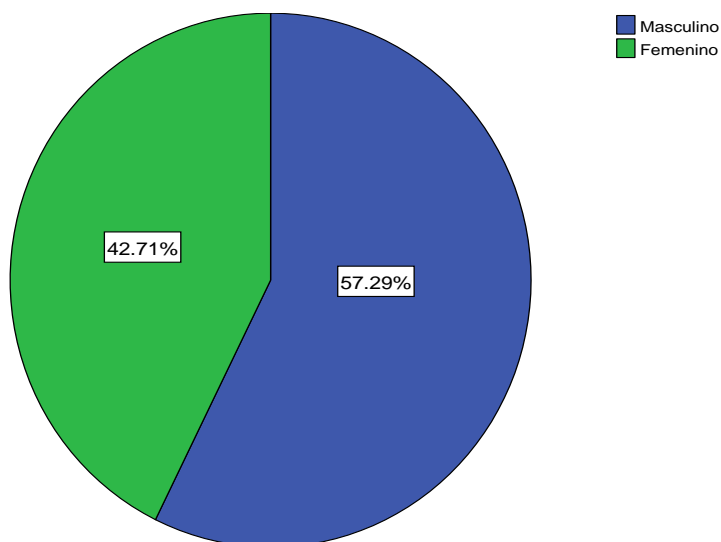
**Tabla N° 3.3 Datos informativos literal a)**

**Señale su género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	228	57,3	57,3	57,3
	Femenino	170	42,7	42,7	100,0
	Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.1 Datos informativos literal a)**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de encuestados en la ciudad de Latacunga, el 57% representa al género Masculino y el 42% pertenece al género femenino, es importante recalcar que la diferencia entre ambos sexos es mínima con un 15% por lo tanto los servicios a prestarse en el i-tur y la red de información y promoción turística debe entregar una información variada para ambos géneros.

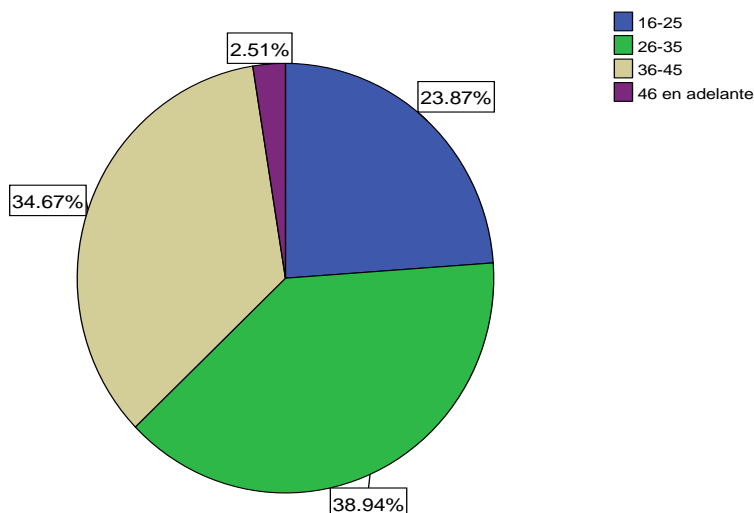
**Tabla N° 3.4 Datos informativos literal b)**

**Marque su rango de edad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 16-25	95	23,9	23,9	23,9
26-35	155	38,9	38,9	62,8
36-45	138	34,7	34,7	97,5
46 en adelante	10	2,5	2,5	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.2 Datos informativos literal b)**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas en la ciudad de Latacunga, el 38% representa a las personas en el rango de edad de 26-35 años, el 34% pertenece al rango de edad de 36-45 años de edad, el 23% señala las personas en el rango de edad de 16-25 años y el 2% representa los encuestados de las edades de 46 años en adelante; por lo tanto los servicios a prestarse en el i-tur y la red de información y promoción turística deben ser eficientes y de calidad ya que la mayoría de las personas encuestadas están en el los rangos de edad de las población económicamente activa por lo tanto necesitan de información variada para realizar sus viajes de turismo.

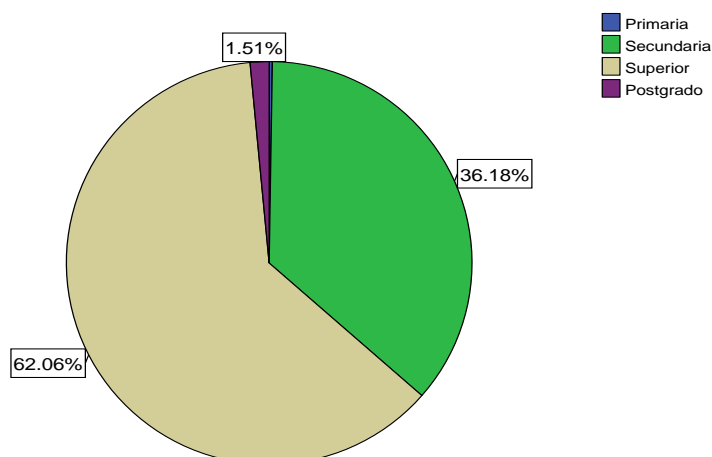
**Tabla N° 3.5 Datos informativos literal c)**

**Nivel de educación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Primaria	1	,3	,3	,3
Secundaria	144	36,2	36,2	36,4
Superior	247	62,1	62,1	98,5
Postgrado	6	1,5	1,5	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.3 Datos informativos literal c)**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas en la ciudad de Latacunga, el 62% representa a las personas con educación superior, seguido del 36% que señala a los ciudadanos con educación secundaria, finalmente con el 1% de formación en postgrado; los servicios a prestarse en el i-tur y la red de información y promoción turística deben ser eficientes y de calidad ya que la mayoría de las personas encuestadas tienen una formación superior.

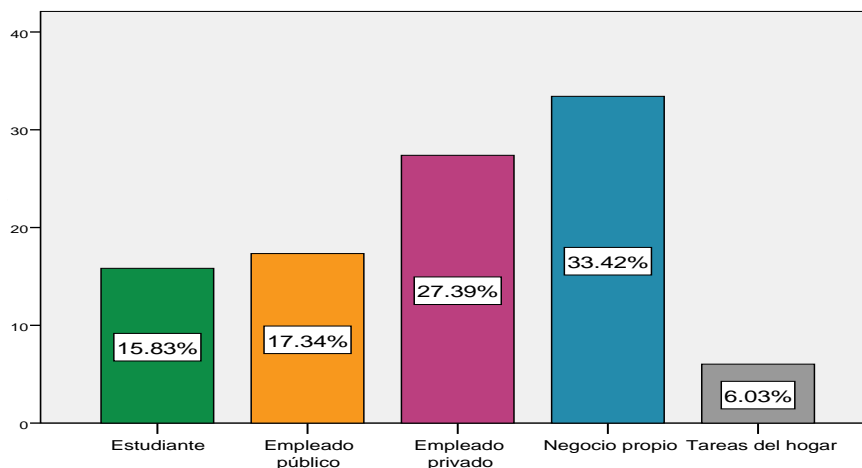
**Tabla N° 3.6 Datos informativos literal d)**

**Ocupación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Estudiante	63	15,8	15,8	15,8
Empleado público	69	17,3	17,3	33,2
Empleado privado	109	27,4	27,4	60,6
Negocio propio	133	33,4	33,4	94,0
Tareas del hogar	24	6,0	6,0	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.4 Datos informativos literal d)**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas en la ciudad de Latacunga, el 33% representa a las personas que tienen como ocupación un negocio propio siendo esta la mayoría, el 27% pertenece a los empleados privados, el 17% señala a los empleados públicos, el 15% representa a los estudiantes y el 6% como minoría señala que se dedican a las tareas del hogar.

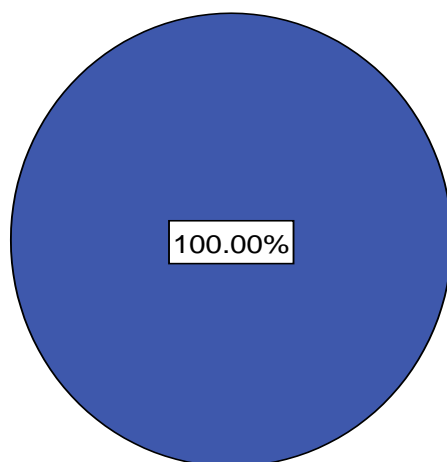
**Tabla N° 3.7 Datos informativos literal e)**

**Lugar de residencia**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Latacunga	398	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.5 Datos informativos literal e)**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** el 100% de las encuestas se las realizó en la ciudad de Latacunga ya que el presente proyecto es de competencia propia de la ciudad.

**Tabla N° 3.8 Pregunta N° 1**

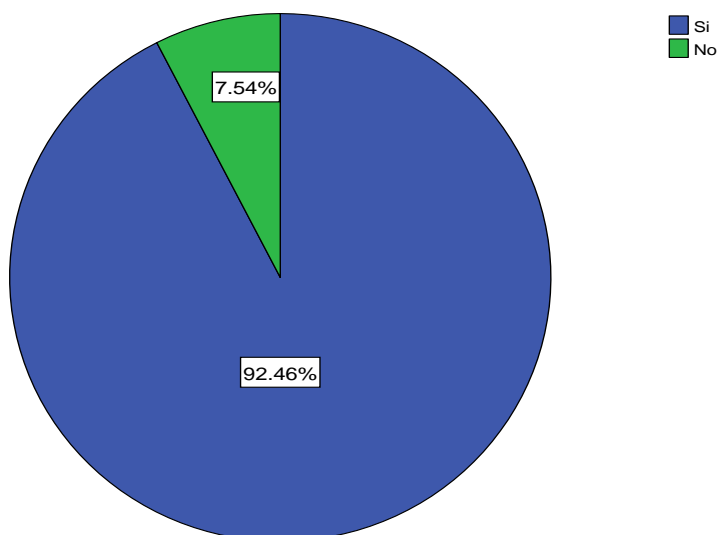
¿Desde la visión y desarrollo del turismo en la ciudad de Latacunga, considera Usted que el turismo es un eje fundamental en el progreso social y económico del cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	368	92,5	92,5	92,5
No	30	7,5	7,5	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta





**Grafico N° 3.6 Pregunta N° 1**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 92% indicó que el turismo es un eje fundamental en el progreso social y económico del cantón Latacunga, lo cual indica que la mayoría de personas están de acuerdo a que se desarrollen actividades o proyectos relacionados con el turismo, mientras que el 7% representando una menor parte señaló lo contrario.

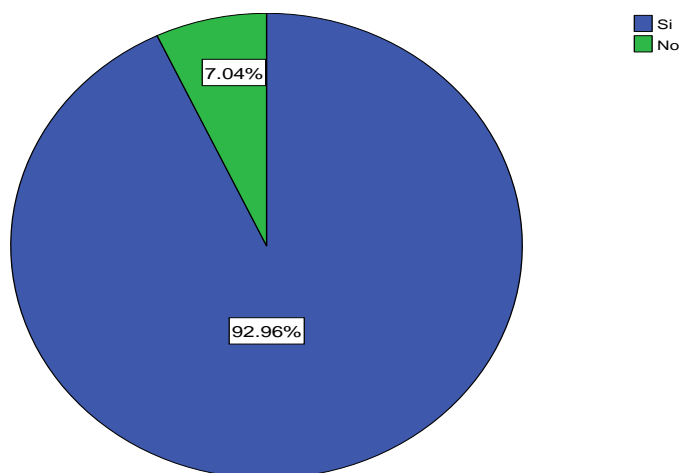
**Tabla N° 3.9 Pregunta N° 2**

¿Considera Usted que la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, y la entrega de valor agregado ayudará a incrementar el turismo en la ciudad de Latacunga?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	370	93,0	93,0	93,0
No	28	7,0	7,0	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.7 Pregunta N° 2**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 92% señaló que la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, y la entrega de valor agregado sí ayudará a incrementar el turismo en la ciudad de Latacunga señalando que es urgente que una institución, oficina pública o privada entregue este tipo de atención turística a los visitantes de la ciudad de Latacunga; y el 7% indicó no considerar pertinente este tipo de servicios.

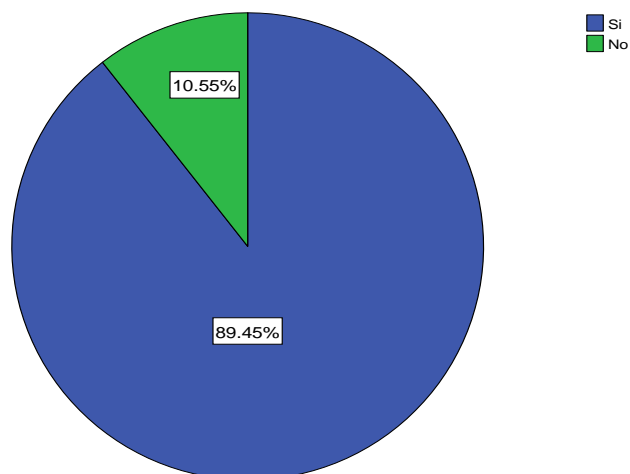
**Tabla N° 3.10 Pregunta N° 3**

¿Piensa Usted que las empresas públicas y privadas relacionadas con el turismo de la ciudad deben generar y suministrar permanentemente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas de su localidad, para fortalecer el turismo del cantón Latacunga?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	356	89,4	89,4	89,4
No	42	10,6	10,6	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Grafico N° 3.8 Pregunta N° 3**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 89% afirmó que las empresas públicas y privadas relacionadas con el turismo de la ciudad deben generar y suministrar permanentemente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas de su localidad, para fortalecer el turismo del cantón Latacunga lo cual representa una mayoría, por otra parte el 10% de encuestados no está de acuerdo con lo mencionado.

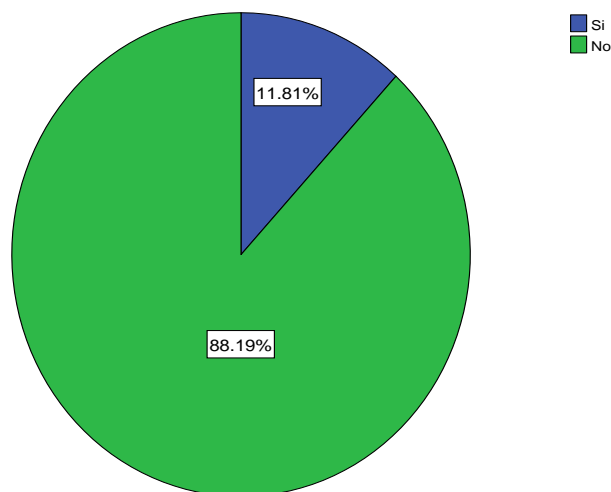
**Tabla N° 3.11 Pregunta N° 4**

¿Conoce Usted algún punto de información y promoción turística "iTur" en la ciudad de Latacunga?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	47	11,8	11,8	11,8
No	351	88,2	88,2	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.9 Pregunta N° 4**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de ciudadanos encuestados en la ciudad de Latacunga, el 88% indicó No conocer ningún punto de información y promoción turística (i-tur) en la ciudad de Latacunga, mientras que el 11% mencionó Si conocer señalando las agencias de viajes de la ciudad, en donde cabe recalcar que son instituciones privadas con fines de lucro por lo tanto el servicio prestado de información en muchas de ellas es restringido y no es gratis, por otro lado un "i-tur" es sin fines de lucro.

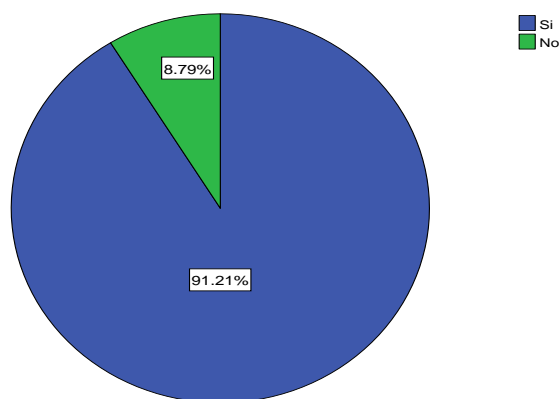
**Tabla N° 3.12 Pregunta N° 5**

iTur = "Punto de Información Turística", es una oficina que entrega al visitante servicios de atención, orientación, asesoramiento y promoción gratuita de las opciones turísticas en la ciudad, durante un viaje o estancia. De acuerdo a la definición mencionada. ¿Está usted de acuerdo que se establezca un punto de información y promoción turística "iTur" de la ciudad de Latacunga?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	363	91,2	91,2	91,2
No	35	8,8	8,8	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.10 Preguntar N° 5**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 91% afirma si estar de acuerdo para que se establezca un punto de información y promoción turística "iTur" de la ciudad de Latacunga el mismo que entregará servicios de atención, orientación, asesoramiento y promoción gratuita de las opciones turísticas en la ciudad, mientras que el 8% no ve necesario implementar un i-tur.

**Tabla N° 3.13 Preguntar N° 6**

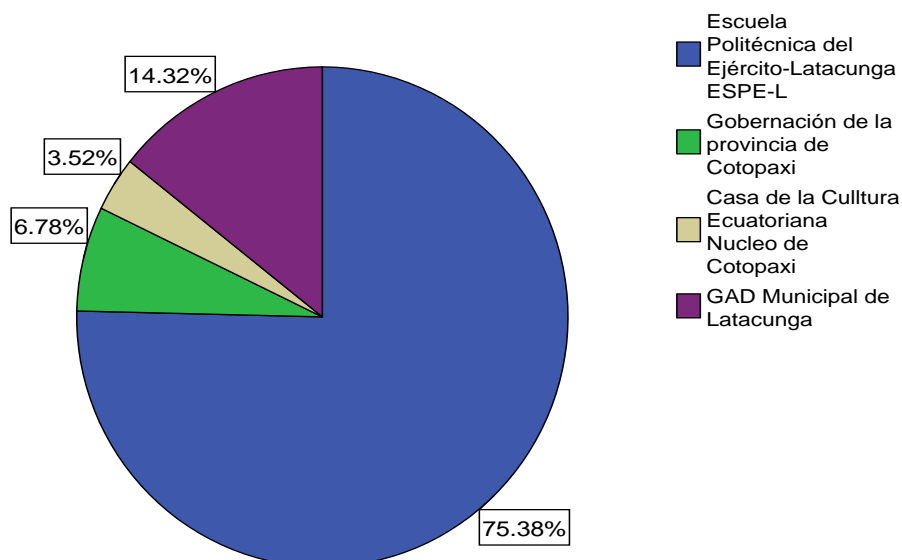
¿Para que el punto de información turística "iTur", cumpla con el objetivo y visión que persigue, en dónde consideraría que esté ubicado? Seleccione una opción de cada literal

**a) Edificaciones históricas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Escuela Politécnica del Ejército-Latacunga ESPE-L	300	75,4	75,4	75,4
	Gobernación de la provincia de Cotopaxi	27	6,8	6,8	82,2
	Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Cotopaxi	14	3,5	3,5	85,7
	GAD Municipal de Latacunga	57	14,3	14,3	100,0
	Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.11 Preguntar N° 6**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 75% señaló que para que el "iTur" cumpla con el objetivo y visión que persigue debe estar ubicado en la Escuela Politécnica del Ejército-Latacunga hoy Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, seguidamente del 14% que indica en el GAD Municipal de Latacunga, con el 6% en la Gobernación de la provincia de Cotopaxi y finalmente con el 3% en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Cotopaxi.

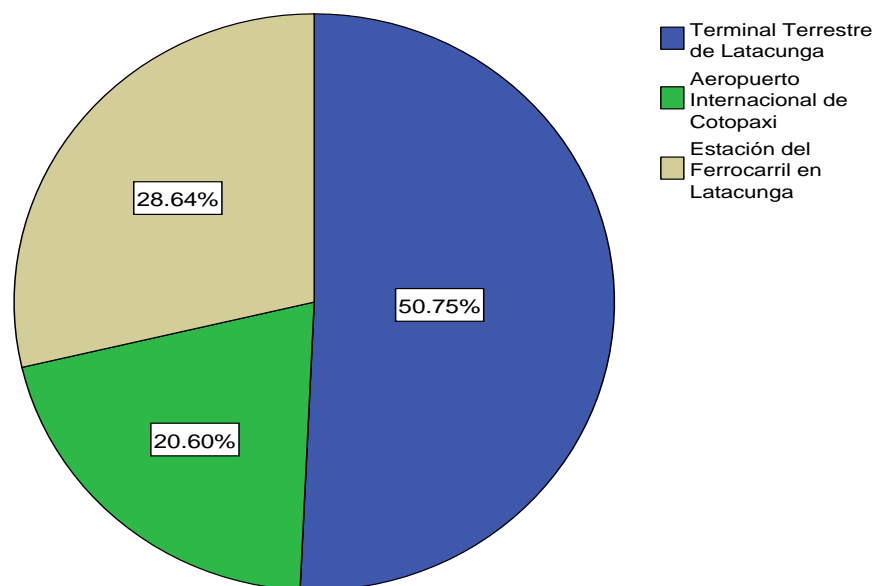
**Tabla N° 3.14 Preguntar N° 6**

**b) Estaciones**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Terminal Terrestre de Latacunga	202	50,8	50,8	50,8
Aeropuerto Internacional de Cotopaxi	82	20,6	20,6	71,4
Estación del Ferrocarril en Latacunga	114	28,6	28,6	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.12 Preguntado N° 6**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 50% señaló que debe estar ubicado en el terminal terrestre de Latacunga, seguidamente del 28% que indica la ubicación en la estación del ferrocarril en Latacunga, y con el 20% el aeropuerto internacional de Cotopaxi.

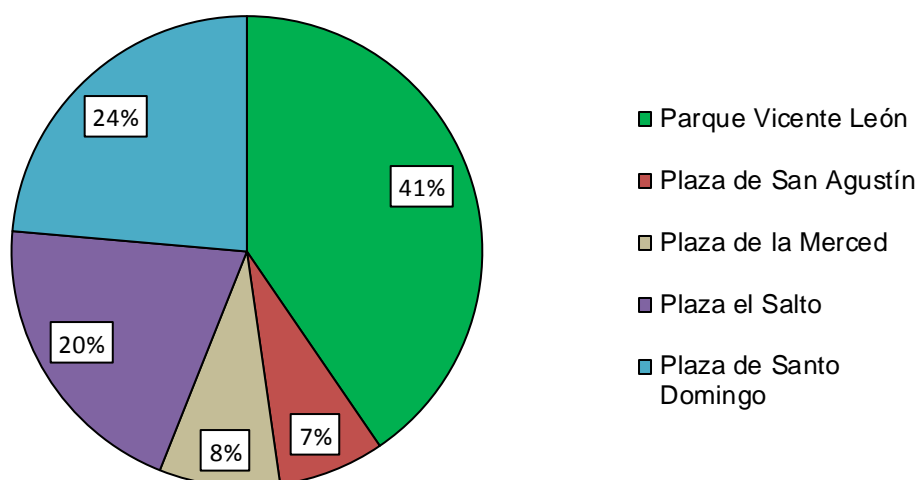
**Tabla N° 3.15 Preguntado N° 6**

**c) Plazas del centro histórico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Parque Vicente León	161	41,0	41,0	41,0
Plaza de San Agustín	29	7,4	7,4	68,3
Plaza de la Merced	33	8,0	8,0	76,4
Plaza el Salto	81	20,4	20,4	20,4
Plaza de Santo Domingo	94	24,0	24,0	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.13 Preguntar N° 6**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 41% señaló que debe estar ubicado en el parque Vicente León, seguidamente del 24% en la plaza de Santo Domingo, el 20% en la plaza el Salto, el 8% en la plaza de la Merced y el 7% en la plaza de San Agustín.

**Tabla N° 3.16 Preguntar N° 6**

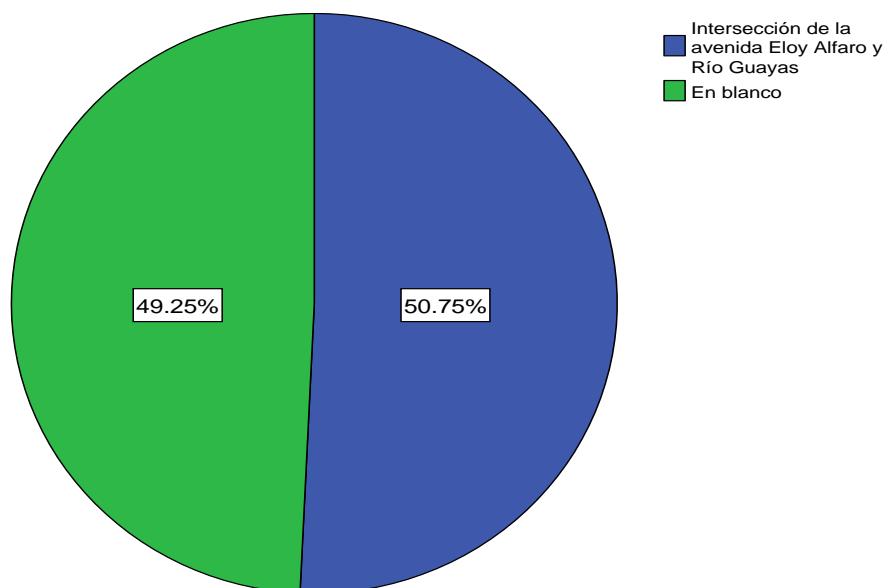
**d) Ejes viales de interconexión cantonal y provincial**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Intersección de la avenida Eloy Alfaro y Río Guayas	202	50,8	50,8	50,8
En blanco	196	49,2	49,2	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta





**Gráfico N° 3.14 Preguntar N° 6**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de ciudadanos encuestados, el 49% no indicó nada en este literal, y el 50% señaló que debe estar ubicado en la Intersección de la avenida Eloy Alfaro y Río Guayas como eje vial de interconexión cantonal y provincial.

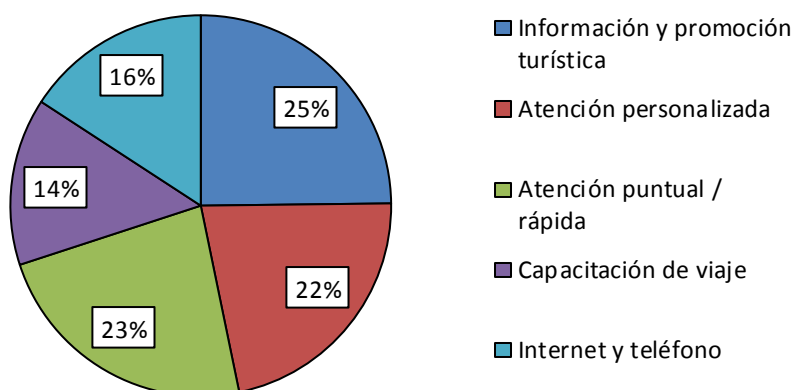
**Tabla N° 3.17 Preguntar N° 7**

¿Qué servicios considera que debe tener un punto de información turística "iTur", para una eficiente atención a los visitantes de la ciudad de Latacunga? Jerarquice de acuerdo a su importancia (1 muy importante; al 5 menos importante)

	Frecuencia	Porcentaje	Jerarquía
Válidos Información y promoción turística	295	25,0	1
Atención personalizada	261	22,0	4
Atención puntual / rápida	276	23,0	2
Capacitación de viaje	169	14,0	3
Internet y teléfono	188	16,0	5

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.15 Preguntado N° 7**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas en esta pregunta y mediante una jerarquía del 1 al 5, el 25% indica como más importante a la información y promoción turística, seguidamente el 23% señala la atención puntual/ rápida, el 22% necesita una atención personalizada, el 16% el servicio de internet y teléfono y el 14% la capacitación de viaje como menos importante.

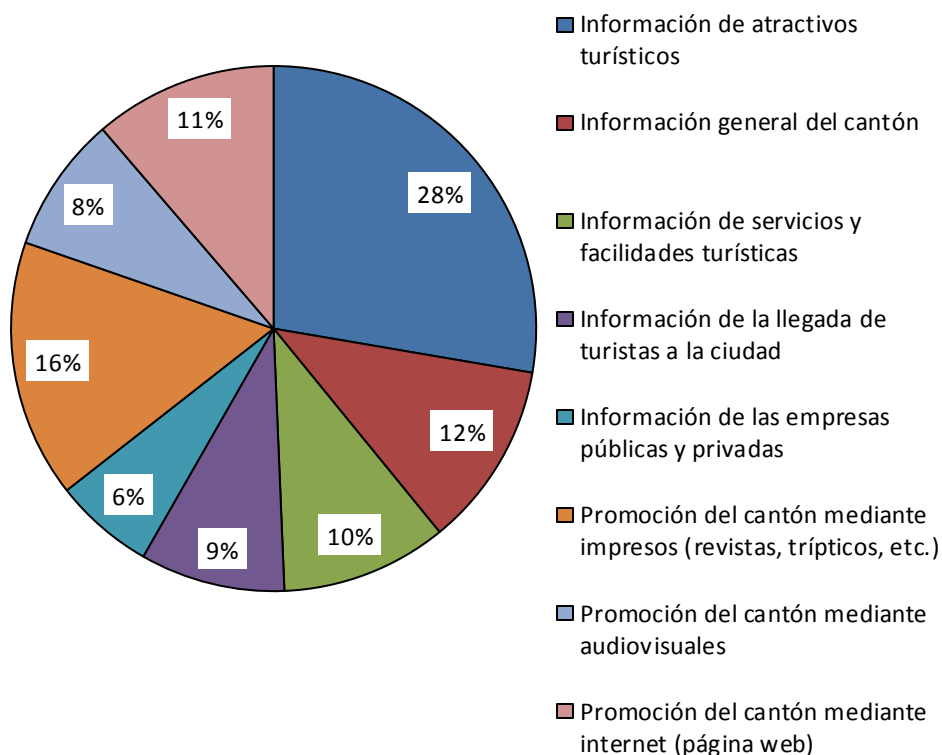
**Tabla N° 3.18 Preguntado N° 8**

¿Qué tipo de información y promoción considera que debe tener un "iTur", para una eficiente atención a los visitantes de la ciudad de Latacunga?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Información de atractivos turísticos	211	28,0
Información general del cantón	87	12,0
Información de servicios y facilidades turísticas	78	10,0
Información de la llegada de turistas a la ciudad	68	9,0
Información de las empresas públicas y privadas	47	6,0
Promoción del cantón mediante impresos (revistas, trípticos, etc.)	121	16,0
Promoción del cantón mediante audiovisuales	64	8,0
Promoción del cantón mediante internet (página web)	86	11,0

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.16 Pregunta N° 8**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 28% señala que se ofrezca un servicio de información de los atractivos turísticos de la ciudad de Latacunga, seguido del 16% que indica la importancia de promocionar en el i-tur al cantón Latacunga mediante impresos (revistas, trípticos, entre otros), el 12% información general del cantón, el 11%, ve pertinente la promoción del cantón mediante una página web el 10% Información de servicios y facilidades turísticas, el 9% información de la llegada de turistas a la ciudad, el 8% promoción del cantón mediante audiovisuales y el 6% señaló la información de las empresas públicas y privadas.

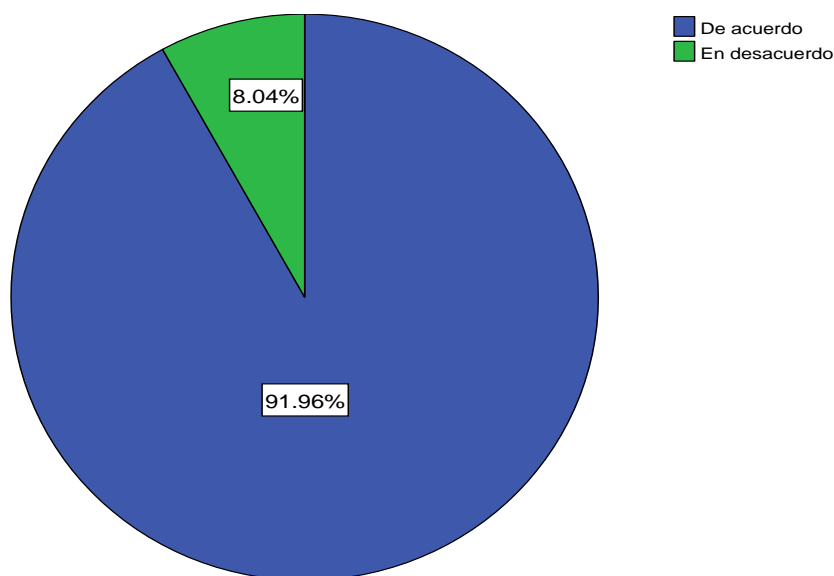
**Tabla N° 3.19 Pregunta N° 9**

¿Está usted de acuerdo que la administración del turismo en el cantón Latacunga, funcione de manera coordinada entre las empresas del sector público y privado en una Red de información y promoción turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De acuerdo	366	92,0	92,0	92,0
En desacuerdo	32	8,0	8,0	100,0
Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Gráfico N° 3.17 Pregunta N° 9**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 91% señala estar de acuerdo en que administración del turismo en el cantón Latacunga funcione de manera coordinada entre las empresas del sector público y privado en una Red de información y promoción turística, y el 8% indica no estar de acuerdo.

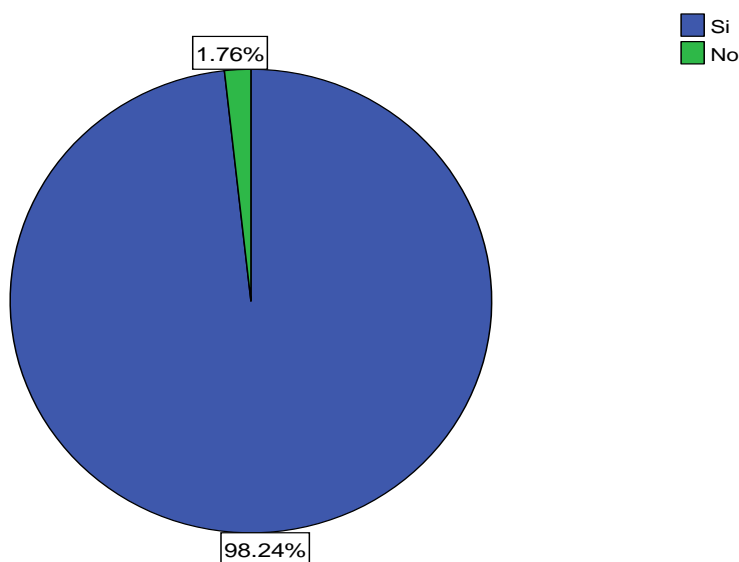
**Tabla N° 3.20 Pregunta N° 10**

¿Considera Usted necesario contar con un punto de información turística "iTur" en la ESPE extensión Latacunga, debido a que la institución de educación superior cuenta con la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	391	98,2	98,2	98,2
	No	7	1,8	1,8	100,0
	Total	398	100,0	100,0	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Gráfico N° 3.18 Pregunta N° 10**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 98% si considera necesario contar con un punto de información turística "iTur" en la ESPE extensión Latacunga, puesto que la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera sería un pilar fundamental en la administración y apoyo del punto de información turística i-Tur al contar con un talento humano capacitado para dicho fin, y el 1% indico que no es necesario.

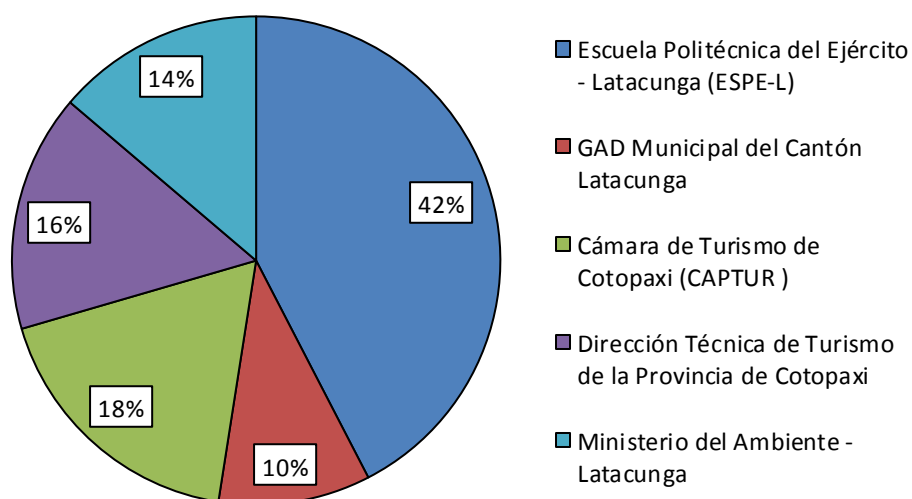
**Tabla N° 3.21 Pregunta N° 11**

¿Qué empresas considera que deberían estar aliadas a la Red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Escuela Politécnica del Ejército - Latacunga (ESPE-L)	240	42,0
GAD Municipal del Cantón Latacunga	57	10,0
Cámara de Turismo de Cotopaxi (CAPTUR )	102	18,0
Dirección Técnica de Turismo de la Provincia de Cotopaxi	89	16,0
Ministerio del Ambiente - Latacunga	78	14,0

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Gráfico N° 3.19 Pregunta N° 11**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Interpretación:** del 100% de personas encuestadas, el 42% señala que la ESPE-L debe estar aliada a la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga en primera instancia, el 18% es para la Cámara de Turismo de Cotopaxi CAPTUR, el 16% para la Dirección Técnica de Turismo de la Provincia de Cotopaxi, el 14% señala al Ministerio del Ambiente en Latacunga y el 10% indicó al GAD Municipal del Cantón Latacunga.

### 3.6 Conclusión final de resultados

Después de tabular e interpretar los resultados obtenidos en la encuesta se puede conseguir un perfil general sobre los diferentes puntos de vista de la ciudadanía de Latacunga, que se resume en la siguiente tabla:

**Tabla N° 3.22 Resumen del estudio de mercado**

<b>Pregunta</b>	<b>Indicador</b>	<b>Conclusión Final</b>
a) Señale su género	No diferenciado	Los dos géneros dan sus puntos de vista del i-Tur de manera equitativa.
b) Rango de edad	Diferenciado	El rango de edad más representativo es el de 26 a 35 años de edad
c) Nivel de educación	No diferenciado	El indicador más significativo, es el de educación superior y secundaria
d) Ocupación	No diferenciado	Las personas que tienen negocio propio y los que son empleados privados.
e) Residencia	Diferenciado	Son de Latacunga.
1.- Visión y desarrollo del turismo.	Diferenciado	Mencionan al turismo como una actividad de desarrollo.
2.- Competitividad del sistema turístico	Diferenciado	Señalan que la competitividad del sistema turístico si ayuda a incrementar el turismo.
3.- Empresas públicas y privadas deben generar y suministrar permanentemente información	Diferenciado	Las empresas deben entregar y generar información turística de su jurisdicción.
	<b>Continúa</b>	<b>→</b>

4.- Conoce algún centro de información y promoción turística (i-Tur)	Diferenciado	La mayor parte de encuestados no conoce un iTur en Latacunga
5.- Está usted de acuerdo que se establezca un i-Tur en Latacunga	Diferenciado	Gran parte de la población está de acuerdo a que se establezca un iTur en Latacunga
6.- Ubicación de los i-TUR	No diferenciado	Edificaciones históricas: ESPE-L  Estaciones: Terminal terrestre de Latacunga  Plazas centro histórico: Parque Vicente León  Ejes interconexión: avenida Eloy Alfaro y Río Guayas
7.- Servicios que debe tener un punto de información turística	No diferenciado	Información, promoción turística y atención puntual.
8.- Tipo de información y promoción que debe tener un "i-Tur"	No Diferenciado	Información de atractivos turísticos, promoción del cantón Latacunga mediante impresos (revistas, trípticos, etc.)
9.- La administración del turismo se coordine entre las empresas del sector público y privado	Diferenciado	La mayor parte sugiere una coordinación entre el sector público y privado.
10.- "i-Tur" en la ESPE extensión Latacunga	Diferenciado	Totalmente de acuerdo que se establezca un iTur en la ESPE-L
11.- Empresas aliadas a la Red de información y promoción turística.	No diferenciado	ESPE-L, CAPTUR, Ministerio del Ambiente, Dirección de turismo Cotopaxi

**Fuente:** Investigación de campo 2014.

**Elaborado por:** Edison Landeta



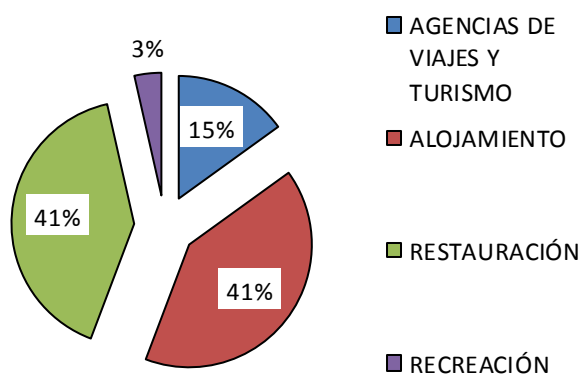
### 3.7 Análisis de la oferta turística

La ciudad de Latacunga cuenta con una variedad de atractivos turísticos que necesariamente deben ser promocionados, por lo tanto las instituciones involucradas en el turismo deben entregar una correcta información al visitante que llega a la ciudad, interesado por desarrollar diferentes actividades en cada recurso, es así que existen empresas privadas como las agencias de viaje que se dedican a ofrecer una información turística, pero cabe mencionar que eso no es su fin o su esencia, por lo tanto esa competencia le corresponde netamente a un punto de información Turística iTur, como empresas con fines de lucro se detallan a continuación en el siguiente cuadro de acuerdo al catastro turístico de la ciudad de Latacunga:

**Tabla N° 3.23 Información catastro turístico del cantón Latacunga**

Agencias de viajes y turismo	17
Alojamiento	46
Restauración	46
Recreación	4

**Fuente:** Catastro turístico de la ciudad de Latacunga 2010



**Gráfico N° 3.20 Porcentaje de prestadores de servicios de Latacunga**

**Fuente:** Catastro turístico del cantón Latacunga 2010

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Tabla N° 3.24 Oferta de prestadores de información turística privada tipo agencias de viajes**

<b>Actividad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Categoría</b>
Agencias de viaje y turismo	Latuir S.A.	2810334/032802985	Internacional
Agencias de viaje y turismo	Seitur	2811465/2811466	Internacional
Agencias de viaje y turismo	Delgado Travel	2812988	Internacional
Agencias de viaje y turismo	Aloha Travel	2811449	Dualidad
Agencias de viaje y turismo	Selva Nieve Expediciones	2802529	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Tobar Expeditions	2811333	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Expedition Volcano Route	099719895	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Neiges	2811199	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Zona Verde Expediciones	2811199	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Marcelo Araque Expediciones cia. Ltda	032801824 084042428	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Estabul Tours	2800354	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Rinallacta Tourism Operator	2800357	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Sumagñan Expeditions	2811728	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Limpiopungo Tours	098467557	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Greivag Turismo	2810510 098647308	Operadora
	<b>Continúa</b>		

Agencias de viaje y turismo	Bolichetours	086974825	Operadora
Agencias de viaje y turismo	Berrazueta & Berrazueta	32804327 097799916	Operadora

**Fuente:** Catastro turístico de la ciudad de Latacunga 2010

**Elaborado por:** Edison Landeta

### 3.8 Análisis de la demanda turística

En la ciudad de Latacunga se registraron los siguientes datos de ingreso de turistas emitidos por la empresa Ferrocarriles del Ecuador.

**Tabla N° 3.25 Turistas que llegan a la ciudad de Latacunga**

Ruta	Cantidad	Mes
Quito-Bolicho ida y vuelta	480	Enero-Marzo
Quito-Bolicho ida y vuelta incluye lunch	600	Enero-Marzo
Quito-Latacunga ida y vuelta	420	Enero-Marzo
Machachi-Bolicho ida y vuelta	242	Enero-Marzo
	<b>1742</b>	

**Fuente:** Empresa de Ferrocarriles del Ecuador 2012.

**Elaborado por:** Edison Landeta

La demanda y la oferta de bienes y servicios son la base de todo proyecto turístico, en la investigación de mercado del presente proyecto, la demanda de información es significativa mientras que la oferta de información es mínima la cual se necesita de manera urgente ya que a pesar de que pueden acceder a información, a través de las agencias de viajes que están en el centro histórico, ésta es limitada y no existe un lugar específico en donde se pueda entregar material promocional e informativo como trípticos, guías del lugar, mapas etc., que se encuentren a disposición de los turistas para que así desarrollen una actividad turística placentera en la ciudad.

## **CAPÍTULO IV**

### **RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

#### **4.1 Recopilación documentada de los sitios y puntos de información y promoción turística**

El mundo globalizado obliga a las instituciones a pensar en estrategias, que les permitan desarrollar ventajas competitivas y lograr un posicionamiento en un mercado determinado.

Es por esta razón que la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga, a través de la presente investigación, pretende desarrollar un modelo de Red institucional dentro del Programa de Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera a fin de contribuir al fortalecimiento del turismo del cantón Latacunga mejorando su capacidad competitiva.

A continuación se presenta las diferentes fichas de cada uno de los posibles puntos de información turística que estarán aliados en una Red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga.

**FICHA N° 4.1 UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS - ESPE  
EXTENSIÓN LATAACUNGA**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**



FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.1 Vista interior, patio principal ESPE-L**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 01	
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 20 de Abril del 2014	
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Universidad de la Fuerzas Armadas – Espe extensión Latacunga		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Histórica      SUBTIPO: Arquitectura Civil	
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga      CALLE: Quijano y Ordoñez y Márquez de Maenza	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km):86 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 43 Km	
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA:23°C	PRECIPITACIÓN
PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m	
LATITUD: 00°56'02"S		LONGITUD: 78°36'54"w
<b>C</b>	<b>V</b>	La edificación según la Metodología para Inventarios de atractivos turísticos MITUR, se encuentra dentro de la categoría Manifestaciones Culturales de tipo Históricas y subtipo Arquitectura Civil por poseer una gran riqueza histórica, ya que en la época colonial en esta edificación se dio origen a la primera fábrica de pólvora en la ciudad de Latacunga, para posteriormente ubicarse en ese lugar la Escuela de Artes y Oficios, edificación que fue ocupada por el Centro Militar de Aprendizaje Industrial "General Alberto Enríquez Gallo", y actualmente por la Escuela Politécnica del Ejército, hoy, Universidad de las Fuerzas Armadas- ESPEL.
<b>A</b>	<b>A</b>	
<b>L</b>	<b>L</b>	
<b>I</b>	<b>O</b>	
<b>D</b>	<b>R</b>	
<b>A</b>	<b>Í</b>	
<b>A</b>	<b>N</b>	
<b>D</b>	<b>S</b>	
	<b>E</b>	
	<b>C</b>	
	<b>O</b>	

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.2 GOBERNACIÓN DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.2 Vista frontal, calle Quito Gobernación de Cotopaxi**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta		FICHA N°: 02
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta		FECHA: 25 de Abril del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Gobernación de la provincia de Cotopaxi		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Histórica SUBTIPO: Zonas Históricas: Ciudades		
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga	CALLE: Quito y Tarqui
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km): 129 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km	
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA: 23°C	PRECIPITACIÓN
PLUVIOMÉTRICA: 12m.m 105 m.m		
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W	
<b>C A L O R  L I N T R D Í N S E C D</b>	<b>V A L O R  L I N T R D Í N S E C D</b>	<p>Esta edificación representa el símbolo del poder estatal situada en el margen occidental del parque Vicente León, su construcción de dos plantas es sobria y ha utilizado ampliamente el material volcánico, como es la piedra pómez. El conjunto se presenta como un bloque de dos niveles, teniendo como base en su perímetro exterior las columnas del primer piso</p> <p>El edificio contiene el material volcánico resultante de la actividad magmática del Cotopaxi, constituyéndose antiguamente en una sede del ayuntamiento, construido entre 1910 y 1936 en piedra pómez con influencia dórica y elementos corintios con decoraciones murales que reflejan eventos patrióticos.</p> <p>Actualmente se encuentra en proceso de recuperación patrimonial.</p>

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta



**FICHA N° 4.3 CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA NÚCLEO DE  
COTOPAXI**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**



FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.3 Vista interior, patio principal Casa de la  
Cultura**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 03
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 27 de Abril del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Cotopaxi	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Histórica SUBTIPO: Arquitectura Civil	
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Antonia Vela y Padre Manuel Salcedo	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km): 129 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA: 23°C
PLUVIOMÉTRICA: 12m.m 105 m.m	PRECIPITACIÓN
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W
<b>C V A L O L R I N D A N D E C O</b>	Esta edificación según la Metodología para Inventarios de atractivos turísticos MITUR, se encuentra inventariada dentro de la categoría Manifestaciones Culturales de tipo Históricas y subtipo Arquitectura Civil (Museo Arqueológico). La construcción es sede de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Cotopaxi ubicados en la confluencia de los ríos Cutuchi y Yanayacu. Se construyeron en tiempo de los Jesuitas el año 1736. Aprovecharon las aguas del río Yanayacu para molinos de granos. Cuando pasara a ser propiedad del Municipio de Latacunga, este organismo cedió a la institución cultural, cuyos directivos la remodelaron a partir de 1967. Dentro de sus instalaciones se aprecia a la Virgen de Monserrat hecha sobre piedra, además existe un museo arqueológico y de vestimentas indígenas, en esta edificación se vinculan tiempos históricos como el incaico, colonial y contemporáneo, ya sea por la visualización de estilos arquitectónicos como en los contenidos que el museo posee, que permite precisamente comparar dichos tiempos, además posee una biblioteca, salas de exhibiciones pictóricas, teatro circular y oficinas funcionales para la administración.

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.4 GAD MUNICIPAL DE LATACUNGA****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.4 Vista interior, portales, jardineras y pileta del patio principal del GAD Municipal**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 04
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 03 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : GAD Municipal del cantón Latacunga	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Histórica SUBTIPO: Arquitectura Civil	
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Sánchez de Orellana, entre General Manuel Maldonado y RamírezFita.	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km): 129 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"w
C V A L O R I N T R A Í D S E C O	<p>El edificio de la Ilustre Municipalidad de Latacunga, está ubicado frente al Parque Vicente León; edificio de líneas armoniosas acorde con la belleza sobria del Parque Vicente León, de un color gris claro y cuya constitución cristalina presenta evidentemente la ceniza y el aire presente en el proceso de enfriamiento de la roca volcánica, su fachada realizada íntegramente en piedra pómez material propia de esta zona volcánica. Constituye una de las piezas fundamentales del Centro Histórico de la Ciudad a más de ser la casa del pueblo desde hace tiempos inmemorables</p> <p>El edificio alberga a las principales funciones políticas, siendo la principal la Alcaldía del Cantón.</p>

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.5 TERMINAL TERRESTRE DE LATACUNGA****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.5 Vista interior, salas de espera de pasajeros al interior del terminal terrestre.**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 05	
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 06 de Mayo del 2014	
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Terminal Terrestre de Latacunga		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: Cotopaxi	CANTÓN: Latacunga	CALLE: Av. Eloy Alfaro y Río Guayas
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km): 129 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km	
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA: 23°C	
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m	
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W	
<b>C</b>	<b>V</b>	El terminal terrestre de Latacunga está bajo la administración del GAD Municipal de Latacunga y brinda servicios de transporte en un horario de 6:00 am a 20:00 pm, con frecuencias de transportistas: provincial, inter cantonal y parroquial  Y ofrece además servicios complementarios (locales comerciales, cafeterías, restaurantes, seguridad y comunicación.
<b>A</b>	<b>A</b>	
<b>L</b>	<b>L</b>	
<b>I</b>	<b>O</b>	
<b>D</b>	<b>R</b>	
<b>A</b>	<b>I</b>	
<b>D</b>	<b>N</b>	
	<b>T</b>	
	<b>R</b>	
	<b>í</b>	
	<b>N</b>	
	<b>S</b>	
	<b>E</b>	
	<b>C</b>	
	<b>O</b>	

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.6 AEROPUERTO INTERNACIONAL DE COTOPAXI****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.6 Vista frontal, del Aeropuerto Cotopaxi calle Amazonas**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 06	
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 08 de Mayo del 2014	
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Aeropuerto Internacional de Cotopaxi		
CATEGORÍA	TIPO:	SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga	CALLE: Av. Amazonas
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km): 129 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km	
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA: 23°C	
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m	
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W	
<b>C V A L O R I N D E S E C O</b>	<p>El Aeropuerto Internacional Cotopaxi, abrió sus puertas en Marzo del 2011. Tiene capacidad de operar tanto vuelos nacionales como internacionales, para aeronaves de pasajeros y carga, privados, se encuentra administrado por la Dirección General de Aviación Civil.</p> <p>El aeropuerto cuenta con una ubicación estratégica para el centro sur del país ya que guarda cercanía a varias provincias de la sierra central, de la zona oriental y de la costa y está a aproximadamente una hora y media de la capital del Ecuador, Quito.</p> <p>La terminal tiene una superficie total de 4466 m<sup>2</sup>. En la planta alta del edificio principal está la sala vip internacional. Además, se encuentran las oficinas de antinarcóticos, el 'hall' de acceso a las mangas, la sala de pre embarque, con una capacidad de 500 sillas.</p> <p>El transporte desde el Aeropuerto de Latacunga ya sea dentro de la ciudad o para las demás ciudades cercanas, como Salcedo, Ambato o Quito, se encuentra disponible a cualquier hora, por lo que no tendrá ningún inconveniente si desea disponer de este servicio.</p>	

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta



**FICHA N° 4.7 ESTACIÓN DEL FERROCARRIL EN LATACUNGA****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.7 Vista frontal, de la estación del tren en la ciudad de Latacunga, calle Marco Aurelio Subía.**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta		FICHA N°: 07
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta		FECHA: 08 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Estación del Ferrocarril en Latacunga		
CATEGORÍA	TIPO:	SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga	CALLE: Marco Aurelio
Subía y Av. 5 de Junio		
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito		DISTANCIA (km): 129 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo		DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m		TEMPERATURA: 23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m		105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S		LONGITUD: 78°36'54"w
C A L L O R I D A D S E C O	V A L O R I N T R Í N S E C O	<p>El 5 de enero del 2009 el Gobierno Nacional inauguró la estación de Latacunga, la cual está a cargo de Rafael Serrano, jefe de la parada, quien trabaja en la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador (EFE) hace 30 años.</p> <p>Para Cotopaxi están destinadas las unidades 93 y 98 del auto ferro, según el cronograma que se maneja en la estación del tren, estos deben llegar a Latacunga de jueves a domingo a las 11:30 am para retornar a Quito a las 14:00 pm.</p> <p>Dentro de la estación de Latacunga hay un museo con la historia del ferrocarril y del expresidente Eloy Alfaro, incluso se exhibe el primer teléfono a manivela del país.</p> <p>Así mismo al llegar a la estación del tren de Latacunga, se puede encontrar "La Plaza del tren" que da la oportunidad de llevarse una artesanía local como recuerdo. La mayoría de los souvenirs ofrecidos se elaboran artesanalmente por asociaciones de artesanos del corredor turístico ferroviario.</p>

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.8 PARQUE VICENTE LEÓN****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.8 Vista lateral, Jardineras y monumento al Dr.  
“Vicente León” calle General Maldonado**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 08
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 08 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Parque Vicente León	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Obras de Arte y Técnica
SUBTIPO: Realizaciones Urbanas	
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Quito, Sánchez de Orellana y Padre Salcedo	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km): 86 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA: 23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W
<b>C</b>	<b>V</b>
<b>A</b>	<b>A</b>
<b>L</b>	<b>L</b>
<b>I</b>	<b>O</b>
<b>D</b>	<b>R</b>
<b>A</b>	<b>I</b>
<b>D</b>	<b>N</b>
	<b>S</b>
	<b>E</b>
	<b>C</b>
	<b>O</b>
	El parque Vicente León lleva el nombre del ilustre benefactor Latacungueño hombre de extraordinario patriotismo, tiene forma octogonal que en sus inicios fue la plaza central del diseño urbanístico de la ciudad, lugar donde se desarrollaban las actividades militares religiosas y políticas de la ciudad de Latacunga.
	En 1900 se trazó vías peatonales y jardines. En 1925 se coloca un elegante monumento tallado en Italia, en honor al filántropo latacungueño Dr. Vicente León.
	Actualmente es un parque remodelado en su diseño original pues consta de diferentes trabajos donde se puede observar que el zócalo es de piedra andesita blanca de cantera, lo que le da una sobria elegancia, conjuntamente al cercado de hierro forjado que circunda al parque.
	Sin duda alguna el Parque Vicente León representa el espacio urbano de mayor jerarquía en Latacunga, la plaza central de la urbe. Allí se concentran las edificaciones más significativas, como la Catedral, el Palacio Municipal, la Gobernación y antiguas casas particulares; formando un conjunto armónico de estilo español.

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.9 PLAZA DE SAN AGUSTÍN****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.9 Vista frontal, Iglesia y plaza de San Agustín,  
calle Hermanas Paez**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 09
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 15 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Plaza de San Agustín	
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Hermanas Páez y Quito	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Ambato	DISTANCIA (km): 29 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA: 23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W
C A L O R I D A D S E C O	<p>Sitio de valor histórico, que lleva su nombre en honor al templo de San Agustín ubicado al frente de la misma.</p> <p>La plaza de San Agustín es el sitio donde se da lugares a numerosos eventos culturales e institucionales que reúnen a la población y la conllevan a involucrarse en la participación de los diferentes actos que se los realiza en beneficio de la ciudadanía latacungueña.</p>

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.10 PLAZA DE LA MERCED****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.10 Vista lateral, iglesia y plaza de la Merced,  
calle Juan Abel Echeverría**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta		FICHA N°:10
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta		FECHA: 18 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Plaza de la Merced		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI		CANTÓN: Latacunga
CALLE: Juan Abel Echeverría, Quijano y Ordóñez		
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito		DISTANCIA (km): 87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo		DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m		TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m		105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S		LONGITUD: 78°36'54"w
C V A L O R I D A D S E C O		Esta plaza es considerada como el escenario de la más hermosa manifestación folklórica de nuestra serranía: La Comparsa de La Mama Negra, fiesta que alcanza su mayor esplendor en el mes de septiembre de cada año la cual reúne a propios y extraños a ser parte de cada una de las actividades contempladas en el programa de festividades, en este sitio se encuentra el templo que alberga en su interior a la Santísima Virgen de la Merced conocida como la "Virgen del Volcán"

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta



**FICHA N° 4.11 PLAZA DE SANTO DOMINGO****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.11 Vista lateral, iglesia y plaza de Santo Domingo, calle Sánchez de Orellana**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta		FICHA N°: 11
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta		FECHA: 20 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Plaza de Santo Domingo		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI		CANTÓN: Latacunga
CALLE: Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría		
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito		DISTANCIA (km):87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo		DISTANCIA (km): 13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m		TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m		105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S		LONGITUD: 78°36'54"W
C	V	Sitio de valor histórico para los latacungueños ya que ahí nuestros patriotas sellaron la independencia ante las fuerza españolas, en la esquina norte de la plaza podemos visitar la casa de los Marqueses de Miraflores, lugar donde labora la Biblioteca Municipal y la Dirección Técnica de Turismo del cantón.
A	A	
L	L	
I	O	
D	R	
A	I	
D	N	
	T	
	R	
	Í	
	S	La plaza con adoquines de piedra, es el sitio donde flamean las banderas del Ecuador, de la provincia y del cantón, rodeada por la Casa de los Marqueses, la iglesia y el convento, la Casa de Santo Domingo, el colegio Sagrado Corazón de Jesús y de varios locales dedicados a la venta de artesanías, además de la mayoría de tours operadoras.
	E	
	C	
	O	

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

## FICHA N° 4.12 INTERSECCIÓN DE LA AVENIDA ELOY ALFARO Y RÍO GUAYAS

### REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.12 Vista frontal, eje vial 35 carretera panamericana y la intersección de la calle Río Guayas**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Edison Landeta		FICHA N°: 11
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta		FECHA: 20 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Intersección de la Avenida Eloy Alfaro y Río Guayas		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>		
PROVINCIA: COTOPAXI		CANTÓN: Latacunga
CALLE: Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría		
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Quito		DISTANCIA (km):87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo		DISTANCIA (km):13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>		
ALTURA: 2799 m.s.n.m		TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m		105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S		LONGITUD: 78°36'54"w
C A L L E  I N T R A D I C I O	V A L O R  I N T R Í N S E C I O	Es la principal intersección de distribución y conexión de las diferentes calles que ingresan y salen de la ciudad, hacia los cantones y provincias del país por este punto atraviesa la carretera panamericana gran arteria vial que conecta a todo el país.

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.13 CAMARA PROVINCIAL DE TURISMO DE COTOPAXI****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.13 Vista frontal, iglesia y plaza de Santo Domingo, calle Sánchez de Orellana ubicación CAPTUR**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 12
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 21 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi	
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km):87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km):13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W
<b>C</b>	<b>V</b>
<b>A</b>	<b>A</b>
<b>L</b>	<b>L</b>
<b>I</b>	<b>R</b>
<b>D</b>	<b>I</b>
<b>A</b>	<b>N</b>
<b>D</b>	<b>T</b>
	<b>R</b>
	<b>Í</b>
	<b>N</b>
	<b>S</b>
	<b>E</b>
	<b>C</b>
	<b>O</b>
	Es una entidad encargada de representar, respaldar e informar a las empresas afiliadas a la CAPTUR en todo momento y situación que lo requieran así como de proporcionarles información actualizada sobre la actividad, para contribuir al mejoramiento de la calidad de los servicios en beneficio del turista, de la empresa y la provincia.
	Afilia a nuevos socios y proporciona toda la información requerida para la formación, legalización y funcionamiento de una empresa turística dentro del marco de las leyes vigentes.

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.14 DIRECCIÓN TÉCNICA DE TURISMO DE LA PROVINCIA  
DE COTOPAXI**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.14 Vista lateral, edificio el Rosal, Centro de  
Atención Ciudadana, calle Quito**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 13
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 24 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Dirección Técnica de Turismo de la Provincia de Cotopaxi	
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Quito y Marques de Maenza (Edificio el Rosal)	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km):87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km):13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W
<b>C V A L O R I N T R A D S E C O</b>	Toda Dirección Técnica Provincial de Turismo está regida por el Ministerio de Turismo del Ecuador el cual tiene como objetivo principal fortalecer el Turismo Consciente como actividad generadora de desarrollo socioeconómico y sostenible, que contribuya al logro de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 y posicione al país como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial.

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta



**FICHA N° 4.15 PLAZA EL SALTO****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.15 Vista frontal, plaza del Salto calle Amazonas y Guayaquil.**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 12
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 21 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Plaza El Salto	
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Juan Abel Echeverría y Antonio Clavijo	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km):87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km):13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"w
<b>C V A L O R I D A D S E C O</b>	<p>La plaza el salto a pocos metros del terminal terrestre es el sitio al cual se puede llegar primero al visitar la ciudad de Latacunga.</p> <p>Considerado un espacio de distribución popular de productos al por mayor y menor, donde se puede encontrar todo tipo de frutas y legumbres producidas en la zona y en el país. Además se puede degustar comidas típicas variadas en la sección de comida. Este mercado representa una oportunidad para que el turista pueda conocer más de la cultura gastronómica y alimentaria local.</p> <p>Actualmente ha sido remodelada e instaurado en sus espacios un parque, un Centro Comercial y un Mercado Cerrado, en los cuales han sido reubicados los comerciante que laboraban en el antiguo la antigua plaza el Salto.</p> <p>La infraestructura del Mercado Cerrado está destinados a las secciones de verduras, abarrotes, canastos y plásticos.</p> <p>El Centro Comercial Popular (CCP) destinado a la venta de ropa, calzado y celulares y otros equipos electrónicos.</p>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Edison Landeta

**FICHA N° 4.16 MINISTERIO DEL AMBIENTE EN LATACUNGA****REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
MINISTERIO DE TURISMO



**Fotografía N° 4.16 Vista lateral, edificio el Rosal, Centro de Atención Ciudadana, calle Quito**

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Edison Landeta	FICHA N°: 14
EVALUADOR: Ing. Geovany Acosta	FECHA: 24 de Mayo del 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO : Ministerio del Ambiente en Latacunga	
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:
<b>2.- UBICACIÓN:</b>	
PROVINCIA: COTOPAXI	CANTÓN: Latacunga
CALLE: Quito y Marques de Maenza (Edificio el Rosal)	
<b>3.- CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Quito	DISTANCIA (km):87 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Salcedo	DISTANCIA (km):13.5 Km
<b>4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVOS</b>	
ALTURA: 2799 m.s.n.m	TEMPERATURA:23°C
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA: 12m.m	105 m.m
LATITUD: 00°56'02"S	LONGITUD: 78°36'54"W
<b>C A L I D A D E C O</b>	<p><b>V A L O R I N T R Í N S E C O</b></p> <p>El Ministerio del Ambiente, trabaja por un ambiente sano, el respeto de los derechos de la naturaleza o pacha mama. Garantiza un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.</p>

**Fuente:** Inventario de atractivos turístico de la provincia de Cotopaxi, 2005.

**Elaborado por:** Edison Landeta

#### 4.2 Clasificación de acuerdo a la importancia para la Red

Para la clasificación de los posibles puntos que formarán parte de la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, se han tomado en cuenta los indicadores arrojados en el estudio de mercado

realizado a la población lo cual ayudo a tener una visión estratégica de los posibles aliados, así como de la importancia que tiene cada punto para la ciudad de Latacunga.

**Tabla N° 4.1 Puntos de interés para la red de información turística de la ciudad de Latacunga**

<b>Código</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Uso</b>	<b>Importancia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>P1</b>	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L	Calles Quijano y Ordoñez y Márquez de Maenza	Educativo	Edificación histórica	75%
<b>P2</b>	Parque Vicente León	Calles Quito, General Maldonado y Sánchez de Orellana	Plaza central de la urbe	Plaza histórica	60%
<b>P3</b>	Terminal Terrestre de Latacunga	Av. Eloy Alfaro y Río Guayas	Transporte	Movilización de personas	50%
<b>P4</b>	Estación del Ferrocarril en Latacunga	Calle Marco Aurelio Subía y Av. 5 de Junio	Transporte	Movilización de personas	28%
<b>P5</b>	Plaza de Santo Domingo	Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría	Cívico	Plaza histórica	23%
<b>P6</b>	Aeropuerto Internacional de Cotopaxi	Av. Amazonas	Transporte	Movilización de personas	20%

**Continúa** 

<b>P7</b>	Cámara Provincial de turismo de Cotopaxi (CAPTUR)	Calles Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría	Control	Empresarial	18%
<b>P8</b>	Dirección Técnica de Turismo de Cotopaxi	Calles Quito y Marques de Maenza (Edificio el Rosal)	Gestión del turismo	Planificación y proyectos	16%
<b>P9</b>	GAD Municipal de Latacunga	Calles Francisco Sánchez de Orellana, General Maldonado y Cayetano Ramírez	Administrativo	Edificación histórica	14%

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Edison Landeta

#### **4.3 Esquema de la Red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga.**

Después de realizado el estudio de mercado en la ciudad de Latacunga se obtuvieron indicadores de los diferentes puntos estratégicos que colaborarán en un proyecto de desarrollo conjunto, complementándose unos con otros y especializándose con el propósito de resolver situaciones comunes, lograr eficiencia colectiva y conquistar mercados estratégicos en el ámbito turístico.

El esquema de la RED que se propone, es el de una red circular en la cual no existe ningún líder y entre las empresas se establecen relaciones de colaboración estables y simétricas o se genera una suerte de rotación del liderazgo en los distintos proyectos. En esta red, los roles son absolutamente intercambiables y la jerarquía es nula, cabe recalcar que el principal proyecto

conjunto y el fin que persigue la red es entregar Información y Promoción Turística de la ciudad de Latacunga.

#### 4.3.1 Conformación de los socios para la Red de información turística

Para efecto del presente esquema estructural se ha tomado en cuenta los puntos estratégicos con mayor puntaje obtenido en la investigación de mercado los cuales se mencionan a continuación:

**Tabla N° 4.2 Socios de la Red de información y promoción turística de Latacunga**


<b>RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LATACUNGA</b>	
	<b>SECTOR:</b> EDUCACION <b>CÓDIGO:</b> P1
	<b>ACTIVIDAD PARTICIPATIVA:</b> La Universidad debe participar en el modelo de gestión descentralizado, en su papel de facilitadora de herramientas tecnológicas apropiadas, de talento humano calificado, y de generadora de propuestas. En la RED, participan en el nivel Técnico.
	<b>SECTOR:</b> TRANSPORTE TURISTICO <b>CÓDIGO:</b> P2
	<b>ACTIVIDAD PARTICIPATIVA:</b> Las entidades de transporte deben participar para el proyecto en la entrega de estadísticas y perfiles de la llegada y salida de turistas en la ciudad de Latacunga.

Continúa →

	<p><b>SECTOR:</b> TRANSPORTE AEREO    <b>CODIGO:</b> P3</p> <p><b>ACTIVIDAD PARTICIPATIVA:</b></p> <p>Las entidades de transporte deben participar para el proyecto en la entrega de estadísticas y perfiles de la llegada y salida de turistas en la ciudad de Latacunga</p>
	<p><b>SECTOR:</b> EMPRESARIAL    <b>CÓDIGO:</b> P4</p> <p><b>ACTIVIDAD PARTICIPATIVA:</b></p> <p>Representa formalmente a la Empresa Privada, a los establecimientos que brindan servicios turísticos, está incorporado para la RED pues felicitará información veraz y actualizada de cada establecimiento turístico legalmente conformado en la ciudad, lo cual servirá para entregar al visitante de la zona para que planifique su viaje con la menor incertidumbre.</p> <p>Se debe dedicar especial interés por fortalecerlo permanentemente, a fin de garantizar la calidad de la prestación de servicios que ofrecen.</p>
	<p><b>SECTOR:</b> GESTIÓN DEL TURISMO    <b>CÓDIGO:</b> P5</p> <p><b>ACTIVIDAD PARTICIPATIVA:</b></p> <p>Otro pilar sobre el que descansa el desarrollo turístico, es el Ministerio de Turismo como autoridad nacional en la materia, carácter que debe ser reforzado permanentemente por cada Dirección Técnica de Turismo en las Provincias, para que su labor sea eficaz en los servicios que provea a los gobiernos locales, empresarios y comunidades.</p> <p>El Ministerio de Turismo, en su representación como Dirección Técnica de Turismo de Cotopaxi, debe mantener siempre una estrecha coordinación con la Red y los actores sociales.</p>

Continúa 



	<p>El papel que le incumbe desempeñar según la Constitución es el de facilitador, coordinador y fiscalizador en última instancia.</p>
 <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN <b>LATACUNGA</b></p>	<p><b>SECTOR:</b> ADMINISTRACIÓN PÚBLICA <b>CÓDIGO:</b> P6</p>
	<p><b>ACTIVIDAD PARTICIPATIVA:</b></p> <p>Ejecutar las competencias asumidas del MINTUR, ya que son el primer pilar para que el modelo funcione.</p> <p>La primera competencia que deben asumir los municipios es la planificación. Esta debe ser de carácter participativa, siendo importante que cada jurisdicción defina por sí misma qué quiere hacer, a dónde quiere ir, cuáles son sus objetivos y metas, así como qué procesos desea implementar para alcanzar estos últimos. De no ser así, se fracasaría por ser un modelo impuesto y sin bases locales.</p> <p>El Municipio deberá mantener al día el catastro de los establecimientos turísticos, con el fin de llevar estadísticas de los montos de inversión y ver cómo se puede facilitar o incrementar inversiones en determinada zona, a través de ordenanzas.</p> <p>Otra competencia y responsabilidad que ha asumido cada Municipio es el cobro de la Licencia Anual de Funcionamiento de los establecimientos turísticos, pues por todo servicio debe haber una retribución por lo tanto es importante recalcar que por ley, estos recaudos tienen que ser destinados en un 90% a la promoción turística local.</p>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta



**Grafico N° 4.1 Esquema de los puntos estratégicos de información y promoción turística iTur de la ciudad de Latacunga**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edison Landeta

#### 4.4 Acuerdo de gestión participativa.

### **MODELO PROPUESTO DEL ACUERDO DE GESTIÓN PARTICIPATIVA ENTRE LAS INSTITUCIONES DEDICADAS AL TURISMO PARA LA RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCION TURISTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

Comparecen a la celebración del presente Convenio de gestión participativa para la Red de Información y Promoción turística de la Ciudad de Latacunga las siguientes entidades, la Universidad de las Fuerzas Armadas extensión Latacunga representada por su Director (\_\_\_\_\_) en adelante “ESPE-L”, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga legalmente representado por su Alcalde, (\_\_\_\_\_), en adelante “G.A.D.M.L.”, la empresa Ferrocarriles del Ecuador en Latacunga representada por su jefe inmediato (\_\_\_\_\_), en adelante “Estación del Tren Latacunga”, la Dirección Técnica del Ministerio de Turismo en Cotopaxi, representada por (\_\_\_\_\_), en adelante “MINTUR-C”, el Aeropuerto Internacional de Cotopaxi, representado por(\_\_\_\_\_),en adelante “Aeropuerto Cotopaxi” y la Cámara Provincial de Turismo Cotopaxi, representada por (\_\_\_\_\_), en adelante “CAPTUR” quienes convienen en suscribir el presente instrumento que se regirá al tenor de las cláusulas que a continuación se detallan:

#### **PRIMERA: ANTECEDENTES**

1.01.- El artículo 225 de la Constitución Política de la República del Ecuador señala: “El estado impulsará mediante la descentralización y la desconcentración, el desarrollo armónico del país, el fortalecimiento de la participación ciudadana y de las entidades seccionales, la distribución de los ingresos públicos y de la riqueza.”

1.02.- Lo estipulado en la ley de descentralización del Estado y Participación Social “busca ejecutar los procesos de descentralización y desconcentración de las entidades y dependencias del Estado para promover la participación social en la gestión pública”.

1.0.3.- En el PLANDETUR 2020 que señala, el funcionamiento de un Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE) como una herramienta clave de planificación que posibilite la ejecución de varias actividades relativas a la generación de información en temas de la gestión turística. Agrupa a los Centros de información y Atención al Turista (iTurs), Observatorios Turísticos, Centros de Facilitación de Frontera, Puntos de Información Turística, Centros Nacionales de Protección, Sistemas de Estadísticas entre otros.

#### SEGUNDA: OBJETO

2.01.- Con estos antecedentes, este convenio tiene por objeto celebrar la gestión participativa entre las instituciones dedicadas al turismo para establecer la Red de Información y Promoción Turística de la ciudad de Latacunga

#### TERCERA: OBLIGACIONES DE LA ESPE-L

3.01.- La ESPE de conformidad con lo estipulado en la Comisión de Vinculación con la Colectividad es encargada de la articulación de estrategias de vinculación de la Escuela Politécnica del Ejército con la sociedad.

3.02.- Por medio de los Departamentos propiciar la participación de los estudiantes de las carreras y en especial para este proyecto, del Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio y del programa de carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera en los proyectos de vinculación con la colectividad, y para cumplimiento del presente convenio participar activamente con el talento humano en actividades y proyectos planteados por la red de turismo.

3.04.- Facilitar el talento humano calificado y la generación de propuestas participando en la red a nivel técnico.

#### CUARTA: OBLIGACIONES DEL G.A.D.M.L.

4.01.- Impulsar procesos de participación ciudadana tendientes a generar una conciencia y práctica colectiva para el fomento, promoción y sostenibilidad de la actividad turística, respetuosa de la cultura y el ambiente.

4.02.- Fortalecer la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Latacunga, para que contribuya a la mejor ejecución de este convenio.

4.03.- Potenciar la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Latacunga, como un espacio de concentración con universidades, empresa privada, comunidades locales, instituciones públicas y demás actores interesados en promover y fortalecer el turismo local.

4.04.- Entregar el presupuesto necesario para la implementación de los puntos de información turística en los cuatro lugares estratégicos de la ciudad de Latacunga.

4.05.- Facilitar material promocional gratuito de la ciudad de Latacunga, como trípticos, folletos, catálogos, revistas, postales, afiches, planos o mapas, etc.

4.06.- Realizar constantemente un análisis de la demanda y oferta turística de la ciudad de Latacunga.

#### QUINTA: OBLIGACIONES DE LA ESTACIÓN DEL TREN LATACUNGA

5.01.- Fomentar el desarrollo económico local y la participación de los actores públicos y privados, bajo un enfoque turístico, patrimonial, cultural y solidario.

5.02.- Administrar y operar con eficiencia el sistema ferroviario turístico patrimonial y contribuir al desarrollo socioeconómico del país, mediante el fortalecimiento de las actividades productivas, que fomenten el turismo y la valoración histórico-patrimonial, con responsabilidad social.

5.03.- Entregar las estadísticas y perfiles de llegada y salida de turistas en la ciudad de Latacunga.

5.04.- Facilitar información de rutas, horarios y destinos de la operación del tren en la ciudad y provincia.

**SEXTA: OBLIGACIONES MINTUR-C**

6.01.- Establecer las políticas nacionales y las regulaciones generales para el funcionamiento adecuado del sistema turístico.

6.02.- Entregar al GAD Municipal el equipo y soporte tecnológico, que facilitará la implementación de un sistema interconectado de puntos de información turística y página web entre las entidades aliadas a la red.

6.03.- Levantar y facilitar Información y material promocional gratuito de la provincia de Cotopaxi en especial de la ciudad de Latacunga, como el inventario de atractivos turísticos, trípticos, folletos, catálogos, revistas, postales, afiches, planos, mapas, etc.

**SEPTIMA: OBLIGACIONES AEROPUERTO COTOPAXI**

7.01.- Entregar las estadísticas y perfiles de la llegada y salida, de turistas a la ciudad de Latacunga.

7.02.- Facilitar información del tráfico aéreo en la ciudad de Latacunga.

**OCTAVA: OBLIGACIONES CAPTUR**

8.01.- Levantar y facilitar información veraz y actualizada de la planta turística de la ciudad, lo cual servirá al visitante para que planifique su viaje.

**NOVENA: OBLIGACIONES CONJUNTAS**

9.01.- Desarrollo de una imagen y una cultura corporativas para todas las oficinas integradas en la Red, la cual se propone en el Capítulo V del presente proyecto, Caracterización del i-Tur de la ESPE-L.

9.02.- Proporcionar información sobre todos aquellos servicios que necesita un visitante para realizar un viaje, excursión o visita.

9.03.- Suministrar información y orientación sobre la oferta turística de la ciudad: transporte, alojamiento, restauración, agencias de viajes, empresas de transporte turístico, etc.

9.04.- Proveer información y orientación sobre los recursos turísticos: museos, monumentos, rutas, visitas, excursiones, con los contenidos explicativos, horarios, precios de las entradas, localización de rutas, etc.

9.05.- Facilitar información sobre datos, direcciones y servicios de interés como, entidades públicas y privadas, policía, servicios sanitarios, documentación, seguros, embajadas, consulados etc.

9.06.- Prestar información y orientación sobre actividades turísticas culturales, recreativas, deportivas, de ámbito local, regional, nacional, etc.

9.07.- Entregar material informativo y promocional gratuito sobre los servicios, como trípticos, folletos, catálogos, revistas, postales, afiches, planos o mapas, etc.

9.08.- Facilitar información sobre la prestación de los servicios turísticos y su regulación legal.

9.09.- Atender la recogida y atención de quejas y reclamaciones.

9.10.- Facilitar datos informatizados a través de servicios de internet o páginas web.

9.11.- Utilización de soportes y contenidos informativos homogéneos, respetando al mismo tiempo las singularidades de cada lugar.

9.12.- Colaboración de la Red en actividades puntuales, mejorando así la coordinación de políticas turísticas entre la administración pública y privada.

9.13.- Obtención de información sobre las características y preferencias de los turistas que utilizan los servicios de la Red

9.14.- Entregar el apoyo y la información correspondiente a su jurisdicción, departamento, área, o zona de influencia, a todos los socios de la Red para fortalecer la información y promoción turística de la ciudad.

DECIMA: CESIONES

10.01.- Este convenio es obligatorio para las partes y tendrá los efectos previstos en el mismo, de ninguna manera las partes pueden ceder sus derechos y obligaciones constantes en el presente instrumento, sin el consentimiento expreso y por escrito de los integrantes del presente.

DECIMA PRIMERA: CONTROVERSIAS

11.01.- En caso de suscitarse controversias derivadas de la ejecución de este Convenio, los integrantes se sujetarán a la sanción impuesta por el comité rector de la Red objeto del presente convenio.

## FIRMAS:

En la ciudad de Latacunga a (\_\_\_\_\_)

_____ (.....) DIRECTOR UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS EXTENSIÓN LATACUNGA	_____ (.....) ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DE LATACUNGA
_____ (.....) GERENTE FERROCARRILES DEL ECUADOR	_____ (.....) DIRECTOR AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI
_____ (.....) DIRECCIÓN TÉCNICA DEL MINISTERIO DE TURISMO EN COTOPAXI	_____ (.....) DIRECTOR CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO COTOPAXI



## CAPÍTULO V

### PUNTO DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA

#### 5.1 Imagen corporativa del punto de información turística ESPE-L

##### 5.1.1 La marca

iTur, es un punto de información turística, con el objetivo de promover la imagen del cantón Latacunga la provincia y del país, con una personalidad única. La imagen visual que hemos construido ayuda a fortalecer el enfoque de comunicación visual.

Se ha realizado el diseño para iTur estableciendo una imagen corporativa que refleja lo hermoso y diverso de nuestro país haciendo énfasis en Latacunga.



**Grafico N° 5.1 Marca iTur**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

La marca comercial iTur nace a partir de los cuatro lugares en donde va a ser ubicado el iTur como son: ESPE-L, GAD Municipal, Aeropuerto, Estación de Ferrocarril. (Cada uno establecido por un color respectivamente)

La tipografía que se ha elegido para iTur es Helvética Neue establecida en el Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur de Ecuador.

El ícono es la abstracción de varios elementos como son la biodiversidad en flora, fauna y a su vez la abstracción de la catedral Latacungueña.



**Grafico N° 5.2 Imagotipo**

**Elaborado por:** Edison Landeta

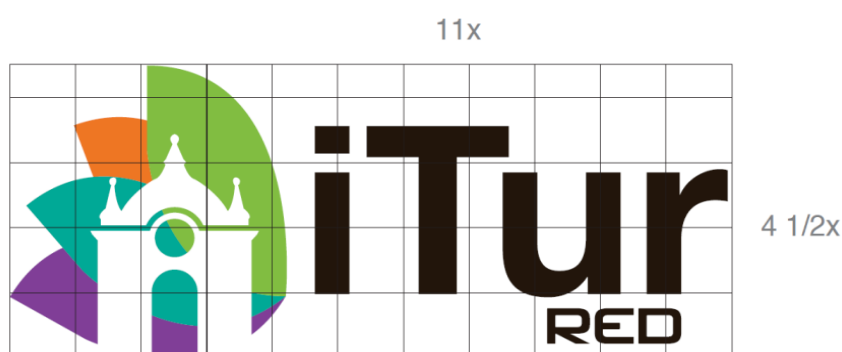
**Diseño:** David M Feria

### 5.1.2 Construcción y aplicación

- **Modulación**

El imagotipo de iTur, se inscribe en una superficie modular de proporciones 11x 4-1/2.

El valor "X" establece la unidad de medida para asegurar la dimensión adecuada de la marca sobre cualquier soporte y medidas



**Grafico N° 5.3 Modulación imagotipo**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

- **Área de protección**

Se ha establecido un área de protección alrededor del imago tipo, la cual deberá estar libre de elementos gráficos que obstruyan la percepción y legibilidad de la marca.

La construcción del área de protección queda determinada por la medida "X". Es recomendable ampliar al máximo este espacio para separar el isologo de elementos adyacentes.



**Grafico N° 5.4 Área de protección**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Fera

- **Tamaño mínimo de reproducción**

El tamaño mínimo que se ha establecido para la reproducción del imago tipo en offset, impresión digital, láser o serigrafía es de 23.8mm. Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 67,4 píxeles de largo.








**Grafico N° 5.5 Tamaño mínimo de reproducción**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Fera

### 5.1.3 Colores corporativos

Son códigos cromáticos que permiten la asociación inmediata de la marca por parte del espectador y transmite la esencia del iTur. Los colores principales del imago tipo representan a los 4 lugares donde va a ser colocado el iTur mencionados anteriormente.

	C:55% M:3% Y:100% K:0% R:130 G:188 B:0 #82BC00
	C:2% M:66% Y:100% K:0% R:239 G:117 B:33 #EF7521
	C:100% M:0% Y:54% K:0% R:0 G:175 B:154 #00AF9A
	C:59% M:91% Y:0% K:0% R:132 G:48 B:166 #8430A6
	C:59% M:67% Y:73% K:82% R:34 G:20 B:10 #22140A

### Grafico N° 5.6 Colores corporativos

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

- **Significado**

- **El verde.**-Es el color de la naturaleza. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura, lo cual encaja correctamente con el turismo el cual se desarrolla en este entorno.

Es el color representativo en los emblemas de la ESPE-L y está presente en la marca del iTur ya que simboliza el primer punto asociado a la red de información turística de la ciudad de Latacunga.

- **El naranja.**- Combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico.

Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo, que es el fin que persigue la actividad turística.

Es el color usado en el fondo del logo de la empresa ferrocarriles del Ecuador y también está presente en la identidad corporativa, pues es el segundo punto asociado a la red.

- **Celeste.-** Es el color del cielo, por lo que se suele asociar con la estabilidad.

Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad.

Es el color que se asocia al aeropuerto internacional de Cotopaxi ya que su actividad se desempeña en el cielo, y es el tercer punto estratégico para la red de información turística.

- **Purpura.-** Aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo.

Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia.

El color púrpura también está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad.

De acuerdo a estas características es el color elegido para representar al GAD Municipal una de las entidades encargadas del poder local en el cantón Latacunga y el cuarto socio estratégico de la red de información turística de la ciudad.

- **Café.-** Significa las personas físicas el color de la tierra, lo neutro. Es un color que se encuentra en la tierra, en la madera, en la piedra es un color cálido, neutro. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.

El color café representa la salubridad, la constancia, la sencillez, la amabilidad, la confianza, y la salud, todo esto es lo que busca una institución que tiene como fin ofrecer el servicio de información turística al público en general.

- **Blanco.-** Se le considera el color de la perfección. Se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza.

El blanco significa seguridad y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva. En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de la nieve.

#### 5.1.4 Aplicaciones cromáticas



#### Grafico N° 5.7 Aplicaciones cromáticas para impresión solo en negro

Elaborado por: Edison Landeta

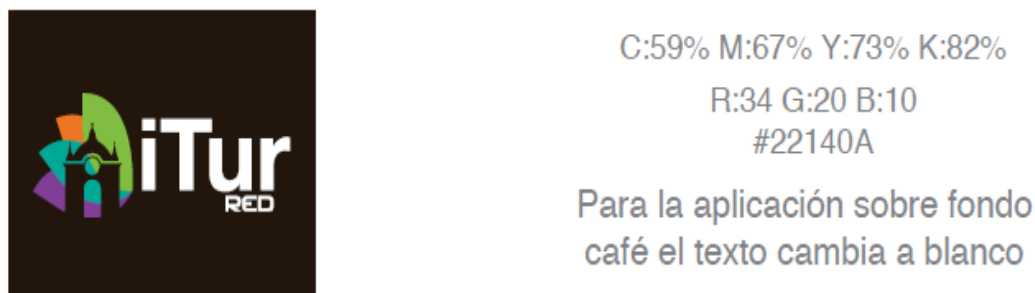
Diseño: David M Feria



#### Grafico N° 5.8 Aplicaciones cromáticas para impresión solo en grises

Elaborado por: Edison Landeta

Diseño: David M Feria



#### Grafico N° 5.9 Aplicaciones cromáticas fondo permitido café

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Fera



El fondo nativo de la marca  
es el blanco.

### **Grafico N° 5.10 Aplicaciones cromáticas fondo nativo blanco**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Fera

Es permitido el uso de la marca sobre imágenes solo si la misma presenta áreas que no influyan en la legibilidad de la marca.

Basándose en la coincidencia con los fondos antes mencionados (claro - oscuro) se conservará el color de la marca o cambiará a blanco. El icono nunca puede variar su color.



### **Grafico N° 5.11 Aplicaciones cromáticas sobre imágenes**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Fera

Fuente: <http://haraldwartooth.es/wp-content/uploads/2014/02/church-cotopaxi-1280-800.jpg>

No está permitida la utilización de fondos que afecten la legibilidad y los valores que expresa iTur.



**Grafico N° 5.12 Aplicaciones cromáticas fondos no permitidos**

Elaborado por: Edison Landeta

Diseño: David M Feria

### 5.1.5 Tipografía

La familia tipográfica para el uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa de iTur es Helvética Neue se eligió esta tipografía porque refleja profesionalismo, juventud y aporta una buena legibilidad.



**Grafico N° 5.13 Tipografía del rotulado 1**

Elaborado por: Edison Landeta

Diseño: David M Feria



**Qq** Helvetica Neue 65 / Medium  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

**Qq** Helvetica Neue 66 / Medium Italic  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

### Grafico N° 5.14 Tipografía del rotulado 2

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

#### 5.1.6 Usos Incorrectos

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos incorrectos que afecten a la imagen de la Identidad Corporativa.



### Grafico N° 5.15 Uso incorrecto cambio de color

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria



### Grafico N° 5.16 Uso incorrecto distorsión en su proporción vertical

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria



### Grafico N° 5.17 Uso incorrecto distorsión en su proporción horizontal

Elaborado por: Edison Landeta

Diseño: David M Feria



### Grafico N° 5.18 Uso incorrecto eliminación de elementos

Elaborado por: Edison Landeta

Diseño: David M Feria

#### 5.1.7 Papelería

- Tarjetas de presentación

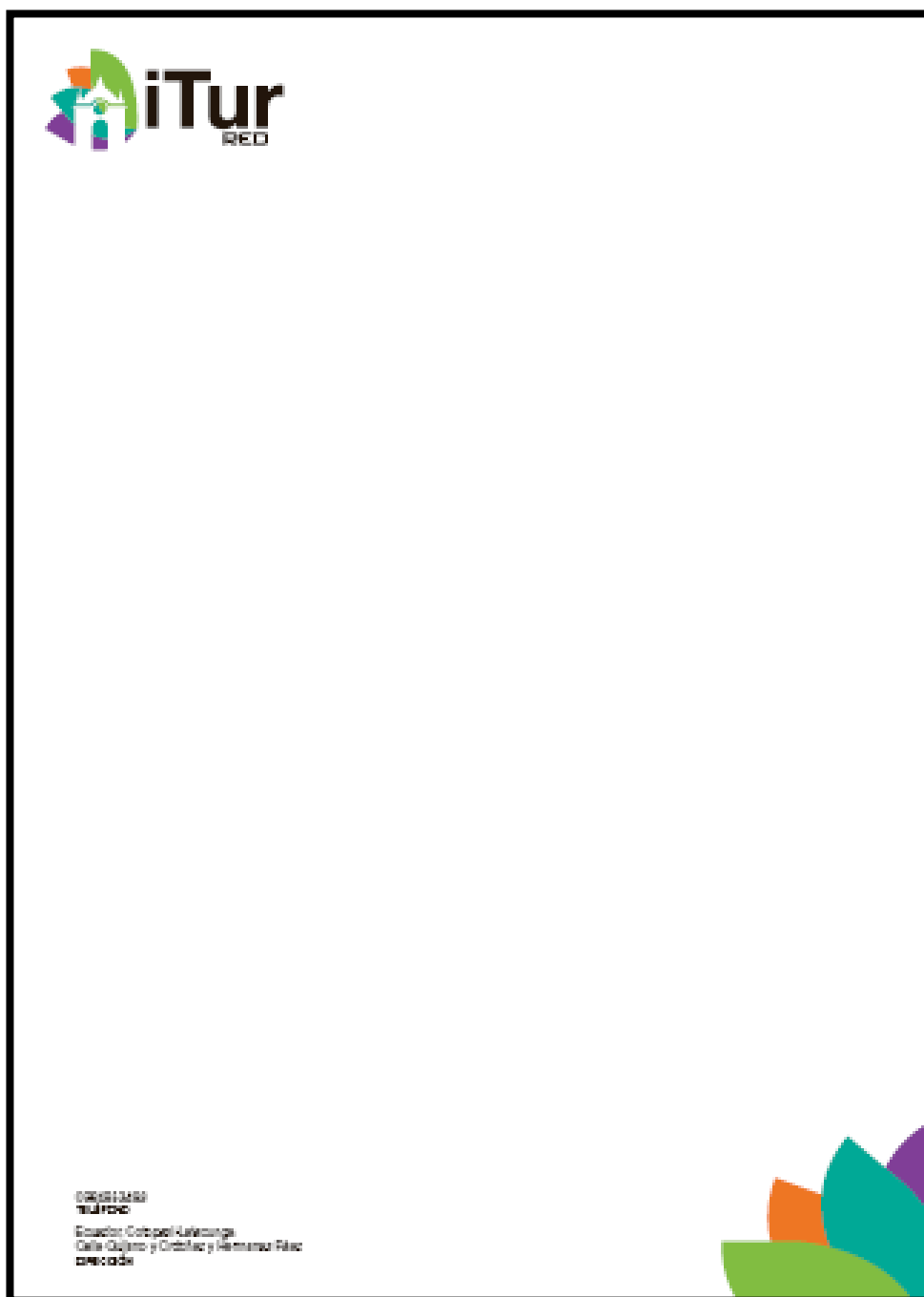


### Grafico N° 5.19 Tarjetas de presentación iTur

Elaborado por: Edison Landeta

Diseño: David M Feria

- Hoja membretada



**Grafico N° 5.20 Hoja membretada iTur**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Fera

- **Sobre**



**Grafico N° 5.21 Sobre iTur**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

- **Material digital CD**



**Grafico N° 5.22 Material digital CD**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

### **5.1.8 Terminología**

Con el fin de brindar una mejor comprensión sobre este manual de identidad a continuación se detalla las definiciones de los términos utilizados en el mismo.

#### **- Identidad Visual**

Es todo el sistema gráfico de identidad que gira en torno a la marca. A partir de ella la identidad visual se desarrolla y abarca todas las declaraciones y comunicaciones de la empresa.

#### **- Marca**

Es todo signo visible que puede estar compuesto por un nombre, término, símbolo o a su vez puede ser un conjunto de estos para crear la identidad de una empresa, un producto o un servicio con el fin de distinguirse de su competencia.

#### **- Tipografía Corporativa**

Tipo de letra que se utiliza para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa.

#### **- Imagotipo**

Un imagotipo es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.

### **5.1.9 Utilización estandarizada**

La marca muestra el atractivo turístico propio de la zona pero mantiene el respeto a las normativas existentes, por esta razón posee su representación icónica estandarizada.



**Grafico N° 5.23 Logo iTur**

**Elaborado por:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

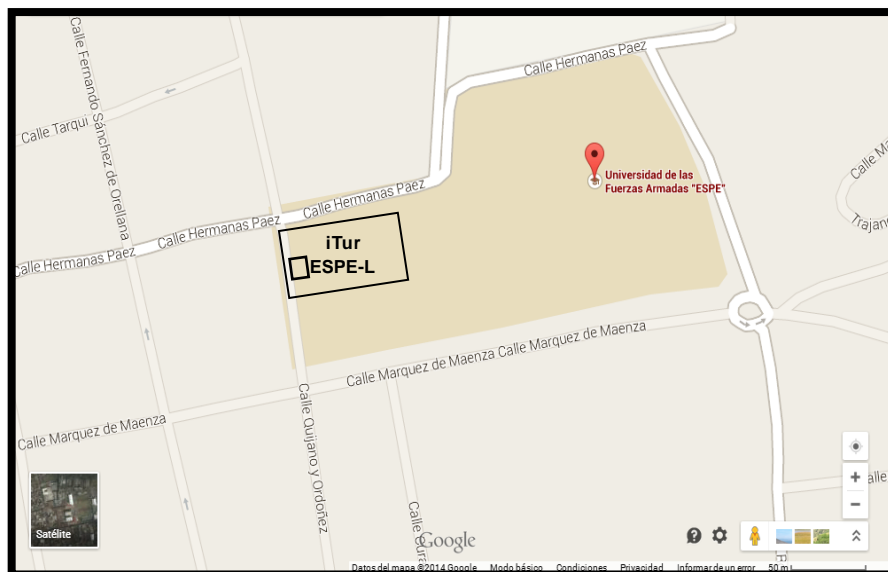
## **5.2 Categorización del iTur por tamaño y tipo de espacio**

Es importante señalar que toda la categorización y diseño del iTur se basa en el Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur de Ecuador, puesto que es un documento normativo al cual se debe regir la presente propuesta.

### **5.2.1 Categorías por tipos de espacio**

De acuerdo a las características de la oficina escogida en la ESPE-L como por ejemplo es una oficina que da a la calle principal Quijano y Ordoñez y la transversal Hermanas Paez, está ubicada en el ingreso principal de la institución y sus medidas son 6.84 de largo y 5.15 de ancho es ideal para la caracterización del iTur lo cual nos lleva la conclusión que es un Local tipo A (local cerrado) ya que estos son locales que actualmente se encuentran en el interior de edificios municipales, edificios de otras instituciones o en centros comerciales.

Su particularidad es que requieren de una señalización externa, es decir que dé a la calle para que el transeúnte lo vea, y otra señalización interna, al ingreso de la oficina o local, para identificación puntual del establecimiento.



**Gráfico N° 5.24 Ubicación ESPE-L**

**Fuente:** [www.google.com/maps/place/Universidad+de+las+Fuerzas+Armadas+\"ESPE\"](http://www.google.com/maps/place/Universidad+de+las+Fuerzas+Armadas+\)



**Fotografía N° 5.1 ESPE-L vista frontal calle Quijano y Ordoñez**

**Fotografía:** Edison Landeta



**Fotografía N° 5.2 ESPE-L vista lateral calle Hermanas Paez**

Fotografía: Edison Landeta

### **5.2.2 Categoría por tamaños de local**

De igual manera rigiéndose en la normativa mencionada, las características del local es: local pequeño tamaño 1 (10 a 20 m<sup>2</sup>)

### **5.3 Diseño del i-Tur**

#### **Local pequeño tamaño 1 (10 a 20 m<sup>2</sup>)**

Todas las oficinas de esta dimensión deberán contar con:

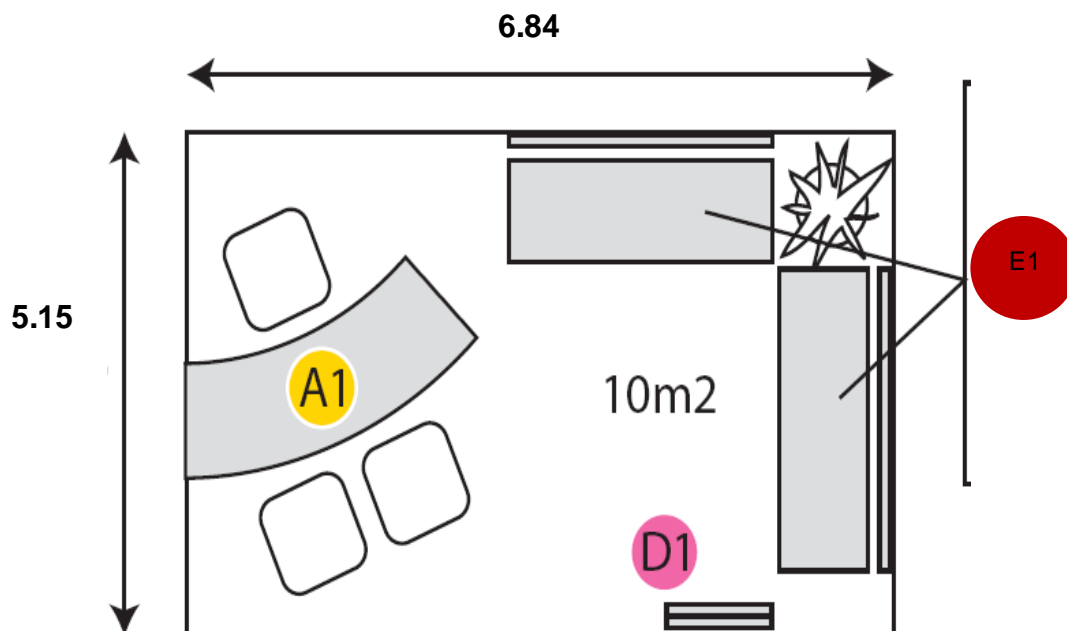
- 1 escritorio (A1)
- 2 sillones para sala de espera (E1)
- 1 panel especial para folletería (D1)
- 1 silla para el informante
- 2 sillas de visita

Más decoración vinílica en la pared y adicionalmente cualquier planta ornamental que se desee colocar.

Los locales más grandes de este mismo rango, podrán disponer de una pequeña sala de espera.



Un par de elementos podrán repetirse o recortarse, pero generalmente la variación será mínima.



**Grafico N° 5.25 Esquema iTur local pequeño tamaño 1**

**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur

### 5.3.1 Diseño exterior

Para el diseño exterior se utilizará la marca de la identidad corporativa desarrollada para el iTur ESPE-L y red de información turística, tratando de no dañar o alterar la fachada de la edificación histórica.

**NOTA:** para una mejor visualización de las imágenes de la marca, diseño exterior e interior del iTur mirar el Anexo N° 13.



**Fotografía N° 5.3 Diseño exterior iTur ESPE-L vista frontal calle Quijano y Ordoñez**

**Fotografía:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria



**Fotografía N° 5.4 Diseño exterior iTur ESPE-L vista lateral calle Hermanas Paez**

**Fotografía:** Edison Landeta

**Diseño:** David M Feria

### **5.3.2 Diseño interior**

Es fundamental iniciar la implementación de la imagen de los Puntos iTur con un local neutro. Es decir, que deberá tener colores blancos, grises o madera, evitando la presencia de otros colores.

Evidentemente se tratará de incurrir en la menor inversión posible.

De acuerdo a esta normativa se propone el siguiente modelo de la arquitectura interna del punto de información turística de la ESPE-L diagramado en formato 3D.



**Fotografía N° 5.5** Diseño interior iTur ESPE-L Vista 3D, izquierda puerta principal de ingreso, derecha pared y ventana a la calle Quijano y Ordoñez.

Diseño: David M Feria



**Fotografía N° 5.6** Diseño interior iTur ESPE-L vista 3D, izquierda pared y ventana calle Quijano y Ordoñez, derecha pared y ventana calle Hermanas Paez, al frente sala de espera con mesa para folletería y diseño de pared con el logo ama la vida.

Diseño: David M Feria



**Fotografía N° 5.7 Diseño interior iTur ESPE-L vista 3D, izquierda pared y ventana calle Hermanas Paez, al frente escritorio de atención al público con la marca iTur y un LCD en la pared, derecha pared y puerta principal de ingreso a la oficina, en la parte superior lámparas de iluminación y en la parte inferior diseño del piso de madera.**

**Diseño:** David M Feria

#### **5.4 Filosofía empresarial del iTur**

El punto de información turística iTur guiará sus actividades mediante la filosofía empresarial necesaria para el éxito de la gestión que involucra una misión, visión, valores y objetivos claros de la organización.

##### **5.4.1 Misión**

Entregar información de excelencia al visitante de los diversos atractivos, servicios y facilidades turísticas de la ciudad de Latacunga, incentivando el turismo local.

### 5.4.2 Visión

Ser la red de información turística iTur con cuatro puntos estratégicos en la ciudad de Latacunga, que al 2020 sea un referente de la ciudad, provincia, y microrregión.

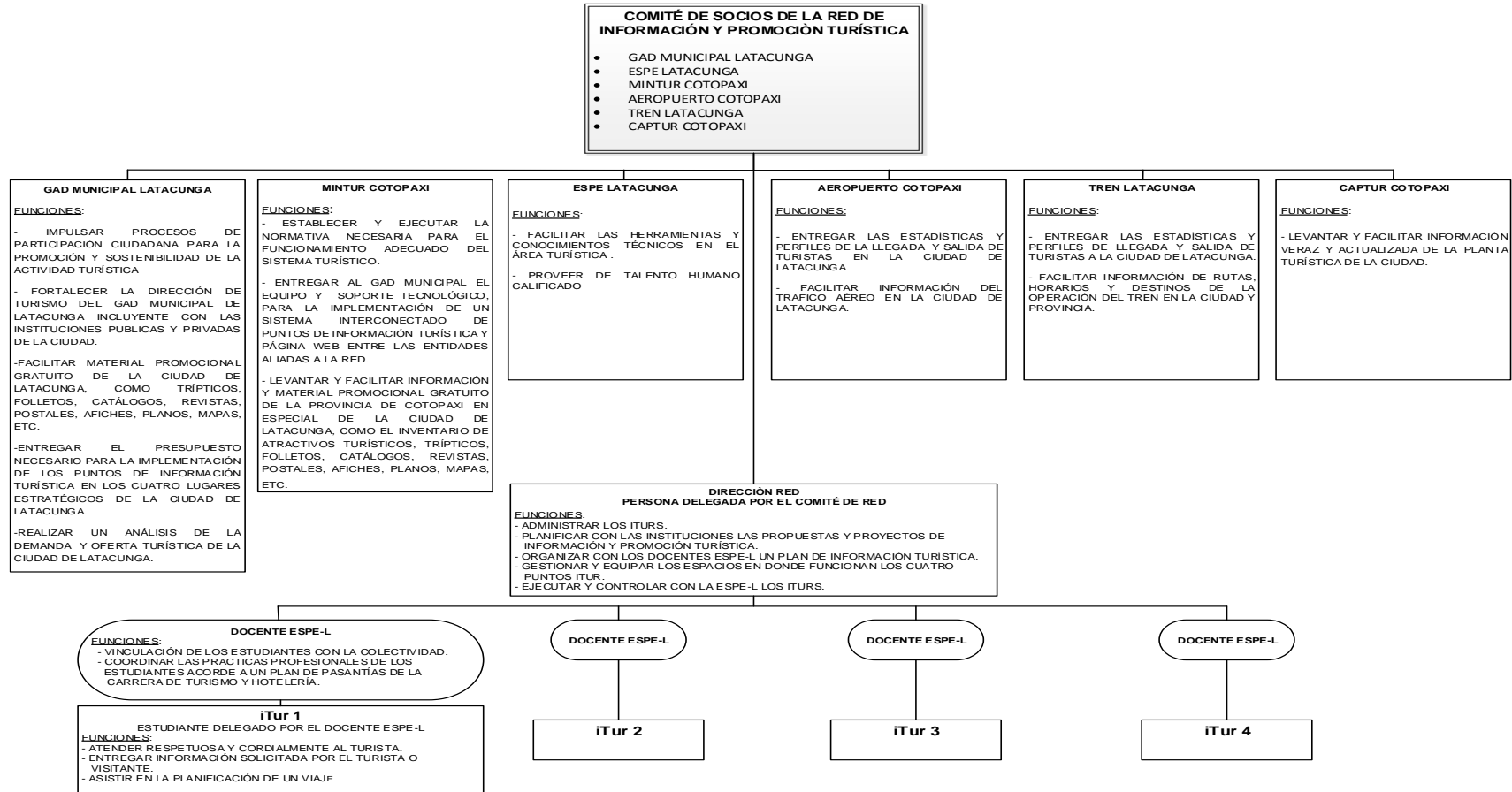
### 5.4.3 Valores institucionales

- **Calidad de Servicio.-** Orientada a satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, ofreciendo un servicio de calidad.
- **Credibilidad.-** En la información proporcionada al visitante.
- **Compromiso.-** Cumplir con lo establecido en la filosofía empresarial.
- **Trabajo en Equipo.-** Integrado por el talento humano capacitado y responsable.

### 5.4.4 Objetivos

- Entregar información y orientación gratuita al turista, sobre aspectos relacionados con el destino, atractivos, actividades, hospedaje y servicios turísticos.
- Desarrollar un equipo capaz en cada punto de información turística aliado a la red capaz de atender y servir al turista y establecer las condiciones organizacionales necesarias para que el equipo humano haga suya la excelencia en el trato al turista.

## 5.5 Funcionamiento del punto de información turística iTur



**Grafico N.- 5.26 Organigrama funcional del punto de información turística iTur caracterizado en la ESPE-L**

**Fuente:** Investigación de campo.  
**Elaborado por:** Edison Landeta

### **5.5.1 Servicios a prestarse**

Los servicios a ofrecer en el Punto de Información Turística iTur son los siguientes:

- Información de atractivos turísticos (ubicación, actividades)
- Información general del cantón Latacunga
- Información de servicios y facilidades turísticas (transporte, restaurantes, alojamiento, agencias de viajes, precios).
- Información de las instituciones públicas y privadas.
- Promoción del cantón mediante impresos (revistas, mapas, trípticos, catálogos, afiches, postales, guías, etc.)
- Promoción del cantón mediante audiovisuales ( plasma, parlantes, proyector)
- Atención personalizada
- Atención puntual/ rápida
- Capacitación de viaje
- Internet y teléfono (página web)

### **5.5.2 Apertura y horarios**

Los horarios deservicio de información y acogida al público estarán coordinados entre los diferentes puntos de información asociados.

La definición de horarios deberá cumplir con los siguientes mínimos:

- En temporada baja se prestará servicio como mínimo cinco días a la semana con un horario mínimo de seis horas diarias. Si se dispone de un día de cierre, será el de menos afluencia y nunca en fin de semana, de ser así deberá justificarse.
- Durante la temporada alta y periodos de máxima afluencia se deberá prestar servicio siete días semanales y como mínimo durante ocho horas diarias.

### **5.5.3 Imagen del personal**

El personal de la oficina presentará una imagen e higiene personal correctas, al mismo tiempo que su actitud será agradable, donde se controlará las normas de cortesía, conducta e imagen.



## 5.6 Base de datos del punto de información turística

### 5.6.1 Físicas

La base de datos del iTur estará respaldada por los siguientes documentos turísticos:

- El inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de Cotopaxi del Ministerio de Turismo.
- El catastro turístico del cantón Latacunga
- Un mapa turístico completo del destino.
- Una guía de la oferta y los servicios turísticos con precios.
- Un documento genérico indicando los atractivos principales y las actividades a realizar.
- Una guía de servicios e información práctica.
- Una guía de las instituciones públicas y privadas de la ciudad.
- Una guía telefónica con extensiones internacionales.

Los documentos se actualizarán y se justificarán en relación a las necesidades de la demanda.

### 5.6.2 Digitales

- **Página web**



**Gráfico N° 5.27** Pagina Web iTur

## **5.7 Mantenimiento del punto de información turística**

### **5.7.1 Aseo**

Las diferentes instalaciones, tanto internas como externas, que componen los puntos de información turística deberán estar en perfecto estado de orden y limpieza. Se mantendrá la limpieza de mobiliario y suelos a diario y de cristales semanal.

### **5.7.2 Mantenimiento**

Se dispondrá de un control de averías donde se dejará constancia de todos los daños, además se especificará el tipo de mantenimiento preventivo o correctivo y el tiempo mínimo de reparación.

## CONCLUSIONES

- La información recopilada en diferentes fuentes de consulta, ayudo a sustentar y a dar mayor credibilidad a la presente investigación.
- La estructura legal y orgánica permitió contar con una base sólida para establecer una normativa de funcionamiento de la red de información turística de la ciudad de Latacunga y del punto iTur en la Universidad de las Fuerzas Armadas Extensión Latacunga ESPE-L.
- El estudio de mercado a través de las encuestas realizadas, determinó indicadores de la población que está de acuerdo con la propuesta del presente proyecto de tesis.
- La ciudad de Latacunga cuenta con instituciones públicas y privadas dedicadas a la actividad turística, que al trabajar de una manera organizada y coordinada ayudarán en el correcto desarrollo de las actividades de la red de información turística.
- La caracterización del punto de información turística iTur en la ESPE-L es un modelo inicial, de los cuatro puntos estratégicos a ubicarse en la ciudad de Latacunga, el proyecto beneficiará a la ciudad ya que, a través de él, se va a tener grandes ventajas en cuanto a información y promoción de los atractivos, facilidades y servicios lo cual generará un estímulo turístico.
- El material de información y promoción será entregado a los puntos de información iTur por cada socio de la red de acuerdo a las funciones atribuidas para su posterior distribución al turista

## RECOMENDACIONES

- Es necesario que se actualice la información de los inventarios de atractivos, catastro de servicios y facilidades turísticas de la ciudad de Latacunga.
- Es importante que se cumpla de forma organizada con toda la normativa legal y orgánica establecida por el Ministerio de Turismo del Ecuador como ente rector de la actividad y de las instituciones aliadas a la red de información y promoción turística para el correcto funcionamiento de la misma.
- Sociabilizar, valorar y actualizar el acuerdo de gestión participativa para el funcionamiento de la red, teniendo como fin la información y promoción turística de la ciudad de Latacunga.
- Implementar los puntos de información turística iTur en los sitios estratégicos seleccionados, para la eficiente articulación de la información.
- Utilizar el modelo de imagen corporativa y de los diseños interior y exterior del iTur de la ESPE-L, para la implementación de los tres puntos de información estratégicos restantes.
- Actualizar el material informativo y promocional acorde a las necesidades del turista que visita la ciudad de Latacunga.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA M. (2010). Promoción Turística (Primera ed.). Mexico D.F: Trillas.
- Alianza País. (2013). Revolución Ecológica. En PROGRAMA DE GOBIERNO 2013 - 2017 (pág. 221). Quito.
- CABARCAS Noboa, N. (2011). Comercio Turístico Administración de Empresas Turísticas (s.e.).
- CARDENAS, T. (1994). Proyectos turísticos formulación y evaluación. México D.F: Trillas.
- Constitución del Ecuador. (2008). Constitución del Ecuador. Montecristi.
- Convenio de Descentralización y transferencia de competencias, atribuciones, funciones, responsabilidades y recursos del turismo desde el Gobierno Nacional de la República del Ecuador a los Consejos Provinciales. (2006). Quito.
- Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y los Municipios Descentralizados. (2001).
- DAHDÁ, J. (2005). Publicidad Turística. Mexico D.F: Trillas.
- ECUADOR. Ministerio de Turismo (1999).
- ESPE. (2012). PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL.
- ESPE. (2014). Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.
- KOTLER, Philip. (2004). Marketing. Madrid: Graficas Rógar S.A.
- Ley de Descentralización del Estado y de Participación Social. (2008). Art. 1. Quito.

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur. Quito: MINTUR.
- MONTUFAR, J. (2005). Estructura del mercado turístico. México D.F: Síntesis.
- PLANDETUR. (2012). PLANDETUR 2020. Quito.
- PLANELLES, Margarita; CRESPI, Montserrat. (2009). Información Turística en Destino (Primera ed.). Mexico D.F: Sintesis.
- PLUIG Adela. (2009). Los Nuevos Negocios Turísticos . España: Valleta.
- ROMERO, E. (s.f.). Manual de información cultural, educativa, turística, industrial, comercial, agrícola, ganadera de la República del Ecuador.
- TURISMO, O. M. (2009). Implementación de un iTur. OMT.
- VALLEJO, P. M. (2012). Promocion Turistica. Madrid (s.e.).

## LINKOGRAFÍA

- Agencia Valenciana de Turismo, Red Tourist Info. Disponible en: <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/touristinfo.html>. [Consultado el 18 de noviembre del 2012]
- Cansilleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo. (2012). Red de Información Turística. Disponible en: <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/touristinfo.html>. [Consultdo el 25 de Enero de 2014].
- FERNÁNDEZ, R.S. Glosario de términos turísticos. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos66/glosario-terminos-turisticos/glosario-terminos-turisticos.shtml>. [Consultado el 21 de octubre del 2012.]

## **ANEXOS**



## ÍNDICE DE ANEXOS

**Anexo N° 1** Definición de la marca

**Anexo N° 2** Categoría de los iTur por tipo de espacio

**Anexo N° 3** Categoría de los iTur por tamaños

**Anexo N° 4** Categorías especiales de iTur

**Anexo N° 5** Implementación de los elementos de imagen de los iTurs.

**Anexo N° 6** Normas de rotulación exterior

**Anexo N° 7** Normas graficas exteriores

**Anexo N° 8** Arquitectura interna

**Anexo N° 9** Mobiliario

**Anexo N° 10** Decoración

**Anexo N° 11** Señalización interior

**Anexo N° 12** Diseño de la encuesta

**Anexo N° 13** Diseño de la oficina para el punto de información turística

iTur ESPE-L

**Anexo N° 14** Mapa funcional de la oficina de información turística

iTur ESPE-L

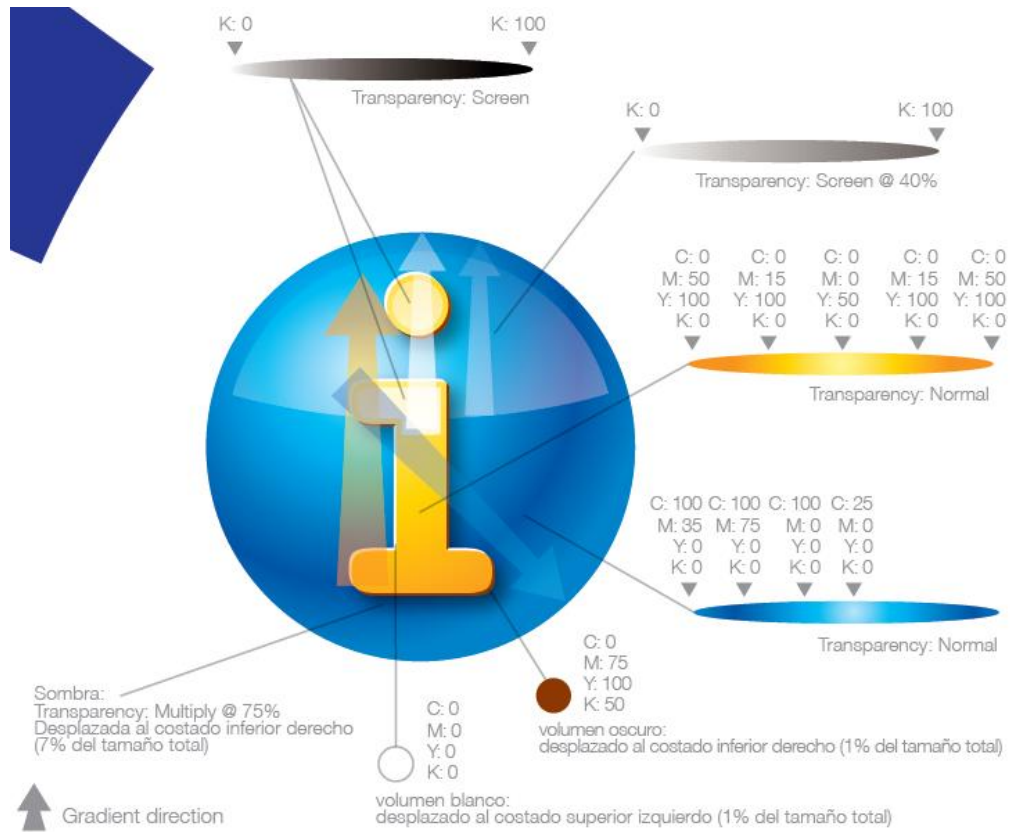
## **Anexo N° 1 Definición de la marca**

## Isotipo



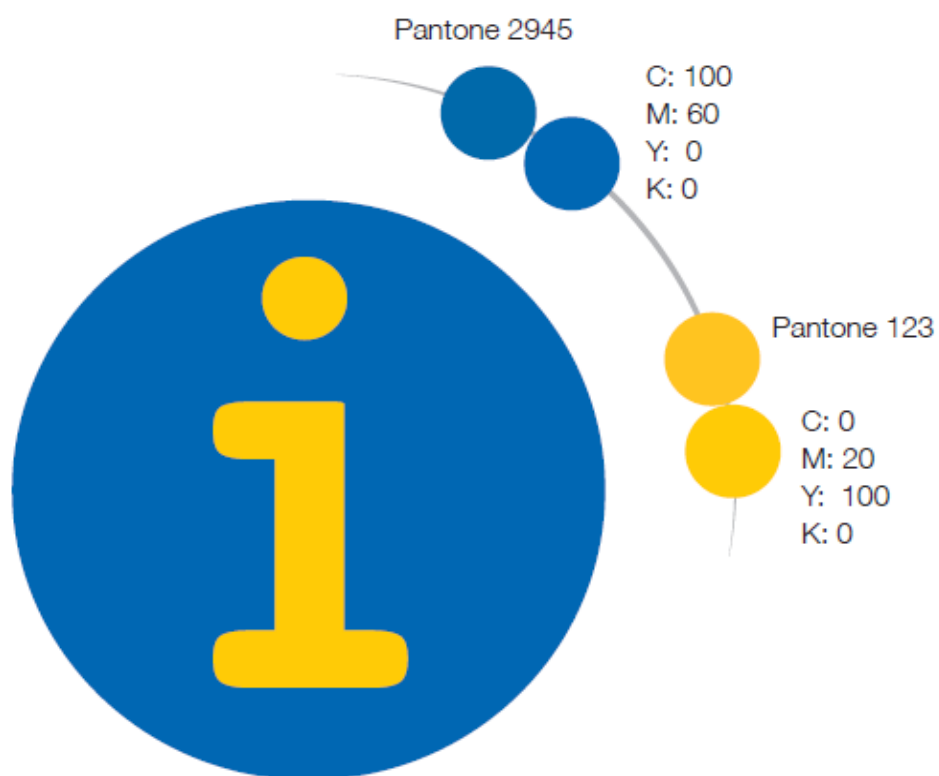
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Cromática



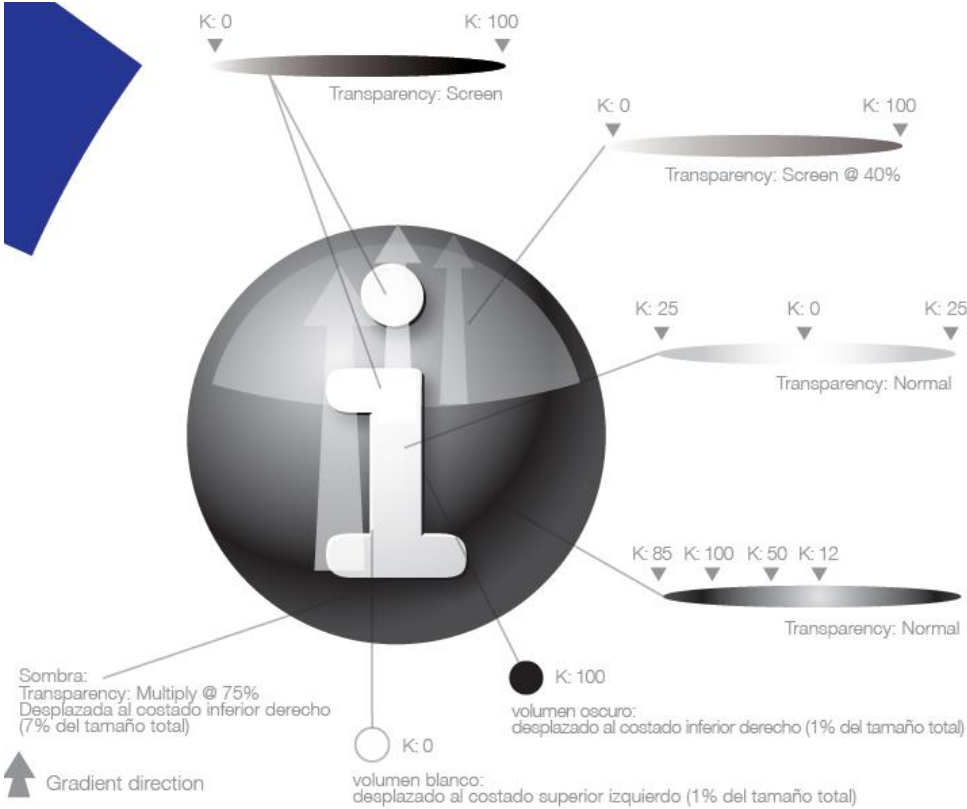
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Cromática colores planos



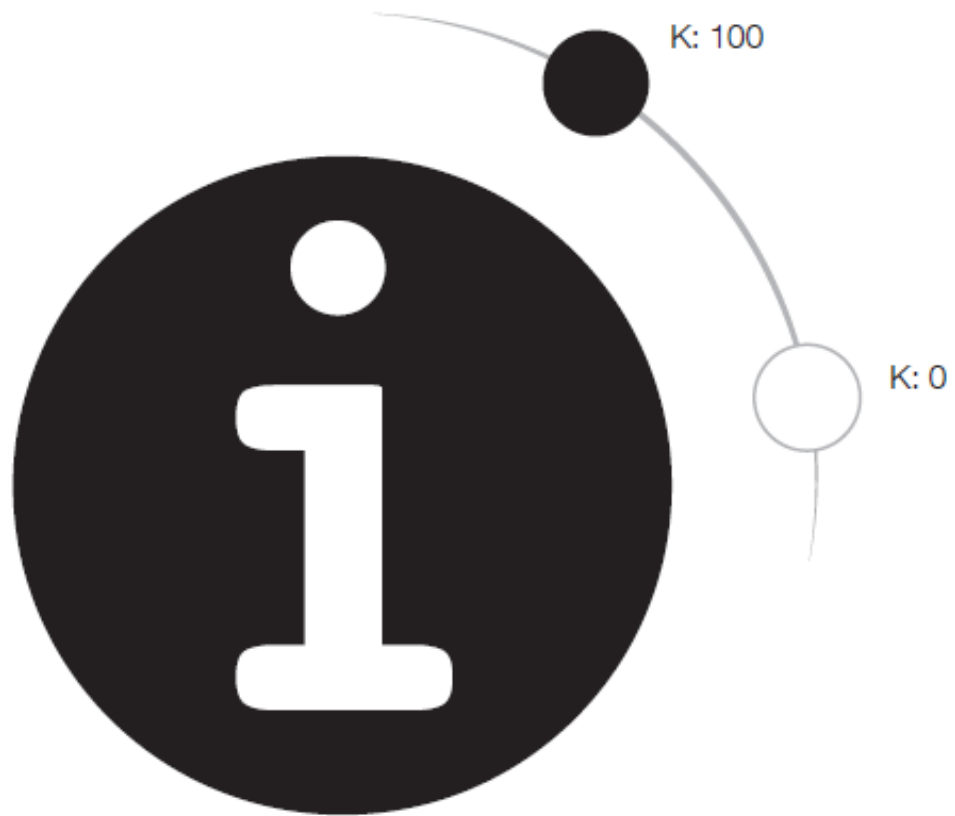
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

# Cromática escala de grises



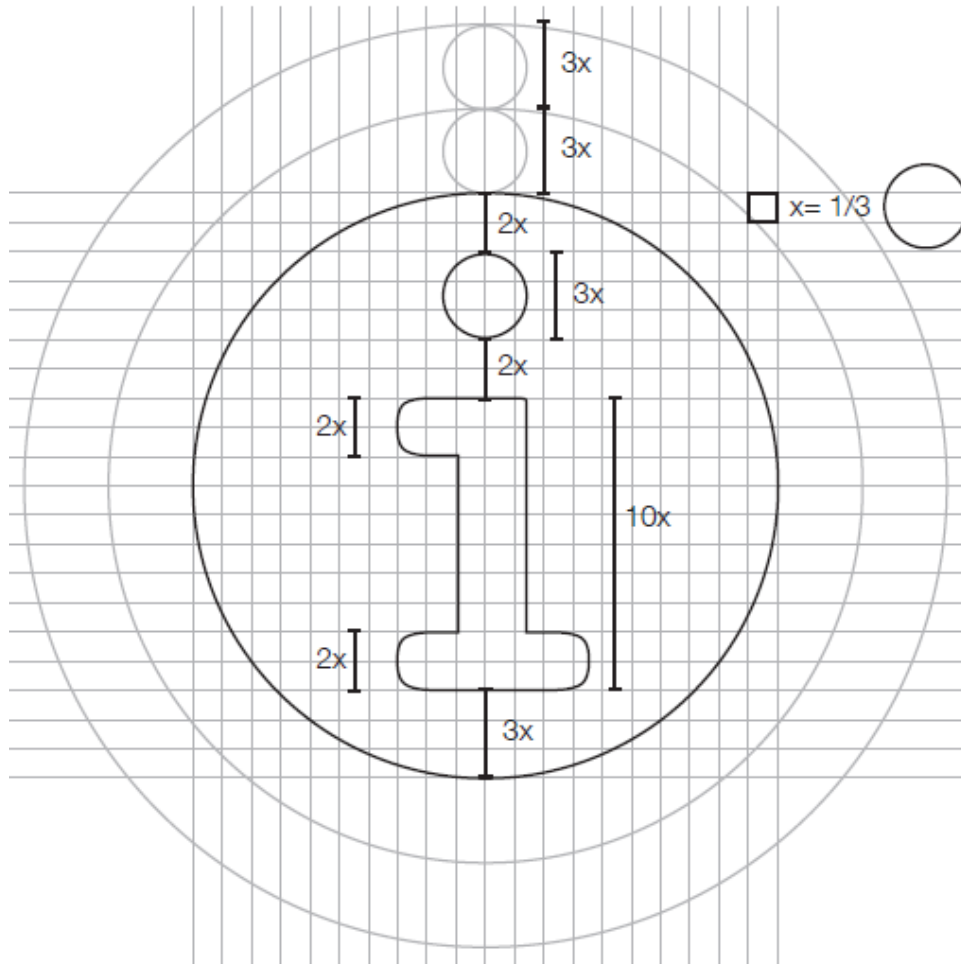
Fuente: Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Versión blanco y negro



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Grilla de construcción y área de protección



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.



### Versiones permitidas



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## **Anexo N° 2 Categoría de los iTur por tipo de espacio**

**Local tipo A - Local cerrado  
(Fachada)**



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

**Local tipo B- oficina compartida  
(Fachada)**



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

**Local tipo C local abierto  
(Fachada)**

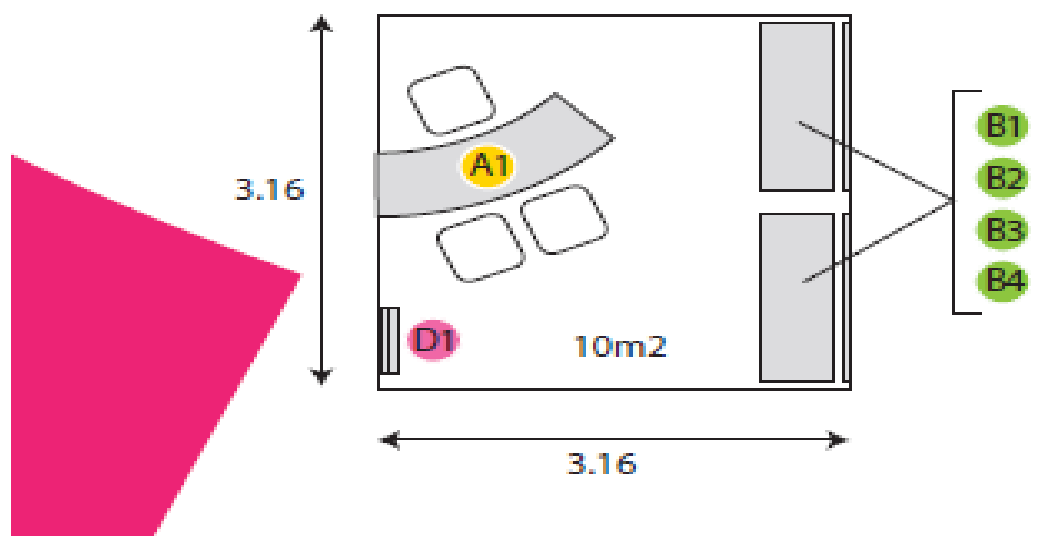
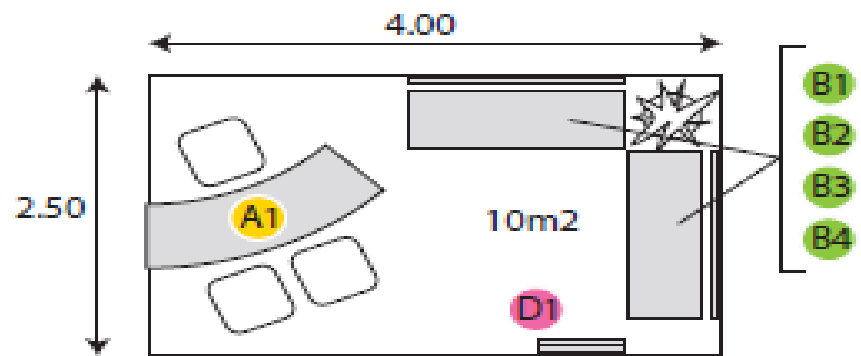


**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

### **Anexo N° 3 Categoría de los iTur por tamaños**

### Local tamaño 1- Pequeño (10 m<sup>2</sup>)

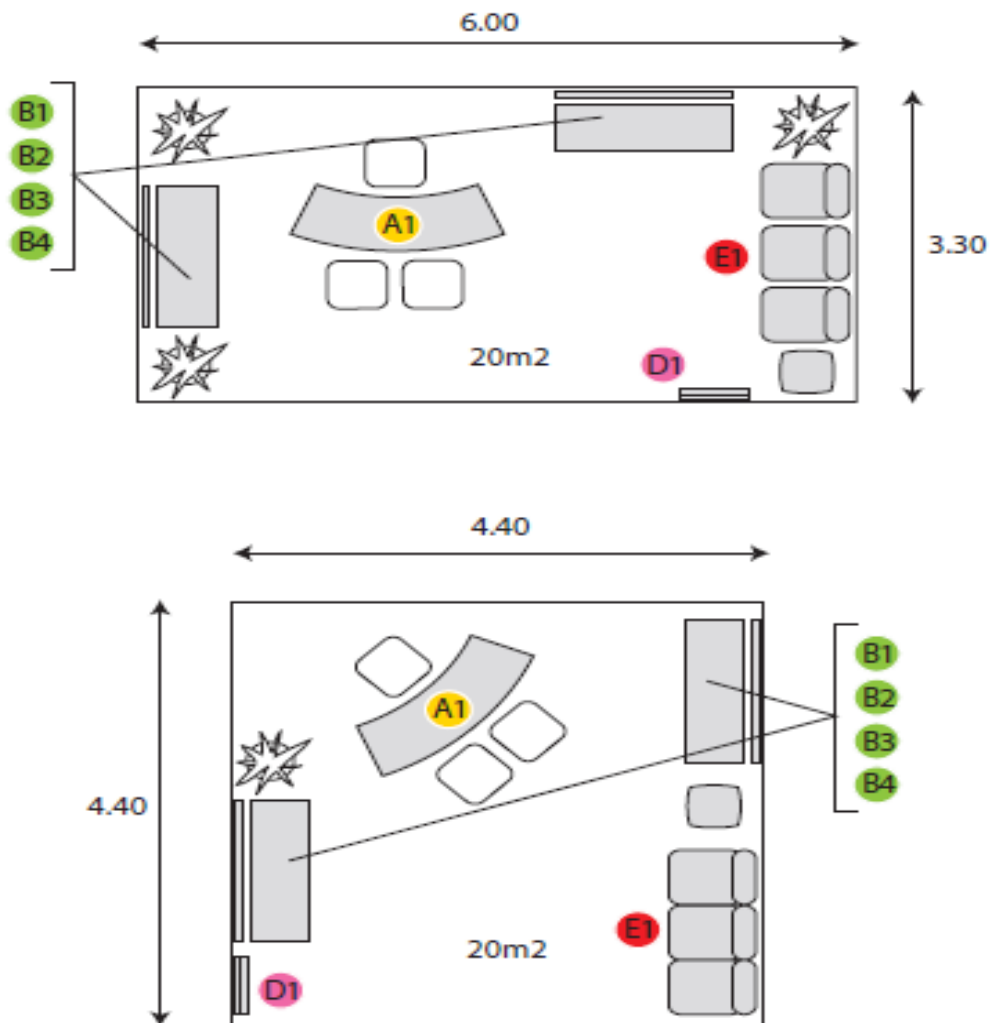
modelo de 10m<sup>2</sup>



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

### Local tamaño 1 - Pequeño (20 m<sup>2</sup>)

modelo de 20m<sup>2</sup>

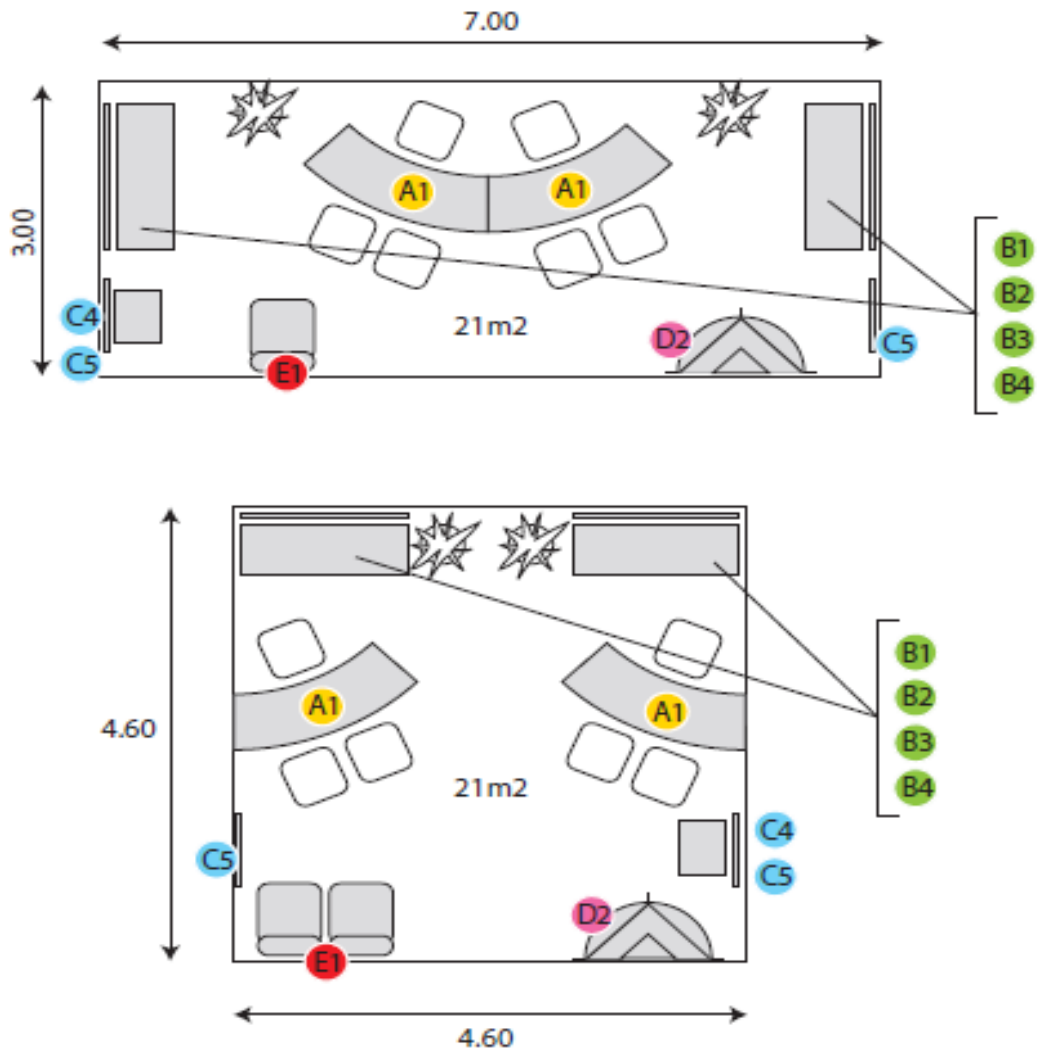


**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.



## Local tamaño 2 - Mediano (21 m<sup>2</sup>)

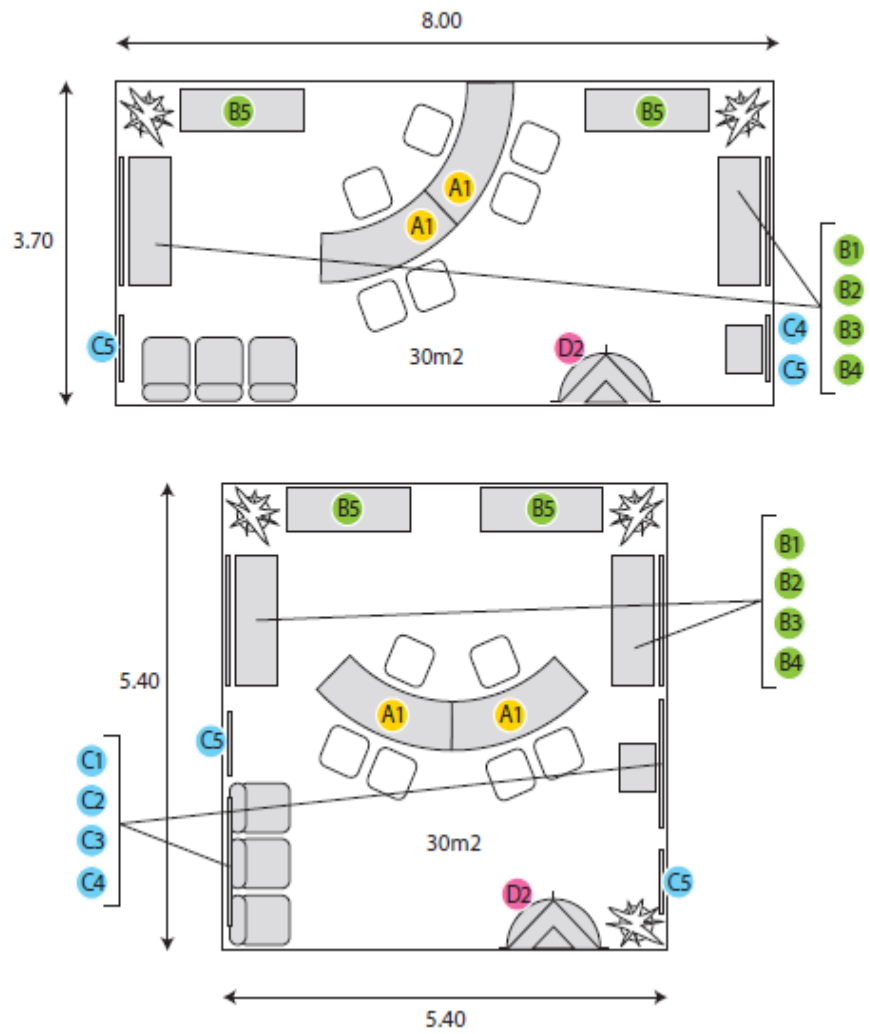
modelo de 21m<sup>2</sup>



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

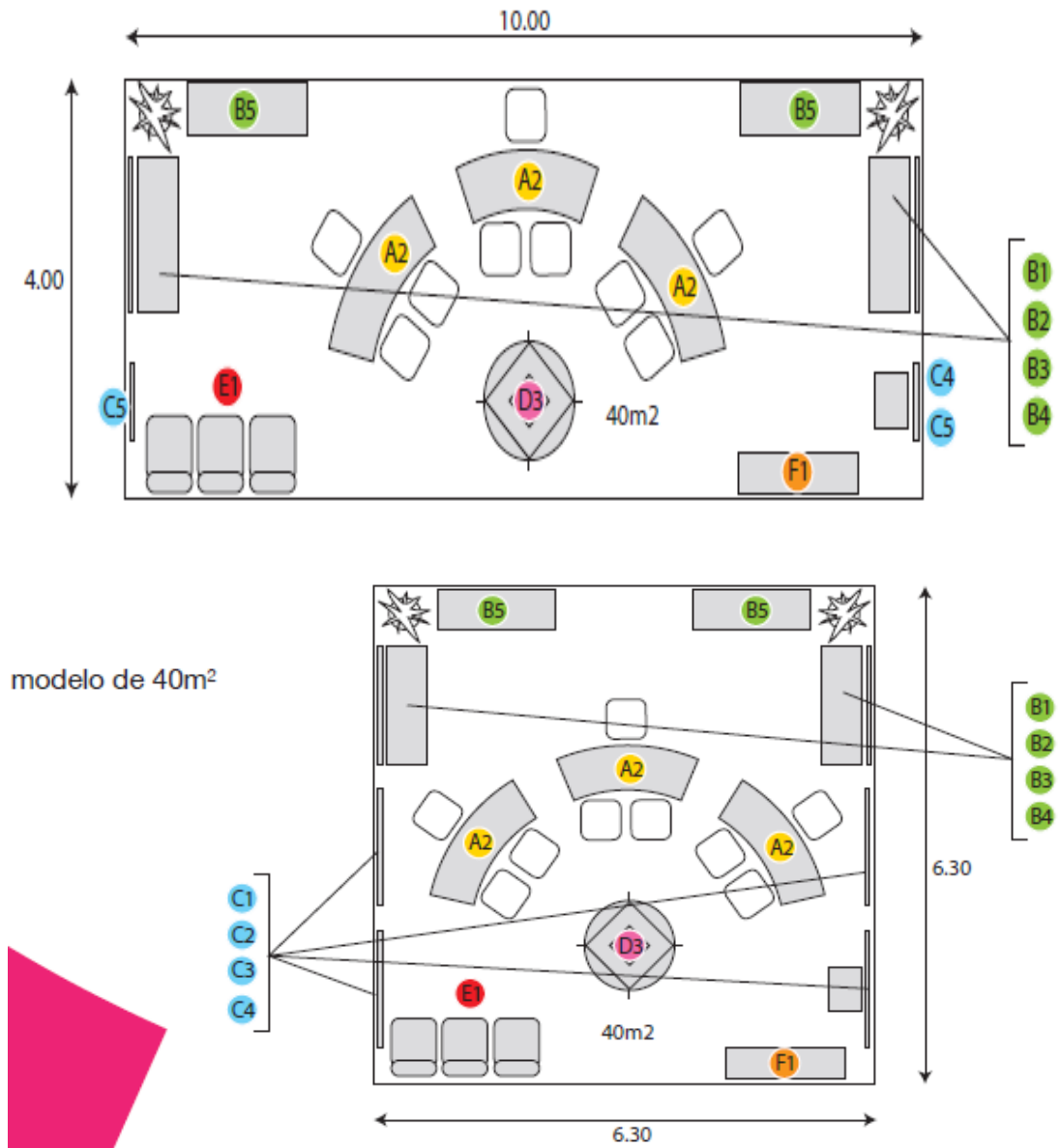
## Local tamaño 2 - Mediano (30 m2)

modelo de 30m<sup>2</sup>



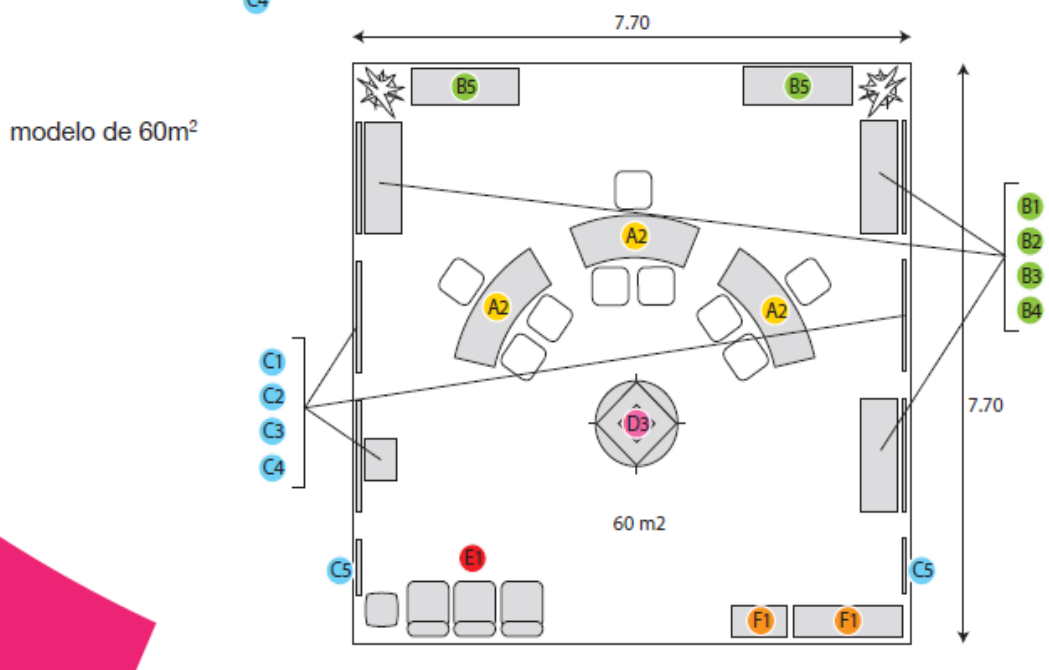
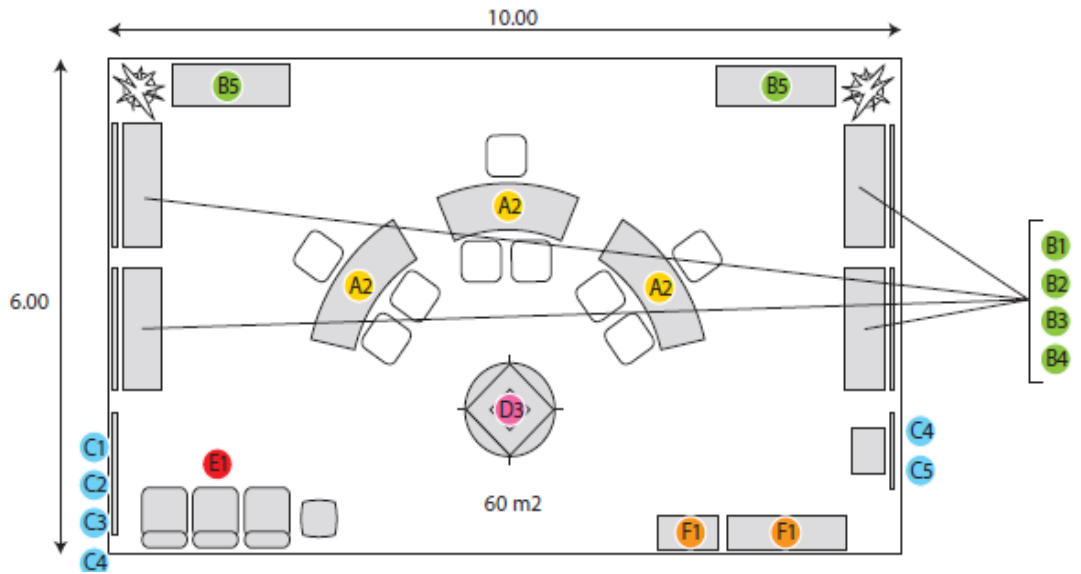
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

### Local tamaño 3 – Grande (31 m2 o más)



Fuente: Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

### Local tamaño 3 – Grande (60 m<sup>2</sup>)



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## **Anexo N° 4 Categorías especiales de iTur**

## Local especial 1



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Local especial 2 - Islas y counters



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

**Anexo N° 5 Implementación de los elementos de imagen de  
los iTurs**



## Fachadas



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

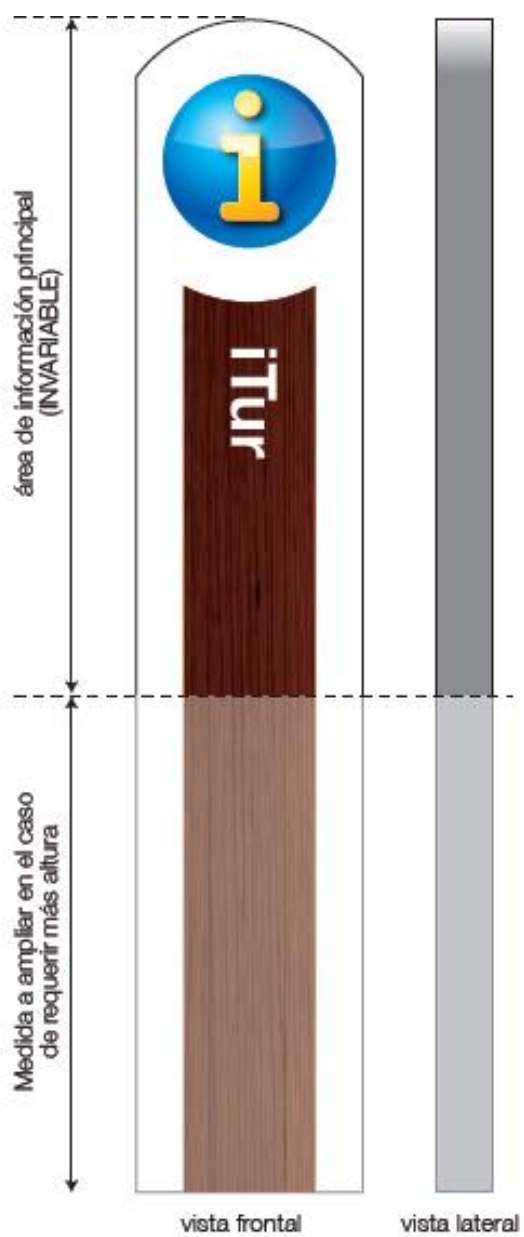
## Normas de fachada



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## **Anexo N° 6 Normas de rotulación exterior**

## Totem



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Rótulo



1



2



3

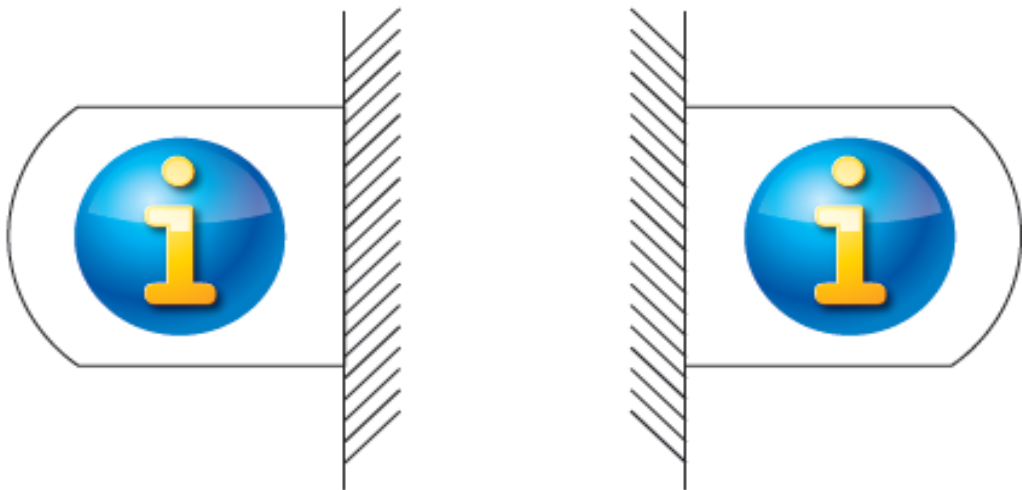
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Diseño del rótulo



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

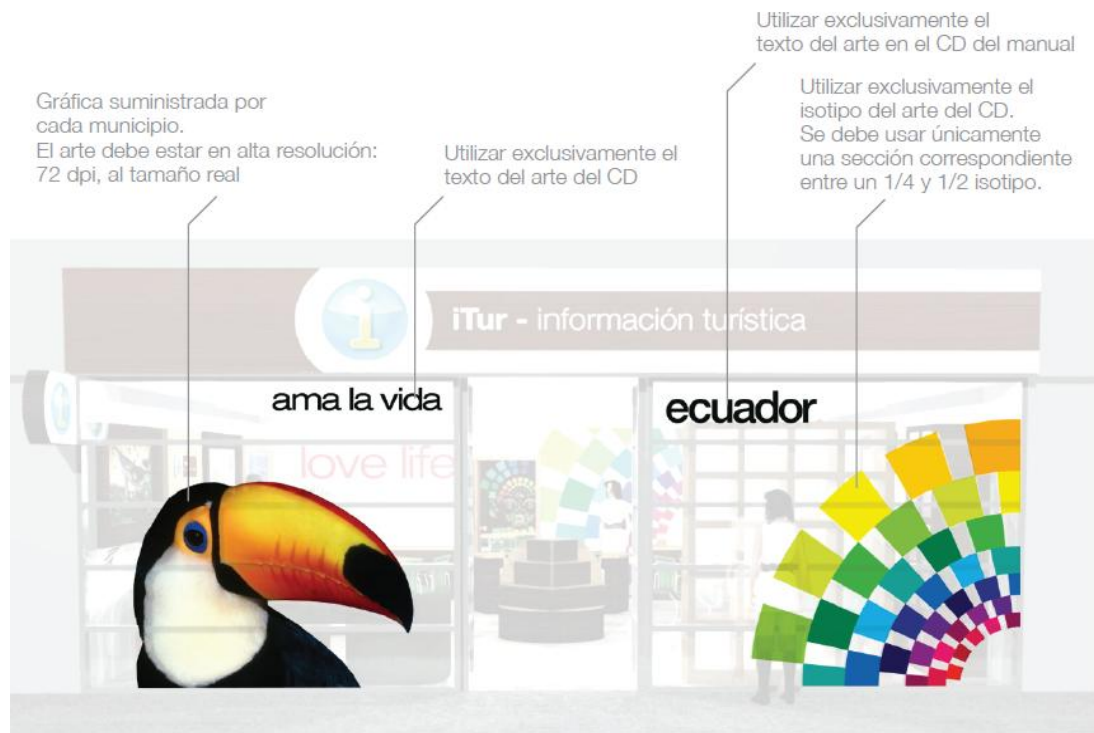
## Rotulo tipo bandera



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## **Anexo N° 7 Normas graficas exteriores**

## Gráficos exteriores



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.



## **Anexo N° 8 Arquitectura interna**

## Local tamaño1 - Pequeño



## Local tamaño 2 – Mediano



Fuente: Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

### Local tamaño 3 – Grande



Fuente: Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## **Anexo N° 9 Mobiliario**

## Mobiliario



Laurel

Chapa decorativa  
sobre MDF con lacado  
transparente mate.

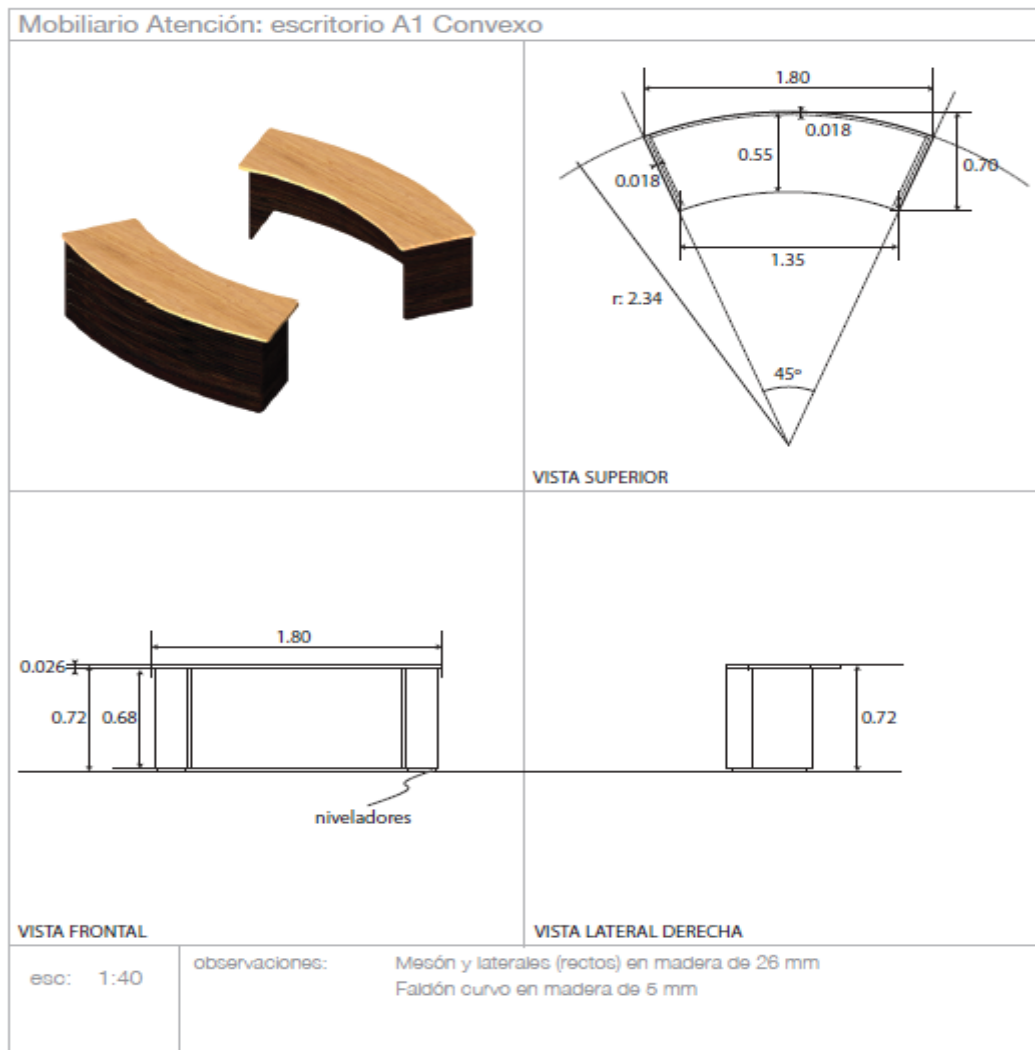


Seike

Chapa decorativa  
sobre MDF.  
Tinturado color Wengue  
al tiñer.  
Lacado transparente  
mate.

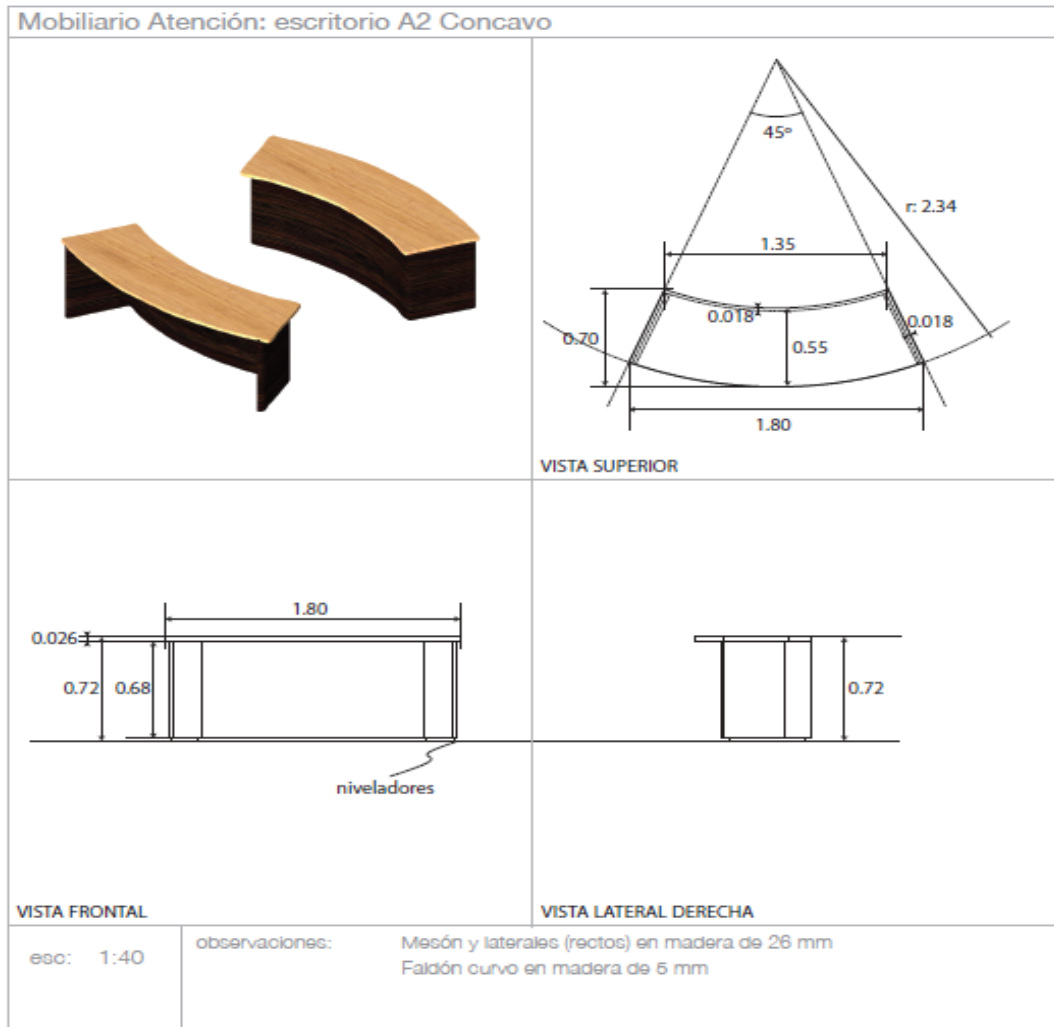
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Escritorio A1 convexo





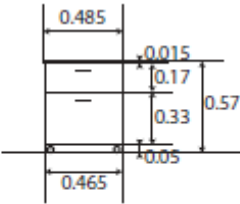
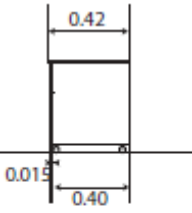

**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Escritorio A2 cóncavo



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.


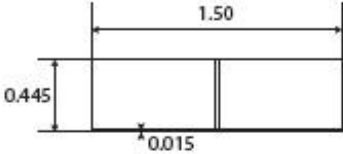
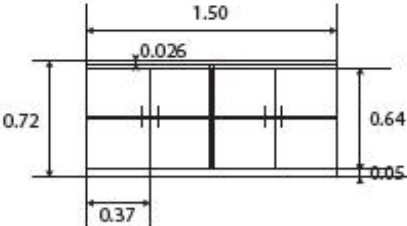
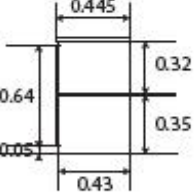

## Arturito A3

Mobiliario Atención: arturito A3	
	 <p>VISTA SUPERIOR</p>
 <p>VISTA FRONTAL</p>	 <p>VISTA LATERAL DERECHA</p>
<p>esc: 1:40</p>	<p>Mesón, laterales y puertas en madera de 16 mm  Tiraderas modernas de aluminio según muestra adjunta.  Garruchas plásticas de líneas modernas (muestra adjunta)  Cajoneras sobre rieles de metal.</p> 

**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.


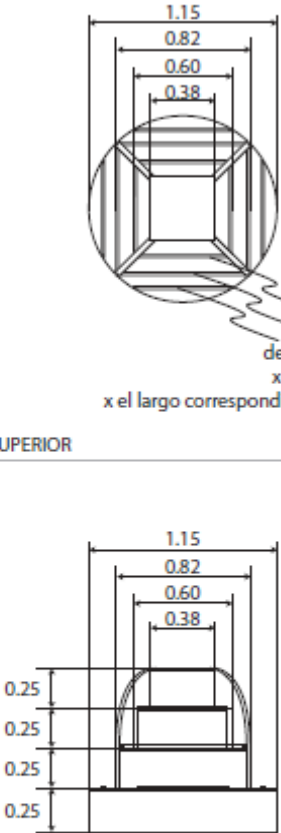


## Credenza

Mobiliario Almacenamiento: Credenza	
	 <p style="text-align: center;">VISTA SUPERIOR</p>
 <p style="text-align: center;">VISTA FRONTAL</p>	 <p style="text-align: center;">VISTA LATERAL DERECHA</p>
<p>esc: 1:40</p>	<p>Laterales y puertas en madera de 16 mm          Mesón en madera de 26 mm          Tiraderas modernas de aluminio según muestra adjunta.          Bisagras de casoleta según muestra adjunta.</p>
	


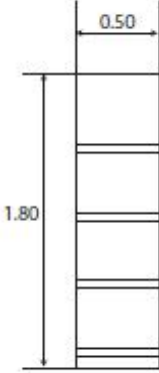
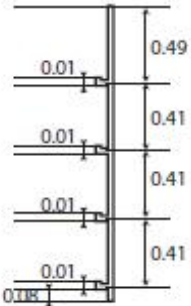
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Mueble de Exhibición Folletería

Mueble de Exhibición Folletería (promoción visual)	
	 <p>filo de madera de 10 mm de altura x 10 mm de ancho x el largo correspondiente a cada nivel</p> <p>VISTA SUPERIOR</p> <p>VISTA FRONTAL</p>
<p>esc: 1:40</p>	<p>Tapas y divisiones en madera de 16mm  Madera curva de 5 mm de espesor.  Estructura de madera sólida.  Filos para sostener folletería de 10 mm de altura x 10 mm de ancho x el largo de cada nivel.</p>

**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Panel de exhibición folletería

Panel de Exhibición Folletería (promoción visual)	
	
 <p>VISTA FRONTAL</p>	 <p>VISTA LATERAL DERECHA</p>
esc: 1:40	Madera de 16mm Colocar el mismo tipo de anclaje a la pared y a la misma altura con respecto al piso que los paneles decorativos que se presentan en las siguientes láminas.

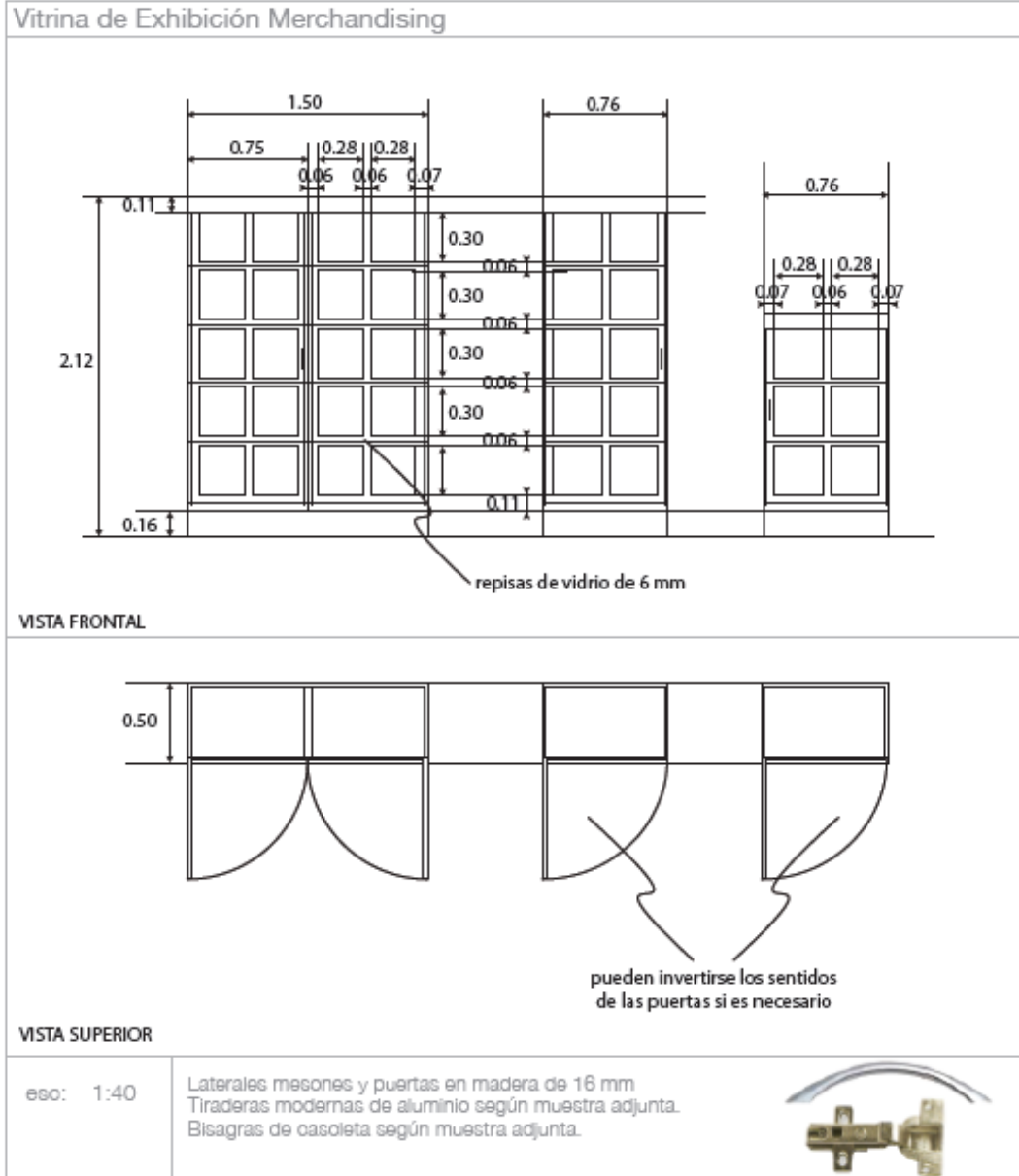
**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Vitrina de exhibición merchandising



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Estructura vitrina de exhibición merchandising



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Mueble para touch screen



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## Sillería



Amazonia



Andes



Costa



Galápagos

**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur.

## **Anexo N° 10 Decoración**



## Decorado pared principal

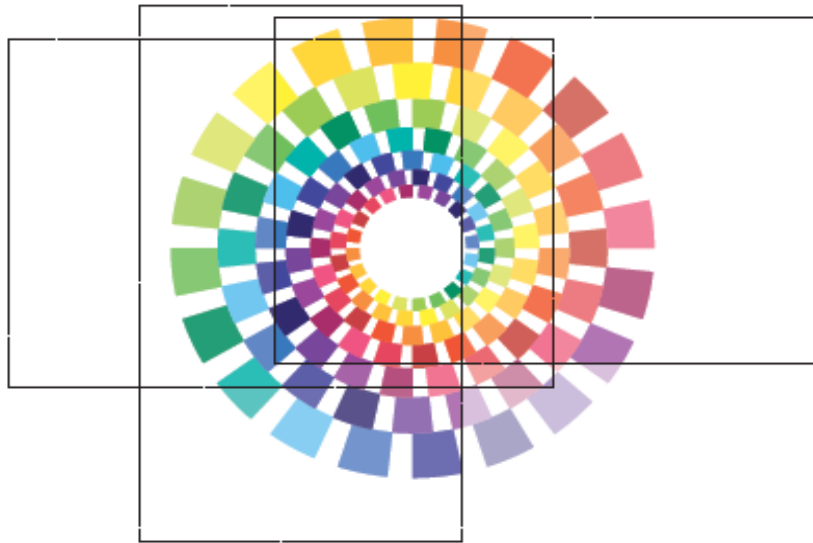


## Textos ama la vida



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur

## Isotipo Ecuador



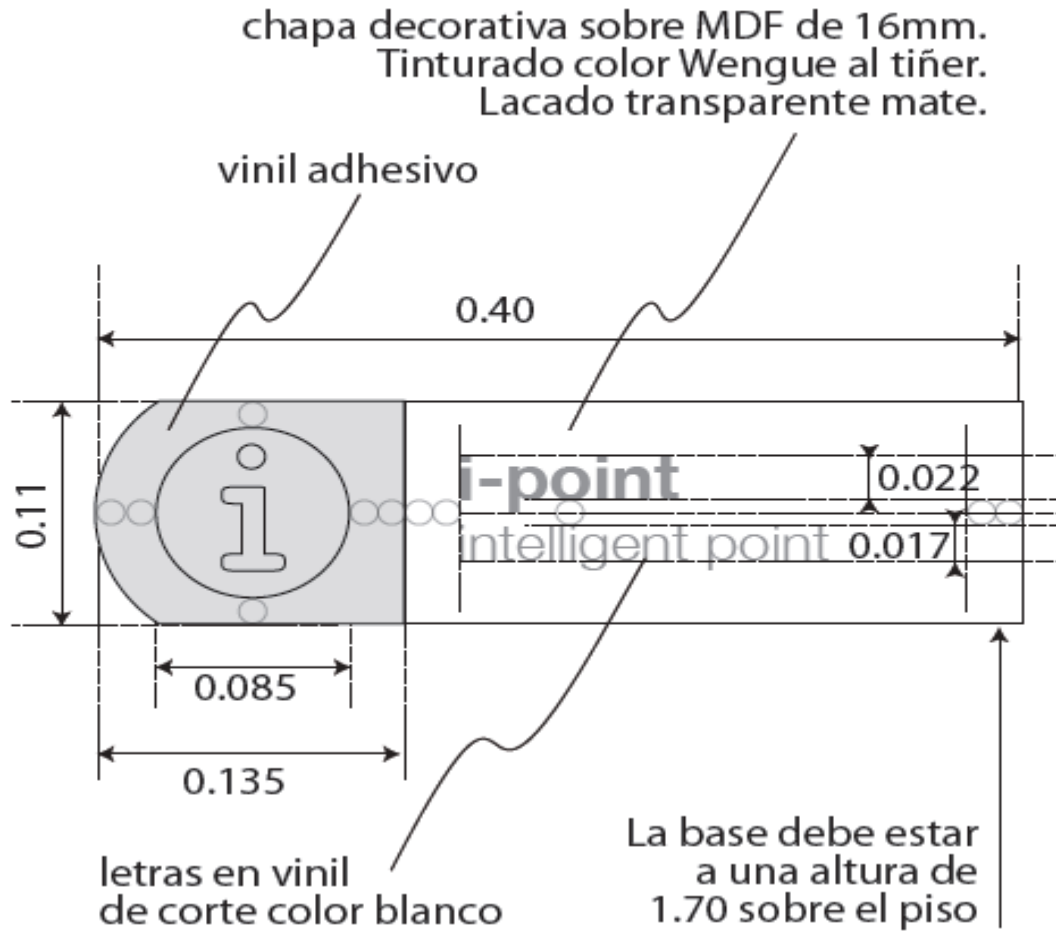
## Decorado de paredes restantes



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur

## **Anexo N° 11 Señalización interior**

## Normas de señalización interior



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur

## Señalética interior



**Fuente:** Manual de uso para la implementación de puntos de información turística iTur

## **Anexo N° 12 Diseño de la encuesta**



**“Estudio para Establecer la Red de Información y Promoción Turística de la Ciudad de Latacunga, Caracterizando el iTur de la ESPE-L”**

El objetivo de la presente encuesta es determinar el grado de aceptabilidad que tiene el público para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, así como de la implementación de un punto de información turística (iTur) en la Escuela Politécnica del Ejército hoy Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, que permitan la correcta y eficiente entrega de información al visitante de la ciudad.

**MARQUE CON UNA (X)**

**Datos informativos:**

- a) **Género:** Masculino ( ) Femenino ( )
- b) **Marque su rango de edad:** 16-25 ( ) 26-35 ( )  
36-45 ( ) 46 en adelante ( )
- c) **Nivel de educación:** Primaria ( ) Secundaria ( )  
Superior ( ) Postgrado ( )  
No tiene ( )
- d) **Ocupación:** Estudiante ( ) Empleado público ( )  
Empleado privado ( ) Negocio Propio ( )  
Tareas del Hogar ( ) Otro .....
- e) **Lugar de Residencia**  
.....

**Preguntas:**

1. ¿Desde la visión y desarrollo del turismo en la ciudad de Latacunga, considera Usted que el turismo es un eje fundamental en el progreso social y económico del cantón?

SI ( ) NO ( )

2. ¿Considera Usted que la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, y la entrega de valor agregado ayudará a incrementar el turismo en la ciudad de Latacunga?

SI ( ) NO ( )

**3. ¿Piensa Usted que las empresas públicas y privadas relacionadas con el turismo de la ciudad deben generar y suministrar permanentemente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas de su localidad, para fortalecer el turismo del cantón Latacunga?**

SI ( )

NO ( )

**4. ¿Conoce Usted algún punto de información y promoción turística "iTur" en la ciudad de Latacunga?**

SI ( )

NO ( )

En Donde:.....

**5. iTur = "Punto de Información Turística", es una oficina que entrega al visitante servicios de atención, orientación, asesoramiento y promoción gratuita de las opciones turísticas en la ciudad, durante un viaje o estancia. De acuerdo a la definición mencionada. ¿Está usted de acuerdo que se establezca un punto de información y promoción turística "iTur" de la ciudad de Latacunga?**

SI ( )

NO ( )

**6. ¿Para que el punto de información turística "iTur", cumpla con el objetivo y visión que persigue, en dónde consideraría que esté ubicado? Seleccione una opción de cada literal**

**a) Edificaciones históricas:**

Escuela Politécnica del Ejército-Latacunga ESPE-L ( )

Gobernación de la provincia de Cotopaxi ( )

Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Cotopaxi ( )

GAD Municipal de Latacunga ( )

**b) Estaciones:**

Terminal Terrestre de Latacunga ( )

Aeropuerto Internacional de Cotopaxi ( )

Estación del Ferrocarril en Latacunga ( )

**c) Plazas del centro histórico:**

Parque Vicente León ( )

Plaza de San Agustín ( )

Plaza de la Merced ( )

Plaza de Santo Domingo ( )

**d) Ejes viales de interconexión cantonal y provincial:**

Intersección de la avenida Eloy Alfaro y Río Guayas ( )



**7. ¿Qué servicios considera que debe tener un punto de información turística "iTur", para una eficiente atención a los visitantes de la ciudad de Latacunga? Jerarquice de acuerdo a su importancia (1 muy importante; al 5 menos importante)**

- Información y promoción turística ( )
- Atención personalizada ( )
- Atención puntual/ rápida ( )
- Capacitación de viaje ( )
- Internet y teléfono ( )

**8. ¿Qué tipo de información y promoción considera que debe tener un "i-Tur", para una eficiente atención a los visitantes de la ciudad de Latacunga?**

- Información de atractivos turísticos ( )
- Información general del cantón ( )
- Información de servicios y facilidades turísticas ( )
- Información de la llegada de turistas a la ciudad ( )
- Información de las empresas públicas y privadas ( )
- Promoción del cantón mediante impresos (revistas, trípticos, etc.) ( )
- Promoción del cantón mediante audiovisuales ( )
- Promoción del cantón mediante internet (página web) ( )
- Otros .....

**9. ¿Está usted de acuerdo que la administración del turismo en el cantón Latacunga, funcione de manera coordinada entre las empresas del sector público y privado en una Red de información y promoción turística?**

De acuerdo ( )                      En desacuerdo ( )

**10. ¿Considera Usted necesario contar con un punto de información turística "iTur" en la ESPE extensión Latacunga, debido a que la institución de educación superior cuenta con la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera?**

SI ( )                                      NO ( )

**11. ¿Qué empresas considera que deberían estar aliadas a la Red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga?**

- Escuela Politécnica del Ejército - Latacunga (ESPE-L) ( )
- GAD Municipal del Cantón Latacunga ( )
- Cámara de Turismo de Cotopaxi (CAPTUR ) ( )
- Dirección Técnica de Turismo de la Provincia de Cotopaxi ( )
- Ministerio del Ambiente - Latacunga ( )
- Otros:.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo N° 13 Diseño de la oficina para punto de información  
turística iTur ESPE-L**

Marca de la RED iTur 1



**iTur**  
**RED**

Marca de la RED iTur 2



## Diseño de fachada frontal



## Diseño de fachada lateral



Diseño interior 3D vista 1



Diseño interior 3D vista 2





Diseño interior 3D vista 3



**Anexo N° 14 Mapa funcional de la oficina de información  
turística iTur ESPE-L**

**COMITÉ DE SOCIOS DE LA RED DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA**

- GAD MUNICIPAL LATACUNGA
- ESPE LATACUNGA
- MINTUR COTOPAXI
- AEROPUERTO COTOPAXI
- TREN LATACUNGA
- CAPTUR COTOPAXI

**GAD MUNICIPAL LATACUNGA**

FUNCIONES:

- Impulsar procesos de participación ciudadana para la promoción y sostenibilidad de la actividad Turística
- Fortalecer la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Latacunga incluyente con las instituciones públicas y privadas de la ciudad.
- Facilitar material promocional gratuito de la ciudad de Latacunga, como trípticos, folletos, catálogos, revistas, postales, afiches, planos, mapas, etc.
- Entregar el presupuesto necesario para la implementación de los puntos de información turística en los cuatro lugares estratégicos de la ciudad de Latacunga.
- Realizar un análisis de la demanda y oferta turística de la ciudad de Latacunga.

**MINTUR COTOPAXI**

FUNCIONES:

- Establecer y ejecutar la normativa necesaria para el funcionamiento adecuado del sistema turístico.
- Entregar al GAD Municipal el equipo y soporte tecnológico, para la implementación de un sistema interconectado de puntos de información turística y página web entre las entidades afiliadas a la red.
- Levantar y facilitar información y material promocional gratuito de la provincia de Cotopaxi en especial de la ciudad de Latacunga, como el inventario de atractivos turísticos, trípticos, folletos, catálogos, revistas, postales, afiches, planos, mapas, etc.

**ESPE LATACUNGA**

FUNCIONES:

- Facilitar las herramientas y conocimientos técnicos en el área turística.
- Proveer de talento humano calificado

**AEROPUERTO COTOPAXI**

FUNCIONES:

- Entregar las estadísticas y perfiles de la llegada y salida de turistas en la ciudad de Latacunga.
- Facilitar información del tráfico aéreo en la ciudad de Latacunga.

**TREN LATACUNGA**

FUNCIONES:

- Entregar las estadísticas y perfiles de llegada y salida de turistas a la ciudad de Latacunga.
- Facilitar información de rutas, horarios y destinos de la operación del tren en la ciudad y provincia.

**CAPTUR COTOPAXI**

FUNCIONES:

- Levantar y facilitar información veraz y actualizada de la planta turística de la ciudad.

**DIRECCIÓN RED**  
Persona delegada por el Comité de RED

FUNCIONES:

- Administrar los iTur's.
- Planificar con las instituciones las propuestas y proyectos de información y promoción turística.
- Organizar con los docentes ESPE-L un plan de información turística.
- Gestionar y equipar los espacios en donde funcionan los cuatro puntos iTur.
- Ejecutar y controlar con la ESPE-L los iTur's.

**DOCENTE ESPE-L**

FUNCIONES:

- Vinculación de los estudiantes con la colectividad.
- Coordinar las prácticas profesionales de los estudiantes acorde a un plan de pasantías de la carrera de Turismo y Hotelería.

**iTur 1**  
Estudiante delegado por el docente ESPE-L

FUNCIONES:

- Atender respetuosa y cordialmente al turista.
- Entregar información solicitada por el turista o visitante.
- Asistir en la planificación de un viaje.

**DOCENTE ESPE-L**

**iTur 2**

**DOCENTE ESPE-L**

**iTur 3**

**DOCENTE ESPE-L**

**iTur 4**

**UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS – ESPE**

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

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el señor Edison Fernando Landeta Pullupaxi bajo nuestra supervisión:

ING. CARLOS ALBÁN

.....  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**

ING. GEOVANY ACOSTA

.....  
**CODIRECTOR DEL PROYECTO**  
**DIRECTOR DE LA CARRERA**

DR. RODRIGO VACA

.....  
**SECRETARIO ACADÉMICO**

Latacunga, Julio de 2014