



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES
CARRERA DE ECOTURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICO PARA EL
MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES DE MIRAFLORES”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en
Ecoturismo

Autor:
Ortiz Aguilar Anabel de los Ángeles

Tutor:
Armijos Ango Sara Alejandra, Ing. Mg.

LATACUNGA – ECUADOR

Julio 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Anabel de los Ángeles Ortiz Aguilar, con cédula de ciudadanía No.1803858255, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Plan de gestión turística para el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores”, siendo la ingeniera Sara Alejandra Armijos Ango, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 12 de julio del 2023



Anabel de los Angeles Ortiz Aguilar
Estudiante
C.C. 1803858255



Ing. Sara Alejandra Armijos Ango, Mg.
Docente Tutor
C.C. 1803587965

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **ORTIZ AGUILAR ANABEL DE LOS ANGLES** identificada con cédula de ciudadanía **1803858255** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Diseño de un plan de gestión para el Museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Abril 2018 - Agosto 2018

Finalización de la carrera: Abril 2023 – A 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor: Ingeniera Mg. Armijos Ango Sara Alejandra

Tema: “Diseño de un plan de gestión para el Museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 12 días del mes de julio del 2023.



Anabel de los Ángeles Ortiz Aguilar
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

“DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICO PARA EL MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES DE MIRAFLORES”, de Ortiz Aguilar Anabel de los Ángeles, de la carrera de Ecoturismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 12 de julio del 2023



Ing. Sara Alejandra Armijos Anco, Mg.

DOCENTE TUTORA

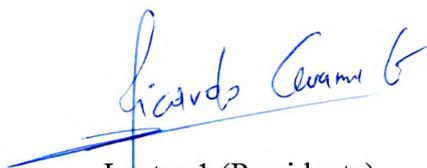
CC: 1803993995

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

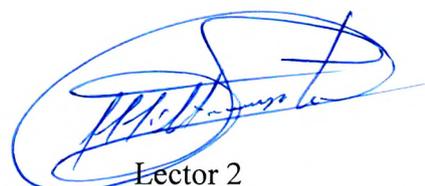
En calidad del tribunal de Lectores, aprobamos el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Ortiz Aguilar Anabel de los Ángeles, con el título del proyecto de investigación: “DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICO PARA EL MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES DE MIRAFLORES”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 12 de julio del 2023



Lector 1 (Presidente)
Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Mg.
CC: 1802830123



Lector 2
Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.
CC: 0602636987



Lector 3
Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mg.
CC: 1002669644
0602636987

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por cuidarme en todo este proceso y guiarme para cumplir mis objetivos.

A mis padres, porque gracias a su sacrificio y apoyo incondicional estoy en la etapa final de mi carrera.

A mis hermanas que han sido mi apoyo incondicional en los momentos más complicado de este proceso.

A mi tía y abuelos por apoyarme y ayudarme en todo momento desde el inicio de la carrera.

Anabel de los Angeles Ortiz Aguilar

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, Jabier y Alba, quienes siempre han sido mi inspiración y apoyo para salir adelante en todo el proceso universitario y de titulación. A mis hermanas, Andrea y Antonella, quienes han sido mi apoyo incondicional y pilar fundamental para ser mejor cada día.

Anabel de los Ángeles Ortiz Aguilar

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “DISEÑO DE UN PLAN DE GESTION TURISTICO PARA EL MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES DE MIRAFLOES”.

AUTOR: Anabel de los Ángeles Ortiz Aguilar

RESUMEN

La gestión turística es un conjunto de procedimientos a seguir para alcanzar los objetivos, metas y estructura planteada. En consecuencia, con el fin de elevar la calidad de la administración turística en el Museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores, resulta imprescindible elaborar un plan de gestión. Así pues, en el primer objetivo, se utilizó el método exploratorio mediante el cual se pudo conocer el diagnóstico situacional del cantón Latacunga, a través de datos generales, y el diagnóstico situacional del museo a través de salidas de campo. Durante estas visitas, se brindó una explicación detallada de la historia del museo, el cual está situado en el corazón de la ciudad, cuenta con 6 salas propias del museo y 4 salas administradas por la Dirección de Patrimonio, Cultura y Deportes, así como la Dirección de Desarrollo Social del GAD Latacunga. Además, la edificación cuenta con los servicios básicos como agua, luz e internet. El museo carece de infraestructura que facilite la accesibilidad de personas con discapacidad, ya que no dispone de rampas, pasamanos u otros elementos necesarios que permitan a dichas personas realizar el recorrido sin problemas. Finalmente, se realizó una entrevista a los actores clave previo a un cuestionario con preguntas pertinentes. Los actores clave fueron el ingeniero Xavier Isa, quien ocupa el cargo de director de Turismo, el ingeniero Miguel Ángel Rengifo, quien es el técnico de turismo, y el ingeniero Carlos García, quien desempeña el rol de técnico e historiador del museo. A través de sus respuestas, se pudo obtener una visión realista de la situación actual del museo. En el segundo objetivo, con el fin de proponer estrategias y mejorar la visita del turista, se aplicó el método exploratorio y así a través de una encuesta se pudo conocer el perfil del turista mediante el diseño de un banco de preguntas. Como resultado de la aplicación de la encuesta, se concluye que la mayoría de los turistas tienen una edad entre los 21 y 30 años, de género masculino, realizan la visita acompañados de amigos. La ocupación es de estudiante y provienen de la ciudad de Quito. En el tercer objetivo, se diseñó un plan de gestión para el Museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores mediante el uso del método inductivo, así también, se realizó la revisión bibliográfica de modelos de gestión turística que proponen diferentes estructuras para organizaciones públicas o privadas. Estas estructuras fueron tomadas y adaptadas a las necesidades del museo, proponiendo un plan de gestión que mejore el turismo cultural dentro del mismo, por ende, se planteó un FODA y un FODA de matriz estratégica. Como resultado se obtuvo una estructura con visión, objetivos, valores, organigrama estructural y funcional, estrategias, programas y proyectos y un guión.

Palabras clave: Museo, gestión turística, gestión cultural, perfil del turista, modelo de gestión turístico.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “DESIGN OF A TURISTIC MANAGEMENT PLANT FOR THE CASA DE LOS MARQUESES OF MIRAFLORES”

AUTHOR: Anabel de los Ángeles Ortiz Aguilar

ABSTRACT

Tourism management is procedures set to follow by reaching the aims, goals and proposed structure. Consequently, in order to increase the tourism administration quality in the Museum from Marqueses de Miraflores House, it results indispensable for elaborating a management plan. Thus, in the first aim, it was used the exploratory method, by which it can know the situational diagnosis from Latacunga canton, through general data, and the situational diagnosis from museum by means field trips. During these visits, it was got a museum history detailed explanation, it was 6 own living room from museum and 4 living rooms, which belonging to other departments from GAD Latacunga. The museum lacks infrastructure, that facilitates accessibility to people with disabilities, since it does not have ramps, handrails or other necessary elements, which allow said people to make the tour without problems. It was made an interview to the key actors, it is to a previous questionnaire with pertinent questions. The key actors were the engineer Xavier Iza, who holds the charge from Tourism director, the engineer Miguel Angel Rengifo, who is the tourism technician, and the engineer Carlos Garcia, who performs the technician and historian role from museum, through which it can obtain a realistic vision of the museum current situation. In the second aim, in order to propose strategies and improve the tourist’s visit, it was applied the exploratory method, by a survey application, it is concluded, what the tourist’s majority are between the 21 and 30 ages, male, and they make the visit accompanied by friends. The occupation is student and they come from the Quito city. In the third aim, it was made tourism management models bibliographic review, which propose different structures for public or private organization. These structures were taken and adapted to the needs from museum, therefore, it was proposed a FODA, vision, aims, values, structural organization chart, strategies, programs and projects and a script.

Keywords: Museum, tourism management, cultural management, tourist profile, tourism management model.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
Índice	xi
1. Información general.....	1
2. Descripción del proyecto	2
3. Justificación del proyecto	3
4. Beneficiarios del proyecto de investigación	4
5. El problema de investigación	5
6. Objetivos:	7
6.1. Objetivo General.....	7
6.2. Objetivos Específicos	7
7. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	8
8. Fundamentación científica	9
8.1. ¿Qué es un museo?	9
8.2. El origen de los museos	9
8.3. Tipos de museos en Ecuador.....	10
8.1.3. <i>Museología y Museografía</i>	11
8.2. Patrimonio Cultural.....	11
8.2.1. <i>Patrimonio cultural intangible</i>	12
8.2.2. <i>Turismo cultural</i>	12

8.2.3.	<i>Manifestación cultural</i>	13
8.3.	Gestión.....	13
8.3.1.	<i>Gestión Turística en museos</i>	13
8.3.2.	<i>Modelo de gestión</i>	14
8.3.3.	<i>Modelo 1: Guía Metodológica para el manejo de planes de gestión. INPC, Ecuador (2017)</i>	15
8.3.4.	<i>Modelo 2: Guía para la gestión de proyectos culturales. CNCA, Chile (2011)</i>	15
8.3.5.	<i>Modelo 3: Estructura para el Sistema Nacional de Museos del Estado. Guerra M., Perú (2018)</i>	16
8.4.	Plan de gestión.....	16
8.5.	Organigrama estructural.....	17
8.6.	Organigrama funcional.....	17
8.7.	Norma INEN.....	18
8.8.	Organización de Gestión de Destinos.....	19
8.9.	PLANDETUR 2030.....	20
8.10.	Economía Naranja.....	21
8.10.1.	<i>Turismo Naranja</i>	22
9.	Validación de las preguntas científicas o hipótesis.....	23
10.	Metodología de la investigación.....	23
10.1.	Objetivo 1.....	23
10.1.1.	<i>Método</i>	24
10.1.2.	<i>Técnica</i>	24
10.2.	Objetivo 2.....	27
10.2.1.	<i>Método</i>	27
10.2.2.	<i>Técnica</i>	27
10.2.3.	<i>Instrumento</i>	28
10.3.	Objetivo 3.....	29
10.3.1.	<i>Método</i>	29

10.3.2. Técnica	29
10.3.3. Instrumento	30
11. Análisis y discusión de los resultados	31
11.1. Objetivo 1: Realizar el análisis situacional del museo de la casa de los Marqueses, mediante revisión bibliográfica y de campo.	31
11.1.1. Situación actual del área de estudio.....	31
11.1.2. Cantón Latacunga	31
11.1.3. Análisis situacional del museo	33
11.1.4. Análisis Tecnológico	68
11.1.5. Análisis de la accesibilidad del museo	70
11.1.6. Análisis de la promoción del museo	75
11.1.7. Análisis del talento humano	76
11.1.8. Análisis de los actores clave.....	77
11.1.9. FODA	80
11.2. Objetivo 2: Identificar el perfil del turista que visita el museo mediante la aplicación de una encuesta.....	82
11.2.1. Población y muestra	82
11.2.2. Tabulación de encuestas.....	84
11.3. Objetivo 3: Diseñar el plan de gestión turístico para el museo de la Casa de los Marqueses el cual permita impulsar el turismo y su valor patrimonial.	100
12. Impactos	130
Impacto Social	130
Impacto Económico	130
13. Conclusiones	131
14. Recomendaciones.....	131
15. Referencias.....	133
16. Anexos.....	143

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios.....	4
Tabla 2. Sistema de tareas y actividades	8
Tabla 3. <i>Cifra de museos en Ecuador según su tipología.</i>	10
Tabla 4. Objetivos de la Agenda 2030, relacionados con el turismo	20
Tabla 5. Cronograma de las Salidas de Campo.	25
Tabla 6. Cronograma de las entrevistas realizadas a los actores claves.	25
Tabla 7. Cronograma de las encuestas realizadas.....	28
Tabla 8. Principales atractivos turísticos del cantón Latacunga clasificado de acuerdo a la actividad turística.....	32
Tabla 10. Valoración de los artículos del salón de la Capitanía de la Mama Negra	44
Tabla 11. Valoración de los artículos de la Pinacoteca	48
Tabla 14. Tipos de discapacidades	70
Tabla 15. Inclinación en rampas	71
Tabla 16. Diagnóstico de los bordillos, rampas y pasamanos	72
Tabla 17. Diagnóstico de la señalética para personas con discapacidad auditiva	73
Tabla 18. Diagnostico.....	75
Tabla 19. Cuadro de análisis de actores	77
Tabla 20. Aplicación de la entrevista	78
Tabla 21. Matriz FODA.....	81
Tabla 22. <i>Edad</i>	84
Tabla 23. <i>Género</i>	85
Tabla 24. Lugar de origen.....	86
Tabla 25. ¿Es la primera vez que visita el museo?.....	87
Tabla 26. ¿De qué manera visitó el museo?	88
Tabla 27. Profesión.....	89
Tabla 28. ¿Cuál es su nivel de estudios?	90
Tabla 29. ¿Por qué motivo visitó el museo?.....	91
Tabla 30. ¿A través de que canal de comunicación se enteró de la existencia del museo?.....	92
Tabla 31. ¿Cómo califica la atención recibida dentro del museo?	93
Tabla 32. ¿Qué parte de la visita le gustó más?.....	94
Tabla 33. ¿Qué servicios le gustaría que exista en el museo?.....	95
Tabla 34. ¿Cómo califica la información que pudo observar en los letreros dentro del museo?96	
Tabla 35. ¿Considera usted que el museo es accesible para personas con discapacidad?.....	97

Tabla 36. ¿Le gustaría poder visitar el museo los fines de semana, es decir sábado y domingo?	98
Tabla 37. ¿Volvería a visitar el museo?	99
Tabla 38. Análisis de los modelos de gestión.....	100
Tabla 39. Matriz de estrategias.....	103
Tabla 40. Identificación del puesto de director	108
Tabla 41. Identificación del puesto de Marketer	109
Tabla 42. Identificación del puesto de Relacionista público	109
Tabla 43. Identificación del puesto de Administrador.....	110
Tabla 44. Identificación del puesto de Guía	110
Tabla 45. Identificación del puesto de Pasantes	111
Tabla 46. Identificación del puesto de Personal de mantenimiento y limpieza.....	111
Tabla 47. Identificación del puesto de Personal de seguridad.....	111
Tabla 48. Identificación del puesto de Técnico de turismo	112
Tabla 49. Identificación del puesto de Historiador.....	112
Tabla 50. Planificación estratégica de acuerdo a cada eje del Plandetur 2030.....	114
Tabla 51. Proyecto 1, Eje 1: Destinos de Calidad	118
Tabla 52. Proyecto 2, Eje 1: Destinos de calidad	118
Tabla 53. Proyecto 3, Eje 1: Destinos de calidad	119
Tabla 54. Proyecto 4, Eje 1: Destinos de calidad.	119
Tabla 55. Proyecto 5, Eje 1: Destinos de calidad.	120
Tabla 56. Proyecto 6, Eje 1: Destinos de calidad.	120
Tabla 57. Proyecto 7, Eje 1: Destinos de calidad.	121
Tabla 58. <i>Proyecto 8, Eje 1: Destinos de calidad.</i>	121
Tabla 59. Proyecto 9, Eje 1: Destinos de calidad.	122
Tabla 60. Proyecto 10, Eje 2: Conectividad	122
Tabla 61. Proyecto 11, Eje 3: Seguridad Turística	123
Tabla 62. Proyecto 12, Eje 3 Seguridad Turística	123
Tabla 63. Programa 4 "Promoción para el Marques"	124
Tabla 64. Proyecto 14, Eje 4: Promoción y mercadeo	124
Tabla 65. Proyecto 15, Eje 4: Promoción y mercadeo	125
Tabla 66. Proyecto 16, Eje 4: Promoción y mercadeo	125
Tabla 67. Presupuesto Total	125

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Áreas de la gestión turística de los museos.....	14
Figura 2. Mapa geográfico de la ubicación del cantón Latacunga.....	31
Figura 3. Casa de los Marqueses	33
Figura 4. Mapa de la ubicación de la Casa de los Marqueses	34
Figura 5. Mapa del predio total de la Casa de los Marqueses de Miraflores.	34
Figura 6. Antonio Flores de Vergara.....	36
Figura 7. Fotografía de Ignacio Flores de Vergara y Jiménez	37
Figura 8. Jardín principal de la casona	38
Figura 9. Jardín de la parte de atrás de la casa.	39
Figura 10. Estructura física del museo	39
Figura 11. Infografía de los alcaldes	41
Figura 12. Escudo de la ciudad	41
Figura 13. Plano de Latacunga 1657	41
Figura 14. Plano de Latacunga 1690	42
Figura 15. Plano de Latacunga siglo XXI	42
Figura 16. Mapa de las parroquias	42
Figura 17. Infografía de la capitanía de la Mama Negra.....	44
Figura 18. Ángel de la estrella.....	44
Figura 19. Abanderado	45
Figura 20. Mama Negra.....	45
Figura 21. Capitán	45
Figura 22. Rey Moro	46
Figura 23. Listado de Mama Negra.....	46
Figura 24. Iglesia la Merced.....	48
Figura 25. Vista lateral de la Iglesia La Merced	48
Figura 26. Vista lateral de la iglesia	49
Figura 27. Iglesia de Saquisilí	49
Figura 28.	49
Figura 29. Adspergo	50
Figura 30. Templo de Tilipulo.....	50
Figura 31. Esbozo.....	51
Figura 32. La Laguna y el Cotopaxi.....	51
Figura 33. Centro histórico e Iliniza.....	52
Figura 34. Cúpula	52

Figura 35. Paisaje rural.....	53
Figura 36. Carreta.....	53
Figura 37. Cuesta de San Sebastián.....	54
Figura 38. Calle Quito.....	54
Figura 39. Iglesia de San Felipe.....	55
Figura 40. La Mama Negra.....	55
Figura 41. Triangulo oscuro.....	56
Figura 42. Demagogos.....	56
Figura 43. Héroe y su mascota.....	57
Figura 44. Manuel Geurrero.....	57
Figura 45. Mercado la Merced.....	58
Figura 46. Iglesia El Salto antiguo.....	58
Figura 47. Iglesia de San Agustin.....	59
Figura 48. Sin titulo.....	59
Figura 49. Iglesia El Salto.....	59
Figura 50. Iglesia y plaza El Salto.....	60
Figura 51. La Ultima cena.....	62
Figura 52. Cuadros en óleo.....	62
Figura 53. San Francisco de Asís.....	63
Figura 54. Primer Piano.....	63
Figura 55. Segundo Piano.....	63
Figura 56. Jesús crucificado.....	64
Figura 57. San Vicente Ferrer.....	64
Figura 58. Pecado Original.....	65
Figura 59. Viacrucis.....	65
Figura 60. Jesucristo.....	65
Figura 61. Entrada de la biblioteca.....	67
Figura 62. Hemeroteca.....	67
Figura 63. Valores.....	67
Figura 64. Sala de la Capitanía.....	68
Figura 65. Pinacoteca.....	69
Figura 66. Señalética de accesibilidad para personas discapacitadas.....	71
Figura 67. Símbolo de sordera.....	73
Figura 68. Señalética para persona con discapacidad visual.....	74
Figura 69. Sistema braille.....	75

Figura 70. Estructura organizacional actual del museo de la casa de los Marqueses de Miraflores.	76
Figura 71. Edad	84
Figura 72. Género	85
Figura 73. Lugar de origen	86
Figura 74. Visita en el museo	87
Figura 75. Visitó el museo acompañado	88
Figura 76. Profesión	89
Figura 77. Nivel de estudios	90
Figura 78. ¿Por qué motivo visitó el museo?	91
Figura 79. Medio de información	92
Figura 80. Atención recibida	93
Figura 81. Preferencia del turista.....	94
Figura 82. Opinión del turista.....	95
Figura 83. Calificación de la información	96
Figura 84. ¿Considera que el museo es accesible?.....	97
Figura 85. ¿Visitaría el museo los fines de semana?.....	98
Figura 86. ¿Volvería a visitar el museo?	99
Figura 86. Organigrama estructural del museo	106

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta	143
Anexo 2. Modelo de entrevista.....	146
Anexo 3. Imágenes de la encuesta.....	148
Anexo 4. Imágenes de la entrevista.....	149
Anexo 5. Aval del Traductor.....	150

Estructura básica del Plan o Perfil del Proyecto de Investigación

1. Información general.

Título

“Diseño de un plan de Gestión turístico para el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores”

Lugar de ejecución.

La Casa de los Marqueses se ubica en la parroquia La Merced del cantón Latacunga en la provincia de Cotopaxi, zona 3.

Institución, unidad académica y carrera que auspicia

Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad CAREN, Carrera de Licenciatura .2

Ecoturismo

Nombres de equipo de investigadores

Anabel de los Ángeles Ortiz Aguilar

anabel.ortiz8255@utc.edu.ec

0995196709

Área de Conocimiento

10 servicios

101 servicios personales

1015 viajes, turismo y ocio

Línea de investigación:

Planificación y gestión del turismo sostenible

Sublínea de investigación

Turismo cultural

Línea de vinculación de la carrera

Proyecto de investigación

2. Descripción del proyecto

Con el presente proyecto se pretende crear un plan de gestión turístico para el Museo de la Casa de los Marqueses mediante el planteamiento de tres objetivos específicos que permitirán llegar al objetivo general.

En el primer objetivo se realizará el reconocimiento de la situación actual del museo en relación con el manejo del turismo cultural del mismo, para describir la problemática, necesidades y por lo tanto la situación en la que se encuentra el mismo para finalmente proponer un plan de gestión.

En el segundo objetivo se analizará el perfil del turista que visita el museo de la casa de los Marqueses de Miraflores, a través del diseño y aplicación de una encuesta, con el fin de proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio turístico a los visitantes de acuerdo a los datos obtenidos del perfil que corresponde a una persona de entre 21 y 30 años, proveniente de la ciudad de Quito, que visita el museo acompañado de amigos, y que tiene un nivel de estudios superior.

El tercer objetivo es la creación de un plan de gestión turístico en el cual se estructure el manejo del turismo cultural en el museo mediante la aplicación del método exploratorio, es

decir, a través de la revisión de planes de gestión que ya se hayan aplicado, de acuerdo a estos, se propone un plan.

Mediante la propuesta y desarrollo de estos objetivos se planea contribuir al desarrollo del turismo cultural en el museo.

3. Justificación del proyecto

Para Naranjo M. et al (2019) El modelo de gestión turística debe exponer una metodología que garantice el manejo del turismo sostenible, a través de un proceso de planificar y organizar el trabajo, realizar un diagnóstico del territorio y efectuar un estudio para determinar las estrategias. Sin embargo, el problema radica en la inexistencia modelos de gestión turística que permita administrar un atractivo cultural, en este caso el museo de la casa de los Marqueses de Miraflores y por ende que mejore el desarrollo turístico del mismo.

Por lo que es fundamental, en el presente trabajo de investigación proponer un plan de gestión a través de la revisión bibliográfica de diferentes modelos de gestión que según Pailiacho C. (2013) es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública. En este caso se planteará con el fin mejorar la gestión del museo y pueda llevar un control de las actividades que se desarrolla en el mismo, que contribuya a la dinamización de la imagen turística para atraer turistas nacionales y extranjeros dentro de la ciudad de Latacunga; que favorezca en aspectos importantes y permitan dinamizar el turismo, desarrollando actividades que se enfoquen en las necesidades de los nuevos turistas.

Los aportes que dejará el proyecto es la investigación acerca del museo será poder visibilizar de mejor manera la historia y cultura que se presenta debido a la reseña histórica tan importante que posee, además del proceso que este ha tenido para acoplarse a los cambios

de la globalización mundial. En el futuro los estudiantes de la carrera podrán tomar este proyecto como referencia para el suyo en el futuro.

El presente proyecto permitirá planificar, tomar decisiones y también se podrán plantear nuevas tendencias de turismo sobre el manejo y gestión en el museo. Por lo tanto, se espera que el museo logre atraer a turistas nacionales y extranjeros los cuales puedan obtener una buena experiencia durante su visita en el atractivo.

A través del desarrollo de este proyecto se adquirirán más conocimientos acerca de la gestión turística en un museo y además se dejará una propuesta de mejora en el manejo del museo con la implementación de guías que impartan conocimientos y datos importantes de la historia del lugar.

4. Beneficiarios del proyecto de investigación

Tabla 1. Beneficiarios

Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos
Director de Turismo del GAD Latacunga (Ing. Iván Guerrero)	Turistas Nacionales y extranjeros: 479174
Técnicos e investigadores del museo (Ing. Miguel Ángel Rengifo e Ing. Carlos García)	Unidades Educativas de Latacunga: 210
Habitantes del cantón Latacunga. Hombres: 82301 Mujeres: 88188 Total: 170489	
Estudiantes de la carrera de Turismo (400 estudiantes.)	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), GAD Latacunga (2020), Plan de Ordenamiento Territorial de Cotopaxi (2025)

En la Tabla 1 se describe quienes son los beneficiarios directos dentro del proyecto, en primer lugar, está el director de Turismo del Municipio de Latacunga (Ing. Iván Guerrero), quien será el primer beneficiario directo ya que el plan de gestión permitirá atraer más turistas y mejorar el desarrollo turístico del mismo. Además, los técnicos e investigadores del museo, Ing. Miguel Ángel Rengifo e Ing. Carlos García. Otro de los beneficiarios serán los habitantes del cantón Latacunga con una población de 183446 habitantes, 88188mujeres y 82301

hombres, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2010) ya que podrán vivir nuevas experiencias en el museo y así recomendarlo a otras personas, siendo ésta una nueva forma de obtener turistas nacionales y los 400 estudiantes de la carrera de turismo.

Dentro de los beneficiarios indirectos están los turistas nacionales y extranjeros que visitan anualmente la ciudad de Latacunga con una cifra de alrededor de 479174 turistas, según el GAD Latacunga (2020). Por último, el beneficiario indirecto también serían las Unidades Educativas de la ciudad que en total son 210, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi, (2025), las cuales se verán beneficiadas por la participación que podrían tener con las nuevas estrategias que generaría el plan de gestión.

5. El problema de investigación

A nivel mundial la sociedad actual se ha reconocido como la “sociedad de la información”, una “sociedad globalizada” o “planetaria”, una “sociedad posmoderna”. Estos calificativos refieren a aspectos ciertos más no totales del mundo contemporáneo, que se conjugan de manera compleja con otras situaciones. (Maceira, 2009), dentro de este concepto se entiende que, en la actualidad debido a la vivencia de avances tecnológicos, evolución de métodos de enseñanza, nuevas técnicas de comunicación, deben proponerse otras formas de promocionar un destino turístico, a través de la creación de estrategias, sobre todo en destinos culturales para que permita impulsar el turismo y su valor patrimonial.

Desde el punto de vista actualizado y los cambios que se han dado en el mundo por la globalización, se presentan nuevas formas de querer alcanzar turistas mediante estrategias creativas y otras formas que adapten la tecnología como parte del mundo contemporáneo. Las salas de los museos son lugares de observación y aprendizaje. Aunque en la actualidad la preocupación por la escasa seducción que ejercen los museos sobre las masas les ha hecho cuestionarse si las exposiciones tal cual como hoy se las conoce son suficientes. Cada día más

museos en el mundo adoptan métodos innovadores para atraer un mayor público. (Jurado. G., 2015, p.16) El problema dentro de este contexto es la inexistencia de un plan de gestión turística para museos que impulse el turismo cultural en el país y que a su vez esté adaptado a las nuevas tecnologías y contenga proyectos de innovación que capte la atención de los turistas.

Según un artículo del periódico La Hora (2018), menciona que en el año 2018 la afluencia de turistas en museos a nivel nacional disminuyó con una cifra notable, ya que en el año 2017 se obtuvieron 496865, mientras que en el año 2018 se obtuvieron 301373 turistas, es decir, aproximadamente 200000 personas menos, una de las teorías del por qué sucede esto es el ajuste económico y la falta de promoción de los museos como entes de dinamización turística cultural y por lo tanto, la falta de un modelo de gestión.

Dentro del museo de la Casa de los Marqueses existe una gran historia representada en obras y piezas antiguas que envuelve toda la cultura de Cotopaxi, por ende, con el planteamiento de un plan de gestión se permitirá dar a conocer toda la riqueza cultural e histórica que por el momento no ha sido reconocida como debería por el ineficaz manejo de un plan. Otro problema es la falta de información y señalética en otro idioma como inglés ya que si se va a alcanzar turistas extranjeros es necesario que exista señalética en dos idiomas.

La falta de estrategias que permitan sacar al museo de una imagen aburrida como actualmente las personas piensan que es, sobre todo a los turistas que prefieren practicar deportes extremos o en sí turismo de aventura. Mediante el planteamiento de actividades creativas se quiere atraer turistas de varios perfiles para que conozcan la cultura de Latacunga.

6. Objetivos:

6.1. Objetivo General

Proponer un plan de gestión turístico para la Casa de los Marqueses mediante la innovación e implementación de actividades artísticas y creativas.

6.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del museo de la casa de los Marqueses, mediante revisión bibliográfica y de campo.
- Identificar el perfil del turista que visita el museo mediante la aplicación de una encuesta.
- Diseñar la propuesta de un plan de gestión turístico para el museo que permita impulsar el turismo y su valor patrimonial.

7. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.

Tabla 2. Sistema de tareas y actividades

Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Analizar la situación actual del museo de la casa de los Marqueses, mediante revisión bibliográfica y de campo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento del lugar. ● Identificación de actores. ● Reseña histórica ● Diseño y aplicación de la entrevista ● Desarrollo de un FODA. 	Diagnóstico actual del museo y perfil del turista.	Cualitativa	Exploratorio	<ul style="list-style-type: none"> ● Salidas de campo. ● Entrevista ● Revisión bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de preguntas ● Artículo científico ● Página web del museo
Identificar el perfil del turista que visita el museo mediante la aplicación de una encuesta.	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño de la encuesta. ● Salida de Campo ● Aplicación de la encuesta. 	Reconocimiento del perfil del turista	Cualitativa	Exploratorio	<ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario de preguntas
Diseñar la propuesta de un plan de gestión turístico para el museo que permita impulsar el turismo y su valor patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> ● Proponer una Matriz estratégica ● Visión ● Objetivos ● Valores ● Estrategias ● Programas y proyectos ● Guión ● Organigrama estructural 	Plan de Gestión	Cualitativa	Inductivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revisión bibliográfica ● Salidas de campo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tesis ● Guía Metodológica

8. Fundamentación científica

8.1.¿Qué es un museo?

En una Asamblea realizada en Praga por la ICOM (2022) el museo es:

Una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos.

Según Poveda. M. (2018) un museo es:

Una institución pública o privada, permanente, con o sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, y abierta al público, que, conserva, investiga, comunica, expone o exhibe, con propósitos de estudio y educación, colecciones de arte, científicas, siempre con un valor cultural.

En el museo de la Casa de los Marqueses se exponen varias épocas y acontecimientos de la historia de la ciudad de Latacunga. Además de algunas obras de arte elaboradas por artistas nacionales, lo cual permite evidenciar que en él se exhiben hechos y objetos de gran importancia dentro de la ciudad.

8.2.El origen de los museos

Poveda. M., (2018) afirma que:

Si se examina la etimología de la palabra museo, se evidencia que procede del latín, *musĕum* y este, a su vez, del griego, *μουσεῖον*. En un principio la palabra museo se utilizaba con dos matices diferentes, por una parte, el término museo proviene del griego *mouseion*, que

significa “lugar dedicado a las Musas” (locus musis sacer) haciendo referencia a las nueve musas hijas de Zeus que eran las diosas protectoras de la poesía, la historia, las artes y las ciencias y tenían como tarea enseñar a los humanos convirtiéndose en fuente y origen del museo, así, el museion pasa a ser un monumento, como soporte e instrumento de la memoria; en segundo lugar, el museo hacía referencia al museion y biblioteca de Alejandría, donde se reunían los estudiosos en la época clásica para dialogar y aprender todas las ciencias. (p.2)

Cogo M. (2003) menciona que:

Con la “Nueva Museología”, los museos dejan de ser un almacén de “cosas viejas”, donde nada se puede tocar. La función social de los museos es repensada y las colecciones son cada vez más accesibles a los visitantes de los más diversos orígenes, clases sociales y edades.

8.3. Tipos de museos en Ecuador

En Ecuador se estima que en el año 2018 existían 296 museos, según el Sistema Integral de Información Cultural (2019). Además, aclaran que de acuerdo al contenido del museo se clasifica por su tipología.

Tabla 3. *Cifra de museos en Ecuador según su tipología.*

Tipo de museo	Cantidad
Arqueología	77
Historia	67
Arte	63
Etnografía	41
Ciencias e historia natural	21
Antropología	13
Ciencias y Tecnología	9
Arte y diseño	5

8.1.3. Museología y Museografía

Salas F. (1998) citando en Zubiaur. F., (2003) menciona que:

La museología, es considerada como la “ciencia del museo”: que estudia su historia, razón de ser, función en la sociedad, sistemas de investigación, educación y organización, relación con el medio ambiente físico, la clasificación de los diferentes tipos de museos y los sistemas de estudio de las culturas. Es decir, estudia los métodos y sistemas más eficaces para materializar estos aspectos.

La museografía se define como el análisis de la creación, disposición, clasificación, montaje y desarrollo histórico de los museos, según las descripciones proporcionadas por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua y el ICOM. Además, el ICOM la define como las técnicas y métodos utilizados en todas las facetas del trabajo museístico, incluyendo la construcción, clasificación, organización e instalación de las colecciones.

8.2. Patrimonio Cultural

La Casa de los Marqueses forma parte del centro histórico de Latacunga, cabe recalcar que el término Centro Histórico se definió según Chateloin. F., (2008), en el coloquio de Quito como "Todos aquellos asentamientos humanos vivos, fuertemente condicionados por una estructura física proveniente del pasado, reconocibles como representativos de la evolución de un pueblo. "

Así pues, el centro histórico es considerado patrimonio cultural del Ecuador desde 1982. La UNESCO (2010) define al patrimonio cultural como:

Las tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. (p.3)

8.2.1. Patrimonio cultural intangible

Es importante entender también que es el patrimonio cultural intangible para diferenciarlo, como lo especifica el Ministerio Coordinador de Patrimonio (2017):

El patrimonio cultural intangible está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos de identidad y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, está conformado por las manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidos de generación en generación, recreados constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia. (p.30)

El patrimonio en sí, también forma parte de los recursos turísticos que según Illesca. L. (2015):

Los Recursos Turísticos son la base primordial del turismo. Así mismo, todo lo que involucra una atracción a los ojos del turista, como el relieve, clima, vegetación, agua, flora y fauna, que son aspectos muy importantes dentro del turismo. Se trata de recursos que no puede dejarse a una utilización incontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso de su destrucción.

Los recursos turísticos hacen referencia a los bienes de un lugar mientras que el atractivo turístico según Navarro. D., (2015) "Es el elemento natural, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo que pueda generar suficiente interés para atraer turistas. "

8.2.2. Turismo cultural

Nieves. B. et al. (2010) afirma que:

El Turismo cultural es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo: Sol y playa, deportivo, etc. (p.10)

El turismo cultural está considerado parte del grupo de turismo alternativo. El turismo cultural es cuando los turistas se concentran en la cultura de los lugares a donde van, por ejemplo: ver museos o ver cosas construidas muchos años antes, como las pirámides. (p.10)

8.2.3. *Manifestación cultural*

Según Sánchez J., (2015). Una manifestación cultural es una forma de expresión social que cuando se mantiene durante un tiempo indefinido toma un valor único y pasa a ser conservado por la sociedad en la que fue creada como una tradición, estas pueden ser danza, pintura, música, artesanías, entre otras.

8.3. Gestión

Según Murray P. (2002). La gestión es "la herramienta que engloba fases de la administración siendo la gestión misma un elemento con desarrollo propio de la administración, utilizando nuestra unidad de la información la metodología de gestión, como elemento diferencial para obtener recursos de distintas naturalezas."

8.3.1. *Gestión Turística en museos*

Según Camprubí (2015):

La gestión general de un museo y la gestión turística de un museo tienen sus diferencias. La gestión general de museo se centra en la realización de los objetivos y metas de museo, para esto se analiza como a cualquier empresa, debido a que un museo debe afrontar temas económicos para poder sobrevivir. La evaluación más común para conocer si la gestión general de museos es la correcta es evaluando si la utilización de los recursos se ha realizado de manera eficaz y eficiente. Por otro lado, la gestión turística de un museo se centra en la ejecución de acciones enfocadas a hacer accesible el museo al público y mejorar su experiencia. (p.122)

Para poder hablar del significado de la gestión turística en los museos, es necesario, en primer término, distinguir la gestión general de los museos de la gestión turística. Por un lado,

la gestión general de los museos tiene como objetivo facilitar la toma de decisiones a su personal para conseguir cumplir con la misión y objetivos a corto y largo plazo para cada una de sus funciones de estudio, educación y placer. Por otro lado, la gestión turística implica la ejecución de acciones enfocadas a hacer accesible el museo al público y mejorar su experiencia. (Camprubí, 2015, p.123)

Dentro de la gestión de un museo existen varios elementos que se deben manejar tanto en la gestión de todo el museo y la gestión turística del mismo. En la gestión general se encuentran 8 indicadores mediante los cuales se puede evaluar cómo se está desarrollando la gestión, estos son: costes, nivel de recursos, fuente de recursos, volumen de servicio, productividad, disponibilidad del servicio, calidad y resultados. Además, también existen elementos a evaluar en la gestión turística de un museo, estos son: señalización, instalaciones, accesibilidad, información, servicios, actividades y relaciones. (Figura 1)

Figura 1. Áreas de la gestión turística de los museos



8.3.2. Modelo de gestión

8.3.2.1. Un modelo de gestión

Según Naranjo et al. (2019):

El modelo de gestión turística debe presentar una metodología que asegure la implementación del turismo sostenible. Esto implica llevar a cabo un proceso de planificación y organización del trabajo, realizar un análisis exhaustivo del territorio y realizar un estudio

detallado para identificar las mejores estrategias. Estas estrategias se aplicarán en distintos ámbitos locales con el objetivo de promover el desarrollo de la comunidad y garantizar su crecimiento de manera equilibrada y sostenible. (p. 19)

8.3.3. Modelo 1: Guía Metodológica para el manejo de planes de gestión. INPC, Ecuador (2017)

Este modelo es un instrumento para el desarrollo del turismo en municipios con el fin de valorar el patrimonio cultural e inmaterial de las edificaciones.

Dentro de esta guía se identifican 4 fases que se deben seguir para lograr un correcto manejo del patrimonio o edificación.

Elaboración del plan:

- Visión
- Objetivos
- Líneas estratégicas
- Metas
- Programas y proyectos

8.3.4. Modelo 2: Guía para la gestión de proyectos culturales. CNCA, Chile (2011)

Este modelo es una guía que pretende direccionar la planificación de proyectos culturales con el fin de tener éxito en el desarrollo del mismo y es una base para la gestión de recursos culturales y turísticos. Por ende, se propone una estructura para la formulación de proyectos.

Formulación del proyecto

- Objetivo General
- Objetivos específicos
- Fundamentación
- Descripción

- Actividades
- Cronograma de actividades
- Recursos (equipo humano, recursos materiales, recursos financieros)
- Reseña de los responsables y ejecutores del proyecto

8.3.5. Modelo 3: Estructura para el Sistema Nacional de Museos del Estado. Guerra M., Perú (2018)

En esta propuesta se maneja ya una estructura que a través el análisis situacional se evalúa las nuevas modificaciones que se aplicaran en el Sistema Nacional de Museos del Estado en Perú. Por lo tanto, se propone los siguientes pasos a cumplir:

- Visión
- Misión
- Objetivo General
- Objetivos específicos
- Estrategias y programas
- Organigrama estructural
- Presupuesto para la aplicación de la propuesta

8.4. Plan de gestión

Con el fin de crear una propuesta de valor acerca de la necesidad del museo de tener un plan de gestión, se plantea su concepto, que según Serruto. E., (2017).

Es una herramienta para organizar los cambios necesarios y tomar las decisiones oportunas, además este instrumento de planificación establece los objetivos, las metas y las medidas necesarias para alcanzarlos, así como los recursos, el cronograma y las responsabilidades asignadas a cada actividad.

Así pues, se concluye que plan de gestión es una herramienta fundamental para la dirección y el control de una entidad, proporcionando una estructura sistemática y detallada para llevar a cabo las actividades necesarias y alcanzar los resultados deseados.

Para el presente plan de gestión se tomarán en cuenta tres documentos de modelos de gestión en base al turismo cultural, a través ellos se podrá adaptar un modelo de plan de gestión de acuerdo a las necesidades del museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores.

8.5. Organigrama estructural

Según el Departamento de Organización y Métodos (2011). El organigrama funcional se utiliza para representar visualmente la estructura de las unidades administrativas de una institución, así como las relaciones existentes entre los diferentes órganos de la misma.

8.6. Organigrama funcional

Dentro de la creación del Plan de Gestión se debe incluir un organigrama funcional que según Bravo. I., (1995):

El objetivo principal de un organigrama funcional es establecer un contexto en el cual el personal del museo pueda desempeñar su trabajo de manera eficiente para alcanzar los objetivos de la institución. Por lo tanto, el organigrama debe ajustarse a esos objetivos, necesidades y tamaño específico de la institución. Se diseña con el propósito de supervisar la coordinación y promover la descentralización, lo cual aumenta las responsabilidades individuales del personal.

Como parte de la estructura del plan de gestión y de acuerdo a las necesidades del museo es necesario plantear la estructura de un guión turístico para la Casa de los Marqueses de Miraflores.

Según Huaman A., (2022) el guión es:

El guion es una estructura que asegura una lógica coherente de la información, específica de la disciplina en la cual se encuentra el museo. Su objetivo es servir como una herramienta para preparar a los guías, de manera que puedan llevar a cabo el recorrido de manera adecuada. Es importante que la aplicación del guion sea flexible, adaptándose a las características del público al que se dirige el servicio. Además, el guion adquirirá diferentes matices dependiendo del estilo de interpretación técnica del guía y de los intereses y motivaciones de los visitantes.

Para el desarrollo del guión se tomará el modelo que se presenta en la Memoria Académica Laboral presentada por Huaman A. (2022) en la cual se especifica que la estructura propuesta para la elaboración del guión se realizó por medio de la contratación de un técnico especialista en guiaje turístico para el museo aéreo "Putu Putu", el cual plantea una estructura base para su desarrollo.

8.7. Norma INEN

Hoy en día existen muchas normas validadas por la ley como las normas INEN, a favor de las personas con discapacidad, lo cual hace que existan más espacios accesibles. Que según Fernández. F., (2009).

La accesibilidad en el turismo se refiere a la disponibilidad y adecuación de todas las instalaciones y servicios relacionados con la oferta turística. Esto incluye desde agencias de viaje y oficinas de información, hasta lugares de hospedaje, medios de transporte, estaciones, puertos, aeropuertos, restaurantes, servicios de entretenimiento, entre otros. Es importante considerar la accesibilidad en todos estos aspectos para garantizar una experiencia turística inclusiva y sin barreras.

El turismo accesible es una nueva forma de turismo que hace que una persona con discapacidad, pueda disfrutar sin problema de las instalaciones en las que se encuentre, según

el Servicio Ecuatoriano de Normalización (2013) menciona que la Norma Técnica Ecuatoriana es:

Una entidad especializada en aspectos técnicos, cuya responsabilidad implica la creación, adopción y ajuste de documentos normativos, la emisión de reglamentos técnicos, así como la implementación de procesos relacionados con la conformidad y metrología. Estas actividades combinadas establecen estándares de calidad y confiabilidad.

8.8. Organización de Gestión de Destinos

La Organización Mundial de Turismo (2023). Menciona la importancia de la Organización de Gestión de Destinos (OGD), la cual es una entidad encargada de la gestión integral y estratégica de diversas actividades, bajo una estructura de gobernanza que involucra a las partes interesadas relevantes en el destino. Su mandato abarca la planificación, coordinación y gestión de estas actividades con el objetivo de alcanzar metas y objetivos compartidos.

Según el documento de la Organización Mundial de Turismo (2023), se establece la necesidad de que las organizaciones gestoras de destinos se ajusten a las políticas y actividades en línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Esto implica maximizar la contribución del turismo hacia los 17 ODS en general, y en particular hacia aquellos que mencionan específicamente al turismo. Estos objetivos incluyen:

- Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
- Objetivo 12: Producción y consumo responsables.
- Objetivo 14: Vida submarina

8.9. PLANDETUR 2030

Para poder plantear estrategias es necesario tomar en cuenta los ejes que propone el Plan de turismo 2030, el cual es "Una herramienta que brindará los lineamientos generales para la gestión turística a nivel nacional y orientara las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible, inclusivo y accesible para la próxima década."

Además, en este documento se especifica que con el fin de tener un mejor desarrollo sostenible en el país se tomaron los objetivos de la Agenda 2030 en los que se reconoce al turismo y su buen desarrollo, en:

Tabla 4. Objetivos de la Agenda 2030, relacionados con el turismo

Objetivo	Relación con el turismo	Meta
Objetivo 8	Crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las personas.	Meta 8, 9: De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
Objetivo 12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	Meta 12b: Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
Objetivo 14	Conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.	Meta 14.7: De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.

Por lo que también el Plan de turismo 2030 (2020) plantea que mediante los objetivos analizados se maneje el turismo en el país en base a cinco ejes que son:

Eje 1, Destinos de calidad. Procura fortalecer la calidad en cuanto a la prestación de servicios turísticos, para que pueda ser una experiencia turística que logre garantizar que lo que pide el cliente, se cumpla y que además se vea plasmada en calidad de gasto y que el turista prefiera pasar más tiempo de estadía en el destino.

Eje 2, Conectividad. Está encaminado a mejorar la conectividad en cuanto a transporte, infraestructura y cobertura digital de los destinos, mediante el planteamiento de

una política para la creación de nuevas rutas aéreas directas y que incremente las frecuencias con el fin de conectar con países que son líderes emisores de turistas a nivel mundial.

Eje, 3. Seguridad turística. Este es un eje fundamental con el cual se puede competir como destino, ya que se enfoca en mejorar la relación interinstitucional; que pueda proponer tranquilidad para el normal desarrollo de la actividad turística. Por ende, fortalecerá la vigilancia y protección de los atractivos, patrimonios y destinos del país.

Eje 4, Promoción y mercadeo. Trata de acoplar la información y promoción turística a las demandas actuales, en donde se busca la originalidad y diversificar la información. A través de planes de marketing digital y social media basadas en la publicación de las guías y material promocional offline que se adapte a los medios de información que maneja el turista.

Eje 5, Fomento de la inversión. Tomar el emprendimiento como influencia económica directa, cuyo desarrollo parta de la iniciativa empresarial, englobando así la demanda turística agregada, la competitividad y la necesidad de innovar a través del descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades de negocio y que provoque el crecimiento económico en cualquier sector y la protección del ambiente en destinos receptores.

8.10. Economía Naranja

¿Por qué naranja?

Buitrago. F., et al (2013) afirman que "El color naranja es el color asociado desde principios de la humanidad a la cultura, creatividad e identidad" (p.42)

Además, menciona que:

En el Antiguo Egipto, los artistas empleaban una pintura de color naranja elaborada a partir de sulfuro de arsénico para crear jeroglíficos en las tumbas de los faraones. Además, en las convenciones y tradiciones occidentales, este color se asocia con el entretenimiento y la frivolidad. Se puede observar al dios griego Baco, patrón del vino y el teatro, representado en

pinturas con tonos de naranja. Asimismo, el color naranja se utiliza como símbolo distintivo en la celebración de Halloween. (Buitrago. F., et al, 2013, p.43)

Por esta razón, se utiliza el término "Economía Naranja" para referirse a la economía relacionada con la cultura y la creatividad. En este proyecto en particular, se considera esta economía como base para proponer estrategias creativas e innovadoras dirigidas a los turistas.

¿Qué es la Economía Naranja?

Es un rubro de la economía al que no se le ha dado la importancia necesaria; sin embargo, es un sector que contempla las ideas como principal herramienta para el desarrollo. Este concepto se efectiviza con la formulación de proyectos, mediante el uso de dichas ideas para hacer de la cultura algo tangible, que resulte en productos y servicios que aportan en gran medida en los ámbitos culturales y económicos. (Garay. S., 2017, p.36)

La economía creativa se refiere a un conjunto de actividades que involucran la organización y generación de acciones en las cuales las ideas se convierten en bienes y servicios culturales. El valor de estos bienes y servicios está determinado y regulado por el contenido de la propiedad intelectual. El término "economía creativa" surgió en 1994 en Australia en el marco de una política denominada "Creative nation: A Commonwealth cultural policy", la cual tenía como objetivo promover la industria cultural. Esta política buscaba fomentar la cultura como un factor clave para el crecimiento de la innovación, la creatividad, el marketing y el diseño en tiempos futuros (Garay, S., 2017, p.36).

8.10.1. Turismo Naranja

Tresserras (2015) afirma que:

El turismo naranja promueve un modelo de turismo sostenible que pretende fomentar el desarrollo cultural, económico y social a través de la gestión de un modelo de turismo responsable del patrimonio cultural, las artes y las industrias culturales y creativas. Este tipo de turismo es un articulador de la economía cultural y creativa que permite crear

oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y de la configuración de grupos y clubes de producto de turismo cultural, articulando territorios con identidad cultural como destinos turísticos especializados. (p.715)

El turismo naranja es una nueva forma de hacer turismo a través de la creatividad e innovación con el fin de mejorar el servicio de un lugar o destino turístico, brindando de diferente manera nuevas experiencias a los turistas, es decir, hacer de una visita común o parcialmente aburrida, algo que sea interesante y divertido mediante actividades de recreación como arte, baile, teatro, gastronomía, entre otras actividades.

9. Validación de las preguntas científicas o hipótesis.

¿Es posible alcanzar una mayor afluencia de turistas en el museo de la Casa de los Marqueses con la implementación de un plan de gestión?

El plan de gestión turístico en el museo de la Casa de los Marqueses es una propuesta para lograr una mayor afluencia de turistas, a través del planteamiento de estrategias y con el fin de mejorar el turismo cultural en Latacunga.

10. Metodología de la investigación

10.1. Objetivo 1

Realizar el análisis situacional del museo de la casa de los Marqueses, mediante revisión bibliográfica y de campo.

Para el desarrollo de este proyecto se aplicó la investigación cualitativa que, según Castaño, C. et al (2002) mencionan que la metodología cualitativa es la investigación que se realiza mediante la obtención de datos descriptivos, es decir, se analiza las actitudes de una persona ya sean de forma oral o escrita y también se observa la manera de actuar de esa persona. Por lo que durante esta investigación se llevarán a cabo tres objetivos de investigación cualitativa para poder plantear un plan de gestión que permita mejorar el desarrollo del museo de la Casa de los Marqueses.

Para el desarrollo del primer objetivo se realizó la investigación bibliográfica en la página web de Latacunga turismo, PDOT del cantón Latacunga (2016 – 2028), artículos científicos y tesis relacionadas con el tema, además se realizaron salidas de campo al museo para analizar su estado en diferentes ámbitos y entrevista a los actores claves quienes son el Ing. Miguel Ángel Rengifo y el Ing. Carlos Sánchez que trabajaban dentro del museo y también en el Departamento de Cultura y Deportes, además el Ing. Xavier Iza quien es el director de la dirección de Turismo.

10.1.1. Método

El método de investigación que se seleccionó para el primer objetivo fue el método exploratorio que en un artículo presentado por la Universidad Latinoamericana (2017) menciona que "La investigación exploratoria no pretende dar explicaciones del objeto de estudio, sino recopilar información, identificar antecedentes generales, ubicar aspectos relevantes, como tendencias y relaciones potenciales entre variables que habrán de examinarse a profundidad en futuras investigaciones". (p.1) En la presente investigación el método exploratorio se desarrolló dentro del museo de la Casa de los Marqueses en donde existe poca difusión del atractivo, carece de información relevante debido a la inexistencia de un plan de gestión dentro del mismo, por lo cual al aplicar este método se obtuvo un resultado de los problemas existentes en el museo y de las oportunidades que pueden partir de un problema, reconociendo la situación en la que en ese momento se encontraba para plantear soluciones.

10.1.2. Técnica

Salidas de campo: Nájera. C., (2017) afirma que “trata de explicar y comprender la actuación del sujeto en el contexto, en este método se utilizan con fuerza la observación y el registro como técnica que permite la elaboración de la etnografía.” Con el fin de aplicar las

encuestas fue necesario realizar salidas de campo que me permitieron tener contacto directo con los turistas.

Tabla 5. Cronograma de las Salidas de Campo.

Fecha	Actividad realizada	Horario
7/Noviembre/2022	Reconocimiento de cada una de las salas	10:00 – 11:00
21/Noviembre/2022	Acercamiento con los técnicos que trabajan en el museo	9:00 – 10:30
6/Diciembre/2022	Fotografías de cada una de las salas	12:00
15/Diciembre/2022	Visita a la secretaria de la Dirección de Turismo	9:00

Entrevista: según Folgueiras P. "El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas." Mediante la entrevista realizada a tres autoridades como parte de la investigación se obtuvo una idea más clara de los problemas del museo y de las necesidades que tenía para poder crear estrategias que mejore su desarrollo. Se plantearon 13 preguntas con el fin de conocer más a fondo los problemas del museo y el punto de vista de las personas encargadas del museo, en este caso los actores seleccionados.

Tabla 6. Cronograma de las entrevistas realizadas a los actores claves.

Fecha	Actividad realizada	Horario
4/Enero/2023	Entrevista al técnico de la Dirección de Cultura y patrimonio Miguel Ángel Rengifo	10:00
5/Enero/2023	Entrevista al director de turismo Xavier Iza	11:00
6/Enero/2023	Entrevista al ingeniero Carlos García	10:00

Revisión bibliográfica: Gómez. E., et al (2014), afirman que “El trabajo de revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe

garantizar la obtención de la información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso.” Para poder realizar el diagnóstico situacional del museo se revisaron documentos como el PDOT de Latacunga (2016 – 2028), artículos de acuerdo al tema y tesis de la Universidad de Cuenca, ESPE, Universidad Nacional de Chimborazo, entre otras, realizadas en museos dentro del país.

10.1.3. Instrumento

Guía de preguntas: Según Tejero J. (2021) la guía para la entrevista es el listado de preguntas que prepara previamente el investigador para interrogar al entrevistado. Existen numerosas clasificaciones de preguntas, pero en el caso de la presente investigación se prepararán solo preguntas cerradas.

Artículo científico: Blanco P., (2012), menciona que "Un artículo de investigación siempre produce avances en el conocimiento, por lo que resulta obvio que sólo puede cumplir su objetivo cuando ha sido publicado y puesto a disposición de la comunidad científica para que pueda ser leído." A través de la revisión de artículos de diferentes universidades, pude analizar cómo se realiza el diagnóstico, que es una entrevista y sus pasos para poder llevarla a cabo.

Página web: Según Pacherras L., (2018), La importancia que tiene la página web radica en su proceso de lectura, ya que posibilita y visualiza la información en distintos formatos (texto, imagen, sonidos, videos, animaciones). Normalmente la página web es gestionada por una persona y en este caso se revisó la página de Latacunga Turismo que tiene varios apartados de atractivos turísticos de la ciudad y entre ellos está el museo de la Casa de los Marqueses, en esta página se encuentra información básica y datos del museo que han sido importantes en el diagnóstico.

10.2.Objetivo 2

Identificar el perfil del turista que visita el museo mediante la aplicación de una encuesta.

Para el desarrollo del objetivo dos se ha tomado el tipo de investigación cualitativa que según Hernández. R. et al (2014) "se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. " como en este caso para determinar el tipo de turista que visita el museo se realizaron encuestas en el sitio con el fin de poder plantear estrategias que pueda mejorar el desarrollo del turismo dentro del mismo, por lo cual se revisaron documentos como tesis referentes al tema, los registros de entrada al museo y artículos guía para plantear las preguntas que se van a realizar en la encuesta.

10.2.1. Método

El método usado para el segundo objetivo es exploratorio, que, según Vásquez I., (2016), éste tiene por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más para desarrollar una hipótesis. Permite al investigador formular una idea, es decir mediante la encuesta realizada se pudo determinar cuál es su perfil, preferencias y la experiencia del turista en el museo.

10.2.2. Técnica

Encuesta: según Casas J. et al, (2003) "La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz." (p.527). La técnica de la encuesta se realizó a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el museo en la semana del 27 de diciembre de 2022 hasta el 13 de enero de 2023, debido a que en estas fechas hay más alcance de turistas por las vacaciones de Navidad, además está estructurada por un cuestionario de 15 preguntas mediante el cual me

permitió conocer el perfil y la percepción captada por el turista luego de hacer el recorrido dentro del museo.

Para la aplicación de las encuestas se usó el método de Muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual se desarrolla de acuerdo a la situación del investigador, en este caso, el factor más importante para tomar este tipo de muestreo fue la poca captación de turistas que tiene el museo además de la situación económica debido a la distancia entre la ubicación del museo y la vivienda del investigador. Las encuestas fueron realizadas en el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores.

Tabla 7. Cronograma de las encuestas realizadas.

Fecha	Actividad realizada	Horario
27 – 30/Diciembre/2022	Encuestas a turistas	9:00 – 16:00
3 – 6/Enero/2023	Encuestas a turistas	9:00 – 16:00
9 – 13/Enero/2023	Encuestas a turistas	9:00 – 16:00

10.2.3. Instrumento

Cuestionario de preguntas: Según García T. (2003), “El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas.” Mediante el cuestionario de preguntas se podrá conocer el perfil del turista como su lugar de procedencia, nivel de estudios y otros datos que permitirán plantear nuevas estrategias.

10.3. Objetivo 3

Diseñar la propuesta de un plan de gestión turístico para el museo que permita impulsar el turismo y su valor patrimonial.

Mediante la investigación cualitativa que según Guerrero. M., (2016) “Se trata de comprender los sucesos, tomando en cuenta el punto de vista de los participantes en relación con los aspectos que los rodean. Se selecciona cuando se busca comprender la opinión de un grupo de personas hacia su realidad.” Pude proponer un plan que mejore el desarrollo del museo mediante la opinión de los turistas en las encuestas.

10.3.1. Método

El método que se usó en este objetivo es el inductivo que proviene de la palabra inducir o inducción y según Rodríguez A. & Pérez. O., (2017). “La inducción es un proceso de razonamiento en el cual se parte del conocimiento de casos específicos para llegar a una conclusión más general que refleja lo que tienen en común los fenómenos individuales.” Es decir, gracias a este método se pudo obtener datos reales de la situación de museo y analizar cuáles son las herramientas que se pueden incorporar al plan de gestión que se va a diseñar.

10.3.2. Técnica

Revisión bibliográfica: Según Coral D. (2016). " La revisión bibliográfica es una etapa fundamental dentro del proceso de investigación en el ámbito académico. Consiste en la selección y análisis crítico de material bibliográfico relevante para el tema de estudio. Esta revisión actúa como guía y fundamento para abordar el tema de investigación, proporcionando información existente, teorías, enfoques metodológicos y resultados previos que ayudan a contextualizar y fundamentar la investigación." A través de la revisión bibliográfica se pudo identificar el contenido de un plan de gestión en varios documentos tomados como modelo para realizarlo.

Salidas de campo: La salida de campo, según Pérez A. et al (2006), se considera una actividad científica que se puede abordar metodológicamente en cualquier tipo de investigación. En esta actividad, se lleva a cabo la recopilación sistemática de datos nuevos o sin procesar en un área específica que ha sido previamente definida. En este caso realicé salidas de campo para poder adquirir modelos de planes de gestión que ya se hayan o se estén manejando en otros museos a nivel nacional.

10.3.3. Instrumento

Tesis: Para realizar el plan de gestión fue imprescindible revisar tesis con temas referentes a la propuesta de un plan de gestión y así se pudo formar una base del plan de acuerdo a cada una de las tesis revisadas que, según Guevara L., (2016),” La tesis es un documento académico cuyo propósito se centra en la contribución al conocimiento y/o aportar soluciones innovadoras a problemáticas específicas en una disciplina científica, lo cual se traduce en un trabajo de investigación original.”

Guía Metodológica: para la propuesta del plan de gestión se tomaron cuatro modelos de gestión turística a nivel Latinoamérica, para lo cual es necesario saber que una guía metodológica según Gálvez. M., (2003) "Desempeña un papel fundamental al proporcionar un marco estructurado y coherente para la realización de estudios en diversas situaciones. Su objetivo principal es mejorar la transparencia, la validez, la comparabilidad y la credibilidad de los estudios que se llevan a cabo”. Al seguir una guía metodológica, pude contar con un conjunto de directrices y recomendaciones que me ayudaron a diseñar y ejecutar el estudio de manera rigurosa y confiable. Esto incluye la definición clara de los objetivos de investigación, la selección adecuada de métodos y técnicas, el muestreo adecuado, la recopilación y análisis de datos precisos, la interpretación de resultados y la presentación de conclusiones fundamentadas.

11. Análisis y discusión de los resultados

11.1. Objetivo 1: Realizar el análisis situacional del museo de la casa de los Marqueses, mediante revisión bibliográfica y de campo.

11.1.1. Situación actual del área de estudio

11.1.2. Cantón Latacunga

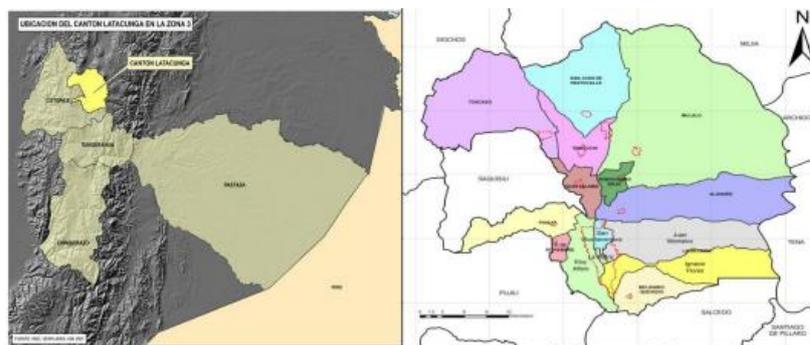
a) Historia

El cantón Latacunga desde siempre ha estado ubicado en un área agrícola, lo cual lo enmarcan como un sector privilegiado e importante económica y socialmente en los siglos XV y XVIII. La ciudad fue fundada el 27 de octubre de 1584, el mismo día que se festeja a San Vicente Martir, patrono de los Latacungueños, importante al ser venerado en la primera iglesia de Latacunga. (PDyOT Latacunga, 2016 – 2028)

b) Ubicación

Se ubica en la parte sur de la provincia de Cotopaxi, cuenta con una altura de entre los 2700 hasta los 3000 m.s.n.m.

Figura 2. Mapa geográfico de la ubicación del cantón Latacunga



c) Población

La población total hasta 2014 era de 183446 habitantes en el cantón.

d) Extensión

Ocupa una extensión total de 138630, 60 hectáreas.

e) Límites

Al Norte: Cantón Mejía y Sigchos

Al Sur: Salcedo y Pujilí

Al este: Archidona y Tena

Al Oeste: Saquisilí, Pujilí y Sigchos

f) Principales atractivos turísticos del cantón Latacunga

De acuerdo al análisis realizado, el cantón Latacunga cuenta con importantes atractivos turísticos, conocidos a nivel nacional por su belleza paisajística, como la Laguna de Quilotoa y el Parque Nacional Cotopaxi los cuales acumulan el mayor número de afluencia turística a comparación de los otros, en los que se pueden realizar actividades como caminatas, observación de flora y fauna y es posible admirar todo el entorno natural del atractivo. Como parte del turismo gastronómico de la ciudad, existen varios platos tradicionales, entre los más conocidos y consumidos por los turistas están: las chugchucaras, allullas, queso de hoja, tortillas de maíz hechas en tiesto y la bebida tradicional más conocida es el chaguarmishque. A continuación, se presenta una tabla clasificada por las actividades turísticas que se pueden realizar en Latacunga y sus atractivos turísticos.

Tabla 8. Principales atractivos turísticos del cantón Latacunga clasificado de acuerdo a la actividad turística.

Actividades turísticas	Atractivos turísticos
Aventura	Volcán Cotopaxi, Piedra Chilintosa, Pucará, Salitre, Cerro Morurco, Cerro del Callo, Cerro Putzalahua, Laguna de Limpiopungo, Manantiales y Termas del Río Blanco.
Culturales	Patrimonio Cultural: Iglesia La Merced (templo), Iglesia de San Agustín, Catedral de Latacunga, Iglesia de San Francisco (templo), Iglesia de San Sebastián (templo), Iglesia de Nuestra Señora de El Salto (templo), Iglesia de Santo Domingo (monasterio), Monasterio de Tilipulo, Casa de los Marqueses de Miraflores (Maenza), Centro Histórico Latacunga, Museo Vicente León, Hacienda San Agustín de Callo, Hospital de las Hermanas Páez, Hostería “La Ciénaga”, ESPE (Escuela Politécnica del Ejército), Gobernación de Latacunga, Colegio Vicente León”, Museo de Molinos

	<p>Monserath", Palacio Municipal, Parque Vicente León, entre otros. Parque Recreacional Náutico "Ignacio Flores". Fiesta de la Mama Negra, Los santos inocentes, Fiestas del Niño Jesús, Finados, Ferias taurinas, Fiestas patronales en barrios y parroquias.</p>
Ecoturismo	<p>Parque Nacional de Altura "Cotopaxi" Área Nacional de Recreación "El Boliche"</p>
Gastronómico	<p>Chugchucaras, fritada, chaguarmishque (Dulce de cabuya con arroz de cebada), Allullas, Quesos de hoja, tortillas de papa, tortillas de maíz, colada morada, empanadas de dulce, motecon chicharrón, caldo de gallina, papas con cuy, yahuarlocro, cevichocho etc</p>
Etnoturismo	<p>Parroquia Poaló</p>
Comunitario	<p>Iniciativas de turismo comunitario (Pastocalle, Belisario Quevedo y Mulaló)</p>

Fuente: Información tomada del PDyOT Latacunga (2016 - 2028).

11.1.3. Análisis situacional del museo

El museo de la Casa de los Marqueses tiene una antigüedad aproximada de 300 años con estilo neoclásico. Es un predio de aproximadamente una manzana ubicada en pleno centro de la ciudad de Latacunga, cercana al norte con la Iglesia de La Merced y occidente con la diócesis dominica, está construida a base de piedra pómez. El museo dispone de electricidad en todas las salas como parte de sus servicios esenciales, así como agua para áreas como los baños y el riego de los jardines. Sin embargo, no ofrece acceso a una conexión de internet para los visitantes turísticos.

Figura 3. Casa de los Marqueses



La gran parte de los terrenos que hoy en día comprende la edificación de la Iglesia La Merced hasta Santa Teresa, el sur de la ciudad, eran propiedad de la familia Jiménez, una familia adinerada de la fundación Tacunga, para toda esta verificación de pertenencia de terrenos existen documentos que lo certifican. En el año de 1640 el propietario Don Lázaro Jiménez inauguró un salón de juegos en los terrenos de lo que hoy es la Casa de los Marqueses.

En 1710 cuando los terrenos ya eran propiedad de Juan García de Granda luego de los respectivos trámites de compra y venta, construyó lo que es la fachada esquinera, las gradas de la entrada principal, los corredores, techos de arco, bóvedas, el jardín y el patio, que yace hasta hoy, en donde la familia García Fuentes tuvo dos progenitores quienes en el mismo siglo XVIII, aproximadamente en el año 1727, vendieron la propiedad a Antonio Flores de Vergara quien hizo más trabajo arquitectónico en el predio terminando así la edificación que hoy se puede observar. Flores de Vergara nació en Ambato el 17 de agosto de 1687, hijo de padre español y madre laticungueña, fue un hombre culto, estudiado en matemáticas y fiel a la orden jesuita, hizo varias donaciones a la orden como también al barrio Miraflores en Ambato. Fue el primer marqués de Miraflores nombrado como tal en el año de 1745 gracias a su gran potencial para cultivar sus tierras con muchos tipos de productos y flores. Tuvo una gran fortuna y contrajo matrimonio dos veces; en los últimos años de su vida vivió en la ciudad de Quito y falleció el 7 de abril de 1751. Uno de los acontecimientos más importantes que suscitaron en la casa en presencia de Antonio Flores de Vergara fue el juramento a la Virgen del Rosario en calidad de Patrona luego del terremoto ocurrido en la zona centro del país y que por ende afectó a la ciudad referida, además existe un documento que lo afirma. Dicho acontecimiento reunió a habitantes y políticos dentro de la vivienda. Este y muchos otros eventos políticos realzaron la importancia de la casona dentro de la ciudad.

Figura 6. Antonio Flores de Vergara



Antonio Flores de Vergara tuvo varios hijos de los cuales se destacan Mariano Flores de Vergara y Jiménez de Cárdenas quien nació en Latacunga en el año 1731, estudió en el colegio de nobles de Madrid, quedó huérfano de madre a la edad de 10 años, fue heredero directo del título de marquesado a los 20 años de edad cuando su padre falleció; también estuvo a cargo como coronel de Caballerías de régimen de Dragones de las milicias urbanas de Quito. Gran amigo de Espejo y Montufar quienes lo visitaban en la hacienda Tilipulo, tuvo varias propiedades en Ambato, Latacunga y Quito. Además, en el año 1791 fue el primer alcalde de la capital y presidente del Cabildo. Murió el 1 de mayo de 1810.

El segundo hijo varón de Antonio Flores de Vergara, fue Ignacio Flores de Vergara y Jiménez nació el 30 de Julio de 1733 en Latacunga, estudió en el colegio de Nobles de Madrid al igual que su hermano; obtuvo el título de maestro en Artes y Bachiller en Filosofía. Hizo muchos viajes por Europa y dominaba seis idiomas: castellano, quechua, latín, francés, inglés e italiano. Ingresó como cadete en el regimiento de Caballería de Brabante y como Capitán de voluntarios a Caballos de Castilla combatió en el ataque a Gibraltar y el ataque a Menorca. En 1782 fue nombrado presidente de la Audiencia de Charcas (Bolivia). Fue un hombre con muchos valores y gran cultura, puesto que durante su gobierno defendió a los indígenas de los

maltratos de los españoles, por lo cual lo acusaron de llevar un régimen blando y no duro y cruel como lo hacían durante la guerra. Cansado de las acusaciones en su contra dejó el mandato en 1785. Falleció a la edad de 53 años, en agosto de 1786 debido a un posible infarto. No tuvo descendencia, por ende, su fortuna la heredó su hermano Mariano.

Figura 7. Fotografía de Ignacio Flores de Vergara y Jiménez



Luego de la muerte de Mariano Flores de Vergara y Jiménez de Cárdenas, la heredera de todos sus bienes fue su hermana mayor Paula Flores Carrión, quien obtuvo el título de tercera marquesa de Miraflores y los bienes heredados fueron manejados por su esposo Pedro Quiñonez Cienfuegos. Excepto la propiedad de los Marqueses que ya había sido vendida a finales del siglo XVIII.

Según algunos datos la propiedad de la Casa Cuna (Casa de los Marqueses de Miraflores) entonces estaba a manos de Tomas Romero García de Granda luego de la muerte del segundo marques de Miraflores, Tomas Romero era descendiente de la familia que compró e inició la construcción de la edificación. Trabajo en Panamá durante algún tiempo y luego regresó a Latacunga con una gran fortuna por lo cual pudo comprar la casa hasta el año de 1840 que paso a manos de Manuel Matheu Herrera Marqués de Maenza, fue propietario°

durante 5 años ya que falleció en 1845 por lo que en un remate de sus bienes fue vendida con facilidades de pago a Don Mariano Maya, quien no pudo cancelar 50 pesos al año,

En el año de 1845 la propiedad fue vendida al tanto el gobierno de José María Urbina se hizo cargo del inmueble hasta cuando el colegio Vicente León tomó posesión para manejar allí la Escuela Central de niñas "Santa Teresa". En el año 1888 con la llegada de las madres Bethlemitas el gobierno pone la escuela en manos de ellas. Y desde entonces la propiedad le pertenece al gobierno.

11.1.3.3. Análisis de los espacios de exhibición

La edificación tiene una sola planta que se divide en 5 espacios los cuales forman parte del museo y 4 oficinas en donde funcionan la Dirección de Deportes Cultura y Patrimonio además de la dirección de Desarrollo Social respectivamente. También se observa dos jardines el principal que se puede apreciar en la entrada y el segundo jardín ubicado en la parte de atrás de la casona.

Figura 8. Jardín principal de la casona

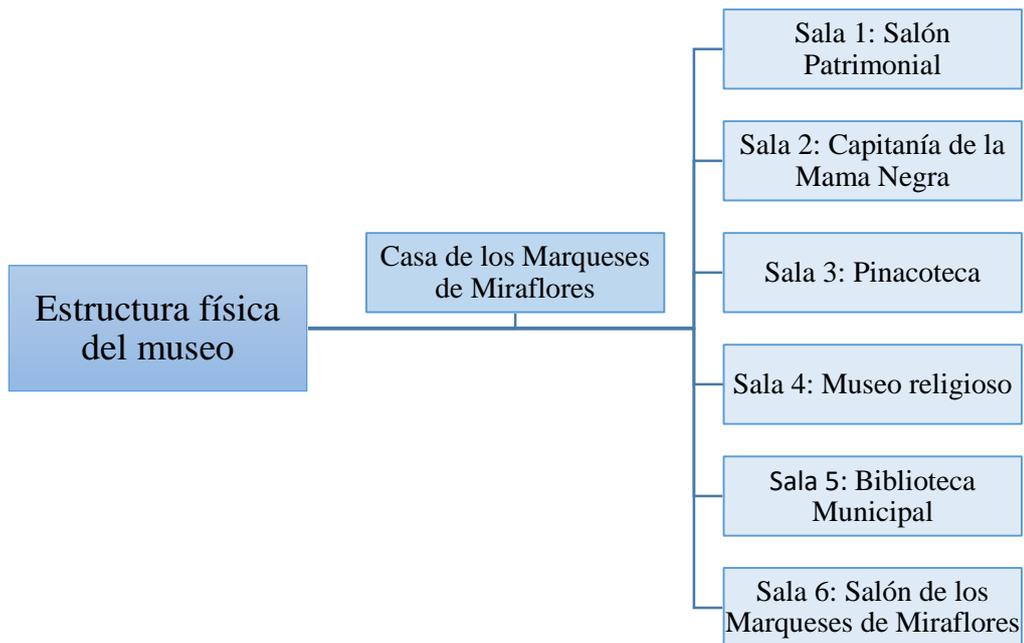


Figura 9. Jardín de la parte de atrás de la casa.



El turista puede visitar 6 salas cuando hace el recorrido por la casa de los Marqueses que se especifica a continuación:

Figura 10. Estructura física del museo



11.1.3.3.1. *Salón Patrimonial*

En el primer salón se puede observar una infografía con el nombre todos los alcaldes de Latacunga (Fig. 9), seguido de esto se encuentra una imagen del escudo de la ciudad (Fig.10) el cual representa con el yelmo de acero pulido y tres plumas esmaltadas en oro azul y gules, mirando a la derecha y con viseras abiertas a la condición de Noble Caballero que

fundó la ciudad, además los lambrequines que cuelgan de ambos lados simétricamente representan el ornamento heráldico, la orla de oro y plata representa la riqueza mineral de la ciudad, las dos palmas de la parte superior representan el galardón del martirio que vivió San Vicente Mártir bajo cuya advocación se fundó la ciudad, también está el volcán Cotopaxi en erupción por el cual se le ha dado el nombre la provincia, también está el castillo que representa a la ciudad en sí, representando a la riqueza agrícola de la ciudad está un trigo y un árbol en los costados del escudo, por último se ubica el puente que sostiene el castillo y que indica que la ciudad está ubicada en la parte oriental y occidental de la ciudad y unida por el mismo; además se ubica una cinta esmaltada en oro en donde se indica el año de conquista y fundación de la ciudad 1533 - 1584.

A continuación, están ubicados 4 planos de Latacunga antigua, junto a una línea del tiempo que inicia en el año 1532 en el siglo XVI hasta el año 2002 siglo XXI en donde se puede analizar los acontecimientos más importantes de la ciudad con sus respectivas fechas. En la parte izquierda de la sala, en la puerta se observa un mapa antiguo de la ciudad con sus parroquias. En mitad de la sala se encuentra unas vitrinas con los valores (personajes importantes de la ciudad) y fotos patrimoniales de Latacunga. Por último, está un mapa de la provincia con sus respectivos cantones y parroquias. Además, se observa una infografía con los nombres de las reinas desde el año 1927.

A continuación, se va a calificar a través de una tabla el estado de la imagen o figura que se encuentra dentro de la sala., como Bueno, si la imagen o cuadro se encuentra en buen estado de conservación y mantenimiento; regular, si presenta algún deterioro o rasguño a la vista; Malo si es que se observa total deterioro.

Tabla 9. Valoración de los artículos del salón Patrimonial

Numero de figura	Foto	Detalle	Estado		
			Bueno	Regular	Malo
Figura 11. Infografía de los alcaldes		Infografía de los alcaldes de Latacunga desde 1947 hasta 2019. El primero fue Rafael Cajiao Enriquez que tuvo cuatro periodos en el cargo desde el año 1947 hasta 1972 y el ultimo alcalde hasta 2019 fue Patricio Sánchez Yánez.	X		
Figura 12. Escudo de la ciudad		Escudo de la ciudad de Latacunga con símbolos importantes que marcan la historia de la ciudad.	X		
Figura 13. Plano de Latacunga 1657		Primer plano de la ciudad elaborado en el año 1657 en el cual se puede observar El Calbario, El rio grande de Cutuchi, Limite del pueblo de San Sebastián con el de Alaquez, entre otros puntos.	X		

Figura 14.
Plano de
Latacunga
1690



Segundo plano de Latacunga del año 1690 en donde se identifican algunos barrios, parques e iglesias X
como San Francisco, Santo Domingo, La Matriz, San Agustín, San Sebastián, entre otras.

Figura 15.
Plano de
Latacunga
siglo XXI



El tercer plano indica la ubicación de algunos templos e iglesias de la segunda mitad del siglo XVII a X
mediados del XVIII. Y entre los templos que se observan están el templo de Los Jesuitas, San
Francisco, San Agustín, Santo Domingo y La Merced.

Figura 16.
Mapa de las
parroquias



Mapa de las parroquias del cantón Latacunga las cuales son; Toacaso, Pastocalle, Tanicuchi, Mulaló, X
Guaytacama, Joseguango Bajo, Poalo, San Buenaventura, Once de Noviembre, Alaquez, Juan
Montalvo, La Matriz, Eloy Alfaro, Belisario Quevedo, Ignacio Flores, realizado en el año 2018.

11.1.3.3.2. Sal6n de la Capitanía de la Mama Negra

En el segundo Sal6n se ubica la descripci6n de lo que es la tradicional fiesta de la Mama Negra y se describe cada una de las vestimentas de 5 personajes de la fiesta.

La original fiesta de La Mama Negra se celebra en septiembre y aunque existen varias teorías de su origen, a través de una investigaci6n realizada por Silvana. C. (2007), menciona que el origen se dio en el ańo 1786, cuando la dueńa de la Hacienda Cunchibamba que era la m1s cercana al volc1n, Gabriela de Quiroz, al presenciar los inicios de una erupci6n volc1nica prometi6 realizar una fiesta a cambio de que la erupci6n cesara, y repentinamente la erupci6n termin6. Luego de esto se realiz6 una fiesta con los habitantes de la hacienda la cual fue nombrada como la fiesta de la “Santísima Tragedia “. En un inicio la fiesta tenía como personaje principal al Capit1n que, al no tener una originalidad entre mestizos e indígenas, fue perdiendo su valor y dej6 de ser el personaje principal. La introducci6n a la fiesta del personaje de la Mama Negra se cree que fue cuando los espańoles llegaron con sus esclavos a nuestras tierras. Debido a las migraciones del campo a la ciudad entre 1970 y 1980, la fiesta que se celebraba anualmente fue desapareciendo, otra de las causas tambi6n fue la falta de recursos econ6micos de los pobladores de Cunchibamba; al darse cuenta de la p6rdida de la fiesta tomaron el mando los sacerdotes de la iglesia La Merced, quienes pusieron a la Virgen de la Merced como la protectora eterna de Latacunga y a quien encargaban el milagro de cuando el volc1n ces6 su erupci6n. Los sacerdotes reunieron a los trabajadores del mercado ubicado junto a la iglesia y junto con ellos recuperaron el significado de la celebraci6n que desde ese momento se celebr6 en el centro de la ciudad en el mes de septiembre cuando tambi6n se venera a La Virgen de La Merced.

Tabla 10. Valoración de los artículos del salón de la Capitanía de la Mama Negra

Nº de figura	Foto	Detalle	Estado		
			Bueno	Regular	Malo
Figura 17. Infografía de la capitanía de la Mama Negra	 <p>Logo: Casa de los Marqueses de Alcañices</p> <p>Capitanía de la Mama Negra</p> <p>Una fiesta que inició en 1964 y que es una proyección de la que se presenta cada 24 de septiembre en homenaje a la Virgen de la Merced, la conocerá usted con el nombre de "Capitanía de la Mama Negra", sus principales personajes, sus inicios en el año citado y quienes la han representado hasta 2018. Vivamos entonces algo de una cultura popular, vivenciada anualmente por la recordación de la Emancipación Política de 1820.</p>	Infografía de la Capitanía de la Mama Negra. Una fiesta que inició en 1964 y que es una proyección de la que se presenta cada 24 de septiembre en homenaje a la Virgen de la Merced, la conocerá usted con el nombre de Capitanía de la Mama Negra, sus principales personajes, sus inicios en el año citado y quienes la han representado hasta 2018. Vivamos entonces algo de una cultura popular, vivenciada anualmente por la recordación de la Emancipación Política de 1820.	X		
Figura 18. Ángel de la estrella	 <p>Ángel de la Estrella</p> <p>El Ángel de la Estrella es un personaje que representa a la Virgen de la Anunciación. Viste todo de blanco, con una túnica larga de seda, capa de gran dimensión, alas de moderado diseño, lleva corona y un cetro; generalmente es un joven de no más de 15 años, que va en caballo blanco, debidamente adornado, conducido por uno o dos palafrenos. Es el primer personaje encuestre que sale anunciando la apertura de la fiesta, luego recita las plegarias y loas de alabanza a la Virgen María, alternándose con el rey Moro para tal propósito.</p>	Representación del personaje Ángel de la Estrella. Relacionado con la religión católica, pues representa el Ángel de la Anunciación, viste todo de blanco, con una túnica larga de seda, capa de gran dimensión, alas de moderado diseño, lleva corona y un cetro; generalmente es un joven de no más de 15 años, que va en caballo blanco, debidamente adornado, conducido por uno o dos palafrenos. Es el primer personaje encuestre que sale anunciando la apertura de la fiesta, luego recita las plegarias y loas de alabanza a la Virgen María, alternándose con el rey Moro para tal propósito.	X		

Figura 19.
Abanderado



Representación del traje del Abanderado. Es un personaje singular que porta en sus manos una bandera de tela espejo cuadrangular de siete colores diversos, con la que rinde honores al Capitán de la fiesta. Su traje es generalmente oscuro, con charreteras, camisa blanca de cuello con tahalí en el pecho y detalles que lo engalanan, en una composición cromática que recorre el desfile en señal de una unidad grupal, en recordación de algunos personajes heráldicos, militares y quizá indígenas, que con destrezas y habilidades agitan la bandera multicolor de gran tamaño en los llamados autos sacramentales. X

Figura 20.
Mama Negra



Representación del personaje de la Mama Negra. Personaje principal de la fiesta, tiene trajería vistosa y colorida recorre a caballo junto a su hija María Mercedes, compartiendo alegría con su sopleta, junto a los palafreneros y sus negritos en las árguenas; con su máscara y demás elementos decorativos de gran cromatismo, es una mujer negra y robusta, que bien podrá representar a los esclavos cautivos en el mundo, que fueron liberados por los mercedarios desde el año 1218, por iniciativa de San Pedro Nolasco al fundar la Orden religiosa y Caballeresca mencionada. En la festividad de noviembre desfila al final. X

Figura 21.
Capitán



Figura representativa del personaje Capitán. Es el principal, de allí el nombre de capitanía X de la Mama Negra. Representa a una autoridad colonial local, viste de traje militar y es el prioste mayor de la fiesta. Recibe honores, luego de los realizados a la Virgen María; en el pecho le cruza un tahalí de forma rectangular, como parte de su singular trajería, propia del personaje que representa. En el recorrido de septiembre, tiene puesto fijo, es acompañado de sus escoltas y marcha al final del desfile popular, seguido solamente por cholas, que llevan las ofrendas.

Figura 22. Rey Moro



Representación del personaje del Rey Moro y su vestimenta. Es un personaje engalanado, acompañado de sus palafreneros; traje vistoso y colorido, propio de nuestro folklore, lleva en su cabeza una corona grande o capirote debidamente ornamentada, no usa máscara, su capa es amplia y en el pecho tiene un tahañi que lo cruza en forma de cruz; con un cetro en su mano, procura imponer un aire de autoridad y además se pueden escuchar sus plegarias, que las pronunciará abriendo los brazos. Representa al rey de los moros, que fueron liberados por los mercedarios desde su fundación en el siglo XII, sin separar su vinculación con quienes adoraron al Niño Jesús en su natividad. X

Figura 23.
Listado de
Mama Negra



Infografía de las personas que han representado a los personajes de la fiesta de la Mama Negra desde el año 1954 hasta 2018. X

11.1.3.3.3. Pinacoteca

En esta sala se ubica una variedad de cuadros hechos a carboncillo, óleo, acuarelas y plumilla, que han sido elaborados por diferentes pintores provinciales y nacionales de los cuales no existe fecha en la que se elaboraron cada uno de los cuadros expuestos. La mayor parte de estos representan la identidad laticungueña, sus paisajes, plazas e iglesias más importantes. En total son 27 cuadros, algunos identificados por sus autores y otros no, en la siguiente tabla se va a valorar el estado de cada uno de los cuadros como parte del diagnóstico actual del museo.

Tabla 11. Valoración de los artículos de la Pinacoteca

Nº de figura	Foto	Detalle	Autor	Tipo de pintura	Estado		
					Bueno	Regular	Malo
Figura 24. Iglesia la Merced		Iglesia la Merced	Guido Meythaler Quevedo	Plumilla	X		
Figura 25. Vista lateral de la Iglesia La Merced		Iglesia La Merced	Guido Meythaler Quevedo	Plumilla	X		

Figura 26.
Vista lateral
de la iglesia



Iglesia la Merced

Guido Meythaler Quevedo

Plumilla

x

Figura 27.
Iglesia de
Saquisilí



Iglesia de Saquisilí

Guido Meythaler Quevedo

Plumilla

x

Figura 28



Figura 29.
Adspergo



Adspergo

David Santillán

Óleo sobre lienzo

x

Figura 30.
Templo de
Tilipulo



Templo de Tilipulo

Grace Pólin

Oleo

X

Figura 31.
Esbozo



Esbozo

José Abraham Moscoso

Carboncillo

X

Molina

Figura 32. La
Laguna y el
Cotopaxi



La Laguna y el Cotopaxi

José Meythaler Quevedo

Acuarela

X

Figura 33.
Centro
histórico e
Iliniza



Centro Histórico e Iliniza

José Meythaler Quevedo

Acuarela

X

Figura 34.
Cúpula



Sin título

Sin autor

Se desconoce

X

Figura 35.
Paisaje rural



Paisaje rural

José Meythaler Quevedo

Acuarela

X

Figura 36.
Carreta



Carreta

Alonso Meythaler

Acuarela y pastel

Quevedo

Figura 37.
Cuesta de San
Sebastián



Cuesta de San Sebastian

José Meythaler Quevedo

Acuarela

X

Figura 38.
Calle Quito



Calle Quito e Iglesia de San

Guido Meythaler Quevedo

Plumilla

X

Agustín

Figura 39.
Iglesia de San Felipe



Iglesia de San Felipe

Francisco Meythaler

Plumilla

X

Quevedo

**Figura 40. La
Mama Negra**



La Mama Negra

Nelson Román Chacón

Mixta

X

Figura 41.
Triangulo
oscuro



Triangulo oscuro

Milton Larco Carrillo

Óleo y Acrílico

X

Figura 42.
Demagogos



Demagogos

Leonardo Tejada

Oleo

X

Zambrano

Figura 43.
Héroe y su
mascota



Héroe y su mascota

N. N. Moncayo

Oleo

X

Figura 44.
Manuel
Geurrero



Sin titulo

Manuel Guerrero Pérez

Oleo

X

Figura 45.
Mercado la
Merced



Mercado de la Merced

Sin autor

No se identifica

X

Figura 46.
Iglesia El
Salto antiguo



Iglesia El Salto antiguo

Hernán Iturralde Egas

Aguada

X

Figura 47.
Iglesia de San Agustín



Iglesia de San Agustín

Eduardo Meythaler

Plumilla

X

Quevedo

Figura 48. Sin
titulo



Sin titulo

Sin autor

No se identifica

X

Figura 49.
Iglesia El Salto



Iglesia El Salto

Ricardo Vásquez Razo

Oleo

X

Figura 50.
Iglesia y plaza
El Salto



Iglesia y plaza El Salto

Eduardo Meythaler

Plumilla

x

Quevedo

11.1.3.4. Museo religioso

En el museo religioso se hallan 6 cuadros hechos a óleo, figuras policromadas y dos pianos que fueron encontrados en la Hacienda Tilipulo y que se presume que fueron tallados y personalizados en aquella época, aunque no se sabe a quienes pertenecían los pianos, y otras piezas han sido donadas por los mismos latacungueños. La sala está actualmente abierta al público. En la siguiente tabla se evalúa el estado de cada una de las piezas que se encuentran en la sala de acuerdo a si está en bueno, regular o mal estado.

Tabla 12. Valoración de los artículos del museo Religioso

Nº de figura	Foto	Detalle	Estado		
			Bueno	Regular	Malo
Figura 51. La Ultima cena		Cuadro de "La Ultima Cena" en alto relieve monocromático.	X		
Figura 52. Cuadros en óleo		Cuadros religiosos elaborados con óleo del siglo XIX.	X		

Figura 53.
San
Francisco de
Asís



Imagen de San Francisco de Asís, policromada.

X

Figura 54.
Primer Piano



Piano traído de la Hacienda Tilipulo.

X

Figura 55.
Segundo
Piano



Segundo piano traído de igual forma desde le hacienda Tilipulo.

X

Figura 56.
Jesús
crucificado



Jesús crucificado de aproximadamente 50 centímetros de alto, imagen policromada. La cual se encuentra en proceso de deterioro.

X

Figura 57.
San Vicente
Ferrer



Imagen policromada de San Vicente Ferrer.

X

Figura 58.
Pecado
Original



Cuadro del Pecado Original elaborado en óleo del pintor Serafín Alcázar Burbano.

X

Figura 59.
Viacrucis



Cuadro de la iniciación del viacrucis elaborado en óleo.

X

Figura 60.
Jesucristo



Jesucristo crucificado, policromado. La figura tiene una altura de aproximadamente 30 centímetros de alto.

X

11.1.3.5. Biblioteca

En la biblioteca se encuentra la hemeroteca con periódicos como El Extra y La Gaceta (diario local) desde el año 1960. En la parte posterior del registro de libros se encuentra el archivo de la gobernación desde los inicios del siglo XX hasta la década de los 70. Además, se encuentra el acervo bibliográfico de Juan Abel Echeverría quien fue el primer humanista ecuatoriano y un gran poeta gracias a su escuela literaria. Dentro de la biblioteca funciona también una oficina de Desarrollo Social. De acuerdo a las salidas de campo realizadas se pudo observar el estado de la biblioteca que en el siguiente cuadro se describe de acuerdo a bueno, regular o malo.

Tabla 13. Valoración de los artículos de la Biblioteca

Nº de figura	Foto	Detalle	Estado		
			Bueno	Regular	Malo
Figura 61. Entrada de la biblioteca		Punto de entrega de los libros	X		
Figura 62. Hemeroteca		Hemeroteca de periódicos antiguos.	X		
Figura 63. Valores		Dentro de la biblioteca también están algunos de los valores de la ciudad, valores se entiende como los personajes y lugares históricos más importantes de la ciudad.	X		

11.1.3.6. Salón de los Marqueses de Miraflores

Este lugar era ocupado para realizar reuniones importantes del gobierno en donde se firmaban documentos importantes para la ciudad. Aquí se encuentra un mesón de reuniones y varias sillas, ya que hasta la actualidad se puede realizar actividades culturales o reuniones públicas y por tanto, está abierto a la disposición de los Latacungueños que necesiten ocupar el espacio. Además se hace un homenaje a la familia Flores de Vergara quienes fueron los dueños más importantes de la historia de la casona y por el cual hoy en día lleva su nombre. La infraestructura de la sala se encuentra conservada y en buen estado

11.1.4. Análisis Tecnológico

En el siguiente análisis se evaluarán algunos aspectos tecnológicos dentro del museo y sus instalaciones, como son la iluminación, ventilación e instalaciones especiales.

a) Iluminación

En el año 2017 se realizó una intervención de la edificación en donde se colocó la iluminaria necesaria. La luz que se usa en las demás salas es artificial y cálida lo cual aporta un ambiente rústico y relajado durante la visita del turista.

Figura 64. Sala de la Capitanía



Figura 65. Pinacoteca



b) Ventilación

Debido a la corriente de aire que ventila las salas, ya que se mantienen las puertas abiertas, no es necesario implementar ventilación artificial. Incluso podría decirse que el aire natural que ingresa evita la acumulación y problemas de humedad que existe en las paredes de las salas del museo.

c) Instalaciones especiales

Dentro de las salas existe un sistema de vigilancia que fue implementado en la última intervención del año 2017, en donde también se colocaron las iluminarias y un sistema de internet para los diferentes departamentos y direcciones que funcionan en la casona.

También cabe recalcar que no existe un sistema de alarma de incendio en caso de emergencia lo cual es importante ya que en caso de incendio se deben tomar medidas de inmediato para que la edificación con casi 300 años de antigüedad se vea afectada. Además, se observa que el sistema de rampas para personas con discapacidad es inexistente en las entradas del museo.

Algunos turistas también se han quejado de la falta de información en otro idioma aparte del castellano, ya que se debe tomar en cuenta ya que el museo está abierto a turistas nacionales y extranjeros.

11.1.5. Análisis de la accesibilidad del museo

Según el Ministerio de Salud Pública (2018), en Ecuador existen siete tipos de discapacidades las cuales son:

Tabla 14. Tipos de discapacidades

TIPO	DESCRIPCION
Física	Limitación que tiene una persona para controlar la coordinación del movimiento, fuerza reducida, dificultad con la motricidad fina o gruesa. Lo cual le dificulta hacer actividades de la vida diaria
Intelectual	Es la dificultad que tiene una persona para expresarse y se presenta antes de los 18 años.
Lenguaje	Cuando una persona pierde la capacidad de comunicarse verbalmente, de forma permanente por diferentes causas.
Psicosocial	Discapacidad de una persona a la cual le resulta difícil controlar sus emociones.
Visual	Pérdida irrecuperable del sentido de la vista.
Auditiva	Cuando una persona pierde la capacidad auditiva ya sea total o parcialmente de uno o de los dos oídos.
Múltiple	Cuando una persona presenta dos o más discapacidades ya sea física, visual, auditiva, etc. Y le limita totalmente a seguir con sus actividades diarias.

A pesar de los diferentes tipos de discapacidades que existen en Ecuador se han seleccionado solo tres para trabajar en el diagnóstico del museo, los cuales son discapacidad física, auditiva y visual, debido a la facilidad de información que existe.

a) Discapacidad física

El símbolo que propone la Norma INEN 2 240 (2012) de señalización para personas con discapacidad física es el símbolo de una persona en silla de ruedas, la cual debe ser de color blanco con fondo preferiblemente azul o si existe una buena razón, este puede cambiar y además siempre debe estar orientado hacia la derecha.

Figura 66. Señalética de accesibilidad para personas discapacitadas.

Fuente: Manual de señalización Turística del MINTUR

La Norma INEN 2244 (2013) menciona que para que un espacio público sea accesible para personas con discapacidad física, debe cumplir varias reglas; en rampas, de acuerdo a la longitud de ésta entre descansos, dependerá el grado de inclinación, ver tabla (); en pasamanos, cuando una rampa cumple una inclinación del 8% se debe implementar un pasamanos que tendrá una medida de entre 850 y 950 mm, medidos desde el piso en el que se va a colocar; en bordillos, debe ser incluido cuando exista un desnivel superior a 200 mm, éste también es un medio de seguridad, el cual indica límite para un cambio de nivel y tope de una calle.

Tabla 15. Inclinación en rampas

Longitud entre descansos	Porcentaje de inclinación
15 metros	6 – 8 %
10 metros	8 – 10%
3 metros	10 – 12%

Nota: Tabla elaborada por Anabel Ortiz

De acuerdo al análisis de las instalaciones del museo, se consideró que no es accesible ya que no existen pasamanos y tampoco rampas que son sumamente importantes en consideración de las personas con discapacidad. A continuación, se presentan fotografías que verifican la inexistencia de rampas en las entradas de las salas.

Tabla 16. Diagnóstico de los bordillos, rampas y pasamanos

Lugar	Bordillos	Rampas fijas	Pasamanos
Entrada principal del museo 	Cuenta con un bordillo al ingreso que es pequeño.	No existen rampas al ingreso, solamente gradas.	No existen pasamanos que permita a una persona con discapacidades apoyarse en el mismo pavo ingresar al museo.
Entrada de la sala Patrimonial 	Existe un bordillo de aproximadamente 15 centímetros al ingreso de la sala.	No existen rampas para ingresar a la sala.	No cuenta con pasamanos que brinden apoyo a una persona con discapacidad.
Entrada de la sala de la Capitanía de la Mama Negra. 	Cuenta con un bordillo en la entrada que sirve como señal de ingreso a una nueva sala.	No cuenta con rampas para el ingreso.	Tampoco tiene pasamanos en la entrada.

a. Discapacidad Auditiva

La Norma INEN 2 241 (2016) propone una simbología para personas con discapacidad auditiva la cual tiene las siguientes características, debe estar ubicado a la altura normal de un adulto para que se pueda observar de manera directa. Además, esta simbología tiene una forma de una oreja y una franja, misma que debe ser siempre blanca, con fondo azul.

Figura 67. Símbolo de sordera**Ilustración: Manual de señalización Turística del MINTUR**

Al hacer un medio accesible para una persona con discapacidad auditiva es necesario que en el servicio que se va a ofrecer esté al menos una persona que sepa el lenguaje de señas, en Ecuador existe un diccionario de lenguaje de señas creado por el ingeniero Gabriel Román quien fue sordo de nacimiento, por lo que toda su vida defendió los derechos de las personas con este tipo de discapacidad.

Dentro del museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores no existe la señalética de accesibilidad para personas con discapacidad auditiva ver tabla (17). Y además tampoco existe una persona que esté capacitada con el conocimiento acerca del lenguaje de señas, que sería indispensable para colocar la señalética que confirmaría la accesibilidad.

Tabla 17. Diagnóstico de la señalética para personas con discapacidad auditiva

Lugar	Símbolo de sordera
Salón Patrimonial	No se encuentra este símbolo.
Capitanía de la Mama Negra	No existe este símbolo en la sala.
Pinacoteca	No cuenta con este símbolo.
Museo Religioso	No existe el símbolo de sordera en la sala.
Biblioteca	No se encuentra este símbolo en la sala.
Salón de los Marqueses de Miraflores	No existe este símbolo.

b. Discapacidad Visual

La Norma INEN 2 242 (2012) para personas con discapacidad visual propone una señalética de la figura de una persona en color blanco, que sostiene con su mano derecha un bastón e indica la presencia de objetos, desnivele, gradientes y texturas, con un fondo azul.

Figura 68. Señalética para persona con discapacidad visual



Ilustración: Manual de señalización Turística del MINTUR

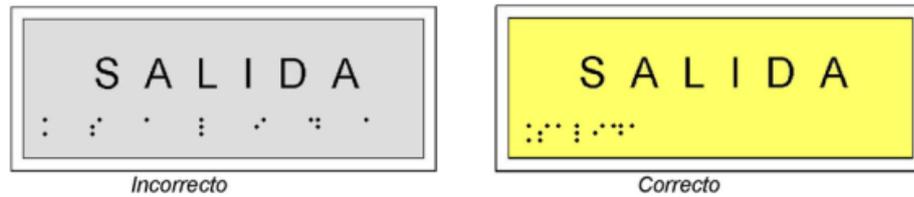
La Norma INEN 2850 (2014) propone la incorporación del sistema braille para personas con discapacidad visual, el cual debe ser puesto en lo que se conoce como el área de barrido, que es la facilidad de conexión entre el área de interacción con la pared en la que se va a colocar el sistema y el brazo de la persona.

El sistema braille utiliza puntos en relieve sobre una superficie que normalmente es plana como por ejemplo una señalética, e indica símbolos, números y letras. Cada letra tiene como base seis puntos, los cuales luego cambian de acuerdo a la palabra que se vaya a interpretar.

No debe existir mucha separación entre caracteres del sistema braille ya que se debe respetar las medidas que plantea la norma, el tamaño del sistema tiene la misma medida aproximada de la yema del dedo de una persona para que pueda leerlo, caso contrario se

considera una mancha en relieve. A continuación, se presenta una imagen de la forma correcta e incorrecta de usar el sistema.

Figura 69. Sistema braille



Nota: imagen tomada de Norma INEN 2850

Tabla 18. Diagnostico

Lugar	Braille
Salón Patrimonial	No existe este tipo de señales con relieve.
Capitanía de la Mama Negra	No cuenta con este tipo de señalética.
Pinacoteca	No se encuentra esta señalética en la sala
Museo religioso	No existe señalética con relieve en la sala.
Biblioteca	No existe señalética de este tipo en la sala.
Salón de los Marqueses de Miraflores	No cuenta con señalética con relieve.

11.1.6. Análisis de la promoción del museo

Por el momento, la única fuente de difusión que existe es un apartado en la página web de Latacungaturismo.com creada por la dirección de Turismo del GAD Latacunga, en la cual se encuentra una breve descripción de lo que es la casona, la parroquia en la que se encuentra, su distancia, altitud, pluviosidad y temperatura. Pero la información que se encuentra redactada en la página no es totalmente confiable además de que la ubicación del apartado dentro de la página es difícil de encontrar.

En este caso es necesario incluir y emplear otros medios de promoción ya que no existen páginas oficiales en redes sociales que promocionen el museo como tal y por ende, las actividades que se realizan a favor de la captación de turistas.

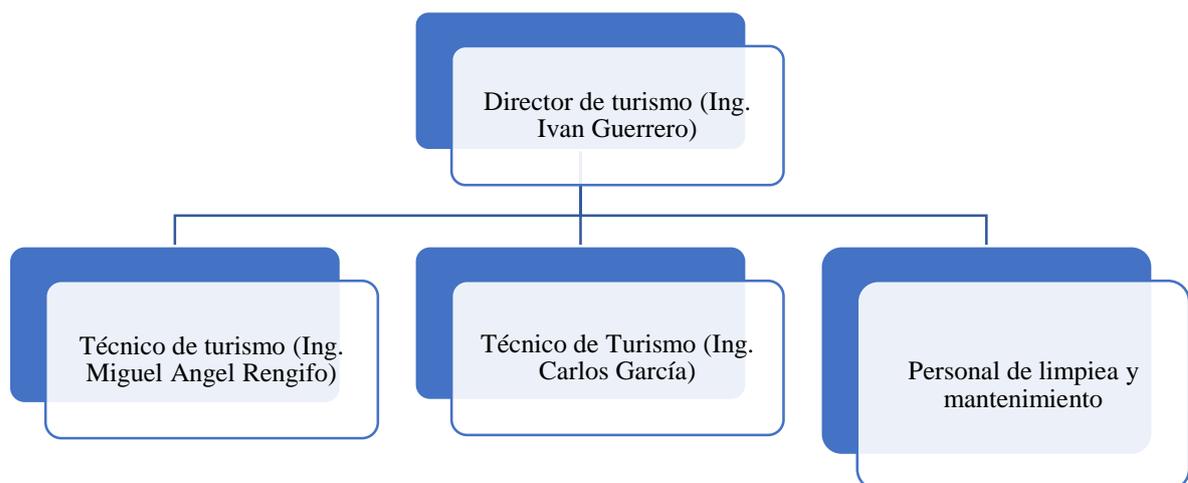
Además, es necesario mencionar que las agencias de viaje como proveedoras de turismo a nivel nacional deberían crear y promocionar paquetes turísticos en los que se incluya al museo como parte de un recorrido por el centro histórico de la ciudad.

11.1.7. Análisis del talento humano

El museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores no cuenta con un guía de planta desde hace muchos años, lo cual indica que durante este tiempo la información que reciben los turistas es nula y si es importante implementar guías capacitados en idioma inglés y español.

Se mantienen dos técnicos en turismo de la Dirección de Cultura, Deportes y Patrimonio que son encargados también del desarrollo de las actividades que se realizan en el museo, además del director quien también está al mando de la casona. La estructura actual del talento humano que maneja el museo es:

Figura 70. Estructura organizacional actual del museo de la casa de los Marqueses de Miraflores.



11.1.8. Análisis de los actores clave

Identificación de los actores claves

Según Tapella E. (2011) el Mapeo de Actores Clave es una herramienta metodológica de tipo ‘estructural’ que básicamente permite acceder de manera rápida a la trama de relaciones sociales dadas en una zona determinada. (p.12)

Dentro de los actores claves para el desarrollo de la entrevista, se identificaron tres personas durante las salidas de campo realizadas, quienes están al tanto de la situación actual por la que pasa este elemento patrimonial.

Tabla 19. Cuadro de análisis de actores

Actores sociales	Actor	Rol que desempeña
Dirección de Turismo	Ing. Xavier Iza	Director de Turismo del GAD Latacunga
Dirección de Cultura, Patrimonio y Deportes	Ing. Carlos García	Técnico de Turismo
	Ing. Miguel Ángel Rengifo	Técnico de Turismo

Cabe recalcar que el ingeniero Carlos García, técnico de turismo, proviene de una familia de historiadores, por lo cual su padre fue la persona que levantó la información que hoy en día se encuentra en todos los informativos del museo, instalados en el año 2018.

A través de las entrevistas realizadas se pudo identificar problemas que no se pueden evidenciar mediante las salidas de campo o a simple vista en el museo, además estas preguntas fueron importantes para el desarrollo de la investigación, a continuación, se procede a realizar un análisis general por pregunta:

Tabla 20. Aplicación de la entrevista

	Ing. Xavier Iza	Ing. Miguel Ángel Rengifo	Ing. Carlos García
¿Cuántos años lleva usted a cargo del museo?	Mencionó que cumplió con el cargo de director de turismo hace tres años y regresó al cargo hace 15 días.	Ha desempeñado el cargo de técnico de turismo desde hace tres años.	De igual manera el ingreso a desempeñar el cargo de técnico de turismo desde hace tres años.
¿Cuál es el perfil de visitante habitual del museo?	Suele ser un turista <ul style="list-style-type: none"> • Adulto • Normalmente solo • O acompañado de su familia. 	Es un turista <ul style="list-style-type: none"> • Joven, • Aparentemente estudiante • Que visita el museo solo o con amigos. 	Son turistas jóvenes que se interesan por la historia de la ciudad, sobre todo los extranjeros. Y también hemos tenido turistas con discapacidades
¿Cuál es el perfil profesional de las personas que trabajan dentro del museo?	Para que una persona trabaje en el museo debe haber estudiado principalmente algo referente al turismo, con un título de tercer nivel y que tenga experiencia de al menos dos años.	La persona que trabaje en el museo debe ser una persona que desempeñe el cargo de guía de planta ya que en este momento no existe y además una persona que tenga un título de tercer nivel en área de turismo para que desempeñe el cargo de administrador del museo de manera directa ya que tampoco existe.	Principalmente debe ser una persona comprometida con el turismo de Latacunga y que pueda desarrollar el turismo dentro del museo.
¿Existe un modelo de gestión para el museo?	En el tiempo que ha desempeñado el en la dirección de turismo, menciona que no ha existido un plan de gestión que englobe todo el desarrollo del museo.	No existe un plan de gestión pero por eso no quiere decir que sea necesario, es complicado para ellos llevar a cabo un plan ya que no son solo técnicos del museo si no que en general desarrollan actividades en la Dirección de cultura, deportes y patrimonio.	No existe un modelo de gestión, solo se trata de gestionar el museo como la ley dicta que se debe hacer dentro de un patrimonio.
¿Qué estrategias se están desarrollando para llegar a otro tipo de públicos?	Existe la posibilidad de atraer turistas mediante las redes sociales y la concientización a los mismos latacungeños de visitar los lugares patrimoniales de la ciudad.	Actualmente no existen estrategias para atraer otro tipo de turistas porque no se sabe con exactitud el tipo de turista más frecuente que tenemos en el museo.	Durante la pandemia de realizo un video de un recorrido virtual por el museo y que se publicó en redes sociales con el fin de que la gente pueda observar desde sus hogares el contenido histórico del museo.
¿Qué otras actividades de difusión del museo se han realizado o se realizan en la actualidad?	Además de haber publicado un video del museo durante la pandemia, no se ha realizado otra actividad de difusión del museo.	Como comentamos en la anterior pregunta no existen actividades que permitan captar turistas además de un video publicado en redes sociales durante la pandemia.	No existen actividades de difusión directa pero si formamos parte del recorrido histórico que realizan los turistas por varias iglesias y espacios históricos de la ciudad.
¿Cuál ha sido el último proyecto que se ha realizado en el salón de exposiciones?	En el salón de exposiciones se realizan actividades como reuniones del municipio o de los departamentos que se manejan dentro de la casa.	El salón está abierto al público y allí se realizan reuniones y otras actividades que no son parte del desarrollo turístico del museo.	La última actividad que se ha realizado ha sido la exposición de cuadros de óleo, acuarela plumilla.
¿A través de que canales recibe el turista la información sobre el museo?	A demás de la propuesta que tienen algunas agencias para realizar un tour por el centro histórico de Latacunga donde se incluye a la Casa de los Marqueses, otro medio de difusión podría ser los mismos turistas que visitan el museo y comparte la información para que más personas lo visiten.	Considero que la forma más directa de difusión de la información es la que puede realizar el visitante mismo cuando recomienda a algún familiar o persona cercana visitar el museo.	Cuando hemos tenido personas para hacer guianza y preguntamos cual fue su medio de información, dicen que lo hacen a través de recomendaciones cercanas a su círculo social.
¿Cuántas intervenciones se han realizado dentro del museo?	La casona ha estado en continuo mantenimiento durante muchos años, pero hace poco se realizó una intervención en donde se mejoraron algunas instalaciones.	Hace cinco años se realizó la última intervención, gracias al padre del ingeniero Carlos García quien hizo una investigación de la historia de los Marqueses y se pudo implementar infografías que eran necesarias.	Se ha realizado una intervención y la última desde el año 2017, cuando mi padre que es historiador, diseñó infografía sobre la historia del museo y además se colocaron cámaras de

			seguridad y luces en cada una de las salas.
¿Hay partes de la infraestructura que ha sido intervenida o en sí cambiada? ¿Cuáles?	Como mencioné anteriormente, se ha realizado continuamente mantenimiento a los jardines la fachada y otras instalaciones que necesitan ser mejoradas por la seguridad de los turistas.	Dentro de la casona se puede ver el mantenimiento que se le ha dado en las paredes, fachada y en cada una de las salas, pero si observamos detenidamente en la entrada hay una parte que está pintada de blanco, ésta ha sido remodelada debido a su deterioro, pero ha sido adaptada a la época.	Se ha adaptado una parte de la fachada en la entrada a la época, ya que fue remodelada debido a su deterioro.
¿Por qué razón el museo no está abierto al público los sábados y domingos?	No está abierto al público debido a las oficinas que funcionan en la casona y que corren peligro si se abre los fines de semana cuando nadie labora allí.	Siempre se ha dicho que la casona corre peligro si se abre los fines de semana, pero en sí, se quiere cuidar las oficinas instaladas de la dirección de Deportes, Cultura y Patrimonio además de la dirección de Desarrollo Social,	No está abierto al público, debido a que solo existe un guardia quien tendría que hacerse responsable de las oficinas que se manejan dentro del museo.
¿Mantiene el museo algún convenio de colaboración con otras instituciones, fundaciones o empresas para la realización de exposiciones y actividades conjuntas?	No actualmente el museo no tiene convenios con instituciones privadas, pero al formar parte del patrimonio de Latacunga las agencias de viajes incluyen a la Casona como producto turístico que un turista debe visitar.	No se han hecho convenios con otras instituciones, pero si hemos tenido la visita de algunos alumnos de colegios de la ciudad, sería recomendable realizar colaboraciones con universidades y otras fundaciones que promuevan el turismo en la casona.	No se mantienen convenios, pero la sala de exposiciones del museo está abierta al público y cualquier institución ya sea pública o privada que necesite realizar alguna reunión o conferencia.
A su criterio ¿Qué futuro cree que le espera al museo? ¿Considera usted que es necesario plantear un modelo de gestión?	Si sería conveniente implementar un plan de gestión en beneficio del desarrollo turístico del museo.	Es casi indispensable que se implemente un plan de gestión en el museo que englobe un guión, una estructura organizacional y también proyectos para mejorar el alcance de turistas en el museo.	Si es necesario que exista un plan de gestión, mediante el cual se pueda mejorar la estadía del turista en el museo, ya que algunos si se han quejado de la falta de señalética y un guía que pueda explicar mejor la historia.

Según las entrevistas realizadas a los actores clave, se observa que ocupan sus cargos durante aproximadamente tres años. En cuanto al perfil de los turistas, se destaca que suelen ser jóvenes y visitan el museo acompañado de sus familias. Además, se ha identificado que personas con discapacidades tienen interés en la historia, pero las instalaciones del museo no son adecuadas para su visita. Sin embargo, no se han implementado estrategias ni proyectos para mejorar la captación de turistas a nivel nacional. Es evidente, a partir de las entrevistas, que no existe un plan de gestión que oriente el desarrollo turístico del museo. Por lo tanto, se considera necesario implementar y adaptar un plan de gestión que brinde una guía para las actividades turísticas y resuelva otros problemas, como la falta de promoción en redes sociales y la escasa difusión en agencias de viajes que ofrecen paquetes turísticos en la ciudad de Latacunga.

11.1.9. FODA

Según INPC (2017) el FODA Es una herramienta ampliamente conocida y empleada en la planificación y la participación ciudadana, cuyo propósito es identificar acciones factibles mediante el análisis combinado de diferentes variables. Se basa en la premisa de que las acciones estratégicas deben ser, ante todo, acciones viables y realizables.

Dentro del análisis FODA se presentan 4 aspectos importantes para el conocimiento de la situación actual del museo las cuales son:

Fortalezas: Una fortaleza se refiere a una actividad o función que se realiza de manera adecuada, y está asociada a habilidades y capacidades específicas del personal que posee ciertos atributos psicológicos y demuestra evidencia de su competencia. (McConkey, 1988; Stevenson, 1976) citado en Ponce H. (2007). También son fortalezas los recursos valiosos y la capacidad de competitividad del mismo.

Debilidades: Una debilidad se caracteriza como un elemento que expone a la organización a vulnerabilidades o como una actividad que la empresa lleva a cabo de manera deficiente, lo que la sitúa en una posición de debilidad. (Henry, 1980) citado en Ponce H. (2007).

Oportunidades: se refiere a las fuerzas externas del entorno que no pueden ser controladas por la organización, pero que representan posibles elementos de crecimiento o mejora. Las oportunidades en el entorno son factores de gran relevancia que influyen en la formulación de estrategias de las organizaciones. Ponce H. (2007).

Amenazas: engloban las fuerzas del entorno que están fuera del control de la organización y que representan aspectos negativos y potenciales problemas. Ponce H. (2007).

Desarrollo de la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas identificadas dentro de la casa de los Marqueses de Miraflores.

Tabla 21. Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo que relata la vida del primer Marques de Miraflores 2. Apoyo de la Dirección de Cultura y Patrimonio y de la Dirección de Turismo. 3. Mantiene artículos históricos de al menos 100 años de antigüedad. 4. El museo se ubica en el centro de la ciudad lo cual le permite realizar proyectos que incluya a los ciudadanos de Latacunga. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dificultades para involucrar a la comunidad y establecer relaciones sólidas con otros actores clave. 2. Inexistencia de un organigrama funcional que permita seguir una estructura para mejorar el manejo del museo. 3. Falta de un guión mediante el cual la persona que cumpla la función de guía pueda manejarlo. 4. Inexistente promoción de la casona mediante redes sociales o marketing en carteles dentro de la dirección de turismo. 5. Falta de señalética que permita al turista nacional y extranjero recorrer el museo con facilidad.
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Convenios con instituciones públicas y privadas que permita promocionar al museo como lugar turístico. 2. Programas culturales relacionados con el arte como obras de teatro, talleres de dibujo, entre otros. Para las escuelas y colegios de la ciudad. 3. Eventos especiales y talleres que incluya a la comunidad. 4. Nuevas técnicas de promoción a través del turismo naranja como estrategia que atraiga a los turistas y lo convierta en un museo innovador. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de planificación a largo plazo. 2. Competencia con edificaciones patrimoniales que si cumplen con un plan de gestión estructurado. 3. Perdida de relevancia como museo que representa la historia y cultura latacungueña. 4. Amenazas naturales como erupción del volcán Cotopaxi. 5. Acceso limitado a la comprensión de la información para visitantes que no hablan el idioma local.

11.2.Objetivo 2: Identificar el perfil del turista que visita el museo mediante la aplicación de una encuesta.

A partir del punto de vista de López P. & Fachelli S., (2015) La encuesta es una técnica de investigación ampliamente utilizada para recopilar datos mediante un cuestionario previamente diseñado y presentado a una persona dispuesta a responder las preguntas. Mediante este método, se obtendrá información sobre el perfil de los turistas que visitan el museo.

Las encuestas se realizaron de manera personal mediante un cuestionario de preguntas cerradas (ver anexo 1), en el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores ubicado en el centro de la ciudad de Latacunga, cerca de la Iglesia La Merced.

11.2.1. Población y muestra

Es esencial tener una comprensión previa del término "población", tal como lo describe Carrillo A. (2015). Según este autor, la población se define como un conjunto de elementos que comparten una característica o condición común que es el enfoque de estudio. Además, se establece que la muestra corresponde a una porción de los elementos o a un subgrupo de la población que se selecciona con el propósito de investigar dicha característica o condición. La población de ingreso de turistas al museo en el año 2022 según LOATIP de la Unidad de Cultura del GAD Municipio de Latacunga fue de 1948 turistas. Con este dato se puede aplicar la fórmula con un nivel de confianza del 1,97, un nivel de ocurrencia del 50% y un nivel de no ocurrencia del 50% y un margen de error del 8%. A continuación, se desarrolla la fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * S^2}{e^2 * (N - 1) * Z^2 * S^2}$$

Dónde:

N: Tamaño de la muestra= 1948

Z: Nivel de confiabilidad= 95% = 1,96

P: Probabilidad de ocurrencia

Q: Probabilidad de no ocurrencia

E: Error de muestreo= 0,05

$$p * q = S^2 = 0,5$$

El porcentaje de confiabilidad para realizar la investigación es del 90% ya que los datos obtenidos son de los actores claves que laboran en el museo.

$$n = \frac{N * Z^2 * S^2}{e^2 * (N - 1) * Z^2 * S^2}$$

$$n = \frac{1948 * 1,96^2 * 0,5^2}{0,05^2 * (1948 - 1) + (1,96^2 * 0,5^2)}$$

$$n = \frac{1948 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 * (1947) + (3,8416 * 0,25)}$$

$$n = \frac{1695,53}{4,86 + 0,96}$$

$$n = \frac{1695,53}{5,82}$$

$$n = 291,32 = 291$$

Luego de realizar la fórmula se obtuvo el dato de 291 turistas que deben ser encuestados con el fin de conocer el perfil del mismo, cabe recalcar que debido a la baja afluencia de turistas no se tomó en cuenta este dato, y se realizaron en total 64 con el método no probabilístico por conveniencia, a turistas nacionales y extranjeros. La aplicación de las encuestas fue en época de feriado de navidad, de lunes a viernes durante tres semanas desde el 27 de diciembre de 2022 hasta el 13 de enero de 2023, es decir aproximadamente 15 días, tomando en cuenta que el museo no está abierto al público los fines de semana.

A continuación, se realizará la tabulación de cada pregunta y su respectivo análisis.

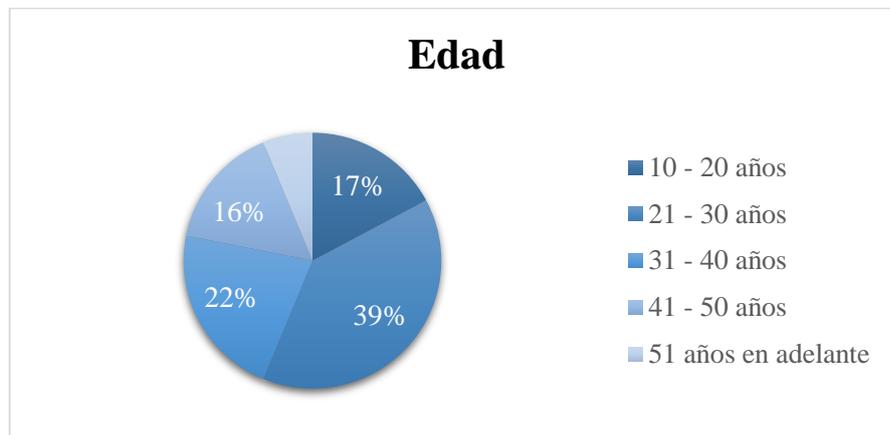
11.2.2. Tabulación de encuestas

Pregunta 1

Tabla 22. Edad

Indicadores	Cantidad	Porcentajes
10 - 20 años	11	17.19%
21 – 30 años	25	39.06%
31 - 40 años	14	21.88%
41 - 50 años	10	15.62%
51 años en adelante	4	6.25%
TOTAL	64	100%

Figura 71. Edad



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

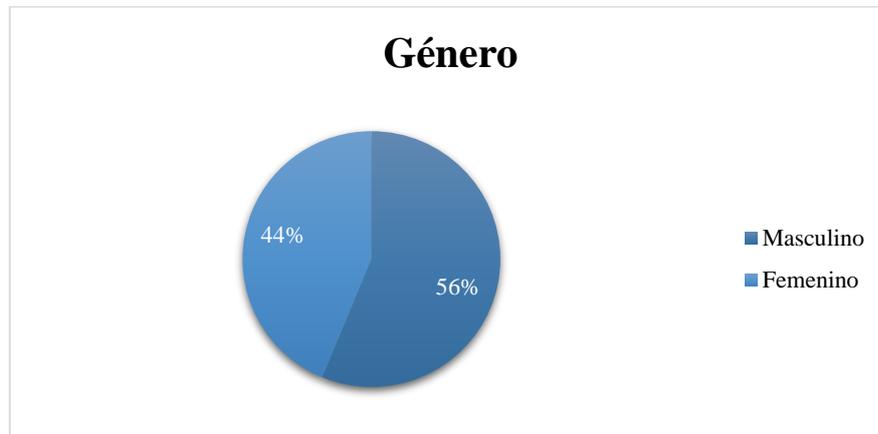
En el análisis de los datos recopilados, se observa que el grupo de edad con mayor porcentaje es el de adultos de entre 21 y 30 años, representando el 39.06% del total. En contraste, las personas de 51 años en adelante constituyen tan solo el 6.25%. Esto indica que los turistas que visitan el museo suelen ser adultos que se encuentran en la etapa estudiantil o profesional, dado que se sitúan dentro de ese rango de edad. Este hallazgo permite desarrollar estrategias específicas adaptadas a la edad identificada.

Pregunta 2

Tabla 23. Género

Indicadores	Cantidad	Porcentaje
Femenino	28	43.75%
Masculino	36	56.25%
TOTAL	64	100%

Figura 72. Género



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

En base a los resultados de la encuesta realizada, se encontró que el género masculino representa el mayor porcentaje de visitas, con un 56.25% del total. Esto significa que de las personas que visitaron el museo, 36 eran hombres. En contraste, el género femenino representa el 44.75% de la cifra total.

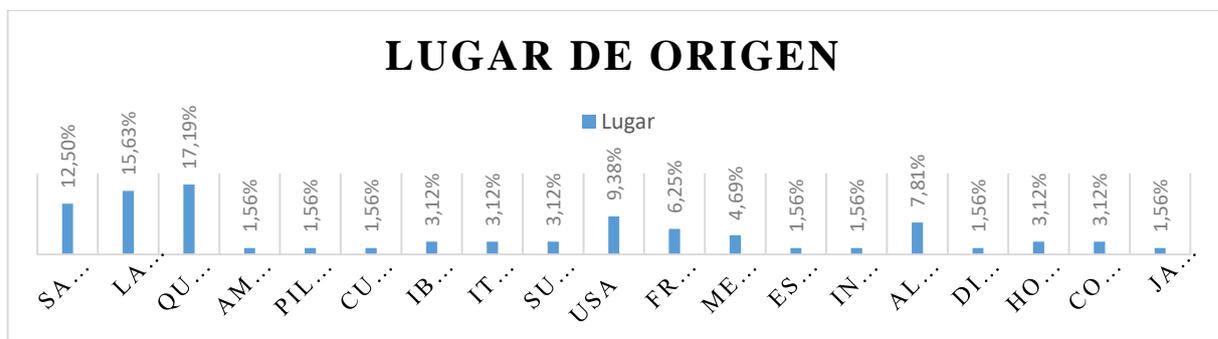
Pregunta 3

Tabla 24. Lugar de origen

Indicadores	Cantidad	Porcentaje
Salcedo	8	12.5%
Latacunga	10	15.63%
Quito	11	17.19%
Ambato	1	1.56%
Pillaro	1	1.56%
Cuenca	1	1.56%
Ibarra	2	3.12%
Italia	2	3.12%
Suiza	2	3.12%
USA	6	9.38%
Francia	4	6.25%
México	3	4.69%
España	1	1.56%
India	1	1.56%
Alemania	5	7.81%
Dinamarca	1	1.56%
Holanda	2	3.12%
Colombia	2	3.12%
Japón	1	1.56%
TOTAL	64	100%

Nota: Tabla elaborada por Anabel Ortiz

Figura 73. Lugar de origen



Análisis e interpretación de resultados

Al analizar el lugar de procedencia de los visitantes, se observó que la mayoría de los nacionales provienen de la ciudad de Quito, representando el 17.19% del total de la afluencia. A continuación, se encuentran los visitantes de Latacunga, con un 15.63%, y de Salcedo, con un 12.5%. Entre las ciudades de procedencia con menor afluencia se encuentran Ambato, Pillaro y Cuenca. Entre los turistas extranjeros, los datos reflejan que existe mayor afluencia de Estados Unidos con un 9.38% del total. Entre los demás países con al menos un turista están España, India, Dinamarca y Japón con 1.56%.

Pregunta 4

Tabla 25. ¿Es la primera vez que visita el museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Si	59	92.19%
No	5	7.81%
TOTAL	64	100%

Figura 74. Visita en el museo



Análisis e interpretación de resultados

Tras analizar los datos, se puede concluir que el 92% de los turistas que visitaron el museo lo hicieron por primera vez, mientras que el 8% restante ya había tenido la experiencia previa de visitarlo anteriormente.

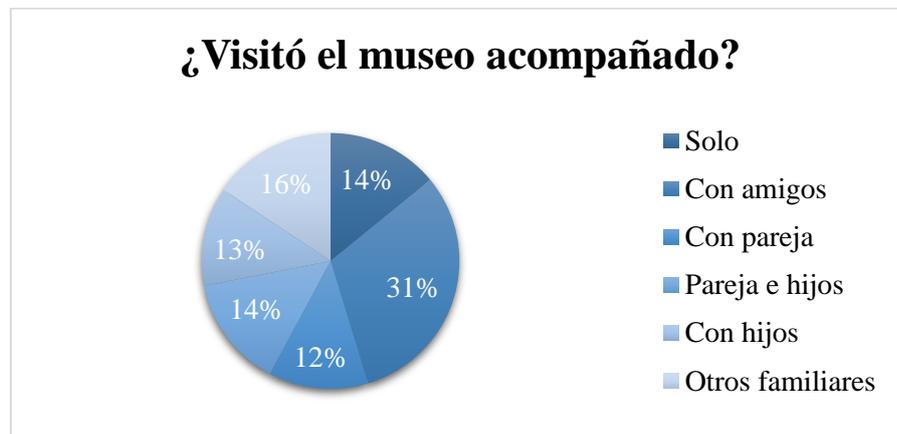
Pregunta 5

Tabla 26. ¿De qué manera visitó el museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Solo	9	14.06%
Con amigos	20	31.25%
Con pareja	8	12.5%
Pareja e hijos	9	14.06%
Con hijos	8	12.5%
Otros familiares	10	15.63%
TOTAL	64	100%

Nota: Tabla elaborada por Anabel Ortiz

Figura 75. Visitó el museo acompañado



Análisis e interpretación de resultados

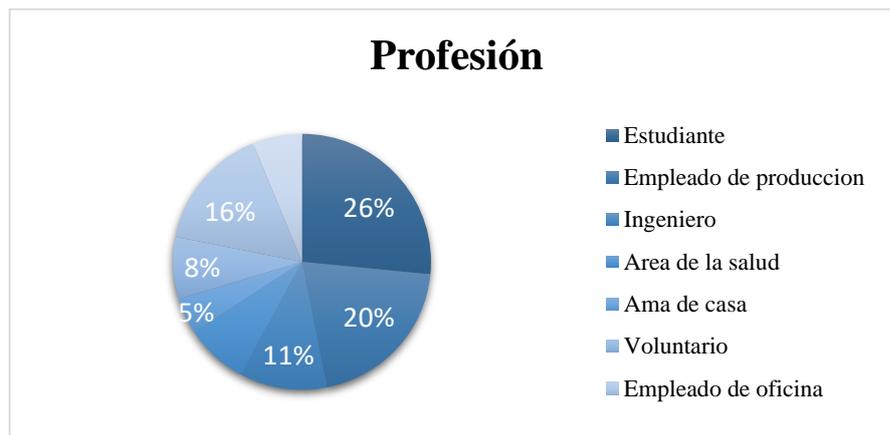
Los datos recopilados indican que la mayoría de los turistas, con un 31.25%, visitan el museo en compañía de sus amigos. El 14.06% opta por visitarlo solo o con su pareja e hijos, y el 12.5% lo hace solo con su pareja o solo con sus hijos. Estos resultados sugieren que al menos una cuarta parte de la población encuestada prefiere visitar el museo de forma individual.

Pregunta 6

Tabla 27. Profesión

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Estudiante	17	26.5%
Empleado de producción	13	20.31%
Ingeniero	7	10.93%
Área de la salud	5	7.81%
Ama de casa	3	4.6%
Voluntario	5	7.81%
Empleado de oficina	10	15.62%
Otro	4	6.2%
TOTAL	64	100%

Figura 76. Profesión



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

El 26.5% de los encuestados se dedica al estudio como ocupación principal, mientras que el 20.31% trabaja en el sector de la producción en diversos ámbitos. El 15.62% tiene empleo en un entorno de oficina, y el 10.93% ocupa puestos relacionados con la ingeniería. En cuanto al sector de la salud, se encontró que el 7.81% de los turistas encuestados trabajan en ese ámbito. Por otro lado, el porcentaje más bajo corresponde a amas de casa y voluntarios que visitaron el museo.

Pregunta 7

Tabla 28. ¿Cuál es su nivel de estudios?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Primaria	5	7.81%
Secundaria	16	25%
Superior	27	42.19%
Posgrado	16	25%
TOTAL	64	100%

Figura 77. Nivel de estudios



Análisis e interpretación de resultados

El nivel de estudios con mayor porcentaje obtenido es el de educación superior, representando el 42.19% de los turistas encuestados. Esto indica que la mayoría de los turistas son adultos con un título universitario. Dentro de este grupo, se destaca que aproximadamente el 25% corresponde a turistas jóvenes que aún están estudiando. Además, se encontró que un 25% de los encuestados ha realizado estudios de posgrado.

Pregunta 8

Tabla 29. ¿Por qué motivo visitó el museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Turismo	51	79.68%
Recreación	8	12.5%
Motivos personales	0	0%
Estudios	5	7.82%
Otro motivo	0	0%
TOTAL	64	100%

Figura 78. ¿Por qué motivo visitó el museo?



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

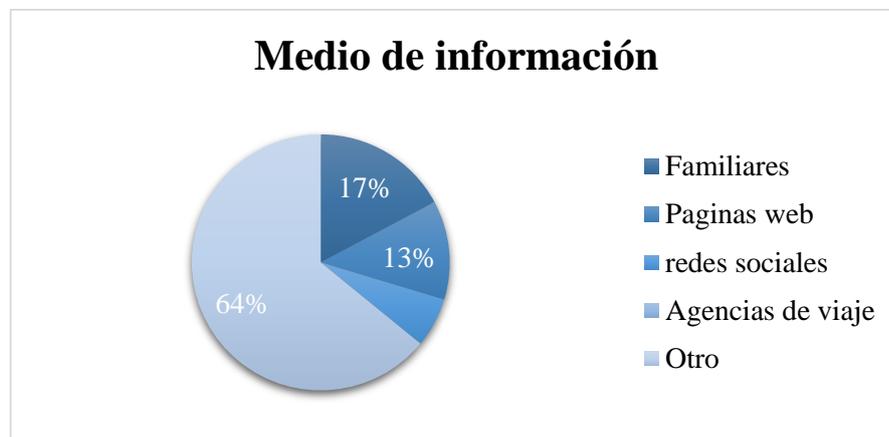
Los datos recopilados revelan que el 79.68% de los turistas visitan el museo con fines turísticos. Un 1.5% lo hace por motivos recreativos y un 7.8% lo visita por motivos de estudio. Estos resultados indican que la gran mayoría de los visitantes acuden al museo como parte de su experiencia turística, mientras que una proporción menor lo hace por entretenimiento o con fines educativos.

Pregunta 9

Tabla 30. ¿A través de que canal de comunicación se enteró de la existencia del museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Familiares	11	17.19%
Páginas web	8	12.5%
Redes sociales	4	6.25%
Agencias de viaje	0	0%
Otro	41	64.06%
TOTAL	64	100%

Figura 79. Medio de información



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

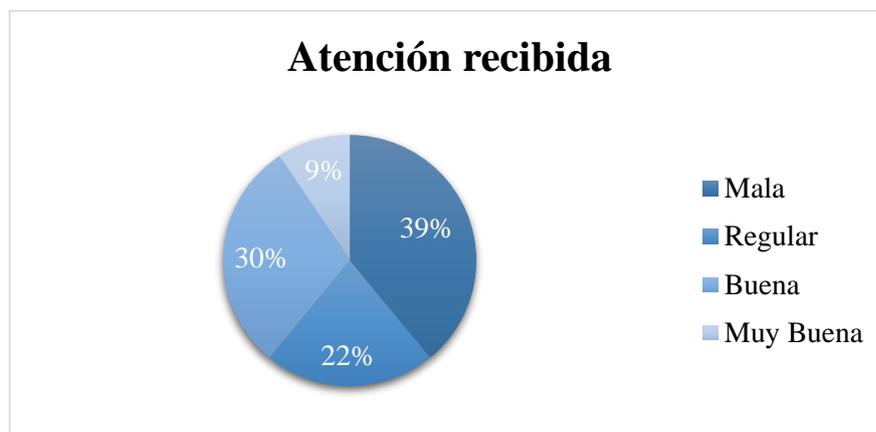
A través de esta pregunta fue posible reconocer el medio de comunicación o información que más se debe impulsar, por lo tanto, el porcentaje más alto lo obtuvo la opción de otros con un 64.06% que puede referirse a información recibida de redes sociales, por lo que se deberían realizar campañas de publicidad en plataformas digitales. La recomendación de visitar el museo por familiares de los mismos turistas tuvo un porcentaje del 17.19%.

Pregunta 10

Tabla 31. ¿Cómo califica la atención recibida dentro del museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Mala	25	39.06%
Regular	14	21.88%
Buena	19	29.69%
Muy Buena	6	9.37%
TOTAL	64	100%

Figura 80. Atención recibida



Análisis e interpretación de resultados

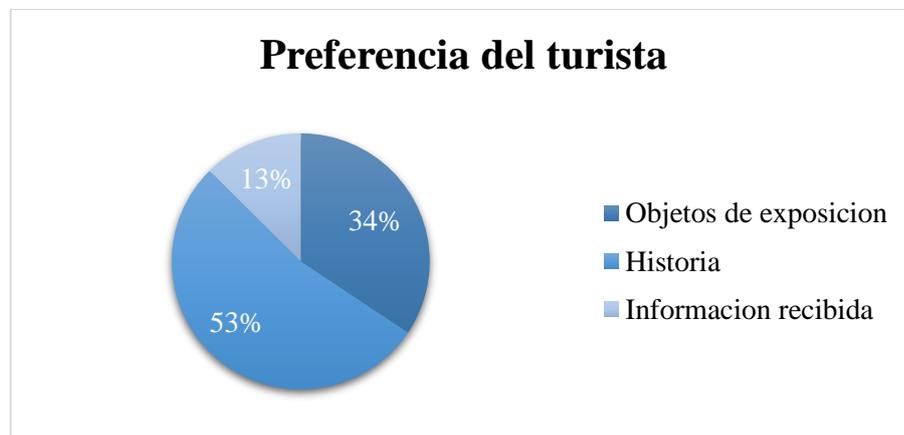
A través de esta pregunta, se pudo identificar que la percepción de atención por parte de los turistas en el museo no es satisfactoria. El 39.06% de los encuestados indicó haber experimentado una mala atención, mientras que el 30% consideró haber recibido una atención adecuada. Solo un 9% de los turistas calificó la atención como muy buena. Estos resultados sugieren que existe margen de mejora en la calidad del servicio y la atención al visitante en el museo.

Pregunta 11

Tabla 32. ¿Qué parte de la visita le gustó más?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Objetos de exposición	22	34.38%
Historia	34	53.12%
Información recibida	8	12.5%
TOTAL	64	100%

Figura 81. Preferencia del turista



Análisis e interpretación de resultados

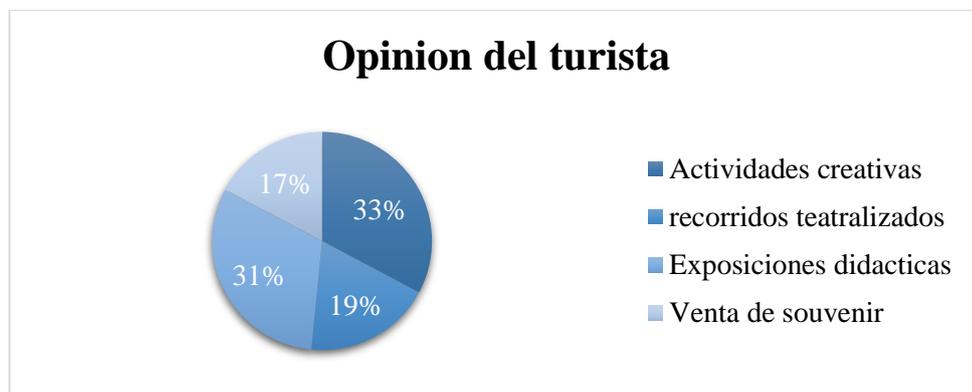
A través de esta pregunta, se pudo identificar lo que más llama la atención de los turistas en el museo. La historia se destacó como el aspecto más relevante, con un 53.12% del total de respuestas. Los objetos de exposición también captaron la atención de los visitantes, obteniendo un 34.38%. Por otro lado, se observó que la información recibida por los turistas fue considerada nula por un 13% de los encuestados. Estos resultados revelan la importancia de resaltar y mejorar la presentación de la historia y los objetos de exposición para brindar una experiencia más enriquecedora a los visitantes.

Pregunta 12

Tabla 33. ¿Qué servicios le gustaría que exista en el museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Actividades creativas	21	32.81%
Recorridos teatralizados	12	18.75%
Exposiciones didácticas	20	31.25%
Venta de souvenir	11	17.19%
TOTAL	64	100%

Figura 82. Opinión del turista



Análisis e interpretación de resultados

En este caso, se observó que las opciones con porcentajes altos de preferencia entre los turistas fueron las actividades creativas, con un 32.81%, y las exposiciones didácticas, con un 31.25%. La venta de souvenirs también obtuvo un porcentaje significativo, alcanzando un 17.19%, lo cual indica que para algunos turistas extranjeros resulta interesante adquirir objetos que les recuerden su visita al museo. Por otro lado, un 17.28% de los encuestados optó por los recorridos teatralizados. Sería recomendable ofrecer actividades creativas, exposiciones didácticas y opciones de venta de souvenirs para brindar una experiencia enriquecedora y satisfactoria a los visitantes del museo.

Pregunta 13

Tabla 34. ¿Cómo califica la información que pudo observar en los letreros dentro del museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Mala	19	29.69%
Regular	22	34.37%
Buena	16	25%
Muy buena	7	10.94%
TOTAL	64	100%

Figura 83. Calificación de la información



Análisis e interpretación de resultados

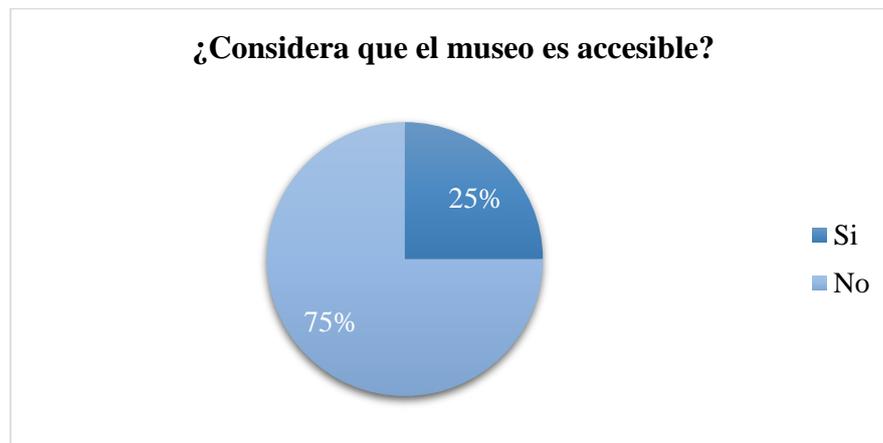
En esta pregunta se refleja la calidad de información que el turista captó en el recorrido, por lo que el 34.37% dice que fue regular. Los turistas extranjeros califican la información como mala con un 29.69% ya que no existe letreros en inglés ni en ningún otro idioma y el 25% considera que es buena.

Pregunta 14

Tabla 35. ¿Considera usted que el museo es accesible para personas con discapacidad?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Si	16	25%
No	48	75%
TOTAL	64	100%

Figura 84. ¿Considera que el museo es accesible?



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

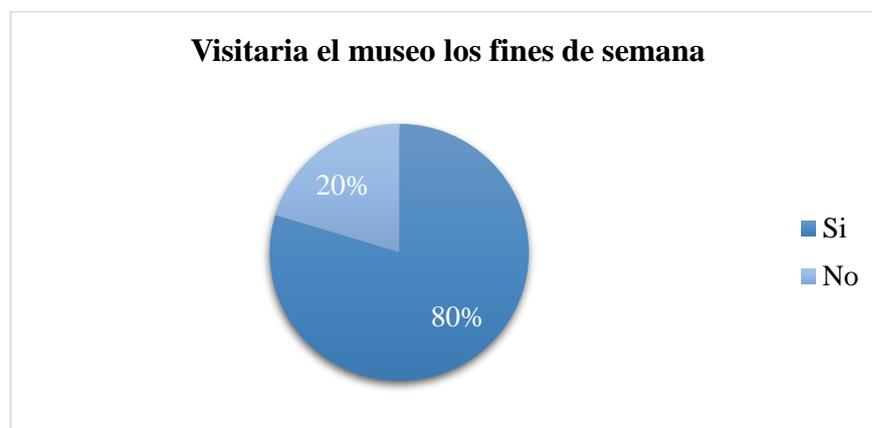
El análisis de la pregunta reveló que el 75% de los turistas encuestados consideran que el museo no es accesible para personas con discapacidades, mientras que el 25% restante afirma que sí lo es. Estos resultados indican que existe una percepción mayoritaria de que el museo no cuenta con las adecuaciones necesarias para brindar accesibilidad a personas con discapacidades.

Pregunta 15

Tabla 36. ¿Le gustaría poder visitar el museo los fines de semana, es decir sábado y domingo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Si	51	79.69%
No	13	20.31%
TOTA	64	100%

Figura 85. ¿Visitaría el museo los fines de semana?



Nota: Gráfico elaborado por Anabel Ortiz

Análisis e interpretación de resultados

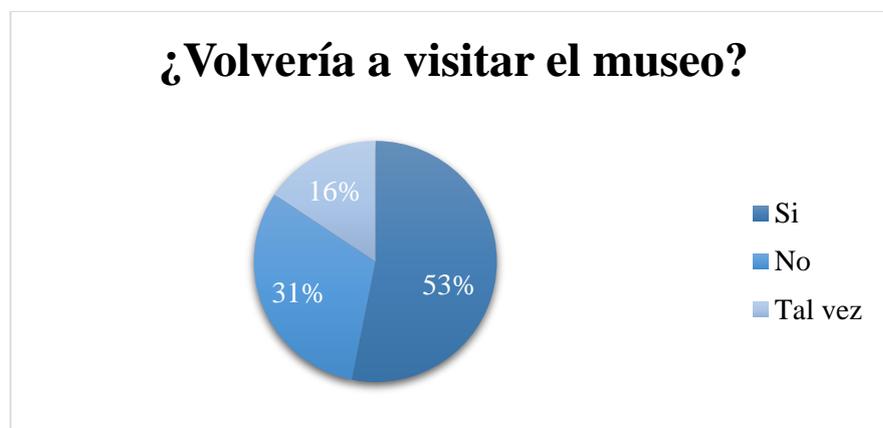
Se pudo conocer que el 79.69% está de acuerdo en que si se debería abrir al público los sábados y domingos ya que son los días que las personas suelen tener tiempo libre para viajar. Mientras que el 20.31% considera que no es necesario abrir los fines de semana.

Pregunta 16

Tabla 37. ¿Volvería a visitar el museo?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Si	34	53.13%
No	20	31.25%
Tal vez	10	15.62%
TOTAL	64	100%

Figura 86. ¿Volvería a visitar el museo?



Análisis e interpretación de resultados

El 53% de los turistas consideran que si volverían a visitar el museo. Y el 31% de ellos aclaran que no lo volverían a hacer por la falta de información y accesibilidad en el mismo. Aunque el 16% de los turistas dicen que tal vez si lo visitarían de nuevo, como forma de darle una oportunidad de mejorar en varios aspectos.

Así pues, a través de la tabulación de datos he concluido que el perfil del turista es una persona joven de aproximadamente 21 a 30 años, que visita el museo acompañado de amigos, normalmente proveniente de la ciudad de Quito si se trata de turistas nacionales y de Estados Unidos si se trata de turistas extranjeros. Además, su nivel de estudios es superior y la ocupación con mayor porcentaje es estudiante.

También como parte del análisis del perfil del turista se identificó su opinión luego del recorrido realizado, así pues, el porcentaje más alto describe que la información recibida durante el recorrido es nula, por la falta de guías. Otra de las incomodidades sobre todo de los turistas internacionales fue la inexistencia de señalética en el idioma extranjero inglés. También fue evidente que si consideran necesario la apertura del museo los fines de semana y la implementación de actividades recreativas como la guianza teatralizada y la entrega de souvenirs al final del recorrido.

11.3. Objetivo 3: Diseñar el plan de gestión turístico para el museo de la Casa de los Marqueses el cual permita impulsar el turismo y su valor patrimonial.

El museo de la Casa de los Marqueses es un referente histórico muy importante dentro de la ciudad de Latacunga en donde se destaca la vida del primer Marqués de Miraflores quien fue dueño de la casona, razón por lo cual lleva su nombre. Por el valor patrimonial que allí prevalece es necesario crear un plan de gestión a través del cual se permita representar la historia y cultura latacungueña.

Para la propuesta del plan se tomó como referencia la estructura de tres modelos de gestión:

Tabla 38. Análisis de los modelos de plan de gestión

Guía Metodológica para el manejo de planes de gestión. INPC (2017)	Guía para la gestión de proyectos culturales. CNCA (2011)	Estructura para el Sistema Nacional de Museos del Estado. Guerra M. (2018)
<ul style="list-style-type: none"> • Visión • Objetivos • Líneas estratégicas • Metas • Programas y proyectos 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo General • Objetivos específicos • Fundamentación • Descripción • Actividades • Cronograma de actividades • Recursos (equipo humano, recursos materiales, recursos financieros) • Reseña de los responsables y ejecutores del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> • Visión • Misión • Objetivo General • Objetivos específicos • Estrategias y programas • Organigrama estructural • Presupuesto para la aplicación de la propuesta

Como parte del análisis de cada uno de los modelos presentados y la inexistencia de un plan de gestión turístico cultural para museos, se destaca la estructura de los modelos de plan de gestión para proyectos culturales y la estructura de gestión para el sistema de museos que se tomaron en cuenta.

Esta metodología implica la definición de una visión a largo plazo para el museo, así como la identificación de metas y objetivos claros. La gestión de un destino implica una serie de procesos de toma de decisiones tanto por parte del sector público como privado, con el objetivo de mejorar la gestión de los conflictos que surgen inevitablemente debido a la actividad turística en el destino. La planificación turística es un instrumento que busca definir las condiciones generales de desarrollo turístico de un territorio en un plazo de tiempo amplio, que no cause problemas ambientales, económicos y socioculturales; y que involucre a los actores claves públicos y privados del destino. Por lo tanto, se evaluó cada una de las estructuras y se tomó en cuenta las que tienen relación o se repiten y que por ende son las partes más importantes que debe manejarse en una entidad por ejemplo los objetivos, visión, estrategias y programas y proyectos con sus respectivas actividades. Además, como parte del plan en el INPC (2017) se menciona que "Se pueden adecuar herramientas e instrumentos de gestión interna y de organización que les ayuden a coordinar al personal de esta oficina con otras dependencias municipales." En este caso se adjuntará al plan un guión y un organigrama estructural y funcional que será beneficioso para el desarrollo del turismo en el museo.

Este plan pretende ser un instrumento guía sustentable a los problemas presentados mediante el cual se pueda tomar decisiones y buscar soluciones a las falencias económicas, técnicas y culturales que actualmente ocurren dentro del museo.

Para el desarrollo de las estrategias se tomarán en cuenta cuatro de los cinco ejes propuestos por el Plantdetur 2030, debido a la relación con el tema de investigación, dentro de

las estrategias que se plantearan en cada eje se ha tomado como base el turismo naranja el cual busca interactuar más con el turista, a través de actividades creativas.

El desarrollo del organigrama funcional implica detallar las áreas y funciones de las personas que formarán parte de él, considerando la descripción y adaptación del folleto presentado por Bravo. I., (1995) sobre Gestión en Museos. Los cargos correspondientes deben ser presentados por el personal actual del museo y, a su vez, se deben designar nuevos empleados o verificar si las personas que actualmente trabajan cumplen con los requisitos para los nuevos cargos.

Para el desarrollo del guión en el plan de gestión se tomará en cuenta la estructura planteada por Huaman A. (2022): Introducción, saludo, presentación del guía, recorrido, sesión de preguntas, indicar salidas y despedida.

Esta estructura se desarrollará en el guión para el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores.

Tabla 39. Matriz de estrategias

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>es públicas y privadas que permita promocionar al museo plazo.</p> <p>ionados con el arte como obras de teatro, talleres de dibujo museo que representa la historia y cultura laticungueña.</p> <p>legios de la ciudad.</p> <p>s que incluya a la comunidad.</p> <p>ción a través del turismo naranja como estrategia que atrae</p> <p> museo innovador.</p>	<p>ones patrimoniales que si cumplen con un plan de gestión estructurado.</p> <p>rupción del volcán Cotopaxi.</p> <p>ensión de la información para visitantes que no hablan el idioma local.</p>
FORTALEZAS	FO: (Estrategia Ofensiva)	FA: (Estrategia Defensiva)
<p>de Latacunga que relata la vida de un Marques.</p> <p>Cultura y Patrimonio y de la Dirección de Turismo.</p> <p>os de al menos 100 años de antigüedad.</p> <p>entro de la ciudad lo cual le permite realizar proyectos que incluya a los ciudadanos</p>	<p>antías con estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad del museo al menos dos fines de semana por mes.</p> <p>nía típica de Latacunga para todo público.</p> <p>uadros de autores nacionales.</p> <p>historia del museo mediante obras de teatro para niños.</p> <p>e la ciudad, para niños en el museo</p>	<p>Técargados del museo en caso de riesgos naturales o antrópicos.</p> <p>nocturna teatralizada en el museo.</p>
DEBILIDADES	DO: (Estrategia de reorientación)	DA: (Estrategia de supervivencia)
<p>r a la comunidad y establecer relaciones sólidas con otros actores clave.</p> <p>ama funcional que permita seguir una estructura para mejorar el manejo del museo</p> <p>el cual la persona que cumpla la función de guía pueda manejarlo.</p> <p>casiona mediante redes sociales o marketing en carteles dentro de la dirección de turismo</p> <p>ta al turista nacional y extranjero recorrer el museo con facilidad. Inexistente promoción</p> <p>ta al turista nacional y extranjero recorrer el museo con facilidad.</p>	<p>en juegos didácticos para niños con elementos del museo.</p> <p>guión.</p> <p>úsica y pintura para todas las escuelas públicas de la ciudad.</p> <p>ágina web que promocione directamente al museo y capte la atención de los visitantes</p>	<p>létricas en español y traducirlas al idioma inglés.</p> <p>ética que indique la accesibilidad del museo.</p> <p>estructura para que pueda ser accesible para personas con discapacidad</p> <p>ersonal del museo sobre lenguaje de señas.</p> <p>le audio guías que facilite la visita del turista con discapacidad</p>

Plan de Gestión

11.3.1.1. Estructura

- Visión
- Objetivos
- Valores
- Organigrama funcional
- Estrategias
- Programas y proyectos
- Guión

11.3.1.2. Visión

Para el año 2025 convertir al museo como receptor de turismo cultural a nivel nacional, con el fin de promocionar la historia de la identidad latacungueña, mejorando el desarrollo turístico en la Casa de los Marqueses de Miraflores.

11.3.1.3. Objetivos

Objetivo General

Mejorar el desarrollo turístico cultural del museo de la Casa de los Marqueses mediante la aplicación del presente Plan de Gestión con el fin de promocionar la historia del muso y conservar el patrimonio, proponiendo actividades lúdicas como estrategias de desarrollo y mejoras en el servicio turístico de la casona.

Objetivos Específicos

- Posicionar al museo de la Casa de los Marqueses como uno de los mejores a nivel nacional.
- Desarrollar los planes y proyectos para el museo con el fin de alcanzar más turistas.
- Mejorar la calidad de servicio que ofrece el museo.

11.3.1.4. Valores

- **Responsabilidad:** El museo pretende salvaguardar la historia que se encuentra plasmada dentro de él, al igual que la historia que los turistas pueden conocer.
- **Compromiso:** El desarrollo turístico del museo está encaminado a velar por el bienestar del turista.
- **Lealtad:** para cumplir los objetivos propuestos dentro de este plan de gestión.

Figura 86. Organigrama estructural del museo

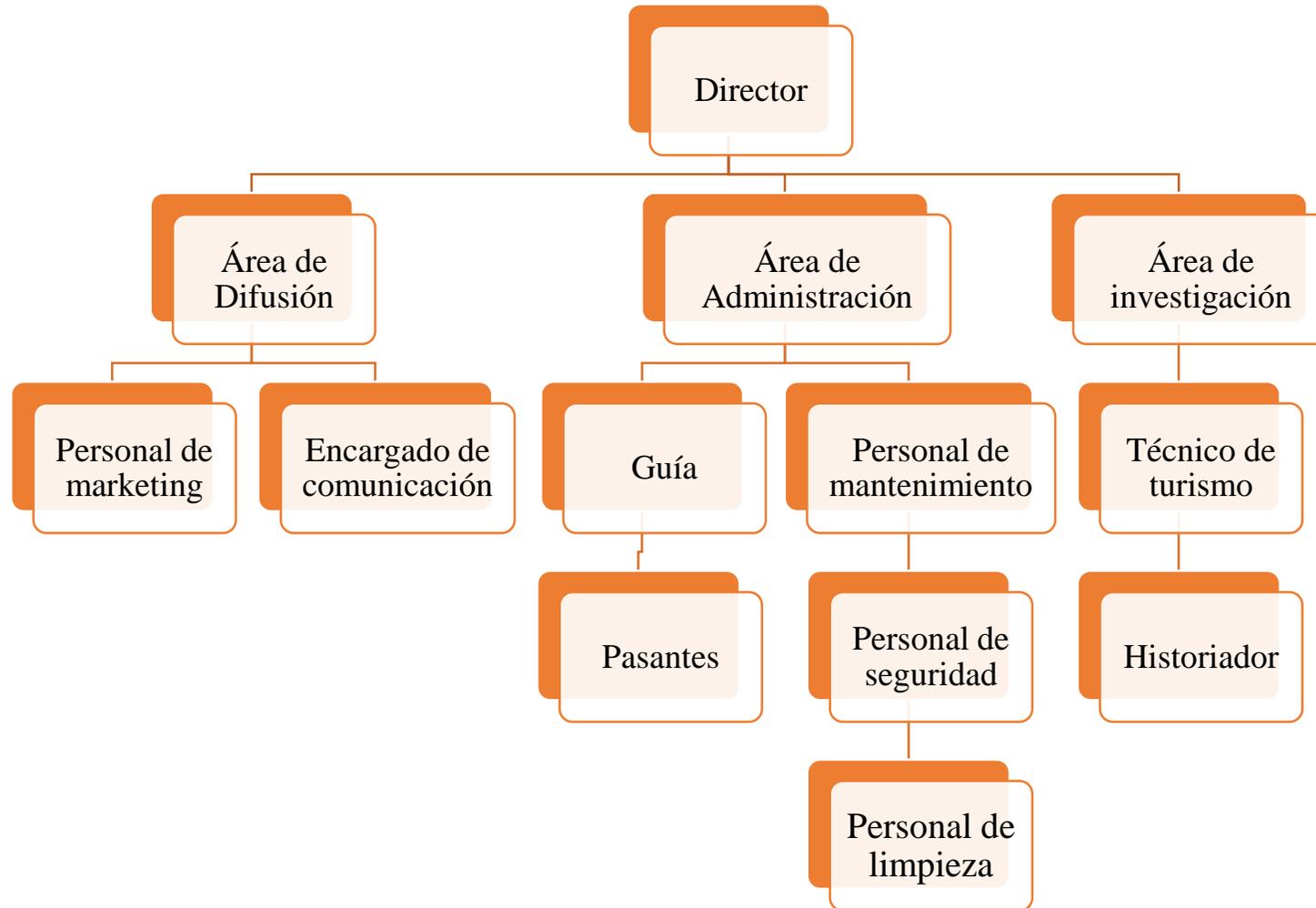
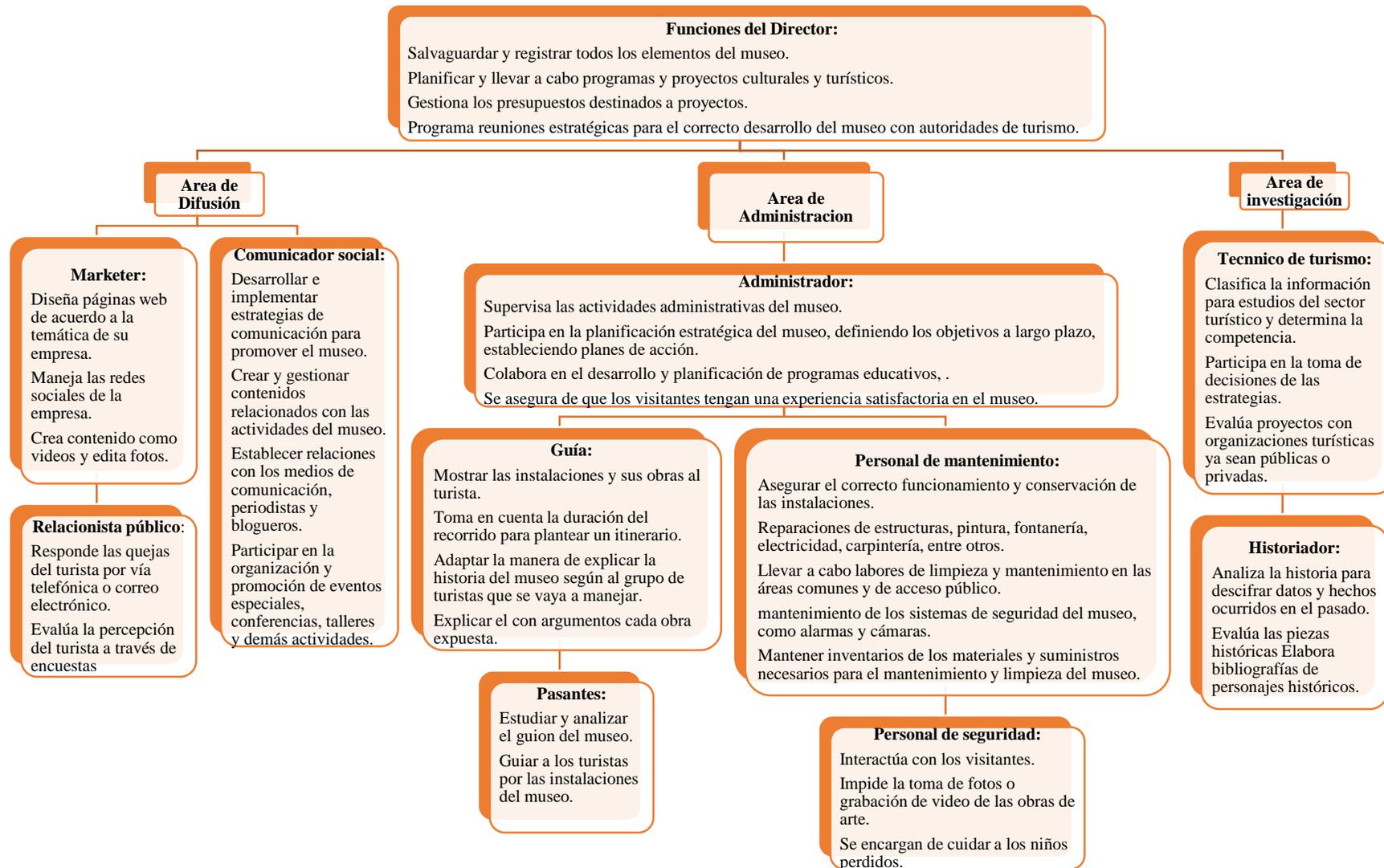


Figura 87. Organigrama funcional



Análisis del talento humano

Con el fin de cumplir un plan de gestión en beneficio del museo, se plantean a continuación los requerimientos que deben tener las personas que vayan a ocupar los cargos en base al organigrama funcional propuesto y diseñado para cubrir las necesidades actuales que tiene el mismo. El análisis de los puestos de trabajo se realizó mediante los problemas mencionados por los actores clave en aplicación de la entrevista.

Tabla 40. Identificación del puesto de director

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Director
Jefe inmediato	Director de Turismo GAD Latacunga
Supervisa a	Área de Administración, Área de difusión y Área de conservación e investigación.
Descripción del puesto	
Es la persona responsable de las áreas que exista en el museo, debe llevar a cabo los objetivos planteados, visión y misión, además supervisa a todos los trabajadores que cumplan correctamente con el trabajo. Se asegura de que el turista pueda recibir la mejor información durante su visita Son también los responsables de organizar visitas guiadas, programas de investigación, de financiación y de educación.	
Principales funciones	
Salvaguardar y registrar todos los elementos del museo	
Planificar y llevar a cabo programas y proyectos culturales y turísticos.	
Gestiona los presupuestos destinados a proyectos.	
Programa reuniones estratégicas para el correcto desarrollo del museo con autoridades de turismo.	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer nivel
Experiencia	4 años

Área de difusión

Tabla 41. Identificación del puesto de Marketer

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Marketer
Jefe inmediato	Director
Supervisa a	---
Descripción del puesto	
Es la persona que sabe promocionar un servicio a través de medios digitales y se encarga de desarrollar las estrategias que tienen relación con el marketing digital y por lo tanto se encarga también de captar turistas con campañas de promoción y difusión en redes sociales.	
Principales funciones	
Diseña páginas web de acuerdo a la temática de su empresa.	
Maneja las redes sociales de la empresa.	
Crea contenido como videos y edita fotos.	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer nivel
Experiencia	4 años

Nota: Tabla elaborada por Anabel Ortiz

Tabla 42. Identificación del puesto de Relacionista público

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Relacionista público
Jefe inmediato	Director
Supervisa a	---
Descripción del puesto	
Es la persona que ayuda al director a conocer cuáles son las opiniones de los turistas o clientes y gestiona los problemas y conflictos que se pueden dar en los turistas que visiten el museo.	
Principales funciones	
Responde las quejas del turista por vía telefónica o correo electrónico.	
Evalúa la percepción del turista a través de encuestas	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer grado
Experiencia	4 años

Tabla 43. Identificación del puesto de Comunicador social

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Comunicador social
Jefe inmediato	Director
Supervisa a	Guía, pasantes, Personal de mantenimiento y limpieza y personal de seguridad.
Descripción del puesto	
Implica desempeñar un papel fundamental en la difusión y promoción de las actividades y exposiciones del museo, así como en la interacción con el público visitante.	
Principales funciones	
Desarrollar e implementar estrategias de comunicación para promover el museo.	
Crear y gestionar contenidos relacionados con las actividades del museo, como folletos, catálogos, redes sociales, etc.	
Establecer y mantener relaciones con los medios de comunicación, periodistas y blogueros.	
Participar en la organización y promoción de eventos especiales, conferencias, talleres y actividades educativas organizadas por el museo.	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer grado
Experiencia	4 años

Área de Administración

Tabla 44. Identificación del puesto de Administrador

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Administrador
Jefe inmediato	Director
Supervisa a	Guía, pasantes, Personal de mantenimiento y limpieza y personal de seguridad.
Descripción del puesto	
El puesto de Administrador de un Museo implica una amplia gama de responsabilidades relacionadas con la gestión y supervisión de las operaciones diarias de la institución.	
Principales funciones	
Supervisa las actividades administrativas del museo como la gestión del presupuesto, la planificación financiera, la contratación y el seguimiento del personal, así como la gestión de contratos y proveedores.	
Participa en la planificación estratégica del museo, definiendo los objetivos a largo plazo, estableciendo planes de acción.	
Colabora en el desarrollo y planificación de programas educativos, exposiciones temporales y eventos especiales.	
Se asegura de que los visitantes tengan una experiencia satisfactoria en el museo.	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer grado
Experiencia	4 años

Tabla 45. Identificación del puesto de Guía

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Guía
Jefe inmediato	Administrador
Supervisa a	Pasantes
Descripción del puesto	
Es la persona que se encarga de dirigir a un grupo de personas durante su visita y recorrido por el museo, explicando la historia del museo y cada una de las obras que se encuentran en las salas.	
Principales funciones	
Mostrar las instalaciones y sus obras al turista	
Toma en cuenta la duración del recorrido para plantear un itinerario.	
Adaptar la manera de explicar la historia del museo según al grupo de turistas que se vaya a manejar, por ejemplo, si son niños, adultos o jóvenes estudiantes.	
Explicar el con argumentos cada obra expuesta.	
Perfil requerido	
Formación académica	Certificado de guía
Experiencia	2 años

Tabla 46. Identificación del puesto de Pasantes

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Pasante
Jefe inmediato	Guía
Supervisa a	---
Descripción del puesto	
Es la persona estudiante de una institución universitaria, que está cumpliendo con un periodo de formación como parte de las practicas profesionales que se realizan como requisito para la obtención del título.	
Principales funciones	
Estudiar y analizar el guion del museo.	
Guiar a los turistas por las instalaciones del museo.	
Perfil requerido	
Formación académica	Estudiante de una carrera referente al turismo
Experiencia	Conocimientos a cerca de un guión y las funciones de un guía.

Tabla 47. Identificación del puesto de Personal de mantenimiento

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Personal de mantenimiento y limpieza
Jefe inmediato	Administrador
Supervisa a	---
Descripción del puesto	
El personal de mantenimiento garantiza que las obras de arte y elementos históricos se encuentren en buen estado a través de la constante revisión de los mismos. Y los encargados de la limpieza se encarga de mantener limpias cada una de las salas, pasillos y patios que conforman el museo.	
Principales funciones	
Asegurar el correcto funcionamiento y conservación de las instalaciones.	
Reparaciones de estructuras, pintura, fontanería, electricidad, carpintería, entre otros. Esto implica garantizar que los sistemas y equipos estén en buen estado de funcionamiento.	
Llevar a cabo labores de limpieza y mantenimiento en las áreas comunes y de acceso público.	
Mantenimiento de los sistemas de seguridad del museo, como alarmas, cámaras de vigilancia y sistemas contra incendios.	
Supervisar y mantener inventarios de los materiales y suministros necesarios para el mantenimiento y limpieza del museo	
Perfil requerido	
Formación académica	---
Experiencia	4 años

Tabla 47. Identificación del puesto de Personal de seguridad

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Guardia de seguridad
Jefe inmediato	Administrador
Supervisa a	---
Descripción del puesto	
Es la persona que ayuda a promocionar un ambiente seguro para el turista, además de ayudar a proteger las obras de arte y mantener seguro al personal que labora en el museo.	
Principales funciones	
Interactúa con los visitantes	
Impide la toma de fotos o grabación de video de las obras de arte.	
Se encargan de cuidar a los niños perdidos.	
Perfil requerido	
Formación académica	---
Experiencia	2 años

Área de investigación

Tabla 48. Identificación del puesto de Técnico de turismo

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Técnico de turismo
Jefe inmediato	Administrador
Supervisa a	Historiador
Descripción del puesto	
Se encarga de administrar la parte comercial y social de la empresa tomando en cuenta la calidad y el servicio que ofrece y también de promocionarlo.	
Principales funciones	
Clasifica la información para estudios del sector turístico y determina la competencia.	
Participa en la toma de decisiones de las estrategias.	
Evalúa proyectos con organizaciones turísticas ya sean públicas o privadas.	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer Nivel
Experiencia	2 años

Tabla 49. Identificación del puesto de Historiador

Identificación del puesto	
Nombre del puesto	Historiador
Jefe inmediato	Administrador
Supervisa a	---
Descripción del puesto	
Un historiador se encarga de investigar el pasado y por lo tanto analiza el estudio y la interpretación de documentos históricos. Algunos historiadores se especializan en épocas específicas de la historia.	
Principales funciones	
Analiza la historia para descifrar datos y hechos ocurridos en el pasado.	
Evalúa las piezas históricas para poder brindar al turista, información de real y de calidad.	
Elabora bibliografías de personajes históricos a través de la recopilación de datos de fuentes confiables.	
Perfil requerido	
Formación académica	Tercer Nivel
Experiencia	2 años

Presupuesto para la contratación de personal

A continuación, se presenta un presupuesto preliminar a lo largo de dos años para la contratación de personal, basado en el organigrama estructural de la figura 86. La cifra total refleja el presupuesto anual estimado para el pago de cada empleado. Es importante tener en cuenta que los salarios de cada puesto son aproximados y se deben considerar según la experiencia y habilidades de la persona seleccionada para ocupar el cargo.

Tabla 50. Presupuesto mensual de contratación

Cargo	Sueldo	Año 1	Año 2
Director	\$ 4000	12	12
Marketer	\$1000	12	12
Relacionista público	\$ 950	12	12
Comunicador social	\$ 1500	12	12
Administrador	\$ 2000	12	12
Guía	\$ 600	12	12
Persona de mantenimiento	\$1600	12	12
Guardia de seguridad	\$500	12	12
Técnico de turismo	\$ 1800	12	12
Historiador	\$ 2000	12	12
TOTAL	\$ 15950		

Tabla 51. Presupuesto anual de contratación

Cargo	Año 1	Año 2
Director	48000	48000
Marketer	12000	12000
Relacionista público	11400	11400
Comunicador social	18000	18000
Administrador	24000	24000
Guía	7200	7200
Persona de mantenimiento	19200	19200
Guardia de seguridad	6000	6000
Técnico de turismo	21600	21600
Historiador	24000	24000
Total, presupuesto anual	\$ 191400	\$191400

El monto anual destinado para el pago de los empleados del museo en general asciende a 191,400 dólares, lo que contribuiría al desarrollo turístico del mismo y aseguraría el adecuado mantenimiento de su valor patrimonial y el legado que tiene dentro de la ciudad de Latacunga gracias al correcto desarrollo de las actividades que desarrollara cada empleado.

11.3.1.6. Estrategias

Tabla 50. Planificación estratégica de acuerdo a cada eje del Plandetur 2030

Eje	Objetivo	Estrategia	Actividades	Responsables
Destinos de Calidad	Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.	Convenio de pasantías con estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	Reunión para propuesta de la alianza con autoridades de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Designación del horario de guianza y proceso de pasantías en el museo.	<ul style="list-style-type: none"> Área de administración Universidad Técnica de Cotopaxi
		Taller de gastronomía típica de Latacunga para todo público.	Diseñar el cronograma de actividades en conjunto con el área de departamento de gestión y marketing. Coordinar la participación de un docente de la escuela de gastronomía, Culinary Chef's. Coordinar la publicación de los talleres en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Director del museo Área de difusión Área de investigación Docente de la escuela de gastronomía Culinary Chef's
		Exposición de cuadros de autores nacionales.	Elaborar la propuesta de participación de pintores nacionales. Aprobar la propuesta y participación de los pintores. Promoción de la exposición	<ul style="list-style-type: none"> Director del museo Área de difusión Área de Administración <ul style="list-style-type: none"> Pintores
		Presentación de la historia del museo mediante obras de teatro para niños.	Diseñar un cronograma de las obras de teatro Coordinar la participación de los estudiantes de la carrera de turismo en las obras. Publicación de las obras en medios de comunicación y redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> Director del museo Área de difusión Estudiantes de la UTC.
		Mitos y leyendas de la ciudad, para niños en el museo.	Diseñar el cronograma de actividades para el taller, junto con el personal del área de marketing y gestión. Coordinar la participación de los estudiantes de la carrera de turismo.	<ul style="list-style-type: none"> Director del museo Área de difusión

		Coordinar la publicación del taller en redes sociales y otros medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de investigación • Estudiantes de la UTC
	Actualizar las señaléticas en español y traducirlas al idioma inglés.	<p>Traducir la información más relevante al idioma inglés, para comodidad del turista.</p> <hr/> <p>Diseño de la señalética.</p> <hr/> <p>Gestionar la ubicación de cada una de las señaléticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo. • Área de administración
	Crear talleres de música y pintura para todas las escuelas públicas de la ciudad.	<p>Diseñar el cronograma de actividades para los talleres.</p> <hr/> <p>Coordinar la participación de un músico y una persona experta en dibujo.</p> <hr/> <p>Coordinar la invitación a los estudiantes de las escuelas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo • Área de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Pintor • Músico
	Gestionar guianza nocturna teatralizada en el museo.	<p>Diseñar el cronograma de actividades.</p> <hr/> <p>Gestionar la participación de los estudiantes de la carrera de turismo en la guianza.</p> <hr/> <p>Coordinar la obtención de trajes adaptados a la época para los estudiantes que vayan a realizar la guianza.</p> <hr/> <p>Publicación y difusión del recorrido nocturno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo • Área de administración • Estudiantes de la UTC
	Implementación de audio guías que facilite la visita del turista con discapacidad visual y auditiva.	<p>Gestionar el levantamiento de información para el guión del audiovisual</p> <hr/> <p>Traducir la información en caso de ser necesario.</p> <hr/> <p>Grabación, producción y edición del audio y video</p> <hr/> <p>Presentar el audio guía y subirla a la plataforma</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo • Área de administración • Área de difusión
Conectividad	Optimizar la conectividad y la accesibilidad del museo para personas con discapacidad.	<p>Adaptar la infraestructura para que pueda ser accesible para personas con discapacidad.</p> <hr/> <p>Reunión con el administrador y director del museo para determinar las entradas que requieren rampas, pasamanos y bordillos.</p> <hr/> <p>Pedido de los pasamanos, rampas y bordillos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo • Área de administración

		Gestionar la mano de obra de la colocación de los pasamanos, rampas y bordillos.		
Seguridad Turística	Asegurar la estadía del turista capacitando a los encargados del museo y creando alianzas con el fin de proteger y salvaguardar el lugar patrimonial.	Capacitar a los encargados del museo en caso de riesgos naturales o antrópico.	<p>Gestionar la capacitación de precaución en caso de desastres naturales.</p> <hr/> <p>Establecer el horario de las capacitaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo. • Área de investigación • Capacitadores del Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias.
		Capacitación al personal del museo sobre lenguaje de señas.	<p>Gestionar la capacitación para el personal del museo.</p> <hr/> <p>Establecer el horario de las capacitaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo • MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social)
		Implementar señalética que indique la accesibilidad del museo.	Reunión para determinar la cantidad de señalética que se va a implementar y determinar el lugar en donde se van a colocar.	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo
			<p>Diseño e impresión de la señalética.</p> <hr/> <p>Colocación de la señalética en puntos estratégicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de administración • Área de difusión
Promoción y mercadeo	Ofrecer un mejor lineamiento de promoción turística al museo a través de proyectos didácticos, en base a las redes sociales y otros medios de difusión.	Diseñar folletos con juegos didácticos para niños con elementos del museo.	<p>Reunión para determinar los juegos didácticos y pasatiempos que serán incluidos en el folleto.</p> <hr/> <p>Gestionar el diseño de los folletos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Director del museo • Área de administración • Área de difusión
		Proponer la apertura del museo al menos dos fines de semana al mes.	Reunión con la dirección para determinar el beneficio de ofrecer la apertura del museo los fines de semana.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de difusión • Área de administración • Técnico de turismo
	Creación de una página web que promocióne directamente al uso y capte la atención de los turistas.	Contratar una persona que sepa de sistemas y páginas web, para el respectivo diseño de la misma.	<ul style="list-style-type: none"> • área de difusión • Marketer 	

11.3.1.7. Programas y proyectos

Los programas propuestos en el presente Plan de Gestión turístico para el museo de la Casa de los Marqueses se acomodan a las necesidades actuales del mismo, y nacen de las estrategias planteadas en la Matriz de estrategias en donde se dividen los proyectos en los cuatro ejes planteados por el PLANDETUR (2030). Cada uno de los presupuestos planteados a continuación, corresponden a las actividades que se deben realizar en cada proyecto para poder llevarlos a cabo. Así pues, también se especifican los responsables, es decir las personas que deben estar a cargo del proyecto y los beneficiarios, que son las personas externas al museo que se verán beneficiadas, ya sean las personas que ofrecen servicios en los alrededores del museo, el transporte e incluso los estudiantes de la carrera de turismo de la UTC que harán parte de algunos de estos proyectos.

11.3.1.7.1. Programa 1 "El Marqués moderno"

Tabla 51. Proyecto 1, Eje 1: Destinos de Calidad

Nombre del proyecto: Guianza teatralizada					
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.					
Responsables: área de administración y Universidad Técnica de Cotopaxi				Presupuesto	
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Convenio de pasantías con estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	A1: Reunión para propuesta de la alianza con autoridades de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
	A2: Designación del horario de guianza y proceso de pasantías en el museo.	Documentos	3	\$ 0,10	\$0,30
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 8,30
Impactos esperados: Conseguir alianzas con instituciones públicas que permitan dinamizar el turismo, en este caso la UTC es el primer convenio mediante el cual los estudiantes de la carrera de turismo podrán formar parte del desarrollo del museo, brindándoles la oportunidad de cumplir con la malla curricular en donde se debe especifica que pueden cumplir las horas de pasantías en una institución pública o privada que en este caso es el museo, en donde realizaran el proceso como guías.					

Tabla 52. Proyecto 2, Eje 1: Destinos de calidad

Nombre del proyecto: Gastronomía laticungueña en el museo.					
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.					
Responsables: director del museo, Área de difusión, Área de investigación, Docente de la escuela de gastronomía Culinary Chef's				Presupuesto	
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Taller de gastronomía típica de Latacunga para todo publico	A1: Diseñar el cronograma de actividades en conjunto con el área de gestión y marketing	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
	A2: Coordinar la participación de un docente de la escuela de gastronomía Culinary Chef's	Documentos de contratación	8 horas	\$ 25	\$ 200
	A3: Coordinar la publicación de los talleres en redes sociales	Publicación en redes y medios de comunicación	Redes sociales 15 días	\$ 0,80	\$ 12
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo.			Total		\$ 220
Impactos esperados: Se pretende alcanzar la dinamización del turismo y contribuir para mejorar la dinamización y promoción del museo a los Latacungueños.					

Tabla 53. Proyecto 3, Eje 1: Destinos de calidad

Nombre del proyecto: Exposición pictórica en la casa del Marques.						
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.						
Responsables: director del museo, Área de difusión, Área de Administración, Pintores.				Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Exposiciones de cuadros de autores nacionales.	A1: Elaborar la propuesta de participación de pintores nacionales	Refrigerio	4	\$2	\$ 8	
	A2: Aprobación de la propuesta y participación de los pintores.	Xx	xx	Xx	Xx	
	A3: Promoción y difusión de la exposición.	Publicación en redes y medios de comunicación	Redes sociales		\$ 0,80	\$ 12
			15 días			
		Radio		\$ 5	\$75	
			15 días			
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo.			Total		\$ 95	
Impactos esperados: Alcanzar un incremento positivo del conocimiento de la dinamización del museo y sus nuevas estrategias.						

Tabla 54. Proyecto 4, Eje 1: Destinos de calidad.

Nombre del proyecto: Teatro para niños en la casona						
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.						
Responsables: director del museo, área de difusión y estudiantes de la UTC.				Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Presentación de la historia del museo mediante obras de teatro para niños.	A1: Diseñar un cronograma de las obras de teatro	Refrigerio	4	\$2	\$ 8	
	A2: Coordinar la participación de los estudiantes de la carrera de turismo en las obras de teatro.	Documentos	2	\$ 0,10	\$ 0,20	
	A3: Publicación y promoción de las obras en medios de comunicación y redes sociales.	Publicación en redes y medios de comunicación	Redes sociales		\$ 0,80	\$ 12
			15 días			
		Radio		\$ 5	\$75	
			15 días			
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 95,20	
Impactos esperados: Difundir la historia del museo a través de nuevas estrategias para jóvenes y niños.						

Tabla 55. Proyecto 5, Eje 1: Destinos de calidad.

Nombre del proyecto: Cuentos y leyendas en el museo						
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.						
Responsables: Director del museo, Área de difusión, Área de investigación, Estudiantes de la UTC				Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Mitos y leyendas de la ciudad, para niños en el museo	A1: Diseñar el cronograma de actividades.	Refrigerio	4	\$2	\$ 8	
	A2: Coordinar la participación de los estudiantes de la carrera de turismo.	Documentos	2	\$ 0,10	\$ 0,20	
	A3: Coordinar la publicación del proyecto en redes sociales y otros medios de comunicación.	Publicación en redes y medios de comunicación	Redes sociales		\$ 0,80	\$ 12
			15 días			
			Radio		\$ 5	\$75
15 días						
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 95,20	
Impactos esperados: Incrementar la demanda de turistas a través del interés en jóvenes y niños planteando este proyecto en las escuelas.						

Tabla 56. Proyecto 6, Eje 1: Destinos de calidad.

Nombre del proyecto: Una noche en el museo del Marques de Miraflores						
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.						
Responsables: Director del museo, Área de administración, Estudiantes de la UTC				Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Gestionar guianza nocturna teatralizada en el museo	A1: Diseñar el cronograma de actividades	Refrigerio	4	\$2	\$ 8	
	A2: Gestionar la participación de los estudiante de la carrera de turismo en la guianza.	Documentos	2	\$ 0,10	\$ 0,20	
	A3: Coordinar el alquiler de trajes adaptados a la época para los estudiantes que vayan a realizar la guianza.	Trajes	3		\$ 20	\$ 60
	A1: Publicación y difusión del recorrido nocturno	Publicación en redes y medios de comunicación	Redes sociales		\$ 0,80	\$ 12
15 días						
		Radio		\$ 5	\$75	
		15 días				
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo.			Total		\$ 155,20	
Impactos esperados: Dinamizar el turismo en la ciudad a través de nuevas estrategias en base al turismo naranja.						

Tabla 57. Proyecto 7, Eje 1: Destinos de calidad.

Nombre del proyecto: Taller de arte en el museo del Marques.					
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.					
Responsables: director del museo, Área de investigación, Pintor, Músico.				Presupuesto	
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	A1: Crear el cronograma de actividades para los talleres	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
Crear talleres de música y pintura para todas las escuelas de la ciudad.	A2: Coordinar la participación de un músico y una persona experta en dibujo.	Documentos	3	\$ 0,10	\$0,30
	A3: Coordinar la invitación a los estudiantes de las escuelas.	Documentos	120	\$ 0,10	\$ 12
	Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total	\$ 20,30
Impactos esperados: Incrementar el turismo a través de nuevas técnicas de turismo con proyectos culturales que llame la atención de los turistas y habitantes de la ciudad.					

Tabla 58. Proyecto 8, Eje 1: Destinos de calidad.

Nombre del proyecto: Señale-tic					
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.					
Responsables: Director del museo, Área de administración				Presupuesto	
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	A1: Traducir la información más relevante de la historia al idioma inglés.	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
Actualizar las señaléticas en español y traducirlas al idioma inglés.	A2: Diseño de la señalética informativa	Empresa de diseño grafico	7 señaléticas	\$ 25	\$ 175
	A3: Gestionar la ubicación de cada una de las señaléticas.	xx	xx	xx	Xx
	Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total	\$ 183
Impactos esperados: Mejorar el espacio y hacerlo accesible a través de nuevas técnicas de turismo que permite el ingreso a turistas con cualquier tipo de discapacidad.					

Tabla 59. Proyecto 9, Eje 1: Destinos de calidad.

Nombre del proyecto:					
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.					
Responsables: Director del museo, Área de administración, Área de difusión			Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Implementación de audio guías que facilite la visita del turista con discapacidad visual y auditiva.	A1: Gestionar el levantamiento de información para el guión de audiovisual	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
	A2: Traducir la información en caso de ser necesario	Traductor	1	\$ 30	\$ 30
	A3: Grabación, producción y edición de audio y video	Producción	1	\$ 300	\$ 300
	A4: Presentar el audio guía y subirla a la página web	Pantalla digital	1	\$ 150	\$ 150
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 488
Impactos esperados: Mejorar la estadía de los turistas con discapacidad visual y auditiva que visiten el museo.					

Programa 2 "La casa de los Marqueses para todos"**Tabla 60.** Proyecto 10, Eje 2: Conectividad

Nombre del proyecto: Accesibilidad en la Casa del Marques					
Objetivo: Mejorar los servicios turísticos que presta el museo, con el fin de brindar experiencias de calidad a los turistas que lo visitan.					
Responsables: Departamento de gestión y director del museo			Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Adaptar la infraestructura para que pueda ser accesible para personas con discapacidad.	A1: reunión con el administrado y director del museo para determinar las entradas que requieren pasamanos, rampas y bordillos.	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
	A2: Pedido de los pasamanos, rampas y bordillos	Pago de la elaboración del producto	8 pasamanos (50 cm)	\$ 70	\$ 620
			9 rampas	\$ 40	\$ 360
			20 bordillos (1 m)	\$ 12	\$ 240
A3: Gestionar la mano de obra de la colocación de la nueva infraestructura.	Documentos	4 personas	\$ 20 por día	\$ 80	
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 1308
Impactos esperados: Mejorar las instalaciones para crear un museo accesible y recomendado para turistas con discapacidad.					

Programa 3 "Seguridad en el museo"

Tabla 61. Proyecto 11, Eje 3: Seguridad Turística

Nombre del proyecto: Capitación de personal					
Objetivo: Asegurar la estadia del turista capacitando a los encargados del museo y creando alianzas con el fin de proteger y salvaguardar el lugar patrimonial.					
Responsables: Área de gestión y director del museo.			Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Capacitar a los encargados del museo en caso de riesgos naturales o antrópicos.	A1: Gestionar la capacitación de precaución en caso de desastres naturales.	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
	A2: Establecer el horario de las capacitaciones	Documentos	2	\$ 0,10	\$ 0,20
	A3: Llevar a cabo el proyecto	Refrigerio	20	\$ 2	\$ 40
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 48,20
Impactos esperados: Mejorar el servicio que ofrece el museo en cuanto a capacitación de las personas que se encuentran a cargo del mismo, en varios aspectos.					

Tabla 62. Proyecto 12, Eje 3 Seguridad Turística

Nombre del proyecto: Capitación de personal					
Objetivo: Asegurar la estadia del turista capacitando a los encargados del museo y creando alianzas con el fin de proteger y salvaguardar el lugar patrimonial.					
Responsables: Área de gestión y director del museo.			Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Capacitación al personal del museo sobre el lenguaje de señas.	A1: Gestionar la capacitación para el personal del museo	Refrigerio	2	\$ 0,10	\$ 0,20
	A2: Establecer el horario de las capacitaciones	Documentos	1	\$ 0,10	\$ 0,10
	A3: Llevar a cabo el proyecto	Refrigerio	20	\$ 2	\$ 40
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 40,30
Impactos esperados: Incrementar el turismo a través del buen servicio en el museo para personas con discapacidad auditiva.					

Tabla 63. Programa 4 "Promoción para el Marques"*Proyecto 13, Eje 4: Promoción y mercadeo*

Nombre del proyecto: Señalética para un museo accesible					
Objetivo: Ofrecer un mejor lineamiento de promoción turística al museo a través de proyectos didácticos, en base a las redes sociales y otros medios de difusión.					
Responsables: Administración del museo y capacitadores del Ministerio de inclusión económica y social.			Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Implementar señalética que indique la accesibilidad del museo.	A1: reunión para determinar la cantidad de señalética que se va a implementar y determinar el lugar en donde se va a colocar.	Refrigerio	3	\$ 2	\$ 6
	A2: Diseño e impresión de la señalética.	Señalética	D. Física 1	\$ 1,50	\$ 1,50
			D. Lenguaje 1	\$ 1,50	\$ 1,50
			D. Visual 1	\$ 1,50	\$ 1,50
A3: Colocación de la señalética en puntos estratégicos.	X	x	X	X	
Beneficiarios: Turistas que visitan el museo y el museo mismo en sí.			Total		\$ 10,70
Impactos esperados: Mejorar las instalaciones, para esto es necesario identificar a través de señalética que el museo está preparado para recibir y hacer parte de la historia a cualquier tipo de turista.					

Tabla 64. Proyecto 14, Eje 4: Promoción y mercadeo

Nombre del proyecto: Los juegos lúdico del museo					
Objetivo: Ofrecer un mejor lineamiento de promoción turística al museo a través de proyectos didácticos, en base a las redes sociales y otros medios de difusión.					
Responsables: Director del museo, departamento de administración y departamento de gestión.			Presupuesto		
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Diseñar folletos con juegos didácticos para niños con elementos del museo.	A1: Reunión para determinar los juegos didácticos y el modelo de folleto presentado en el plan.	Refrigerio	4	\$2	\$ 8
	A2: Gestionar la impresión de los folletos.	Folletos	120	\$ 0,25	\$30
Beneficiarios: Turistas que visiten el museo			Total		\$ 38
Impactos esperados: Brindar un mejor servicio, en este caso a niños a través de nuevas técnicas de turismo naranja por lo que a través de este folleto los niños podrán estar mas atentos a la hora del recorrido para poder resolver los juegos lúdicos que se presentan en el folleto.					

Tabla 65. Proyecto 15, Eje 4: Promoción y mercadeo

Nombre del proyecto: Fin de semana en el museo.					
Objetivo: Ofrecer un mejor lineamiento de promoción turística al museo a través de proyectos didácticos, en base a las redes sociales y otros medios de difusión.					
Responsables: Departamento de gestión y Departamento de administración				Presupuesto	
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Proponer la apertura del museo al menos dos fines de semana al mes.	A1: Reunión para determinar el beneficio de ofrecer la apertura del museo los fines de semana.	Refrigerio	3	\$2	\$ 6
	A2: Contratación de un guardia para fortalecer la seguridad, debido a la afluencia de turistas en los atractivos turísticos, sobre todo lo fines de semana.	Servicio de guardia	1	\$ 500	\$ 500
Beneficiarios: Turistas que visitan el museo.			Total		\$ 506
Impactos esperados: Alcanzar una mejor afluencia de turistas en beneficio del turismo en Latacunga y sus alrededores.					

Tabla 66. Proyecto 16, Eje 4: Promoción y mercadeo

Nombre del proyecto: Página web para el museo					
Objetivo: Ofrecer un mejor lineamiento de promoción turística al museo a través de proyectos didácticos, en base a las redes sociales y otros medios de difusión.					
Responsables: Departamento de gestión, departamento de marketing				Presupuesto	
Estrategia:	Actividades:	Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Creación de una página web que promocióne al museo y capte la atención de los turistas	A1: Contratación de una persona que sepa de sistemas, para el respectivo diseño de la misma.	Página web	1	\$ 100	\$ 100
Beneficiarios: Turistas que visitan el museo.			Total		\$ 100
Impactos esperados: Mejorar el conocimiento y brindar información a los turistas que estén interesados en conocer más acerca de la casona, su ubicación e incluso su historia.					

Tabla 67. Presupuesto Total

Presupuesto Total	
Subtotales	\$ 3411,4
5%	170,57
Total	\$ 3581,97

11.3.1.8. Guión

Museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores

Introducción

El recorrido inicia en la entrada principal del museo histórico de la casa de los Marqueses de Miraflores, es un edificio patrimonial que forma parte del centro histórico de Latacunga. La casona está a cargo del municipio y cuenta con 5 salas y una biblioteca que forma parte de la historia.

Saludo

Sean bienvenidos a este espacio patrimonial en el que hablaremos acerca de su historia y de las personas que vivían en ella. Tenemos cinco salas y una biblioteca que visitaremos a continuación.

Recomendaciones

- Se recomienda hacer preguntas cuando el guía termine la explicación.
- Cuidar sus pertenencias.
- Mantenerse en silencio mientras el guía habla.
- No separarse del grupo.
- No tocar los objetos que se encuentran dentro de las salas.
- Botar la basura en los lugares correspondientes.

Presentación del guía

Buenos días mi nombre es..... guía turístico del Museo de la Casa de los Marqueses, es un gusto poder acompañarle/es durante el recorrido por el museo.

Recorrido

La casa tiene aproximadamente 300 años de antigüedad, la mayor parte de la estructura es original con un estilo neoclásico y construido a base de piedra pómez. La construcción inició en el año 1710 a cargo de Juan García de Granda quien construyó las gradas de la entrada, la bóveda y el jardín que podemos observar. Hasta 1727 cuando la propiedad pasó a manos de Antonio Flores de Vergara quien fue un hombre culto que además tenía un gran potencial para producir las tierras de productos y flores, por lo cual fue nombrado el primer Marqués de Miraflores en 1745.

Sala 1: Sala Patrimonial

Aquí tenemos la sala de Patrimonio Cultural en donde podemos observar primero una lista de los alcaldes de la ciudad que data desde 1947 hasta 2019, a continuación, se observa una imagen del escudo de Latacunga, seguido de tres mapas con diferentes puntos principales como iglesias, parques, plazas entre otros. Esta línea del tiempo indica los hechos más importantes de la ciudad iniciando con el año 1532 cuando se registró la primera erupción del volcán Cotopaxi. Además, en el centro de la sala tenemos los valores de la ciudad en los que se ven plasmados los personajes más importantes y lugares patrimoniales. Por último, podemos observar aquí un mapa de Latacunga con sus parroquias, este mapa fue hecho en 2018.

Sala 2: Sala de la capitanía de la Mama Negra

Seguimos con la sala de la Capitanía de la Mama Negra que es el personaje principal, la fiesta se celebra en honor a la virgen de la Merced ya que cuenta la leyenda que hace

muchos años el volcán Cotopaxi estaba a punto de erupcionar, cuando la dueña de una hacienda cercana al volcán le pidió a la virgen que cesara la erupción y repentinamente ésta finalizó, por lo tanto se proclamó a la virgen como la salvadora de la ciudad y en honor a esto se realizaba una fiesta que tenía como personaje principal a un capitán pero cuando la fiesta fue perdiendo valor debido a la falta de dinero tomaron el mando los sacerdotes que pertenecían a la Iglesia de la Merced y empezaron a realizar la fiesta con el sentido de festejar a la virgen de la Mercedes, el personaje principal de la Mama Negra se dio cuando llegaron los españoles y sus esclavos.

Así pues, aquí encontraremos una representación de los personajes principales de la fiesta más conocida de la ciudad como lo es la Mama Negra. Primero tenemos al Ángel de la estrella que es una representación del catolicismo, este personaje da inicio al desfile, su personaje debe ser un joven que no tenga más de 15 años con el fin de darle más pureza al significado de este personaje. Por otra parte, se encuentra el Abanderado quien porta en su mano una bandera con la que hace honores al capitán de la fiesta, además su vestimenta porta detalles que lo engalanan y hace referencia a personajes heroicos de la ciudad y militares.

Sala 3: Pinacoteca

En esta sala se ubica una variedad de cuadros hechos a carboncillo, óleo, acuarelas y plumilla, que han sido elaborados por diferentes pintores provinciales y nacionales de los cuales no existe fecha en la que se elaboraron cada uno de los cuadros expuestos, pero sin duda es una excelente representación de las iglesias, paisajes y plazas más representativas de la ciudad como son: Iglesia el Salto, Iglesia la Merced, Iglesia y plaza Santo Domingo, parque Vicente León, entre otros. En total son 27 cuadros, algunos identificados por sus autores y otros no. A continuación pueden observar los cuadros y tomarse fotos evitando el flash de sus cámaras por favor.

Sala 4: Museo religioso

Nos encontramos en el museo religioso, lleva ese nombre porque como pueden observar existen muchos elementos relacionados con la religión católica, estas piezas fueron donadas y traídas de iglesias y conventos de la ciudad, con el fin de ser conservadas y expuestas al público en el museo. Podemos ver alrededor de 20 esculturas, cuadros, objetos, y otras piezas históricas diferentes, entre las que destacan, los cuadros hechos en óleo y plumilla, las esculturas policromadas de Jesús Crucificado, San Francisco de Asís y San Vicente Ferrer; además podemos observar dos pianos que fueron traídos de la Hacienda Tilipulo aunque no se sabe con exactitud a quien le perteneció.

Sala 5: Biblioteca

Esta es la biblioteca de la casona, aquí podemos encontrar libros muy antiguos entre los que destacan también documentos muy importantes y originales de las primeras firmas para formar la ciudad. Además, en la parte del fondo se puede observar periódicos antiguos de la Gaceta y otros diarios que existían alrededor los años 60. En la pared del fondo se observan algunos cuadros que representan a los personajes históricos más importantes de la ciudad y otros que identifican a los lugares más importantes como parques plazas e iglesias. En el fondo se observa una oficina que pertenece al departamento de Desarrollo Social del Municipio, estas oficinas laboran aquí debido a la facilidad y ubicación de las mismas en el centro de la ciudad.

Sala 6: Salón de los Marqueses de Miraflores

En esta sala se realizaban reuniones muy importantes para la ciudad, se firmaban acuerdos y se tomaban decisiones significativas para la formación de Latacunga. En la actualidad la sala está presta para cualquier institución que desee realizar reuniones de tipo cultural o social.

Sesión de preguntas

Hemos terminado el recorrido y es el momento de realizar las preguntas.

Indicar salidas

La salida es por la puerta principal, por la que pueden dirigirse a también a visitar otros atractivos cercanos en el centro de la ciudad.

Despedida

Agradezco su visita y espero que puedan visitar el museo muy pronto. Les recomiendo estar pendientes a las redes sociales en donde continuamente se publican talleres que se realizan, son gratuitos y para todo público.

12. Impactos

Impacto Social

Mediante el presente proyecto se pretende fortalecer la identidad latacungueña e incrementar las vistas de turistas nacionales y extranjeros a través de proyectos que impulsen al crecimiento de actividades turísticas y culturales que se desarrollaran dentro del museo. Promover un mejor vínculo entre los habitantes de la ciudad de Latacunga y el museo, para a través de esto, también alcanzar un mejor desarrollo del plan de gestión.

Impacto Económico

A través de la propuesta del plan se pretende alcanzar una mayor dinamización de la economía para la ciudad de Latacunga. Así pues se pretende mejorar el nivel de economía a través de la generación de ingresos en muchas familias Latacungueñas, mediante el alcance del desarrollo de las actividades turísticas que se realizan diariamente.

13. Conclusiones

- A través del diagnóstico situacional del museo se pudo observar que el Museo de la Casa de los Marqueses es una edificación patrimonial en donde además de encontrar salas con historia también se encuentran 5 oficinas de la Dirección de Cultura y Patrimonio y de la Dirección de Desarrollo Social que pertenecen al Municipio de Latacunga. También se pudo identificar que las instalaciones no son accesibles para personas con discapacidad física, visual y auditiva. Además, no se maneja un plan de gestión que es la herramienta principal para que un edificio patrimonial pueda desarrollarse adecuadamente en torno al turismo
- La aplicación de la encuesta fue una herramienta que permitió reconocer el perfil del turista que visita el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores, pues en cuanto a turistas nacionales se pudo evidenciar que suele ser un turista que viaja mayormente acompañado con su familia o con amigos, en su mayoría joven - adulto y con un nivel de estudios en desarrollo. Mientras que los extranjeros en su mayoría son jóvenes y viajan acompañado de amigos, para lo cual se creó el proyecto de “Una noche en el museo”.
- La propuesta del plan de Gestión para el museo de la Casa de los Marqueses de Miraflores orientado a mejorar su desarrollo turístico, es una alternativa para mejorar el turismo cultural de la ciudad y fortalecer su identidad, ya que dentro del plan se crearon objetivos, valores, estrategias importantes de convenios con instituciones públicas talleres culturales y artísticos, un guión de seguimiento para el guía que reciba y por ende guie a los turistas brindando información importante y relevante.

14. Recomendaciones

- Para un buen desarrollo del plan es recomendable buscar el apoyo del municipio con indicaciones técnica, como guía para que se puedan cumplir las estrategias propuestas y

también se debería buscar el apoyo y vinculación de la comunidad con el fin de fortalecer su identidad como alternativa de desarrollo histórico – cultural.

- Se debería buscar siempre el convenio con otras instituciones, además de la propuesta en el plan, como instituciones privadas que proponga actividades turísticas para difundir el museo como atractivo histórico cultural de la ciudad de Latacunga.
- **Es** recomendable proporcionar continuas charlas y capacitaciones a los encargados del museo, según el organigrama dispuesto en el plan de gestión. Con el fin de mejorar los servicios que ofrece el museo.

15. Referencias

Camprubí, (2015), ANÁLISIS DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DE LOS MUSEOS: EL CASO DE GIRONA, Recuperado de file:///C:/Users/SONY/Downloads/Dialnet AnalisisDeLaGestionTuristicaDeLosMuseos-5156004.pdf

.Tresserras J., (2017), Patrimonio mundial: reflexiones ante las cuestiones ¿Cómo generar riqueza? ¿Cómo implicar a la comunidad?, recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41684/1/PatrimonioMundialReflexiones.pdf>

Poveda M., (2018), La institución del museo: origen y desarrollo histórico, Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/235852602.pdf>

Buitrago F., Duque I., (2013) *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*, Puntoaparte bookvertising, <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=I9N2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=que+es+economia+naranja&ots=kbaZThvZlS&sig=aGlwfKBG-XRtXAHr6gwbgrmKaAI#v=onepage&q&f=false>

Garay. S., (2017). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. Revista Ploutos 7(2), (p. 37). <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1873/1724>

Nieves. B. & Cedeño J., (2010), “*EL TURISMO CULTURAL COMO UN APOORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PAJÁN, AÑO 2010*” [Tesis de pregrado, UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI]. Repositorio digital UNESUM: <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/230/1/UNESUM-ECU-ECOT-2010-1.pdf>

Herrero L., Sanz M. & Sanz J., (2002), TURISMO CULTURAL DE MUSEOS: ANÁLISIS Y VALORACIÓN. Estudios Turísticos, n.º 153, p. 61-83.

<http://imagenesbibliotecacentral.minhap.gob.es/pdfpublicaciones/ImagenTexto/35/estudiosturisticos153.pdf#page=61>

Jurado G., (2015), LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE QUITO Y SU RELACIÓN CON LA NUEVA MUSEOLOGÍA. [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador].

Repositorio digital UCE: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6161/1/T-UC-0009-517.pdf>

Investigación exploratoria, (2017). INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA: Fundamentos básicos. HRM558. Universidad Latinoamericana.

http://practicaprofesionales.ula.edu.mx/documentos/ULAONLINE/Maestria/MAN/HRM558/Publicaci%C3%B3n/Semana_3/Estudiante/HRM558_S3_E_Inv_explo.pdf

Casas J., Repullo J. & Donado J., (2003), La encuesta como técnica de investigación.

Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Revista Digital

Atención Primaria artículo 31(8):527-38, p.527

<https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Gómez E., Fernando. D., Aponte G. & Betancourt L, (2014), Metodología para la revisión

bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. Revista DYNA, vol. 81, núm. 184, p. 158.

<https://www.redalyc.org/pdf/496/49630405022.pdf>

Castaño. C. & Quecedo. R., (2002), Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de Psicodidáctica, núm. 14, 2002, p. 5.

<https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

- Nájera. C., (2017) Identidad e Identificación: Investigación de Campo como Herramienta de Aprendizaje en el Diseño de Marcas, Vol 2, No. 10.1, 155-164. ISSN 2477-9024, Universidad Tecnica de Ambato.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6259170.pdf>
- Silvana. C., (2007). La Capitanía de la Mama Negra o "Santisima Tragedia".
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/48537.pdf>
- Tejero J., (2021). TÉCNICAS de investigación cualitativa en los ámbitos sanitaria y sociosanitario. Ediciones de la U0niversidad de Castilla-La Mancha – Cuenca. P. 69.
<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20gu%C3%ADa%20o%20guion%20de,de%20contexto%20para%20la%20entrevista.>
- Blanco P., (2012). EL ARTÍCULO CIENTÍFICO: PUNTUALIZACIONES ACERCA DE SU ESTRUCTURA Y REDACCIÓN. Facultad de Bellas Artes, p. 1.
https://www.ub.edu/doctorat_eapa/wp-content/uploads/2012/12/El-art%C3%ADculo-cient%C3%ADfico_aspectos-a-tener-en-cuenta.pdf
- Pacherres L., (2018). Introducción, conceptos, creación de sitios Web, diseño de páginas WEB, herramientas para generar páginas WEB, tipos, principales funciones, aplicaciones. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Educación]. Repositorio Universidad Nacional de Educación.
<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/5006/P%C3%A1ginas%20web.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Coral D., (2016). Guía para hacer una revisión bibliográfica. Guías Laboratorio de pensamiento y lenguajes. Universidad del Bosque. <https://lpl.unbosque.edu.co/wp-content/uploads/09-Guia-Revisio%CC%81n-bibliografica.pdf>
- Guevara L., (2016). Manual de Tesis y Trabajos de Investigación. Universidad La Salle La Victoria. https://www.lasallevictoria.edu.mx/descargas/alumnos/Manual_de_Tesis_y_Trabajos_de_Inv.pdf
- López P. & Fachelli S., (2015). La encuesta. Metodología de la investigación social cuantitativa. Capítulo 3. Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Ministerio de Salud Pública (2018). Calificación de la discapacidad. Manual. https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/12/Manual_Calificaci%C3%B3n_de_Discapacidad_2018.pdf
- Sistema Integral de Información Cultural (2019). Museos del Ecuador. Ministerio de Cultura y Patrimonio. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/09/red-museos-2018.pdf>
- Murray P. (2002). Gestión - Información – Conocimiento. Revista de bibliotecología y Ciencias de la información. Vol. 4. <https://www.redalyc.org/pdf/161/16114402.pdf>
- Cogo M. (2013). Análisis de los museos como opción turística: Los casos de Belo Horizonte (Brasil) y Barcelona (España) - El Museu Picasso. [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. Repositorio UAB. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/131283/mc1de1.pdf?sequence>

- Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, Vol. 12. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Naranjo, M., Pelegrín, A., Marín, L., Pelegrín, N., Pelegrín, L., & López, Y. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *Revista Electrónica Cooperación-Universidad-Sociedad*. Vol. 4. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7001764.pdf>
- Gobierno de la república del Ecuador. (2017) La Institución. Recuperado de: <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/portafolio-de-servicios/>
- UNESCO (2010), ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. <https://ich.unesco.org/doc/src/01851-ES.pdf>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio (2017). Introducción al patrimonio cultural. Manual Introductorio para personal municipal. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Zubiaur. F. (2003). Curso de museología. Capítulo 3. Editorial TREA. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/527315982/Francisco-Zubiaur-Curso-de-Museologia-caps-3-6-y-13#>
- García. T., (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. Etapas del Proceso Investigador: INSTRUMENTACIÓN. http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf

- Rodríguez A. & Pérez. O., (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista EAN. No. 82. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- INPC (2017). Guía Metodológica para la elaboración de Planes de Gestión y Manejo de los Centros Históricos de las ciudades medias en Ecuador. Recuperado de: <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/GUIA-METODOLOGICA-PARA-EL-MANEJO-DE-PLANES-DE-GESTION.pdf>
- Hernández. R., Fernandez. C., & Bptista. M., (2014). Metodología de la Investigación. Sexta edición. Editorial McGraw-Hill. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Vásquez. I., (2016) Tipos de estudio y métodos de investigación. Recuperado de: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Guerrero. M., (2016). La Investigación Cualitativa. Revista mensual de la UIDE. Universidad Internacional del Ecuador. Vol 1. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5920538.pdf>
- Gálvez. M., (2003). Guía metodológica para la evaluación económica en salud. Cuba. Revista Cubana de Salud Pública. Vol. 30. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662004000100005
- Chateloin. F., (2008). El centro histórico ¿Concepto o criterio en desarrollo? Revista de Arquitectura y Urbanismo. Vol. 29. <https://www.redalyc.org/pdf/3768/376839855003.pdf>

- Serruto. E., (2017). Plan de gestión del turismo de reuniones para la satisfacción del visitante de Chiclayo. [Tesis de Maestría, Universidad señor de Sipán, Escuela de posgrado].
Repositorio USS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3989/TESIS%20ELVIS%20SERRUTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández. F., (2009). Turismo accesible: Importancia de la accesibilidad para el sector turístico. *Revista Interdisciplinar*. No. 9.
<https://www.academia.edu/download/33567628/e09a11.pdf>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización (2013). *Reseña Histórica*.
<https://www.normalizacion.gob.ec/resena-historica/>
- Illesca. L., (2015). Recursos Turísticos. Universidad Técnica de Machala. Ediciones UTMACH.
https://www.academia.edu/download/53776828/114_RECURSOS_TURISTICOS.pdf
- Navarro. D., (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Cuadernos de turismo.
<https://revistas.um.es/turismo/article/download/221641/173171>
- Norma INEN 2 240 (2012). Accesibilidad de las personas al medio físico. Símbolo gráfico. Características generales. Primera edición. <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/NTE-INEN-2240-SIMBOLO-GRAFICO.pdf>
- Norma INEN 2244 (2013). Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios. Agarraderas, bordillos y pasamanos. Primera edición.
<https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/2244.pdf>

Norma INEN 2 241 (2016). Accesibilidad de las personas al medio físico. Símbolo de sordera e hipoacusia o dificultades sensoriales. Primera edición.
<https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/nte-inen-2241-c.pdf>

Norma INEN 2 242 (2012). Accesibilidad de las personas al medio físico. Símbolo de no vidente y baja visión. Primera edición. <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/NTE-INEN-2242-SIMBOLO-DISCAPACIDAD-VISUAL.pdf>

Norma INEN 2850 (2014). Requisitos de accesibilidad para la rotulación. Accesibilidad, rotulación, requisitos. <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/NTE-INEN-2850-REQUISITOS-DE-ACCESIBILIDAD-PARA-LA-ROTULACION.pdf>

Plan de turismo 2030 (2020) Ministerio de turismo de Ecuador. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Huaman, A., (2022), Diseño del guión turístico para el Museo Aéreo “PUTU - PUTU “de la Línea Blanca para la empresa de servicio de transporte por cable “Mi Teleférico” Gestión 2017. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/29186/ML-652.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ICOM (2022). Definición de museo. Consejo Internacional de Museos. Recuperado de: <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

Pailiacho C. (2013). Diseño de un modelo de gestión turística sostenible para el aprovechamiento del patrimonio natural y cultural de la microcuenca del río Chimborazo. [Tesis de pregrado. Universidad Superior Politécnica de Chimborazo]

Repositorio

UNACH.

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2764/1/23T0359.pdf>

Naranjo M., Marín L., Pelegrín A., & Pelegrín N. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. S Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad ISSN 2528-8075.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7001764.pdf>

Tapella E. (2011). El mapeo de actores claves. El mapeo de Actores Claves, documento de trabajo del proyecto Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario”, Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research (IAI). Recuperado de:
<https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>

CNCA (2011) Guía introducción a la gestión e infraestructura de un centro cultural comunal. ISBN 978-956-8327-56-9 <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/guia-para-la-gestion-de-proyectos-culturales.pdf>

Guerra M. (2018). Propuesta Integral del Sistema Nacional de Museos. Servicio de consultoría formulación de plan quinquenal de museos 2018-2022 de la dirección general de museos del viceministerio de patrimonio cultural e industrias culturales del ministerio de cultura (orden de servicio n° 04345-2017-s)
<https://museos.cultura.pe/sites/default/files/publicaciones/pdf/Propuesta%20Integral%20del%20SNME%20%28Diana%20Guerra%29.%202018.pdf>

Sánchez J., (2015). Descentralización y desarraigo: el actual desarrollo urbano de Villafranca. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5695070.pdf>

16. Anexos

Anexo 1. Modelo de encuesta

La presente encuesta permitirá conocer el perfil del turista que llega al museo de la Casa de los Marqueses, la información obtenida será una base para la realización de un plan de gestión turística para el museo, que además es el tema de tesis previo a la obtención del título universitario de Licenciatura en Ecoturismo.

1. Edad _____

2. Sexo

Femenino Masculino

3. Lugar de origen

Ecuador

Provincia _____

Otro país _____

4. ¿Es la primera vez que visita el museo?

Sí No

5. Visitó el museo:

Solo

Con amigos

Con pareja

Pareja e hijos

Con hijos

Otros familiares

6. Indique su profesión

7. ¿Cuál es su nivel de estudios?:

Primaria

Secundaria

Superior

Postgrado

8. ¿Por qué motivo visitó el museo?

Turismo

Recreación

Por estudios

Por motivos profesionales

Por otros motivos

9. ¿A través de que canal de comunicación se enteró de la existencia del museo?

Conocidos o familiares

Página web

Redes sociales

Agencia de viaje

Otro

10. ¿Cómo califica la atención recibida dentro del museo?

Mala

Regular

Buena

Muy buena

11. ¿Qué parte de la visita le gustó más?

Objetos de exposición

Historia

Información recibida

12. ¿Qué servicios le gustaría que exista en el museo?

Actividades creativas

Recorridos teatralizados

Exposiciones didácticas

Venta de suvenir

13. ¿Cómo califica la información que pudo observar en los letreros dentro del museo?

Mala

Regular

Buena

Muy buena

14. ¿Considera usted que el museo es accesible para personas con discapacidad?

Sí No

¿Porque?

15. ¿Volvería a visitar el museo?

Si

No

Tal vez

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2. Modelo de entrevista

Fecha:

Hora:

Lugar: Latacunga, Museo de la Casa de los Marqueses

Entrevistador:

Entrevistado (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):

Introducción

Descripción general del proyecto

Vamos a entrevistar al señor Miguel Ángel Rengifo, director de la Unidad de Cultura y Deportes, y director principal del museo de la Casa de los Marqueses.

Preguntas

¿Cuántos años lleva usted a cargo del museo?

¿Cuál es el perfil de visitante habitual del museo?

¿Cuál es el perfil profesional de las personas que trabajan dentro del museo?

¿Existe un modelo de gestión para el museo?

¿Qué estrategias se están desarrollando para llegar a otro tipo de públicos?

¿Qué otras actividades de difusión del museo se han realizado o se realizan en la actualidad?

¿Cuál ha sido el último proyecto que se ha realizado en el salón de exposiciones?

¿A través de que canales recibe el turista la información sobre el museo?

¿Cuántas intervenciones se han realizado dentro del museo?

¿Hay partes de la infraestructura que ha sido intervenida o en sí cambiada? ¿Cuáles?

¿Por qué razón el museo no está abierto al público los sábados y domingos?

¿Mantiene el museo algún convenio de colaboración con otras instituciones, fundaciones o empresas para la realización de exposiciones y actividades conjuntas?

A su criterio ¿Qué futuro cree que le espera al museo? ¿Considera usted que es necesario plantear un modelo de gestión?

Anexo 3. Imágenes de la encuesta



Anexo 4. Imágenes de la entrevista





CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICO PARA EL MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES DE MIRAFLORES”** presentado por: **Ortiz Aguilar Anabel de los Ángeles**, egresada de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Julio del 2023.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Beltrán Semblantes'.



CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paúl Beltrán Semblantes

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC

CC: 0502666514