



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

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

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: TURISMO RELIGIOSO EN LAS RECOLETAS DE
QUITO COMO ALTERNATIVA EN LA DIVERSIFICACIÓN DE
LA OFERTA TURÍSTICA; RECOLETA PEÑA DE FRANCIA,
ELTEJAR Y SAN DIEGO.**

AUTORES:

CHILQUINGA VILLAMARÍN LIZETH CAROLINA

QUEZADA OLMEDO MICHELLE KAROLINA

DIRECTOR:

AVILÉS LEON BYRON EDUARDO

SANGOLQUÍ

2017

CERTIFICADO TUTOR



CERTIFICADO TUTOR

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

Certifico que el trabajo de titulación, **“Turismo Religioso en las Recoletas de Quito como alternativa en la diversificación de la oferta turística; Recoleta Peña de Francia, El Tejar y San Diego”** realizado por las Señoritas Lizeth Carolina Chilibuena Villamarín y Michelle Karolina Quezada Olmedo, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las Señoritas Lizeth Carolina Chilibuena Villamarín y Michelle Karolina Quezada Olmedo, para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 1 de marzo del 2017

M.B.A. Ing. Byron Eduardo Avilés León
DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO**

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

Yo, Lizeth Carolina Chilingua Villamarín, con cédula de identidad N° 1722382908, declaro que este trabajo de titulación **"Turismo Religioso en las Recoletas de Quito como alternativa en la diversificación de la oferta turística; Recoleta Peña de Francia, El Tejar y San Diego"** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 04 de mayo del 2017

Lizeth Carolina Chilingua Villamarín

C.C. 172238290-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO**

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

Yo, Michelle Karolina Quezada Olmedo, con cédula de identidad N°1722647086, declaro que este trabajo de titulación **"Turismo Religioso en las Recoletas de Quito como alternativa en la diversificación de la oferta turística; Recoleta Peña de Francia, El Tejar y San Diego"** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 04 de mayo del 2017

Michelle Karolina Quezada Olmedo

C.C. 172264708-6

AUTORIZACIÓN



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO**

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

Yo, Lizeth Carolina Chilingua Villamarín, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **"Turismo Religioso en las Recoletas de Quito como alternativa en la diversificación de la oferta turística; Recoleta Peña de Francia, El Tejar y San Diego"** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 04 de mayo del 2017

Lizeth Carolina Chilingua Villamarín

C.C: 172238290-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO**

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

Yo, Michelle Karolina Quezada Olmedo, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **"Turismo Religioso en las Recoletas de Quito como alternativa en la diversificación de la oferta turística; Recoleta Peña de Francia, El Tejar y San Diego"** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 04 de mayo del 2017

Michelle Karolina Quezada Olmedo

C.C: 172264708-6

DEDICATORIA

A mis padres Jorge Chiliquinga y Martha Villamarín, ese gran ser humano siempre admirable y que siempre sabe qué es lo mejor para mí y a esa mujer abnegada y luchadora que nos entrega su amor infinito.

A mis hermanas Dayana y Karen Chiliquinga, la vida sin ellas no sería igual de hermosa y divertida, por su inmenso cariño expresado de miles de maneras.

A Elva Molina y Ricardo Villamarín, ellos ha sido el comienzo de todos los sueños, por enseñarnos a luchar por los sueños.

A Victoria Arauz, por su infinito amor, por estar en cada paso, por cuidarme desde cualquier lugar donde se encuentre.

A las familias Chiliquinga Arauz y Villamarín Molina, parte fundamental del proceso de la vida.

Al Ser Supremo que mantiene siempre vivo el amor, la fe y la esperanza.

Lizeth Chiliquinga

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a mis dos ángeles que están en el cielo, juntos me han dado la fortaleza que necesito para culminar exitosamente mi carrera universitaria y desde pequeña me enseñaron que la fuerza del amor lo puede todo.

A mis padres Javier Quezada y Alexandra Olmedo a quienes considero mis primeros maestros que han inculcado en mí valores y enseñanzas que estoy segura me van servir en mi vida personal y profesional.

Dedico este trabajo a mi familia en general que ha estado motivándome en cada momento para desarrollar esta investigación a pesar de lo demandante que fue.

A mis amigos con quienes he compartido risas y experiencias y además se convirtieron en mi segunda familia.

Michelle Quezada

AGRADECIMIENTO

A mis padres Jorge Chilibuquina y Martha Villamarín por apoyar cada paso, por darme la mano en cada obstáculo, por enseñarme lo más importante de la vida, el amor, por sostener cada sueño, por darme una infinita felicidad.

A mis hermanas Dayana y Karen Chilibuquina, por sus vidas, por su motivación, porque no hay nada más hermoso que crecer juntas y cumplir cada sueño por más loco que sea.

A Elva Molina y Ricardo por enseñarnos a ser gente de bien, por ser un gran ejemplo de que todo es posible con trabajo duro, por su amor incondicional.

A Victoria Arauz, por hacer posible cada uno de mis pasos, por darme su mano, por cuidarme, por amarme incondicionalmente desde siempre.

A las familias Chilibuquina Arauz y Villamarín Molina por su cariño inmenso.

A Michelle Quezada, por ser parte fundamental de este proceso, una persona excepcional y sobretodo amiga incondicional, por estar en las buenas y las malas junto con su familia Alexandra Olmedo y Javier Quezada, se han convertido en otra familia.

A la familia que encontré hace cinco años, Joselin Segovia, Dennise Borja, Andrea Molina, Marjorie Ortiz, Ashly Bastidas, Michael Rubio, Eduardo Escobar, Juan Pabón, Paul Guairacaja, Jaime Delgado, agradezco cada uno de los momentos vividos en esta etapa, por las risas, las preocupaciones, la tristeza, por ser el soporte en el cada uno se puede apoyar y la más grande recompensa de la vida universitaria. También a Mario y Kathe.

A José Sambache por su inmenso cariño, apoyo y paciencia.

Al Msc. Byron Avilés por su paciencia, por su pasión al trabajo, por formar profesionales de calidad, un excelente ser humano y un admirable profesional.

Al Convento de San Diego por su entrega y el apoyo a los estudiantes.

Lizeth Chilibuquina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y vida, por ser quien ha guiado mi camino en todo momento y me ha dado la dicha de culminar mis estudios de tercer nivel en esta institución.

A mis padres porque a lo largo de este proceso me han apoyado incondicionalmente sin importar la situación y siempre han sido un claro ejemplo de dedicación y trabajo duro, por lo que puedo decir que me siento orgullosa de ser su hija.

A Liz, mi amiga y compañera de tesis, por su apoyo, su dedicación y sobre todo por ser una de las personas más extraordinarias que he conocido.

Al Ingeniero Byron Avilés, director de esta investigación, por su profesionalismo y su guía durante el desarrollo de este proyecto.

A la Sra. Felisa Guerra, Guía de Planta del Museo y Convento de San Diego, por el vasto conocimiento que nos impartió y sus recomendaciones sobre los libros que sustentarían esta investigación.

A mis amigos cuya amistad y compañerismo han hecho que la universidad sea una de las experiencias más enriquecedoras.

Gracias a todas las personas que directa o indirectamente ayudaron con la realización de este trabajo.

Michelle Quezada

ÍNDICE DE CONTENIDO**CARATULA**

CERTIFICADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	v
DEDICATORIA.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1
1. Importancia Del Problema	1
2. Relación Entre Objetivos O Hipótesis Con El Diseño De Investigación.....	2
A. Objetivo General	2
B. Objetivos Específicos	2
3. Implicaciones Teóricas Y Prácticas De Estudio	3
CAPÍTULO I	5
MARCO TEÓRICO	
1.1 Teorías De Soporte.....	5
1.2 Marco Referencial	10
1.3 Marco Conceptual	23
CAPÍTULO II	29
MARCO METODOLÓGICO	
2.1 Enfoque De Investigación Mixto.....	29
2.2 Tipología De Investigación	29
2.2.1 Por Su Finalidad: Aplicada	29
2.2.2 Por Las Fuentes De Información: Mixto.....	29
2.2.3 Por Las Unidades De Análisis: Mixto.....	29
2.2.4 Por El Control De Las Variables: No Experimental	30
2.2.5 Por El Alcance: Explicativo	30
2.3 Hipótesis	30
2.4 Procedimiento Para Recolección De Datos Y Análisis De Datos Varios ...	30

2.4.1	Cobertura De Las Unidades De Análisis: Varios.....	32
2.4.2	Procedimiento Para Tratamiento Y Análisis De Información: Varios.	34
2.5	Instrumentos De Recolección De Información: Varios.....	34
CAPÍTULO III		42
RESULTADOS		
3.1.	Dimensión Política – Administrativa	44
3.1.1.	Políticas Estatales.....	44
3.1.2.	Organización De La Comunidad.....	55
3.1.3.	Sostenibilidad.....	57
3.2.	Dimensión Socio – Cultural	58
3.2.1.	Patrimonio Cultural.....	59
3.2.2.	Inventario De Atractivos Turísticos	86
3.3.	Competitividad	98
3.3.1.	Consumidores.....	98
3.3.2.	Proveedores	117
3.3.3.	Competidores Entrantes	118
3.3.4.	Productos Sustitutos	118
3.3.5.	Competidores	121
3.4.	Posicionamiento	121
3.4.1.	Estrategia De Posicionamiento	122
3.4.2.	Diferenciación Del Producto.....	123
3.4.3.	Ventajas Competitivas	124
3.4.4.	Comunicación	125
CAPÍTULO IV		129
DISCUSIÓN		
4.1	Exposición Sobre Las Recoletas De Quito.....	130
4.2	Página En Facebook Denominada “Recoletas De Quito”.....	140
4.3	Guía Turística “Recoletas De Quito”	144
4.4	Restricciones Presentadas En El Presente Proyecto	149
4.5	Propuestas Para Nuevos Proyectos De Investigación	150
4.6	Conclusiones.....	152
4.7	Recomendaciones	154
LISTA DE REFERENCIAS		157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Líneas De Productos Y Variedades De Productos Específicos Del Ecuador	52
Tabla 2 Rangos De Edad.....	99
Tabla 3 Motivo De Viaje.....	101
Tabla 4 Lugar De Origen	103
Tabla 5 Número De Días De Su Viaje	105
Tabla 6 Número De Días Que Destina A Visitar El Centro Histórico De Quito.....	105
Tabla 7 Compañeros De Viaje Del Visitante	107
Tabla 8 Nivel De Educación	108
Tabla 9 Frecuencia De Visita Al Centro Histórico De Quito	110
Tabla 10 Sitios Que Prefiere Visitar	111
Tabla 11 Nivel De Satisfacción En La Visita Al Centro Histórico De Quito.....	112
Tabla 12 Le Interesa Conocer Sitios Que Le Brinden Una Experiencia Cultural Y Espiritual.....	114
Tabla 13 Le Parece Atractivo Conocer Las Recoletas A Través Del Turismo Religioso	115
Tabla 14 Cuánto Está Dispuesto A Pagar Por La Práctica Del Turismo Religioso.	116
Tabla 15 Ha Visitado Alguno De Estos Lugares	119
Tabla 16 Califique Su Experiencia En Los Lugares Visitados	120
Tabla 17 Presupuesto Para La Exposición Sobre Las Recoletas De Quito.....	139
Tabla 18 Medio Por El Que Le Gustaría Recibir Información Turística Sobre Las Recoletas.....	140
Tabla 19 Presupuesto General De Las Propuestas	149

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación De La Recoleta De San Diego.....	60
Figura 2 Patio De La Cruz	61
Figura 3 San Diego De Alcalá	63
Figura 4 Cristo Del Padre Almeida.....	67
Figura 5 Ubicación De La Recoleta De El Tejar	69
Figura 6 Donación De Solares A La Orden Mercedaria	70
Figura 7 El Tejar En El Plano De Alcedo, 1734	71
Figura 8 Vista De Quito Desde La Recoleta De El Tejar	72
Figura 9 Modificaciones Realizadas En La Capilla De San José	73
Figura 10 Convento De El Tejar	74
Figura 11 Distribución De Los Ejercicios Espirituales.....	75
Figura 12 Portada Del Libro De Los Cautivos.....	76
Figura 13 El Panteón De El Tejar, 1850	77
Figura 14 Retablo El Calvario En El Brazo Oriental.....	79
Figura 15 Retablos Ochave Suroriental Y Nororiental	79
Figura 16 Imagen De La Madre Santísima De La Luz	80
Figura 17 Púlpito De La Capilla De San José.....	81
Figura 18 Ubicación De La Recoleta De Nuestra Señora De La Peña De Francia ...	82
Figura 19 El Calvario	85
Figura 20 Jardín Elaborado Por Fray Pedro Bedón	86
Figura 21 Gráfico Segmentación Por Género	99
Figura 22 Segmentación Edad	100
Figura 23 Gráfico Motivo De Viaje	102
Figura 24 Gráfico Procedencia.....	103
Figura 25 Gráfico Procedencia.....	104
Figura 26 Gráfico Días De Su Viaje	106
Figura 27 Gráfico Días Que Destina A Visitar El Centro Histórico De Quito	106
Figura 28 Gráfico ¿Con Quién Viaja?	108
Figura 29 Nivel De Educación.....	109
Figura 30 Gráfico Frecuencia De Visita Al Centro Histórico De Quito.....	110
Figura 31 Tipos De Puntos De Interés Turístico Que Le Gusta Visitar	112

Figura 32 Gráfico Nivel De Satisfacción En La Visita Al Centro Histórico	113
Figura 33 Le Interesaran Sitios Que Ofrecen Una Experiencia Cultural Y Espiritual.....	114
Figura 34 Le Parece Atractivo Conocer Las Recoletas A Través Del Turismo Religioso	116
Figura 35 Cuánto Está Dispuesto A Pagar Por La Práctica Del Turismo Religioso	117
Figura 36 Ha Visitado Alguno De Estos Lugares	120
Figura 37 Califique Su Experiencia En Estos Lugares	121
Figura 38 Marco Estratégico De Productos Turísticos	123
Figura 39 Logo De Las Rutas De Leyenda De Quito Eterno	126
Figura 40 Anuncio De Quito Eterno Sobre Febrero: Mes De Recoletas	126
Figura 41 Anuncio De Ruta De Leyenda Recoleta De San Diego	127
Figura 42 Anuncio De Ruta De Leyenda Recoleta Del Tejar.....	127
Figura 43 Anuncio De Ruta De Leyenda Convento Del Buen Pastor	128
Figura 44 Logo De Las Recoletas.....	130
Figura 45 Asistiría A Una Exposición Sobre Las Recoletas.....	131
Figura 46 Ubicación Centro Cultural Metropolitano	131
Figura 47 Banner De Entrada.....	132
Figura 48 Paneles Para La Exposición.....	133
Figura 49 Recoleta De La Peña De Francia (Buen Pastor).....	133
Figura 50 Recoleta De San Diego.....	134
Figura 51 Recoleta De El Tejar.....	134
Figura 52 Maniqués	134
Figura 53 Caballete Para La Exposición	135
Figura 54 Caballete 1 Recoleta Peña De Francia.....	135
Figura 55 Caballete 2 Recoleta Peña De Francia.....	136
Figura 56 Caballete 3 Recoleta Peña De Francia.....	136
Figura 57 Caballete 1 Recoleta De San Diego.....	136
Figura 58 Caballete 2 Recoleta De San Diego.....	137
Figura 59 Caballete 3 Recoleta De San Diego.....	137
Figura 60 Caballete 1 Recoleta De El Tejar.....	138
Figura 61 Caballete 2 Recoleta De El Tejar.....	138

Figura 62 Caballete 3 Recoleta De El Tejar.....	138
Figura 63 Plano De La Exposición En El Centro Cultural Metropolitano	139
Figura 64 Código Qr De La Página Recoletas De Quito	139
Figura 65 Asistiría A Una Exposición Sobre Las Recoletas.....	141
Figura 66 Página De La Página Recoletas De Quito	142
Figura 67 Portada De La Página Recoletas De Quito	142
Figura 68 Estadísticas De La Página Recoletas De Quito	143
Figura 69 Promoción De La Página Por Tres Dólares.....	143
Figura 70 Portada De La Guía Turística Recoletas De Quito.....	144
Figura 71 Segunda Página De La Guía	145
Figura 72 Tercera Página De La Guía.....	145
Figura 73 Cuarta Página De La Guía	145
Figura 74 Quinta Página De La Guía	146
Figura 75 Sexta Página De La Guía.....	146
Figura 76 Séptima Página De La Guía.....	146
Figura 77 Octava Página De La Guía	147
Figura 78 Novena Página De La Guía	147
Figura 79 Décima Página De La Guía	147
Figura 80 Décima Primera Página De La Guía.....	148
Figura 81 Contraportada De La Guía.....	148

RESUMEN

La Ciudad de Quito se ha posicionado en los últimos años como uno de los destinos más destacados a nivel de Latinoamérica, cuenta con un sinnúmero de atractivos turísticos cargados de riqueza histórica, cultural y espiritual los mismos que le han dado tan importantes títulos a la ciudad, sin embargo no todos reciben el mismo tratamiento, existen ciertos conjuntos arquitectónicos que por encontrarse en la zona periférica del Centro Histórico, el sitio turísticamente más significativo de Quito, han quedado rezagados a pesar de que también guardan tesoros invaluable y que han sido fundamentales en la historia de la ciudad. Se ha estudiado la situación turística actual del Centro Histórico y el comportamiento de sus visitantes para determinar si se puede dirigirlos a estos atractivos turísticos periféricos y analizar la posibilidad de que se conviertan en una alternativa de diversificación de la oferta turística de Quito, sin embargo, al ser estos atractivos del mismo tipo y con características similares a los que se ofrecen en el núcleo del Centro Histórico, se considera que efectivamente se debe potencializarlos pero difícilmente se convierten en alternativas de diversificación sobretodo bajo la orientación del turismo religioso. Al momento la ciudad se encuentra aún en un proceso de posicionamiento, explotando sus mejores características y recursos por lo que las Recoletas podría considerarse un valor agregado del Centro Histórico sin embargo los planes de Ordenamiento y Desarrollo no contemplan estos sitios. Por esto se espera que esta investigación destaque los aspectos histórico-culturales de las Recoletas para sean incluidas en el desarrollo de la ciudad.

Palabras clave

- **DESTINO TURÍSTICO**
- **ESPIRITUALIDAD**
- **DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA**
- **RECOLETAS**
- **DESARROLLO TURÍSTICO**

ABSTRACT

During the last years Quito has been positioned as one of the most outstanding touristic destinations in Latin America, it has a lot of touristic attractions full of historic, cultural and spiritual wealth, those has given the city so many important titles, however not all of them receive the same treatment, there are some architectural complexes that are in the marginal zone of the Historical Downtown, the most distinguished touristic place, that is why they have left behind, although they keep invaluable treasures and have been essential in the history of the city. It has been studied the actual touristic situation of the Historical Downtown and the behavior of the visitors and tourists to resolve if they can be leaded to the marginal attractions and analyze the chance that they become diversification choices of the touristic offer in Quito. However, these attractions have the same qualities and are the same kind of those which are offered in the heart of the historical downtown. It is considered that they must be strengthened, but they can become in diversification choices with difficult especially with the orientation of the religious tourism. Nowadays Quito is inside of a positioning process, taking advantage of its best qualities and resources, here Recoletas could be the added value even if they are not take into account of the Development Plans. It is expected that this investigation emphasize the historic and cultural aspects of Recoletas in order to be included in the development of the city.

Key Words

- **TOURISTIC DESTINATION**
- **SPIRITUALITY**
- **OFFER DIVERSIFICATION**
- **RECOLETA**
- **TOURISTIC DEVELOPMENT**

INTRODUCCIÓN

1. Importancia del problema

El enfoque sistémico se aproxima a la representación de la realidad en donde lo importante son las relaciones entre los grupos específicos de estudio de manera que permita describir las características, funciones y comportamientos y al mismo tiempo oriente hacia una práctica estimulante para formas de trabajo interdisciplinarias. Es por esta definición que se le considera a la actividad turística como un proceso dinámico que está en constante cambio, ya que siempre se desarrollan nuevas tendencias y conceptos que denotan el nivel competitivo, cuyo único fin es satisfacer las necesidades de los turistas y promover la visita de los atractivos turísticos aplicando nuevas modalidades turísticas que generen experiencias nuevas y vivenciales en los visitantes. (Espinal, Gimeno, & González, 2006, págs. 1-2)

El Centro Histórico junto a sus zonas periféricas es un referente de la cultura quiteña, por los bienes intangibles que guardan sus pobladores, la fe católica con sus ritos ancestrales producto de la mezcla de las costumbres españolas con las indígenas que permanecen encubiertas como un signo de resistencia para no abandonar su espiritualidad. Todo esto hace que esta zona sea llamativo para el turista y tenga una importante cantidad de atractivos que pueden ser utilizados; sin embargo, existen sectores que han ido quedando rezagadas, no porque tengan menor importancia histórica sino por el paulatino crecimiento de la ciudad y un sin número de problemas sociales como la delincuencia, la pobreza y la contaminación ambiental, que han ido apareciendo e impregnándose en estos lugares, restándole interés turístico.

Se propone el turismo religioso como una alternativa de mejora de los lugares objeto de estudio, tanto por las características de los atractivos como por la connotación religiosa cuya principal motivación es la fe, lo que permite la interacción, el aprendizaje y por lo tanto la comprensión de la cultura del visitante hacia la local. De esta manera busca proponer políticas y ejecutar ordenanzas municipales que permitan combatir los problemas que limitan un adecuado desarrollo del turismo, lo

que permitirá reinsertarlos a la oferta turística para la exhibición de su riqueza cultural tangible e intangible y que los visitantes puedan descubrir la gran riqueza que guarda el Centro Histórico de Quito.

2. Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación

a. Objetivo general

Analizar las características del Turismo Religioso y su aplicación sobre los atractivos turísticos de las tres principales recoletas de Quito, mediante la determinación de un inventario de atractivos turísticos y su potencialidad, con el propósito de posicionarla como una alternativa viable en la oferta turística de la ciudad.

b. Objetivos específicos

- Establecer las condiciones legales y de políticas gubernamental para implementar una forma de turismo basada en la motivación religiosa, mediante el análisis del escenario actual en el que se encuentran los atractivos que permitan promover el turismo como una actividad de desarrollo sustentable.
- Estudiar los aspectos socio-culturales determinantes de las Recoletas de Quito a través de un análisis de las manifestaciones culturales más sobresalientes, con el propósito de diseñar acciones que permitan su desarrollo y mejore la calidad de vida de la población.
- Determinar la potencialidad de los atractivos turísticos de las tres principales recoletas de Quito, tomando en cuenta las Fuerzas de Porter, con la finalidad de identificar la ventaja competitiva de estos atractivos que permitan posicionarlos como destinos importantes dentro de la oferta turística del Centro Histórico de Quito.
- Proponer una forma alternativa de posicionamiento de las recoletas de Quito mediante el planteamiento de una estrategia que permita establecer al turismo

religioso como una respuesta al abandono de estos importantes centros religiosos y convertirlo en su principal ventaja competitiva.

3. Implicaciones teóricas y prácticas de estudio

Según la Secretaría de Turismo de México, la actividad turística comprende el desplazamiento de personas desde lugares diferentes a su entorno habitual con fines de ocio por un tiempo menor a un año (Secretaría de Turismo, 2015). Por lo que, tomando en cuenta esta definición, es importante resaltar que el turismo no es una actividad aislada puesto que se correlaciona con distintos sistemas como: económico, social, político, cultural, ecológico y tecnológico, en los cuales participan diversos colectivos. Todos ellos deben adquirir conocimientos generales en diferentes áreas para desarrollar adecuadamente la actividad turística a través de la potencialización de sus recursos tanto culturales como naturales, con el fin de favorecer al crecimiento económico de la localidad. (Vásquez, Osorio, Arellano, & Torres, 2013, págs. 6-7).

La ciudad de Quito es un destino puramente cultural, lo que le ha dado el reconocimiento de destino líder de Sudamérica (Ministerio de Turismo, 2016). El proceso histórico que ha atravesado la ciudad, le ha impregnado de importantes características únicas en su tipo, ya que desde sus inicios pre incaicos, ha sido un importante centro político y religioso que se mantiene hasta la actualidad, convirtiendo a la capital del Ecuador junto con su población que en su mayoría es católica, en un destino muy apreciado en el mercado turístico internacional. Por ello, la capital ecuatoriana a través de sus diferentes sistemas productivos pretende con la actividad turística diversificar la oferta y desarrollarse económicamente mediante la visita de sus atractivos turísticos para alcanzar un desarrollo próspero.

Se ha tomado como referencia para la realización de la presente investigación a la teoría del desarrollo local, que aborda varios aspectos en cuanto a la formación de grupos productivos quienes a través de la realización de actividades puedan obtener remesas económicas que contribuyan al desarrollo de la comunidad y mejoren notablemente la calidad de vida de sus habitantes. Además, la aplicación de esta teoría en la presente investigación a más de contribuir positivamente a una población también

propone el uso racional y sostenible de los recursos para el aprovechamiento de las actuales y futuras generaciones. (Tejera, 2006, pág. 1)

Las recoletas constituyen sitios de historia y recogimiento, ya que se les usaba como áreas de retiro espiritual y austeridad. Su importancia no solo radica en los bienes patrimoniales que alberga, sino también en las leyendas, sucesos y demás características que las hacen un baluarte de arquitectura y religiosidad. Por este motivo, la potencialización de estos recursos es vital para que los actores, tanto órdenes religiosas como pobladores se vean beneficiados, mediante el uso adecuado de los atractivos y su socialización a la comunidad, fundamentadas en la aplicación de la teoría del desarrollo local. Esta teoría permitirá a la población que se encuentra inmersa en las Recoletas de San Diego, El tejero y la Peña de Francia aprovechar los recursos no explotados y promover una economía dinámica y mejorar su calidad de vida.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Teorías de soporte

La globalización, conceptualizada como la expansión de los mercados, es utilizada por las corrientes de desarrollo como una herramienta para que las poblaciones puedan tener un equitativo bienestar socio – económico en función de ingresos, consumo y empleo y que se complementen con mercados internacionales que permitan el desarrollo de dicho territorio. Además, pretende establecer identidad de los pueblos para distinguir a las diferentes localidades, ya que fomenta a las poblaciones a que mejoren sus estructuras internas con el propósito de involucrarse en la economía internacional, estimulando el respeto de la diversidad, la identidad cultural y la capacidad de difundir el autodesarrollo. (Iglesias M. , 2011, págs. 236-237)

La globalización ha impulsado a que el turismo religioso se presente como un producto comercial que guarda relación con actividades que se complementan como: espirituales, salud física, mental, ocio y cultura. Así mismo, abre una brecha de crecimiento para las localidades que consideran sus implicaciones porque vincula el diálogo interreligioso e intercultural, siguiendo estándares de desarrollo sostenible. Quito es una ciudad constituida por diferentes órdenes religiosas que se encuentran en su mayoría en el casco colonial, donde a través de sus edificaciones y manifestaciones denotan los rasgos que las distinguen y las hacen únicas. (Organización Mundial del Turismo, 2007, págs. 4-5)

Por ello, el desarrollo local se aborda para el presente estudio como una teoría que prioriza el uso de recursos no explotados en las comunidades, las cuales constituyen una fuerza externa para enfrentar los aspectos de la globalización. Al investigar los diferentes casos sobre la aplicación de esta teoría, se determina que existe un mayor número de éxitos en poblaciones europeas que latinoamericanas. Al hablar de los recursos se considera que estos pueden ser tanto naturales como culturales, pero uno de los aspectos más importantes del uso de estos es el trabajo que se realiza para su potencialización. Los recursos culturales con los que cuenta la ciudad de Quito son

diversos, donde se destacan desde plazas hasta grandes construcciones arquitectónicas como sus iglesias y casas coloniales, que principalmente tienen mayor influencia en el Centro Histórico mejor conservado de América Latina. (Tejera, 2006, pág. 1)

Por otra parte, vale la pena puntualizar que el desarrollo local es un proceso que se aplica en limitadas unidades territoriales y poblaciones, a pesar de que promueve una actividad económica dinámica y pretende mejorar la calidad de vida de los asentamientos humanos. Se lo reconoce como una teoría de fuerte contenido interno porque se involucra en una realidad más amplia y compleja, ya que se relaciona con diferentes aspectos y se conecta con influencias tanto positivas como negativas para la comunidad que la aplica. Además, implica directamente la capacidad que tienen los participantes y la sociedad para convergerse y desarrollarse en base a sus características potenciales y en su matriz cultural, así como determinar sus prioridades y competitividad existente en un contexto vertiginoso y de notorias transformaciones. (Varisco, 2008, pág. 34)

El desarrollo local se aplica en un ámbito de circunstancias endógenas que busca el desarrollo de estrategias para determinadas acciones en su afán de procurar un proceso de crecimiento económico, cuyo principal atributo es la potencialidad de determinado territorio, ya que su finalidad es la equidad a nivel social y económico. Por otra parte, pretende la intervención de todos los participantes, tanto públicos como privados, que conforman cierto grupo social e incentiva su capacidad de liderazgo. Quito al ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad necesita considerar todos los involucrados para el desarrollo turístico, en el caso de las diferentes recoletas de la presente investigación vale la pena puntualizar que se encuentran a cargo de varias congregaciones religiosas, tales son: la Recoleta de la Peña de Francia está regida por la orden del Buen Pastor, San Diego está a cargo de los Franciscanos y El Tejar por los Mercedarios, que necesitan interactuar directamente con la comunidad para lograr beneficios comunes. (Tejera, 2006, pág. 2)

La esencia del desarrollo local es mejorar las condiciones del entorno a través de la creación de un territorio apto para el impulso empresarial e innovador, con un determinado apego en los aspectos cualitativos y extra económicos. Dentro de estos últimos se encuentran a su vez los aspectos sociales, culturales y territoriales, en pro

del uso de los recursos endógenos y la vinculación de un conglomerado de participantes socioeconómicos en cada localidad. La participación, habilidad y experiencia de dichos actores permitirán movilizar a toda la población y marcarán un eje diferenciador de las demás sociedades, esta puede ser la riqueza cultural y artística que existen en los lugares de estudio y que se constituye como un determinante esencial para la aplicación de la teoría del desarrollo local. (Tejera, 2006, pág. 3)

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) considera al desarrollo local como un proceso en el que un determinado número de instituciones o participantes se movilizan con el propósito de establecer, fortalecer y equilibrar las actividades, potenciando los recursos del territorio (OCDE, 1990). Si éste no genera expectativas que fortalezcan la confianza entre los diferentes colectivos, poco a poco se reducirá la población que lo sustente, de modo que su éxito dependerá de cuantos participantes se encuentren interesados, para que pueda ser reconocida y fortalecida a largo plazo. (Boisier, 1999, pág. 7)

La teoría del desarrollo local se presenta a través de varias dimensiones como son: económica, socio – política, geográfica, histórica, institucional y socio – cultural, en los cuales se determina que la base de todo proceso es el desarrollo local ya que permite potenciar y desarrollar los recursos territoriales y las capacidades de determinada localidad o sector. Para el presente estudio se puede mencionar que las recoletas de Quito son puntos relevantes de espiritualidad y devoción en donde los feligreses de los sectores aledaños se reúnen para manifestar sus creencias, es por esto que se presenta tan necesaria la gestión del patrimonio cultural tangible e intangible es decir los recursos, para el desarrollo y fortalecimiento del turismo religioso y la comunidad. (Mochi & Girardo, 2010, págs. 2, 49, 58)

La teoría del desarrollo local también incluye a los sistemas productivos locales que son entidades agrupadas y ubicadas en un sector. El propósito fundamental de su creación es el fomento de las capacidades productivas que no dependa de un solo participante, sino de un conglomerado de personas con un objetivo en común. En el turismo religioso tiene la característica de fortalecer ampliamente a diversos sistemas productivos que son aprovechados por comerciantes y la pequeña industria como es el caso de Quito, en donde tiene gran acogida especialmente en temporadas significativas

para la religión católica como la Semana Santa, donde cientos de feligreses se reúnen para llevar a cabo la procesión más grande e importante de la ciudad. (Naclerio, 2008, págs. 2-3)

Por otra parte, la formación de sistemas productivos locales determina las condiciones para que las pequeñas empresas puedan gozar de estabilidad en el mercado y lleguen a un objetivo mucho mayor como es mejorar la calidad de vida de los pobladores a través de condiciones económicas y sociales favorables. Además, se pretende lograr que los sectores menos desarrollados se integren al mercado global para dinamizar la productividad y ser eficientes y competitivos. En el caso de las recoletas El Tejar, San Diego y la Peña de Francia a pesar de que son lugares culturales y de relevancia artística y religiosa, no han podido desarrollarse productivamente, por lo que se pretende involucrar a todos sus participantes para que crezcan económicamente. (Iglesias & Ramírez, 2008, pág. 1)

Existen características propicias para los sistemas productivos locales como: la disponibilidad de mano de obra, habilidades organizacionales y empresariales, y un colectivo cultural dispuesto a innovar y a generar un cambio. Asimismo, existen más factores que califican a los sistemas productivos locales como: la organización productiva, el acervo familiar, las tradiciones y costumbres locales y la jerarquía cultural y social que determinan las conductas de la población. Estos elementos son aplicables en los casos de estudio porque se involucran a diferentes sistemas productivos tanto culturales como patrimoniales. (Vázquez, 2000, pág. 5)

El desarrollo local en correlación con los sistemas productivos locales han generado diversos tipos de modelos económicos que pueden ser adaptados en cierta localidad, pero el avance tecnológico y la acelerada globalización han generado cambios en los estereotipos e innovado sus propuestas económicas, adaptando nuevas perspectivas como es el caso del turismo espiritual. Las recoletas de San Diego, El Tejar y Nuestra Señora de la Peña de Francia constituyen casos claros para el análisis y la aplicación del turismo religioso, porque estos lugares albergan manifestaciones espirituales, culturales y patrimoniales de interés turístico y que podrían constituir un ingreso económico sustentable para sus pobladores y congregaciones. (Medrano, 2014, pág. 36)

El desarrollo local es un proceso con cambios que deben ser controlados para obtener los objetivos deseados, una vez que la comunidad alcanza el desarrollo, no quiere decir que lo va a tener para siempre, sino que debe trabajar constantemente para mantenerse competitiva y combatir las amenazas. Es un proceso que pretende exteriorizar las ventajas a través de la promoción de las capacidades territoriales de procesar y utilizar los recursos humanos, las empresas, las organizaciones sociales, los recursos financieros, las infraestructuras, el patrimonio natural y cultura, de forma participativa, para que pueda alcanzar el éxito. (Marquez, 2011, págs. 4-6)

Esta teoría permite plantear objetivos a través de la definición de prioridades, la primera es la subsistencia de la localidad a través de garantizar a los pobladores la obtención de alimentos, vivienda y educación; la segunda es la generación de empleo y economía social; y, la tercera es la protección del ambiente que garantice la sustentabilidad. Los objetivos, por su parte, son el posicionamiento de la localidad en los contextos territoriales y nacionales, mejorar las ventajas competitivas, promover la inclusión y participación, crear un territorio atractivo para inversiones en empresas de bienes y servicios y fortalecer a las entidades públicas que controlan el desarrollo local. (Marquez, 2011, págs. 4-6)

La atracción turística que produce la visita del turista contribuye al desarrollo local en función de los ingresos y empleos que genera, debiendo considerar que para satisfacer la demanda de visitantes que acuden a recoletas, iglesias, monumentos y demás, se requiere de una eficaz prestación de servicios. Entre este ámbito los aspectos sobre seguridad alimentaria y sanidad son las cuestiones más delicadas que deben ser tratadas y ejecutadas con mayor rapidez, con el objetivo de promocionar los puntos de interés turísticos con responsabilidad, y que estos se encuentren al nivel de los diferentes segmentos de visitantes. (Organización Mundial del Turismo, 2007, págs. 8-9)

El turismo también contribuye a la práctica religiosa puesto que es necesario responder a las expectativas cambiantes del turista en cuanto a gustos, preferencias y tendencias. Esta modalidad de práctica requiere una gestión y promoción mayor, donde el uso de las tecnologías de la información se vuelve vital para un acercamiento a las actividades turísticas realizables en determinado atractivo. Adicionalmente, con

esto se promueve la protección de los recursos culturales en el marco de un desarrollo sostenible. Las recoletas a más de ser sitios de recolección espiritual, podrían convertirse en puntos de interés turístico por la historia y arquitectura que evocan, convirtiéndose en nuevos puntos de visita tanto para feligreses como para turistas en general. (Organización Mundial del Turismo, 2007, pág. 2)

La ejecución del turismo religioso en las recoletas de Quito puede convertirse en un nicho estratégico del desarrollo local, que a más de contribuir a la población, pueda disipar el turismo de masas que ha proliferado en los últimos años en el Centro Histórico de Quito y que además brinde la posibilidad de conocer y ser parte de nuevas perspectivas turísticas que favorezcan a la comunidad local, satisfaciendo sus necesidades y logrando los objetivos del plan del buen vivir propuesto por el gobierno central, tomando en cuenta que el desarrollo local no es solo la mejora de las cosas si no la transformación cultural y de los modos de vida. (Dinis, 2009, págs. 6-8)

1.2 Marco referencial

En primer lugar para el estudio de las actividades económicas y sociales como es el turismo se debe empezar con la organización de las sociedades, que para el caso de las ciudades, cuando estas surgen también aparece la necesidad de una organización de la comunidad para administrar las actividades; es decir, surge la necesidad de una política que regule las actividades productivas, sus acciones y actores, por su parte, las localidades rurales se manejan de manera diferente, porque la población es aislada, entonces se crean grupos diferenciados y se organizan según su localización abarcando cierto territorio. (Cioce & Ninosca, 2015, pág. 3)

Uno de los principales componentes de la organización de las ciudades es la administración pública, quien se encarga de establecer lineamientos de convivencia para la sociedad y sus diferentes actividades. Los distintos niveles de administración pública dependen de la organización de cada país, de sus condiciones geográficas y de las diferentes entidades que cada gobierno designe para asumir las competencias de esta actividad. El sector público en los diferentes países del mundo abarca casi todos los aspectos de la vida diaria de los ciudadanos, sin excluir al turismo, ya que esta es

una actividad económica que el sector público debe administrar en cuanto a aprovechamiento y explotación de recursos que le permitan crear y distribuir la riqueza para el beneficio de la población.

La administración pública en turismo interviene mediante políticas que se adaptan a las condiciones de cada sector, tomando en cuenta el alcance que puedan tener cada una de las estrategias que se plantean. La agilidad y eficiencia de estas políticas dependen también del modelo de gestión pública que se utilice y de la importancia que tenga la actividad turística para el país. Se percibe al turismo como un factor determinante para el desarrollo, cuyas funciones estratégicas son dirigidas por gobernantes y promotores locales, instituciones estatales así como otros actores socioeconómicos que se caracterizan por su propia espontaneidad para participar en los procesos. (López F. , 2004, pág. 8)

La necesidad en las comunidades de generar ingresos de nuevas fuentes y la conservación de sus recursos ha convertido al turismo en una actividad determinante en las estrategias de desarrollo, propuestas por los gobiernos centrales y locales. En algunos casos, se lo ha tomado como la solución a todos los problemas de un lugar porque permite la participación de las comunidades locales en el proceso de desarrollo de la actividad turística, la planeación, ejecución y control del mismo; a pesar que sigue siendo el Estado el responsable de elaborar políticas públicas que incluyan y articulen a la sociedad con los empresarios y otros actores de esta actividad.

El estudio de la organización comunitaria permite entender el sentido de las relaciones políticas alrededor del turismo y su accionar dentro de una comunidad. Está por ejemplo el caso de San Miguel Almaya en Toluca, México cuya estructura social está basada en un régimen de propiedad comunal en la que tienen personalidad jurídica y patrimonio propio que consiste en tierras, bosques y agua. Sus autoridades y delegados son elegidos en Asamblea, quienes se encargan de gestionar apoyos ante las instancias municipales, estatales y federales, las autoridades son las encargadas de la toma de decisiones. En un principio las actividades recreativas de esta comunidad se realizaban sin planeación porque no poseían directrices turísticas, sin embargo posteriormente otros proyectos desarrollados en el ámbito turístico se concretaron también debido a la red de políticas públicas que promovió trabajar en pro de la

recuperación del patrimonio cultural y natural, la generación de empleos y recursos económicos. (Cruz, Serrano, & Zizumbo , 2011, págs. 792-811)

El deseo de conservar y continuar con el patrimonio intangible y las tradiciones han hecho que las comunidades se organicen para crear estrategias que ayuden al desarrollo del sector cultural, estas organizaciones emprenden proyectos autónomos y de auto sustentabilidad por lo que se tienen que enfrentar a muchos retos. Son diversos los actores de estos proyectos que trabajan con la comunidad como los promotores culturales, artesanos y artistas dispuestos a sostener proyectos como empresas culturales que permitan mejorar la calidad de vida y dignifiquen la labor de estas personas. (Grajeda, 2015, págs. 2-5). En ese contexto, las políticas que se implantan poco ayudan al rescate y la prolongación del patrimonio cultural intangible presente en las diferentes comunidades, por lo que los interesados deben auto sustentar sus proyectos para presentar al público sus creaciones basadas en la tradiciones de un pueblo que quizá está olvidando de donde viene o a donde pertenece.

El turismo religioso se presenta como un alternativa para el rescate del patrimonio cultural, ya que es un tipo de turismo al cual las autoridades mundiales y la OMT le están dedicando especial atención, generado la conservación y ordenamiento del territorio en las comunidades en las que se realiza peregrinaciones u otras actividades religiosas. Está por ejemplo, España tiene la ruta “El Camino de Santiago” que es uno de los destinos de turismo religioso más populares alrededor del mundo de los últimos tiempos, la gestión turística por parte de las autoridades locales y regionales en este destino ha permitido identificar y señalar los caminos y combinarlos con la animación turística y cultural. La gestión tanto de entidades gubernamentales y no gubernamentales dentro de los destinos de turismo religioso es sumamente importante para alcanzar una adecuada administración, su explotación responsable y la conservación de los atractivos turísticos. (OMT, 2007, págs. 3-4)

Complementariamente, durante la conferencia de Córdoba realizada por la OMT en octubre del 2007, se definieron algunos objetivos acerca del turismo y las religiones, en donde se establece que para un desarrollo sostenible del turismo religioso se debe tomar en cuenta: la cuantificación y gestión de la circulación de personas principalmente en eventos de gran magnitud, mantenimiento de monumentos

religiosos, protección del medioambiente, asignación de caminos e itinerarios de peregrinación, la salud de las personas, tecnologías de la información y comunicación y la promoción y marketing de los nuevos productos. (OMT, 2007, págs. 3-4)

Es importante también mencionar que debe contribuir al desarrollo local sin poner en riesgo el ambiente, a través de la utilización de energías renovables y del ahorro de los recursos, para el logro de estos objetivos los responsables de la gestión deben tratar de cuantificar los desplazamientos a través de una adecuada planificación que garantice visitas exitosas y la conservación a largo plazo de los destinos, según su potencialidad y recursos (OMT, 2007, págs. 3-4). Por ello, el turismo religioso por sus características puede ser una respuesta a la conservación del patrimonio intangible, puede permitir la difusión de los saberes de cada comunidad, y en general responde económicamente a los países y ciudades anfitrionas.

El turismo recauda aproximadamente 3.000 millones de dólares al día alrededor del mundo, beneficiando a países con diferentes niveles de desarrollo y está considerado como uno de los principales promotores de la economía creativa mundial. Por otra parte, favorece el crecimiento de las actividades creativas y culturales debido a que los turistas son los principales consumidores de servicios culturales y productos creativos. Finalmente, es importante destacar que la cultura contribuye al turismo a través de los sitios patrimoniales, festivales, museos, galerías, artes escénicas y tradiciones, además que proporciona turistas más conscientes y especializados. (UNCTAD, 2013, págs. 31-51)

A inicios de la década de los noventa, el turista tiene nuevos comportamientos y preferencias con mayores exigencias, esto conlleva a que, primero se desarrollen nuevos productos turísticos que cumplen dos características importantes, son económicamente viables y ofrecen diferentes productos que el turismo de masas. Y segundo, se determinen dos nuevas categorías del ambiente turístico, el natural o físico que determina las condiciones donde se realizan las actividades y el ambiente cultural que principalmente ofrece la cultura como experiencia individual especialmente educativa. (Durán, 2013, pág. 61)

Dentro de este aspecto cultural es importante aprender que para convertir un elemento cultural en un atractivo turístico, este debe encontrar su sentido en la propia

cultura local y favorecer las formas de expresión de cada persona y grupo a partir de las experiencias y los valores. El objetivo del turismo cultural y religioso es favorecer la cultura, a través del enraizamiento de la población con su cultura con de un cambio social que genere compromiso y redes de solidaridad que le permita a la comunidad anfitriona adoptar un carácter de sensibilidad y descubrimiento de sus valores culturales y la recreación de sus elementos de identidad cultural. (Durán, 2013, pág. 61)

Para comprender el aporte al desarrollo en términos de turismo cultural y creativo, resulta de interés analizar el ejemplo que se ha propuesto para la creación de un nuevo atractivo turístico, un parque temático en la ciudad de Rosario y Granadero Baigorria. En esta localidad se ha logrado que con ayuda de especializaciones diferentes a los estándares del antiguo turismo cultural, la actividad turística se incrementa motivado por la existencia de un contacto con la cultura, creatividad y las expresiones propias de la localidad, enfocada a un mercado establecido. Se ha ido posicionado además por su ubicación, servicio, precio y atención al cliente. (Durán, 2013, pág. 61)

La relación entre el turismo y la cultura fortalece a los dos campos, la cultura le da una distinción al atractivo para que fortalezca su competitividad, mientras que el turismo se presenta como un medio para fortalecer el legado cultural. Vale la pena puntualizar en este último, viene dado por diversos factores como el interés por la cultura como una manera de hacerle frente a la globalización mediante la apropiación de la identidad, así como el deseo de experimentar directamente otras formas de vida. La información de turismo y de cultura es cada vez más accesible y su combinación es sumamente importante para la economía, según Europa Nostra (2005) más del 50% de la actividad turística en Europa está impulsada por la cultura y se espera un crecimiento considerable en cuanto a Turismo cultural. (OECD, 2009, págs. 3-75)

En el caso de Estados Unidos, el 30% de los viajeros eligen su destino por influencias específicas de las artes, cultura o historia como Canadá, en donde casi 100 millones de los viajes hechos por residentes norteamericanos hacia este destino, estuvieron motivados por asuntos culturales, por ejemplo, se realizaron considerables visitas a museos, el 50% de los visitantes encuestados asistieron a festivales y existe una fuerte motivación por las artes visuales y escénicas. Adicionalmente, el arte

culinario también va tomando fuerza convirtiéndose en un atractivo más que es valorado por residentes y visitantes. Ahora los países enlazan la cultura creatividad y turismo, como es el caso de Singapur que se ha transformado en una “Ciudad Global para las artes”, por lo que el Consejo de Turismo de este país está impulsando las artes a través de la economía cultural y creativa. (OECD, 2009, págs. 3-75)

En algunos destinos es mucho más evidente la relación del turismo con las industrias creativas y culturales, debido a que el turismo en la actualidad no se basa fundamentalmente en los paisajes, sino en la participación del turista de un manera más sensorial, convivir con personas, ideas o eventos para tener una experiencia más real de la vista, los sonidos y sabores del lugar que visitan (OECD, 2009, págs. 3-75). Este se convierte en un factor sumamente importante para los destinos en cuanto a competitividad, para esto es necesario analizar las expectativas y el grado de satisfacción de los visitantes en un sitio; sin embargo, no en todos los casos existe la suficiente información en este aspecto, en este caso se pueden utilizar otros métodos para medir los posicionamientos y factores de competitividad de las zonas turísticas. La cultura y los recursos que posee el atractivo también son factores que se determinan para dinamizarlos, aprovecharlos y potenciarlos. (Montero, Oreja, & Parra, 2014, pág. 254)

En muchos territorios el turismo industrial se instaló después del despojo de propiedades, desplazamiento obligado de la comunidad, mano de obra barata y vulnerabilidad social; es decir, se instaló como un turismo que no toma en cuenta a la comunidad obligando a su desplazamiento. Está el hecho de que en muchos de los países que se consideran en vías de desarrollo, los vínculos entre el turismo y los diferentes sectores de la población son débiles, o a su vez, éstos se concentran solamente en las zonas más explotadas y no siempre están relacionados a la población local sino a inversionistas extranjeros o a grandes operadores internacionales, de manera que la llegada de las ganancias directamente a los pobladores y microempresarios se dificulta enormemente. Sin embargo, actualmente aparecen alternativas turísticas, que contribuyen al crecimiento económico debido a su gran efecto estimulante para la economía, y generan grandes beneficios al ofrecer oportunidades de empleo y reducir la pobreza local. (UNCTAD, 2013, págs. 11-15)

El sector turístico necesita desarrollar estrategias que le permitan ir a la par con el mercado actual, para lo cual definir la cadena de valor de esta actividad permite obtener herramienta de análisis e identifica los aspectos diferenciadores en los procesos del sector turístico (Garralda, 2013, págs. 1-5). Para evitar que el turismo sea un perjuicio para las poblaciones locales en lugar de un beneficio, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo del 2013, se propone que al definir estrategias para fomentar el turismo sostenible es indispensable que se evalúen las cadenas de valor que se desarrollan en el turismo en cuanto a la economía, para que estas permitan a los pequeños productores, artesanos y otros pequeños actores del turismo participar e incrementar sus volúmenes en el mercado con la ayuda de otras empresas grandes, flujos turísticos que estas atraen y a través de la transferencia de conocimientos y tecnologías. (UNCTAD, 2013, págs. 11-15).

La competitividad del turismo o específicamente referirse a la ventaja competitiva del turismo como actividad económica, se fundamenta por el hecho de que maneja un mercado que tiene la capacidad de ser segmentado en grupos de consumidores diferenciados, lo cual le permite ofertar nuevas opciones de actividades muchos más activas e individualizadas. Las empresas turísticas y gestores de destinos turísticos deben ir a la par con las tendencias del mundo actual, como son las tecnologías de la información y comunicación, que les permiten insertarse en el mercado y ofrecer servicios de alta calidad, aunque estén dirigidos a un segmento específico como el ámbito religioso, las actividades deben adaptarse a los nuevos comportamientos y exigencias de los consumidores, quienes están mucho más preparados para lo que van a conocer, son turistas que han investigado antes de viajar y en muchos casos gestionan sus propios itinerarios. (Guijarro, 2009, págs. 84-88)

En la presente investigación se pretende determinar la ventaja competitiva, no solo del turismo en general sino del Turismo religioso frente a otros tipos de turismo, los factores diferenciadores que han permitido que este tipo de turismo se posicione en ciertos destinos y como éste les ha ayudado también a posicionarse como puntos de visita obligatorios, a través de la experiencia espiritual y cultural que le brinda al turista. Por ello, se debe buscar una estrategia que les permita mantenerse en el tiempo, en el caso de las Recoletas de Quito, en primera instancia mejorar sus condiciones, para que sean más atractivas al turista, aprovechando sus potencialidades y la

colaboración de la comunidad, posteriormente estará su oferta y su posicionamiento, para que finalmente pueda ser tomado como un ejemplo para otros destinos.

Una de las herramientas más útiles e importantes para analizar la competitividad de los atractivos turísticos y empresas son las fuerzas de Porter, que permiten establecer estrategias para el éxito de las empresas o en este caso de los destinos, porque son una herramienta que analiza el entorno competitivo y la manera en que este puede ser atractivo y rentable a través de inversión, costos y precios. Se establecen cinco actores y sus interrelaciones, siendo estas las siguientes:

El poder de negociación de los consumidores, la primera fuerza de Porter, es la que permite determinar quien ejerce presión sobre los precios, ya que es importante analizar la concentración de consumidores y su nivel de información porque si la concentración de consumidores es más alta ellos son quienes pueden ejercer más presión, igualmente si el nivel de información que manejan es mayor, pueden exigir servicios mejores y mucho más competitivos. Además, en cuanto al producto o servicio si este ofrece un factor diferenciador importante podrá ejercer mayor presión en el precio y así tener el poder sobre este. (Porter, 1997, págs. 177- 196)

La segunda Fuerza es la amenaza de nuevos competidores y trata la facilidad o dificultad que existe para entrar en el mercado, depende del tamaño de las barreras de entrada y cómo reaccionan los competidores ante estas. Pueden ser empresas nuevas o empresas que diversifican su oferta, en este caso los factores que definen la fuerza o que se constituyen en barreras de entrada son las economías de escala, sectores en donde es mucho mejor operar a gran escala porque de esta manera pueden reducir sus costos. La diferenciación del producto que permite el reconocimiento de marca y las características que poseen son atractivas para el consumidor aunque no tengan que ver con el precio, en cuanto al acceso a los canales de distribución las empresas nuevas tienen que desarrollar canales de distribución o competir por los canales ya utilizados. (Porter, 1997, págs. 177- 196)

El poder de negociación de los proveedores, es la tercera fuerza, la cual se refiere a la presión que ejerce el proveedor según su concentración, si la concentración de quien suministra es mayor entonces este ejerce mayor poder de negociación sobre los compradores y viceversa. En esta fuerza también está el caso de la mano de obra,

cuando esta se encuentra altamente capacitada puede negociar de mejor manera y ejercer el poder sobre quien la contrata. (Porter, 1997, págs. 177- 196)

La cuarta fuerza es la amenaza de productos sustitutos, que analizan las situaciones en las que el producto o servicio se debe enfrentar a otros productos o servicios que son capaces de satisfacer la misma necesidad a la que apunta, en este caso el turismo religioso, es necesario analizar precios, ofertas y definir su diferenciación. Vale la pena puntualizar que mientras más cercanos parezcan los unos a los otros, mayor es la posibilidad de que el servicio pueda ser sustituido, también cabe recordar que los sustitutos son capaces de generar un techo sobre los precios de los servicios que cubren cierta necesidad y así volverlos menos rentables, lo que obliga a las empresas a buscar nuevas formas de satisfacer estas necesidades. (López, Castro, Mercado, & Trujillo, 2012, págs. 154-157)

Y la última fuerza es el grado de rivalidad entre competidores, la que determina la rentabilidad del sector y la situación de competitividad; es decir, la intensidad con la que las empresas compiten para mantenerse en el mercado, puede ser moderada, alta o baja. Las empresas acuden a algunas estrategias cuando ven en peligro su posición en el mercado como estrategias de precios, introducen nuevos productos o servicios y utilizan publicidad. Si la rivalidad en el sector es mayor, la rentabilidad es menor, para este análisis es necesario determinar el perfil de los competidores, la capacidad instalada, la tasa de crecimiento del sector económico y por supuesto la diferenciación. (López et al, 2012, págs. 154-157)

Analizar las fuerzas de Porter permitirá conocer la situación en la que se encuentra el Turismo, especialmente en el Centro Histórico y su contribución al desarrollo económico y social de este sector y de la ciudad. El desarrollo económico y social mediante el turismo consiste en hacer que todos los integrantes y sectores de una comunidad progresen, como es el caso del turismo religioso que cumplen los objetivos de sustentabilidad.; sin embargo, existen otras modalidades de turismo que no contribuyen en gran parte con este desarrollo como por ejemplo el turismo tradicional o de masas.

Para profundizar el concepto de turismo religioso, se puede mencionar que existen varias formas de convertir a los recursos en poderosos atractivos turísticos, que además

de demostrar la cultura y la identidad de un pueblo, también se han convertido en un motor de generación de empleo y desarrollo económico. Se puede citar el caso de Popayán en donde se realiza un importante evento “El Congreso Gastronómico de Popayán”, aquí la gastronomía cumple eficientemente con el papel de generador de empleo y desarrollo. Se trata de transformar a los turistas proporcionándoles experiencias que vayan más allá de los tradicionales objetos materiales, de brindarles evolución personal, sin dejar de gestionar los destinos en el sentido de conocer la necesidad de conservar los lugares, las expresiones culturales y respetar la autenticidad y esencia del atractivo. (Beltritti, 2012, págs. 2-16)

La oferta turística por su parte, le permite planificar acciones, definir adecuadas políticas de comercialización, definir y asegurar nuevos estándares de calidad que garanticen la satisfacción de los visitantes y experiencias gratificantes intelectual y espiritualmente. Es fundamental reconocer que el turismo religioso así como las nuevas formas de turismo cambian el enfoque del sector turístico para que este se desprenda del valor puramente económico tradicional de generar solamente dinero, sino que se fomente el valor de la propiedad intelectual, que se genere evolución espiritual y experiencias que integren valores en los visitantes y anfitriones. (Beltritti, 2012, págs. 2-16)

El turismo espiritual requiere un grupo de personas que a más de viajar por recreación, cultura y placer también desee conectar su mente por medio de rituales místicos. Este tipo de turismo se lo debe tomar en cuenta también por su relevancia económica, que se ve reflejada en las remesas que deja para la población receptora de visitantes y porque fomenta la visita del patrimonio cultural. El turismo espiritual está compuesto por diferentes ramas como: turismo peregrino en la cual los visitantes realizan actos de devoción o penitencia; turismo secular grupos motivados por convivir con una orden religiosa y el turismo religioso. (Secretaría de Turismo de México, 2009, págs. 12-15)

El turismo religioso no se basa netamente en peregrinaciones, su fin abarca diferentes propósitos y alcances como: labor misionera, convenciones religiosas, transformación espiritual, entre otras. La psicología social del turismo religioso lo determina como un tipo de turismo que está regido por la fe, que a su vez se convierte

en un negocio fructífero e involucra a diferentes participantes como: la administración pública, academia, iglesia y sociedad en general, quienes también se convertirán en gestores del patrimonio religioso. Estos protagonistas ofrecen la oportunidad de contacto con experiencias y crean un espacio para la difusión del conocimiento. (Sánchez, 2015, págs. 3-4)

El turismo religioso es el conjunto de prácticas vinculadas con las actividades turísticas en diferentes sitios de interés espiritual, que atraen tanto a feligreses como a turistas, cuyo motivo de visita puede ser el simple deseo de conocer o la práctica de la fe. Los turistas desarrollan la práctica religiosa como un comportamiento profano cuyo nivel de interés se adjudica a las nuevas experiencias que enriquecen su nivel de conocimiento cultural. Los aspectos espirituales y culturales son fuertes factores de motivación para el desarrollo de este tipo de turismo, puesto que estos determinantes influyen sobre los turistas para que visiten los sitios sagrados. Por otra parte, a través de sus bienes tanto materiales como metafísicos, que disponen las diferentes congregaciones religiosas, generan atracción turística por la importancia artística y valor histórico de cada elemento que la conforma, fomentando la interculturalidad y la salvaguardia del patrimonio. (Aulet & Hakobyan, 2011, págs. 64-65)

Vale la pena puntualizar que las peregrinaciones y el turismo religioso se complementan, pero cuyo significado es distinto. La peregrinación es un tipo de manifestación que requiere motivación profundamente religiosa y sacrificio, además que involucra el acercamiento y contacto con lo divino, sus seguidores buscan el perdón a través de esta actividad, curación para alguna enfermedad o el cumplimiento del voto; mientras que, los fines del turismo religioso están estrechamente ligados con el interés cultural, el descanso o la participación en celebraciones litúrgicas. Las recoletas de Quito, son puntos que están regidos por diferentes órdenes religiosas, tanto las características arquitectónicas y artísticas que las distinguen como sus festividades, las convierten en puntos de atracción dentro del Centro Histórico de Quito. (Parellada, 2009, págs. 20-24)

Las recoletas de Quito como: San Diego, el Tejar y Nuestra Señora de la Peña de Francia, son una oportunidad única para el desarrollo religioso y cultural a través de una gestión responsable, que debe involucrar varios aspectos que no tienen un valor

económico como: el acercamiento a cierto santo y la proximidad a la espiritualidad complementado con la realización de actividades y los servicios que se pueden ofrecer a los distintos visitantes. Las recoletas son espacios sagrados que representan fortaleza, por la acumulación de energía espiritual, que inducen a la meditación y renovación para el encuentro del ser humano con sí mismo. (Shackley, 2002, págs. 345-352)

El turismo religioso ya está posicionado en algunos destinos alrededor del mundo, especialmente en Santuarios del continente Europeo como Santiago de Compostela, los cuales también se están posicionando como grandes atractivos del mundo no solo por la fe sino por su valoración turística. Por ello, es importante tomar estos ejemplos para gestionar los atractivos turísticos del Ecuador, especialmente los de Quito y sobre todo de los sectores menos desarrollados de la ciudad, por lo que es necesario tener claro las implicaciones de esta labor, los actores, beneficiarios y la sustentabilidad de los atractivos. (Orta, 2005, págs. 57-63)

El posicionamiento es el lugar que ocupa el servicio o producto en la mente del consumidor; sin embargo, para los expertos del marketing esto no debe estar dado por el azar, sino por una planificación que le de ventaja al producto para lograr su posicionamiento en el mercado. No siempre las estrategias del producto deben basarse en las características del producto o servicio porque los consumidores cambian de expectativas y preferencias, lo cual hace que competencia cambie sus características para destacar. Por esta razón, se debe identificar estrategias dirigidas a un conjunto determinado, es decir realizar un proceso de posicionamiento para un nicho de mercado. (Orta, 2005, págs. 57-63)

El concepto de competitividad nace con la idea de que un país debe especializarse en las actividades en las que tiene más ventaja en cuanto a factores de producción lo que les permitiría producir a bajos costos. En el turismo, este concepto ha evolucionado desde definir que un destino es más competitivo según los recursos que disponga, hasta el concepto de la ventaja competitiva en donde la competitividad de un destino está definida por las gestiones que se realizan para agregarle valor al producto o mejorar la experiencia. Por ello, darle más eficiencia al consumo de recursos y la distribución de la riqueza en las localidades así se complementa incluso

con el concepto de sostenibilidad, de esta manera un sinnúmero de conceptos que apoyarían al desempeño del destino. (Orta, 2005, págs. 57-63)

Complementariamente a lo anterior, el éxito de un destino está dado por la generación de una ventaja competitiva frente a otros destinos; es decir, asegurar que los atractivos y las experiencias que se ofertan sean significativamente superiores a las que se ofrecen en otros lugares. Este hecho se ha convertido en un tema trascendental, incluso para los encargados de generar políticas en el mercado turístico, las mismas que deben permitir espacios y mantener la competitividad con visión de futuro y en un contexto dinámico. Se debe tener presente que el destino actual puede evolucionar en el tiempo, quizá implique adecuar espacios para recibir mayor cantidad de visitantes u ofrecer nuevos servicios que son un factor fundamental para seguir compitiendo. (Pascarella & Rubens, 2010, págs. 2-3)

La diferenciación para generar ventaja competitiva puede estar dada por la parte física, por ejemplo las características arquitectónicas de algunos hoteles y restaurantes; también puede estar dada por el servicio como la amabilidad y la ayuda para tomar decisiones. Hay quienes recomiendan desarrollar una sola propuesta de venta única y presentarse como el primero y el mejor en esta característica, pero hay quienes también recomiendan que la empresa puede tener varios factores diferenciadores. Lo importante es evitar el sub posicionamiento o el fracaso al intentar posicionar la empresa, el sobre posicionamiento que consiste en convertirse en una marca demasiado especializada y el posicionamiento confuso, que es la empresa que no proyecta una imagen clara de su negocio. (Kotler, García, Flores, Bowen, & Makens, 2011, págs. 269 - 278)

La ventaja competitiva debe ser bien identificada para su elección, no todas las diferencias suponen beneficios al cliente, para esto realmente deben ser significativas. Según (Kotler) las ventajas competitivas deben cumplir algunos aspectos:

- Debe generar un beneficio de gran valor para el cliente.
- Debe ser distintivo, la competencia no lo ofrece o la empresa lo ofrece de manera distinta
- La ventaja es superior a otras
- La comunicación de la ventaja es fácil

- Es una ventaja difícil de copiar
- Los consumidores tienen la capacidad de pagar por la diferencia

La diferencia debe ser importante para el consumidor, generar un interés significativo, hay algunas ventajas que son pequeñas o costosas y se tornan incoherentes. (Kotler et al, 2011, págs. 269 - 278)

La ventaja competitiva, en el caso del Turismo se refiere a la habilidad que tiene un destino para utilizar sus recursos a largo plazo, para esto se han determinado algunos modelos que permiten analizar los factores que definen si el atractivo es competitivo con respecto a otros. (Amaya, Conde, & Covarrubias , 2008, pág. 19) “La cultura es importante para el turismo, el atractivo y la competitividad de los lugares. Los lugares más exitosos son los que puede crear una sinergia positiva entre cultura y Turismo” (OECD, 2009, pág. 25). Lo que quiere decir que la cultura se convierte para muchos lugares como una importante ventaja competitiva que surge de las formas de organización y comercialización y de la creación de asociaciones entre comunidades locales, en donde la cooperación es una alternativa mejor que competir entre sí.

1.3 Marco conceptual

Atractivo turístico.- “Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo.” (SECTUR, 2015)

- “Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. Estos pueden ser atractivos naturales o culturales.” (Ochoa, Conde, & Maldonado, junio)
- “Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.” (MINCETUR, 2004, pág. 4)

Cultura.- “Conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los

sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo.” (UNESCO, 2016)

- “Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Es el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de ejercitar las facultades intelectuales del hombre” (Kroeber & Kluckhohn, 1952, pág. 3)
- “La cultura es una abstracción, es una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto nuestro conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento. (Herrero, 2002, pág. 1)

Competencia.- “Conjunto de empresas que satisfacen la misma necesidad al cliente. Los competidores más cercanos son aquellos que persiguen el mismo mercado meta con la misma estrategia.” (Kotler P. , 2001, pág. 29)

- “Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas, las cuales realizan la oferta y venta de un producto (son oferentes) en un mercado determinado, en el cual también existen unos personas o empresas, denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades, les compran o demandan esos productos a los oferentes.” (República, 2015)
- "La capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan.” (Mintzberg, 1997, pág. 4)

Diferenciación del producto.- “Está relacionada con la existencia de distintos niveles de calidad en la producción de un solo bien, con el espacio geográfico donde se produce y con las preferencias de los consumidores.” (Martínez, 2005, pág. 35)

- “La diferenciación un producto se por el valor que se le otorga a las características del producto que se desea, ofreciendo productos con características que el consumidor las desea.” (Vela, 2012, pág. 5)
- “Es, por tanto, una estrategia de marketing que trata de resaltar las características del producto, sustanciales o accesorias, que pueden contribuir a que se perciba como único, para así crear una situación de monopolio en el mercado.” (Godás, 2006)

Estrategia.- “La palabra Estrategia, procede del término griego *strategós* (Dirigir un ejército). En el fondo, las empresas actuales son ejércitos que luchan con otros en busca del favor del cliente.” (Carrión , 2007, pág. 24)

- “La estrategia es la dirección intencionada al cambio para conseguir ventajas competitivas en los diferentes negocios de la empresa.” (Hax & Majluf, 1996, pág. 13)
- “La estrategia es el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para lograrlos, establecidos de forma que definan en qué clase de negocio la empresa está, o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser.” (Andrews, 1977, pág. 67)

Identidad Cultural.- El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. (Molano, 2007, pág. 73)

- “La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias.” (Varas, 2000, pág. 6)
- "Todos aquellos rasgos culturales que hacen que las personas pertenecientes a un grupo humano y a un nivel cultural (...) se sientan iguales culturalmente". De manera que la condición natural de la cultura es que ésta varía -se diferencia, cambia en poco o en mucho - en lo que se refiere a sus contenidos entre grupos humanos; por esta razón, no es posible encontrar dos comunas que sean idénticas, dos poblaciones de una ciudad, o dos regiones en el país que no muestren diferencias en los elementos que componen su cultura. (Kottak, 2002, pág. 20)

Oferta turística.- “La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos² y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.” (MINCETUR, 2004, pág. 1)

- “La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.” (SEGITTUR, 2003, pág. 25)
- “Conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.” (Quesada, 2007, pág. 125)

Organización.- “Asociación de personas reguladas por un conjunto de normas en función de determinados fines.” (Real Academia de la Lengua, 2016)

- “Sistemas abiertos cuyas partes están relacionadas entre sí y con su medio ambiente. La naturaleza de esta relación es de interdependencia debido a que todas las partes del sistema afectan y son afectados mutuamente”. Es decir, un cambio en una parte del sistema (subsistema) afectará a otras partes del sistema.” (Goldhaber, 1994, págs. 30-31)
- “Unidades sociales, colectividad o agrupaciones humanas constituidas o reconstituidas para alcanzar objetivos específicos, con límites relativamente identificables, orden normativo, rangos de autoridad, sistema de comunicación y sistemas de pertenencia coordinados” (Scott & Etzioni, 1983, pág. 33)

Patrimonio Cultural.- “Todos los movimientos de personas con destino a atractivos culturales concretos, como sitios de interés patrimonial, manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de arte y teatro, en ciudades ubicadas en países que no son su lugar habitual de residencia”. (Escuela de Organización Industrial, 2013, pág. 22)

- “Es considerado como el conjunto de bienes que representan simbólicamente una identidad” (García A. , 2008, pág. 6)
- “El Patrimonio Cultural Material es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad que poseen un especial interés histórico, artístico, arquitectónico, urbano, arqueológico.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

Políticas Estatales.- “Conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil.” (Oszlak & O'Donnell, 2012, págs. 112-113)

- “Dota a sus autoridades de un elemento que no presentan las autoridades de otras sociedades que es la coerción que es la fuerza en virtud de la cual se puede obligar a alguien a encuadrar su conducta dentro del objetivo trazado.” (Silva, 2011)
- “Modelo que trata a la democracia como un bien colectivo y que introduce la idea de un cambio” (Dietz, 2000, pág. 25)

Posicionamiento.- “Es el uso que hace una empresa de todos los elementos de que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular del producto en relación con los productos de la competencia.” (Stanton , Etzel, & Walker, 2007, pág. 146)

- “Posicionamiento de un producto supone la concepción del mismo y de su imagen con el fin de darle un sitio determinado en la mente del consumidor frente a otros productos competidores. En otras palabras, es el lugar que el producto ocupa en la mente de los clientes.” (Monteferrer, 2013, pág. 62)
- “El posicionamiento consiste en diseñar la oferta de la empresa de modo que ocupe un lugar claro y apreciado en la mente de los consumidores meta.” (Kotler P. , 2001, pág. 39)

Recoleta.- “Recogimiento y atención a Dios y a las cosas divinas, con abstracción de lo que pueda distraer” (Real Academia de la Lengua, 2016)

- “Lugar con un ambiente que favoreciera el cumplimiento más estricto de la Regla que habían profesado las órdenes religiosas” (Cazanova, 1998, pág. 3)
- “Dícese de la persona que vive con retiro y abstracción y viste con modestia.” (Definiciones, 2014)

Santuario.- “Templo o lugar donde se venera la imagen o la reliquia de un santo, una divinidad o un espíritu de los antepasados o de la naturaleza y al que los devotos suelen acudir en peregrinación.” (Real Academia de la Lengua, 2016)

- “Espacios sagrados para absorber y reflejar multiplicidad de discursos religiosos” (Aulet & Hakobyan, 2011, pág. 8)
- “Que guarda una observancia más estrecha de la regla que la que comúnmente se guarda.” (Oxford University, 2016)

Sostenibilidad.- “Desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.” (UNESCO, 2016)

- “Desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.” (Brundtland, 2006)
- “Explotación de recursos, la orientación de la evolución tecnológica y la modificación de las instituciones acordes al potencial actual y futuro para satisfacer necesidades y aspiraciones” (García, Vergara , & Vergara, 2000, pág. 474)

Turismo religioso.- “Actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso.” (Aulet & Hakobyan, 2011, pág. 64)

- “Es la asistencia a manifestaciones de religiosidad popular ligadas a festividades o celebraciones religiosas, procesionismo semana santero y de los patronos, romerías.” (Conferencia Episcopal Española, 2016)
- “Forma parte del cultural, tanto material como inmaterial, y, en él, del patrimonial, desde que el desplazamiento de personas está motivado por interés en los recursos patrimoniales de un enclave.” (Abellán & García, 2014, pág. 8)

Ventaja Competitiva.- “Valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes.” (Enciclopedia de Economía, 2009)

- “Obtención de un resultado financiero superior dentro de su industria o grupo estratégico.” (Ghemawat & Rivkin, 1999, pág. 3)
- “Se basa en obtener una posición en que el producto es percibido como único en determinados atributos de importancia para los consumidores.” (Devoto, 2013, pág. 4)

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación Mixto

Se va a utilizar dos enfoques: cualitativo por ser más práctico el evaluar las recoletas de estudio, verificando su situación actual y analizando el comportamiento e interacción de quienes participan en el presente proyecto; y el enfoque cuantitativo porque sigue un procedimiento a través de la aplicación de instrumentos de recolección como: bibliográfica, observación, entrevista y encuesta para posteriormente tabularlos, analizarlos y emitir conclusiones.

2.2 Tipología de investigación

2.2.1 Por su finalidad: Aplicada

La investigación es aplicada porque en primera instancia se va a identificar una problemática existente en determinado sitio turístico, para analizarla, estudiarla y generar alternativas de solución a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos. En este caso se pretende diversificar la oferta turística a través del turismo religioso en tres Recoletas de Quito: Peña de Francia, San Diego y El Tejar, cada una de invaluable valor patrimonial e histórico.

2.2.2 Por las fuentes de información: Mixto

Es necesario la aplicación de dos fuentes de información: documental porque la información se va a obtener a través de fuentes bibliográficas tanto físicas como virtuales, recurriendo a bases de datos de ministerios, bibliotecas y archivos en plataformas gubernamentales y de campo porque las recoletas seleccionadas son casos de estudio en donde la visita y observación es importante para determinar su situación actual y además el contacto directo con sus participantes es importante para desarrollar la investigación eficientemente..

2.2.3 Por las unidades de análisis: Mixto

El proyecto se va a desarrollar a través de la unidad de análisis de laboratorio en donde el principal recurso a utilizar es la información recabada a través de las diferentes referencias bibliográficas y además al insitu el levantamiento de la

información se realizará acudiendo a cada una de las recoletas de estudio para aplicar diferentes técnicas de recolección de datos y poder determinar estrategias.

2.2.4 Por el control de las variables: No experimental

La investigación es no experimental porque las variables objeto de estudio o van a ser sujetos de modificaciones ni alteraciones. Las tres Recoletas ubicadas en la periferia del Centro histórico de Quito serán los lugares de estudio, la información recolectada en cada uno de los sitios será tomada una sola vez para su posterior análisis. Se determinará las características de los participantes que se involucran con cada lugar y el tipo de turista interesado en visitar estos atractivos. La información recopilada permitirá determinar estrategias para potenciar estas alternativas que propone el turismo religioso.

2.2.5 Por el alcance: Explicativo

Para poder llevar a cabo esta investigación se requiere realizar con antelación investigaciones de tipo: exploratoria determinando un problema social que en este caso corresponde a la poca afluencia de turistas que visitan las recoletas de Quito, siendo estos lugares uno de los principales atractivos para la práctica del turismo religioso.

El alcance descriptivo determina todos los participantes que se involucran con la investigación, empezando por las poblaciones que viven en las cercanías de las recoletas y quienes podrían involucrarse con el desarrollo del turismo religioso. Administradores de los diferentes sitios y su propuesta para la diversificación de la oferta a través de diferentes actividades y entidades gubernamentales quienes promocionen esta nueva alternativa de turismo.

El concepto de relación de variables corresponde al alcance correlacional donde se podría medir el aumento del flujo de visitantes en las recoletas de estudio si se aplica una propuesta que involucre actividades afines al turismo religioso, que no solo implique conocer sobre una orden religiosa, si no que envuelva al visitante en una nueva alternativa turística que aporte a su ocio, recreación y conocimiento.

2.3 Hipótesis

No aplica

2.4 Procedimiento para recolección de datos y análisis de datos Varios

Los datos para la presente investigación son recolectados mediante la Técnica documental, con fichas de revisión bibliográfica, de campo mediante fichas de observación obtenidas en el Ministerio de Turismo del Ecuador que son las fichas utilizadas para el registro de inventario de Atractivos turísticos y el análisis de bases de datos de información, todos estos obtenidos a través de la visita a los lugares definidos para esta investigación, así como de diferentes medios digitales de entidades gubernamentales y municipales que permitan medir incidencias, determinar fluctuaciones y conocer los planes y proyectos turísticos que puedan avalar o fortalecer la investigación para el desarrollo de estos sectores.

Se entrevistará a los dirigentes barriales de los Barrios de San Diego, El Tejar y la Recoleta para conocer su experiencia en cuanto a la labor que cumplen dentro de sus barrios y la ejecución de las políticas estatales y municipales que se refieren al desarrollo del turismo de forma sostenible en las localidades, es necesario conocer los problemas y barreras reales que pueden impedir el desarrollo de proyectos y hasta qué punto están dispuestos a otorgar su capacidad de liderazgo para trabajar en conjunto con los pobladores, colectivos culturales y microempresarios, policía nacional y municipal y comunidades religiosas.

También se entrevistará a los Administradores de los Santuarios para investigar distribución física y administrativa de los Conventos y Recoletas de San Diego, El Tejar y La Peña de Francia y conocer la complejidad de su labor como administradores de santuarios religiosos católicos, la relación que tienen con los feligreses del barrio, que está pasando con las visitas religiosas al santuario, necesitan apoyo gubernamental y cómo ven al turismo religioso en cuanto a que pueda convertirse en una alternativa de promoción de estos sitios para atraer más feligreses, más visitantes y turistas que deseen tener una experiencia espiritual, las barreras que ellos perciben para hacer de los sitios que tienen a su cargo importantes atractivos turísticos, las actividades que realizan como comunidad religiosa. Se necesita conocer además como es la relación con los dirigentes del barrio, existe colaboración y trabajo para beneficios comunes, o trabajan independientemente por beneficios individuales.

Además se entrevistará a un representante de la Agencia Metropolitana de Turismo Quito Turismo, para conocer los proyectos que tienen en estos barrios, si han trabajado

anteriormente en los mismos, como es su relación con los dirigentes barriales, el grado de apoyo hacia nuevos proyectos que puedan ayudar al desarrollo turístico de los barrios. La encuesta estará dirigida a turistas nacionales y extranjeros en puntos de conglomeración turística del Centro Histórico de Quito como: Plaza Grande, Plaza de San Francisco, Calle García Moreno, y los lugares de estudio Recoleta de San Diego, Recoleta del Tejar, y la Recoleta de la Peña de Francia.

2.4.1 Cobertura de las unidades de análisis: Varios

Para la obtención de la información se emplearán varios procedimientos para su análisis, como el censo como unidad de análisis aplicado en las diferentes Órdenes Religiosas que se vinculan con el trabajo para extraer información más certera a través del instrumento entrevista y la muestra se dirigirá para los turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes serán encuestados en puntos estratégicos del Centro Histórico de Quito.

En el sector de San Diego se entrevistará a dos personas el dirigente barrial y el administrador del Museo de San Diego, en el Sector del Tejar igualmente se entrevistará al dirigente barrial y al Administrador del Santuario y Museo del Tejar y en el sector de la Recoleta al dirigente barrial y al Administrador de la Comunidad del Buen Pastor. Por la parte gubernamental y se entrevistará a un representante de la Agencia Metropolitana de Turismo “Quito Turismo.”

Además, seleccionará una muestra de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito, para aplicar la encuesta, esto por ser el lugar turístico más importante de la ciudad y además se encuentra próximo a estos tres sitios. Para la muestra se ha tomado el dato determinado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino en su documento del Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del promedio de las llegadas internacionales de turistas no residentes del mes de Enero del año 2007 al 2015, para tener en cuenta las fluctuaciones reales que se tiene de año a año y las que se podría tener en el caso de que por la presencia de factores internos y externos el ámbito turístico del país y de la ciudad se vea afectado positiva o negativamente y por lo tanto las visitas; además que, se proyecta ejecutar las encuestas para esta investigación durante el mes de Enero.

Del total de llegadas se selecciona el porcentaje de visitantes exclusivamente del Centro Histórico determinado por el Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del mes de Agosto de 2015, ya que este es el dato más actualizado en cuanto a las visitas recibidas a lugares específicos de la ciudad.

El marco muestral para la presente investigación incluye puntos representativos del Centro Histórico de Quito, La Plaza Grande, Plaza de San Francisco y La Calle García Moreno en donde se encuentran importantes iglesias católicas del Centro Histórico, El Barrio de San Diego, El Tejar y la Recoleta de la Peña de Francia. Se realizará un muestreo de tipo aleatorio simple es decir que todos los visitantes tienen la mismas posibilidades de ser seleccionados.

Se aplicara la fórmula de muestra para población finita.

La población se ha determinado en: 12177

$$\frac{z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

N= 12177

P (Éxito)= 0,5

Q (Fracaso)= 0,5

E (Error permitido)= 5%

Z (Nivel de confianza)= 95%= 1,96

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 12177}{0,05^2 (12177 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{11694,7908}{31,4004} = 373$$

Se determina el éxito y fracaso en 0,5 porque no existen estudios anteriores sobre turismo religioso en las tres Recoletas de Quito; sin embargo, existen ciertos estudios sobre el Centro histórico de Quito que es un sector próximo y que tiene influencia sobre este caso de investigación por lo que la población de estudio no es del todo conocida.

El error permitido se ha determinado en 5% porque siempre existe error al escoger una muestra, en este caso porque los datos son de dos años atrás y no reflejan perfectamente la situación actual de los atractivos turísticos, con un nivel de confianza de 95%.

2.4.2 Procedimiento para tratamiento y análisis de información: Varios

Para el tratamiento de la información se realizará análisis descriptivo para generar alternativas de solución a partir de los resultados obtenidos en las fichas de revisión bibliográfica de las políticas estatales y proyectos turísticos a aplicarse en la ciudad, las fichas de inventario de atractivos turísticos encontrados en los sitios de investigación, de las entrevistas realizadas a los dirigentes barriales, administradores de santuarios y representante de Quito Turismo. Adicional, se sintetizará la información de las encuestas a través del programa SPSS que permite trabajar a partir de bases de datos y realizar análisis de registros y variables.

2.5 Instrumentos de recolección de información: Varios

TEMA	LIBRO/ PAPERS	AUTO R	CITA TEXTUAL	DISCUSIÓN	PÁGINA	AÑO	WEB

Bibliográfico: recopilar información de papers a fines al turismo religioso, libros sobre las recoletas a estudiar y demás fuentes que sirvan de aporte y sustenten el desarrollo del proyecto, en especial, para la elaboración del marco teórico, referencial y conceptual. Así como de las leyes, normas y ordenanzas gubernamentales para el desarrollo del turismo religioso en el país y la ciudad.

Observación: constituye un importante instrumento de recolección a utilizar dentro del proyecto de investigación para determinar los comportamientos de los diferentes participantes y analizar las características de cada lugar de estudio, para ello se empleará la ficha de observación que utiliza el Ministerio de Turismo.


REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

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

1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR:		FICHA N°	
SUPERVISOR EVALUADOR:				FECHA:	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:					
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:		TIPO:		SUBTIPO:	
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM):		LATITUD (UTM):	
PROVINCIA:		CANTON:		PARROQUIA:	
CALLE:		NUMERO:		TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:				DISTANCIA (Km.):	
NOMBRE DEL POBLADO:				DISTANCIA (Km.):	
4. CARACTERÍSTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):		TEMPERATURA (°C):		PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm3):	
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	ESTILO			
		CONSERVACIÓN DEL ESTILO			
		EPOCA DE CONSTRUCCION			
		DISTRIBUCION ESPACIAL			
		MATERIALES UTILIZADOS			
		MUESTRAS RELEVANTES			
		DECORACION			

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA:			
	DESDE:	HASTA:	FRECUENCIA:	DISTANCIA:
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	CURTIBLE	<input type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIA		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		

		FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Entrevista: elemento para recolectar información de los representantes de Quito Turismo y verificar si se está dando seguimiento al turismo religioso, dirigentes barriales y su función dentro del desarrollo de la actividad turística. Se ha seleccionado la entrevista como un instrumento de recolección de datos para la presente investigación, debido a que al ser este un instrumento dinámico y flexible permite conocer el punto de vista de los diferentes participantes en el proyecto de investigación.

Entrevista Administradores de Conventos



Objetivo: Recopilar información de los representantes de las comunidades religiosas acerca de su experiencia en el cargo, como comunidad religiosa, con la comunidad y en el ámbito turístico para analizar posteriormente la ventajas competitivas de cada uno de los sitios.

Saludo, Podría comentarnos en breves rasgos:

1. ¿Cómo ha sido su experiencia en la administración de este santuario? ¿Qué tiempo está este santuario a su cargo?
2. El museo o iglesia ha recibido algún reconocimiento o se destaca en algún aspecto?
3. ¿Considerando la importancia histórica y cultural de este sitio, llevan algún inventario de las obras de arte?
4. ¿Qué tipo de turistas los visitan?
5. ¿Qué tipo de servicios requiere usted? Boletería, Alimentación, otros.
6. ¿Trabajan o coordinan actividades con otras congregaciones religiosas?
7. ¿Qué han hecho para llegar a más turistas, para promocionar el lugar?
8. ¿Qué le hace especialmente atractiva esta Recoleta?
9. ¿Han considerado otras fuentes de recursos para la congregación como ofrecer servicios de hospedaje o alimentación para peregrinos, si se llegara a realizar un proyecto de concurrencia masiva?

10. ¿Cómo es la relación con la comunidad, los dirigentes barriales, los feligreses del barrio?
11. ¿Qué actividades realizan o servicios extras ofrecen en el convento, adicional al museo?
12. ¿Tienen algún acuerdo o convenio con entidades gubernamentales?

Entrevista Dirigentes Barriales



Objetivo: Recopilar información de los representantes del barrio acerca de su experiencia en el cargo como dirigente y como residente, sus principales problemas, su relación con las autoridades estatales y el resto de la comunidad para analizar posteriormente la ventajas competitivas de cada uno de los sitios.

Saludo,

1. ¿Hace cuánto tiempo está en el cargo de dirigente barrial?
2. ¿Cómo son las relaciones con la comunidad, están interesados en apoyar o son indiferentes a los proyectos que plantea la directiva?
3. ¿Existe apoyo gubernamental o del Municipio de Quito a los proyectos presentados por el barrio?
4. ¿Existen planes para fomentar el turismo dentro del barrio?
5. ¿Qué servicios prestan sus agremiados?
6. El turismo es una modalidad de Turismo en la que la principal motivación de los visitantes es obtener un valor espiritual del sitio que visitan, además de un aprendizaje cultural. ¿Usted cree que el barrio puede incursionar en estas actividades?
7. ¿Cuál considera que es el recurso o sitio más llamativo del barrio?
8. ¿Considera que el barrio puede presentar barreras para el turismo?

Entrevista Representante de Quito Turismo



Objetivo: Conocer los planes que tiene la Agencia Metropolitana de Turismo de Quito para trabajar con las recoletas y sus barrios aledaños, con el fin de determinar si la investigación cabe en uno de estos proyectos o puede impulsar uno nuevo.

1. ¿Tienes planes para ampliar las zonas de actividades turísticas han considerado las Recoletas de Quito?
2. ¿Cuáles son los lugares destinados para la práctica del turismo religioso en Quito?
3. ¿Se ha fomentado la aplicación del turismo religioso a través de capacitaciones?
4. ¿Se trabaja conjuntamente con las organizaciones barriales, administradores de Santuarios?, ¿Cómo es la relación con estas personas?

Encuesta: destinada para definir al turista religioso, quienes serán el flujo de visitantes interesados en esta nueva tendencia turística y sus requerimientos en cuanto a la aplicación.

ENCUESTA



Objetivo: Determinar el interés de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito, a través de su criterio en cuánto a las actividades turísticas que les gusta llevar a cabo, para concluir si el turismo religioso es la alternativa más adecuada para sus requerimientos.

Género: Femenino Masculino **Edad:** 11-20 21-30 31-40 41-50 51-65
Más de 65

Motivo de viaje: Turismo Estudios Negocios Eventos Visita a familiares
Otro

Procedencia: Nacional: Pichincha__ Guayas__ Azuay__ Tungurahua__
Imbabura__ Manabí__ Otro_____

Extranjero: EEUU__ Colombia__ España__ Venezuela__ Perú__
Argentina__ Chile__ México__ Francia__
Alemania__ Reino Unido__ Otro_____

Número de días de su viaje: ____ **Número de días que destina a visitar el Centro Histórico de Quito:** ____

Viaja: Solo____ Pareja__ Con familia____ Con compañeros de trabajo____

Nivel de educación: Primaria__ Secundaria__ Tercer Nivel__ Maestría__
Posgrado__ PhD__ Otro_____

1. ¿Cada cuánto tiempo visita el Centro Histórico de Quito? Semanal__
Quincenal__ Mensual__ Anual__

2. ¿Qué tipo de puntos de interés turístico son los que más le gusta visitar?
Parques Nacionales__ Ruinas Arqueológicas__ Museos__ Iglesias__
Teatros__ Bibliotecas__ Monumentos__ Parques__ Lugares
Tradicionales__ Recoletas

3. ¿Califique su experiencia al visitar el Centro Histórico de Quito?
Excelente__ Muy Buena__ Buena__ Regular__ Mala__

4. ¿Usted ha visitado alguno de estos lugares?

Convento y Museo de San Diego	Iglesia y Convento de Santo Domingo	
Iglesia y Convento de San Francisco	Cementerio de El Tejar	
Cementerio de San Diego	Barrio La Recoleta	
Iglesia de la Compañía	Iglesia y Museo del Buen Pastor	
Iglesia y Museo de El Tejar	Ninguno	
Plaza de la Independencia		

5. Califique su experiencia en estos lugares
Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

6. Tomando en cuenta que el turismo religioso es una alternativa turística que ofrece a los visitantes una experiencia cultural y espiritual en santuarios de la ciudad. ¿En qué grado le interesaría conocer sitios donde se desarrolla este tipo de turismo?

Muy interesado Interesado Imparcial Poco interesado Nada interesado

7. ¿Le parece atractivo conocer más sobre las Recoletas de la Peña de Francia, San Diego y El Tejar a través de una ruta de turismo religioso? ¿Y de una experiencia espiritual?

Muy atractivo Atractivo Imparcial Poco atractivo Nada atractivo

8. ¿Asistiría a una exposición sobre la historia de estas Recoletas y sus barrios aledaños? Si__ No__

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la práctica del turismo religioso?
\$0-\$3____ \$4-\$7____ \$8 o más____

10. ¿Cómo le gustaría recibir información turística sobre las Recoletas?
Folletería__ Redes Sociales__ Correo Electrónico__ Whatsapp__
Correspondencia__ Página web__ Otro_____

CAPÍTULO III

RESULTADOS

Consideraciones del Estudio

El Centro Histórico de Quito es uno de los principales destinos turísticos del Ecuador porque guarda en sus muros infinita riqueza histórica, cultural y religiosa. Se considera que desde tiempos preincaicos se ha constituido como un importante centro político, administrativo y religioso, donde habitaron los Quitus, para luego en el período incaico se asiente la residencia de Huayna Cápac y las más importantes personalidades de este territorio. Posteriormente con la colonización española se convirtió en la Real Audiencia de Quito, en el actual centro histórico se instalaron, sobre edificaciones indígenas, algunas de las principales funciones administrativas, como el Cabildo, las Congregaciones Religiosas, el Cuartel General, entre las representativas. (Lara, 1992, págs. 42-87)

En aquel tiempo, las congregaciones religiosas católicas ejercían un papel trascendental en la colonización de las ciudades, en las ordenanzas de Granada en 1526 se dispuso que toda expedición de descubrimiento lleve al menos dos religiosos para la conversión y enseñanza de los indígenas y que velaran por su buen tratamiento. El poder eclesiástico era uno de los principales poderes en la organización política y administrativa de la colonia española; no solo se basaba en el ejercicio de la autoridad religiosa, sino también en el apoyo de los de los conquistadores. Es así que se les otorgó grandes territorios para que pusieran en pie iglesias y conventos, tanto de forma gubernamental como de donaciones hechas por los habitantes, quienes a cambio de favores espirituales conferían tierras y dinero para la construcción de capillas, iglesias y otras infraestructuras. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2011, pág. 25)

La primera congregación que llegó a la fundada ciudad de Quito fue la congregación de los Franciscanos en el año de 1535, que con el arribo de Fray Jodoco Rique y Fray Pedro Gocial concretaron el establecimiento de la Orden con la construcción de una rústica capilla de adobe y paja en el nombre de San Pablo. Además, estos dos personajes guardan una vinculación muy estrecha con una de las

reformas franciscanas más austeras, la de los recoletos (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2011, págs. 25-45).

Las congregaciones religiosas se dedicaban principalmente a la evangelización de los indígenas, la enseñanza de las artes y los oficios como la pintura, escultura y siempre existió para ellos la necesidad de uno o varios espacios en donde puedan desarrollar sus actividades tanto con los fieles como para la preparación de los nuevos religiosos. Así surgen las recolecciones en España a finales del siglo XV por la necesidad de una observancia más estrecha de las reglas dentro de las órdenes religiosas, eran lugares alejados de las ciudades o poblados en donde los religiosos pueden realizar sus retiros espirituales, llevar una vida austera sin la presencia latente de las tentaciones mundanas (Lara, 1992, págs. 80-87).

Para la Orden Franciscana era obligatoria la existencia de al menos una recoleta por provincia, es así que se funda en Quito la Recoleta de San Diego de la Orden de los Franciscanos, por pedido de los religiosos a través de los habitantes quienes se acercaron al Cabildo en el año de 1597 a solicitar la construcción de esta en el antiguo Barrio de Miraflores. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 27-33)

San Diego fue la segunda recolección construida en América del Sur y se constituyó en el impulso para la creación de otras recoletas, es así que en el año de 1600 surge la Recoleta de la Peña de Francia por el impulso de Fray Pedro Bedón, religioso Dominicano quien proyectó los edificios y utilizó las cuatro cuevas de la quebrada del río Machángara para retiro, penitencia y oración, posteriormente cedieron el espacio a las religiosas Franco Canadienses del Buen Pastor. Por su parte, los Agustinos en el siglo XVII consiguieron la ermita de Veracruz para fundar la Iglesia del Belén y un convento recoleto, llamado Recoleta de San Agustín de San Juan Evangelista; sin embargo, debido a la crisis económica posterior a la Independencia se vieron obligados a abandonar este lugar. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 27-33)

La orden de Los Mercedarios también buscó su lugar de Recolección, el Fray Francisco de Jesús Bolaños se retiraba en época de cuaresma al tejtar de la comunidad donde había una pequeña ermita con la imagen de la Virgen en la pared, al seguir otros su ejemplo, es que se levanta un pequeño retiro y en 1754 se concede a los mercedarios la licencia para construir su recolección en este sitio, prevaleciendo hasta nuestros días el nombre de El Tejar. (Kennedy & Ortiz, 2010, pág. 32)

Actualmente, las recoletas permanecen en estos sitios, aunque a largo de los años hayan sufrido algunas modificaciones, tanto de infraestructura como administrativas, permanecen en la memoria de los quiteños. Estos lugares siguen siendo lugares de encuentro para los fieles de los barrios y sitios de gran interés histórico, cultural y arquitectónico para quienes se enteran de su existencia, aunque un poco alejadas del Centro Histórico por la connotación con la que fueron construidas, pero igualmente de un incalculable valor que merece ser destacado.

3.1. Dimensión Política – Administrativa

Es importante reconocer el entorno político administrativo bajo el que se está desarrollando el Ecuador y sus actividades económicas, esencialmente el Turismo, es por ellos que se hace indispensable analizar los lineamientos y estrategias más importantes planteadas por el gobierno central y municipal para el desarrollo de esta actividad y de esta manera identificar el nivel de trascendencia que tiene dentro de las estrategias nacionales. Así también considerar la organización de la comunidad, que es el nivel más bajo de organización para considerar las necesidades directas de la población.

3.1.1. Políticas Estatales

El Ecuador al ser un país democrático está regido por una serie de políticas gubernamentales que norman las diferentes actividades que se realizan en el país, en especial la actividad turística está que está regulada por diferentes lineamientos y planificaciones que la describen como la principal fuente de recursos que tiene que ser potenciada para mejorar el desarrollo económico de la nación.

3.1.1.1.El Plan del Buen Vivir

El Plan del Buen Vivir es un compendio de objetivos que buscan consolidar un estado democrático, mejorar la calidad de vida de los habitantes a través de la diferenciación y aplicación de la igualdad y equidad para fomentar las potencialidades y capacidades de los pobladores. Ecuador promueve la construcción de derechos humanos, económicos, sociales, culturales y ambientales sobre la visión del Buen

Vivir conocido en kichwa como Sumak Kawsay. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 13-16)

Cabe destacar que el propósito de este plan va más allá de ser un concepto de desarrollo, sino que se vincula con la construcción de los derechos de los ciudadanos y la naturaleza convirtiendo al Ecuador en el primer país en todo el mundo en adoptar estos lineamientos en su marco constitucional. Además se plantea un atlas de desigualdades que proporciona alertas en la administración pública para aplicar acciones correctivas. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 16)

Vale la pena mencionar que dentro de este plan se da prioridad a los proyectos de inversión que fortifican la acción del estado en sectores estratégicos con alta rentabilidad, esto con el fin de que la redistribución de riquezas se aplique equitativamente para todos los sectores a través de los distritos y circuitos. Es importante mencionar que toda transformación social y económica requiere de una transición para cambiar la mentalidad ciudadana. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 17-18)

La aplicación del plan del Buen Vivir involucra un proceso de rupturas de distintos tipo bajo los siguientes ejes: equidad cuyo objetivo es el desarrollo integral para erradicar la pobreza; revolución cultural que constituye una sociedad más creativa, con valores éticos y confianza colectiva; el territorio y la revolución urbana que propone un ordenamiento territorial para alcanzar la equidad y cohesión; la revolución agraria con adecuada distribución de la tierra y un comercio justo; la revolución del conocimiento con el cambio de matriz productiva a través de la innovación, ciencia y tecnología, y la excelencia como medio para lograr procesos eficientes. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 18)

A pesar de que los mencionados ejes ofrecen alternativas para el desarrollo del Plan del Buen Vivir siempre van a existir limitaciones como: equidad social, puesto que aún existen marcados estratos sociales que denotan las clases más favorecida de aquellas que tienen menos recursos, y que a pesar de desarrollar una misma actividad la repartición de las remesas es desigual. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 19)

Otro factor limitante es la deficiente articulación entre crecimiento económico y mejoramiento de la calidad de vida; es decir, que los países que reciben mayores ingresos no siempre superan las expectativas para un digno vivir, esto afirma la frágil asociación entre satisfacción con la vida e ingreso por habitante. Un claro ejemplo es Costa Rica, que a pesar de ser un país en vías de desarrollo, ha alcanzado un índice de satisfacción de la calidad de vida que supera cuatro veces al índice de Estados Unidos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 22)

El último factor son los límites para contribuir a la sustentabilidad, en donde se establece que el ser humano debe utilizar los recursos responsablemente. Cabe destacar que desde 1978 la huella ecológica del planeta superó la capacidad natural de soporte de ecosistemas frente a la actividad del ser humano. Por ello, es importante recalcar que este plan surge para promover y respetar la diversidad cultural, los ecosistemas y los recursos que las generaciones futuras también merecen conocer. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 22-23)

Por el mismo hecho de respetar los recursos y promover la mejora en la calidad de vida de los habitantes, se debe asegurar la sustentabilidad y autonomía en cada localidad. Para cumplir con todas estas condiciones es necesario un estado laico puesto que con el desarrollo de la libertad de consciencia en todas sus expresiones, cada individuo será capaz de potenciar sus talentos y facultades para la incursión de proyectos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 24-27)

El plan del buen vivir establece seis dimensiones básicas para el desarrollo de la sustentabilidad como son:

- 1) Participación productiva y seguridad económica
- 2) Acceso universal a bienes superiores
- 3) Equidad social
- 4) Participación social
- 5) Diversidad cultural
- 6) Sustentabilidad

Estas dimensiones involucran varios aspectos económicos, culturales y sociales para que la aplicación de este plan abarque todos los campos posibles y que su intervención mejore la calidad de vida de los pobladores. Cabe recalcar que no solo se

requiere de una considerable entrada de dinero para alcanzar el buen vivir, sino que se requiere de más factores como acceso a la educación, libertad de expresión y una vivienda digna. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 29)

El principal propósito de este plan es la implantación de determinados objetivos que están orientados bajo tres ejes: construcción del poder popular; derechos libertades y capacidades para el buen vivir y transformación económica a partir del cambio de matriz productiva. Todo esto se impulsará a través de la constitución para lograr una eficiente articulación territorial y la construcción de equidad y cohesión. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 79-80)

Los distintos objetivos que establece el Plan del Buen Vivir se basan en auspiciar la igualdad y la equidad social, mejorar la calidad de vida, potenciar las capacidades de la ciudadanía, fortalecer la identidad nacional, asegurar los derechos humanos y de la naturaleza, garantizar el trabajo digno, impulsar el cambio de matriz productiva, determinar sectores estratégicos para a innovación tecnológica y garantizar la soberanía y la paz. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 81-83)

Cada uno de estos objetivos dependen de líneas estratégicas las cuales puedan ser aplicadas por la ciudadanía y a través de su ejecución se lograrán las políticas propuestas. En el presente proyecto de investigación se va a poner énfasis en el objetivo 10 que trata sobre impulsar el cambio de matriz productiva, en el cual se va a promocionar los nuevos sectores de productividad sostenibles, sustentables y diversos a través de la ejecución de proyectos basados en la economía del conocimiento. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 82)

Para desarrollar los proyectos en primera instancia se debe encontrar una relación entre equidad social y las dinámicas económicas para efectuar el cambio de matriz productiva a través del aprovechamiento de los recursos, creación de nuevas industrias y la promoción de los nuevos sectores en donde se destaca el turismo como una de las principales fuentes de ingresos económicos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, págs. 291-293)

Para fomentar el desarrollo del sector turístico se debe hacer hincapié en el talento humano ya que constituye el principio para la transformación productiva del país porque se liga con las actitudes y aptitudes de cada trabajador ecuatoriano. Todo con

el fin de que se puedan desarrollar en diferentes campos laborales y que su intervención contribuya a una mejora continua. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 293)

En el Plan del Buen Vivir se detallan varios lineamientos estratégicos para el cambio de matriz productiva, el que compete para el desarrollo de este trabajo es aquel que plantea la diversificación para generar mayor valor agregado en los sectores que proveen servicios en el cual uno de sus enfoques es impulsar el turismo en las diferentes localidades para atraer visitantes tanto nacionales como extranjeros. Esta actividad se debe realizar responsable y éticamente asegurando la sostenibilidad y sustentabilidad de los recursos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 301)

Uno de los campos en el sector turístico que se debe rescatar y potencializar es la oferta cultural, que no solo involucra museos, plazas y teatros, sino que debe incluir otro tipo de lugares como las recoletas que han sido lugares de desplazamiento religioso y de penitencia cuyos recursos a más de los arquitectónicos y culturales. También se representa a través de un sentido espiritual, factor que puede potenciarse en diferentes mercados destino alrededor del mundo. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 301)

3.1.1.2 Estrategia Nacional para el cambio de La Matriz Productiva

El Estado juega un rol sumamente importante ya que a través de sus políticas puede apoyar a generar un entorno de competitividad sistémica que los actores económicos por si solos no logran desarrollar debido a que el clima de negocios no es el más adecuado, existen limitaciones en el entorno de innovación y transferencia tecnológica, así como también en la coordinación entre la academia y el aparato productivo. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 15-18)

La estrategia Nacional para el cambio de la Matriz Productiva ha sido planteada por el gobierno del Ecuador para impulsar la conversión de la economía del país de recursos primarios a una economía basada en el conocimiento. Es proyecto político social que esta articulado en tres dimensiones (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015) :

1) Las políticas de entorno que alientan la competitividad sistémica.

- 2) las políticas sectoriales que impulsan cadenas productivas de mayor interés en la perspectiva del cambio; y,
- 3) las políticas de industrias básicas que permitan un ampliación del tejido económico nacional, cuyo objetivo es diversificar la oferta de productos y servicios del país. (Pág. 8)

La especialización del país en sectores de baja productividad, limitado contenido de conocimiento y encadenamiento que fortalezca el tejido empresarial, es un factor que ha restringido el crecimiento de la productividad, por lo que es preciso que se planteen políticas que impulsen la inserción en mercados mundiales de rápida expansión y aumentar el peso en la producción y el comercio de sectores o actividades cuya intensidad de conocimiento sea fuerte y pueda permitir diversificar la matriz productiva. Así también, se requiere hacer que los profesionales calificados, intelectuales y técnicos no solo estén concentrados en el sector de administración pública y educación, sino que participen activamente en otros sectores productivos. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 25-31)

El desafío del Gobierno Nacional es alcanzar una base de empresas con presencia en sectores dinámicos, intensivos en conocimiento y que conciban a la innovación como un componente esencial de sus estrategias. Por otro lado, generar oportunidades laborales para distintos perfiles de trabajadores, actuar sobre la economía popular solidaria tomando en consideración a los emprendedores, para mejorar sus condiciones laborales y la productividad, promoviendo el desarrollo del conocimiento y la innovación en cadenas que tienen potencial en la transformación productiva. Estos elementos se acordaron en el Comité Interinstitucional para el Cambio de Matriz Productiva, entre las que el Turismo se ubica dentro del sector Servicios, ya que este permite mejorar la productividad, generar valor agregado e impulsar nuevos productos. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 40-48)

Así mismo, este documento contempla dentro del componente 1: Entorno y Competitividad Sistémica, el eje estratégico “Ecosistema de Innovación” en donde se determina que la base para concebirla es el emprendimiento, la cultura, el entorno, el talento humano, la institucionalidad y regulaciones, la infraestructura y los servicios relacionados con la tecnología e innovación. Adicionalmente, se plantea como lineamiento estratégico posicionar al sector Cultural y Patrimonial del Ecuador como

elemento estratégico del cambio de matriz productiva, mediante el fomento de emprendimientos e industrias culturales a través de:

- Red de Ciudades Patrimoniales, como sustento de la industria turística y potenciador de la identidad cultural.
- Fomentar y fortalecer las industrias culturales, sus cadenas productivas y la difusión de contenidos para el cambio de patrones de consumo y valorización de la producción nacional
- Fortalecer y promocionar espacios de encuentro intercultural e intergeneracional para generar cohesión social

Fortalecer la cooperación intersectorial para promover la producción cultural.

- Crear espacios de dialogo social que promuevan la valoración y uso activo del Patrimonio cultural. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 48-52)

Por otra parte, está el Componente 2: Desarrollo y Fortalecimiento de Cadenas Productivas, en donde uno de los ejes estratégicos que se plantean es el de las Cadenas de servicios y sectores intensivos en conocimiento, en este se encuentra el turismo, El gobierno nacional considera a la actividad turística como una actividad sostenible basada en la naturaleza y la cultura, tomando en cuenta que es el responsable de casi 5 % del PIB, 4% de las exportaciones de bienes y 57% de las exportaciones de servicios, se constituye como la quinta actividad más importante en la generación de divisas. En la cadena de esta actividad participan directamente 21.079 empresas en lo que respecta a alimentación y alojamiento generando aproximadamente 114.108 empleos. . (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 48-52)

Según cifras manejadas por diferentes organizaciones públicas, se ha registrado un importante crecimiento de la demanda durante los últimos años, generado ingresos que pasaron de US\$ 449 millones a US\$ 1251 millones. Ecuador posee grandes ventajas por su patrimonio natural y cultural; sin embargo, no ha logrado construir ventajas competitivas que puedan diferenciarlo y lo han mantenido en el turismo de bajo costo, atentando así al establecimiento de una oferta turística de calidad con sostenibilidad ambiental y cultural. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 52-76)

Esta referencia normativa también busca establecer una cadena generadora de divisas mediante el estímulo del turismo interno, del turismo receptivo para visitantes de alto poder adquisitivo para favorecer la sostenibilidad económica, socio-cultural y medioambiental. Para desarrollar una industria turística se requiere comprender el comportamiento de la demanda nacional y mundial y fortalecer la oferta para esto se han establecido lineamientos estratégicos articulados en seis pilares fundamentales (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 77-78):

- Competitividad de productos y servicios.- en primera instancia se requiere identificar los destinos por categorías definiendo circuitos y oferta complementaria.
- Calidad de Productos y Servicios.-Se establecerá una categorización de productos y servicios con criterios internacionales y normas de calidad para todos los servicios.
- Fortalecimientos de la cadena.- Establecer mecanismos de fomento de la cooperación empresarial para estimular el valor agregado y el consumo de productos locales.
- Promoción basada en experiencias diferenciadoras.- establecer una política de promoción para nichos específicos.
- Sostenibilidad.- Proponer acciones que combatan la degradación del patrimonio natural y cultural.
- Articulación entre actores.- Aprovechar el liderazgo del Ministerio de Turismo para involucrar a las entidades públicas y privadas.

Así el Ecuador podrá diversificar y mejorar la oferta turística hacia una más competitiva e innovadora, unificando esfuerzos y con herramientas de gestión coherentes que permitan superar las barreras de competitividad y captar corrientes de turistas de mayor gasto y especialización.

3.1.1.3 PLANDETUR

A través del Ministerio de Turismo el Estado ha establecido objetivos, políticas y estrategias turísticas al año 2020 en el Plan de Desarrollo Turístico (PLANDETUR 2020), en donde se proponen acciones a desarrollar durante el plan a través de 6 áreas temáticas funcionales, 22 programas y 78 proyectos, además se propone un esquema institucional para su gestión, la estructuración de espacio turístico del país para tener un criterio del desarrollo turístico y priorizar las iniciativas que respondan al

ordenamiento de productos por destinos, finalmente incluye las medidas para asegurar la sostenibilidad del plan. (Ministerio de Turismo, 2007, págs. 6-10)

Se distingue el proyecto de Innovación de productos en el que se pretende crear un producto a partir de la revisión de los inventarios de atractivos turísticos o mejorar productos ya existentes, se favorecerán productos basados en turismo cultural entre ellos los de turismo religioso, aunque en mayor medida los proyectos vinculados en mercados artesanías, gastronomía, medicina ancestral, fiestas populares y haciendas históricas. Se busca potenciar las actividades culturales y el rescate del patrimonio histórico por medio del respeto a las manifestaciones de las culturas y poblaciones locales para favorecer el intercambio cultural saludable y aportar a la sostenibilidad del sector. (Ministerio de Turismo, 2007, pág. 318)

Otro de los proyectos es la creación de un Sistema Nacional de Expresiones Culturales para el Turismo entre estos la artesanía, música y folklore para apoyar la puesta en valor de proyectos de expresiones culturales. De esta manera se podrá adecuarlos para incluirlos en los paquetes turísticos que se ofrecen en el país, permitiendo también que las comunidades refuercen su identidad, recuperen su autoestima social y su cultura. Por su lado los sitios podrán gozar de una conservación eficaz del patrimonio cultural e histórico. (Ministerio de Turismo, 2007, pág. 382)

El PLANDETUR 2020 contempla varias líneas de producto que deberán ser cruzadas con los destinos turísticos regionales para definir las prioridades de actuación, es decir, se tomará en cuenta que se encuentre dentro de uno de los destinos regionales y dentro de las líneas de producto. El Turismo Religioso se encuentra dentro de la línea de producto Turismo Cultural, como se puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla 1
Líneas de Productos y Variedades de Productos Específicos del Ecuador

LÍNEAS DE PRODUCTOS	
CIRCUITOS GENERALES	VARIEDADES DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS
SOL Y PLAYA	Circuitos Generales Sol y Playa
TURISMO COMUNITARIO	Turismo Comunitario
TURISMO CULTURAL	Patrimonios Naturales y Culturales
	Mercados y Artesanías
	Gastronomía
	Medicina Ancestral y Shamanismo
	Fiestas Populares
	Turismo Religioso
	Turismo Urbano
	Turismo Arqueológico
	CAVE- Científico, Académico, Voluntario y Educativo
	Haciendas Históricas
PARQUES TEMÁTICOS	Parques Temáticos
ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA	Parques Nacionales
	Reservas y Bosques Privados
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas
	Observación de Flora y Fauna
TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA	Deportes terrestres
	Deportes Fluviales
	Deportes aéreos
	Deportes oceánicos
	Otros
TURISMO DE SALUD	Termalismo
	Medicina Ancestral
	SPA's
	Otros
AGRO-TURISMO	Haciendas, Fincas y Plantaciones
MICE	Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones
TURISMO DE CRUCEROS	Cruceiros

Fuente: (Síntesis de estudios de consultoría de productos. Grupo de especialistas en productos, bajo la denominación de Grupo de Trabajo de Mercadeo- GTM para el PLANDETUR 2020.)

El turismo religioso se encuentra dentro de la caracterización de los siguientes destinos tomando en cuenta sus atractivos turísticos principales (Ministerio de Turismo, 2007, págs. 454-465):

- Sierra Norte como producto potencial dentro del Turismo Cultural
- Costa Sur, como línea de producto, principalmente por el atractivo turístico Olón
- Frontera Sur, como línea de producto, especialmente por el atractivo turístico Santuario de El Cisne.
- Quito, Distrito Metropolitano, también como línea de producto.
- Guayaquil Distrito Metropolitano, como línea de producto por las procesiones de Cristo del Consuelo y el Santuario de Narcisa de Jesús.

Aunque se puede encontrar al Turismo Religioso dentro del destino Quito Distrito Metropolitano, por sus características históricas y culturales, no se destaca como la principal línea de producto sino como un componente del Turismo Cultural.

3.1.1.4. Legislación Estatal y Municipal

La Constitución de la República establece que los gobiernos municipales tienen la facultad de planificar el desarrollo cantonal, así como preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural de cada cantón. Además, el Código de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD) establece que el desarrollo de la actividad turística es una función del Distrito Metropolitano. Por su parte, la ley de turismo también asigna a los gobiernos provinciales y cantonales el impulso y apoyo al desarrollo turístico y la conservación permanente de los recursos

naturales y culturales. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2014, págs. 4-6)

Así mismo, se determina que la política estatal en cuanto al Turismo debe cumplir con algunos objetivos, entre estos, el Estado debe potencializar las actividades de la iniciativa privada o de autogestión mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo, garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos, promover internacionalmente al país y sus atractivos e incentivar el turismo interno. Por su parte, el gobierno de la República del Ecuador a través del Ministerio de Turismo transfirió al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito la competencia de Turismo en la ciudad para el desarrollo, promoción turística, control y vigilancia de la calidad de las actividades y establecimientos turísticos. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2014, pág. 5)

La Ordenanza Metropolitana N° 170 establece como política convertir a Quito en un destino turístico de clase mundial, a través de la diversificación de oferta de productos con el objetivo de desconcentrar la actividad incluyendo a nuevos actores de la ciudadanía y también a nuevos lugares en el desarrollo turístico, fomentando al mismo tiempo la actividad cultural como un componente del turismo junto con el paisaje y la arquitectura patrimonial. Adicionalmente para esto mediante la Ordenanza N°236 se ha establecido la creación de “Zonas Especiales Turísticas” para la ejecución de una política turística común. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2014, pág. 5)

Es importante recordar que no todo el territorio comprendido entre los límites de esta zona se lo puede considerar como espacio turístico, ya que debe contar con las infraestructuras y facilidades para la realización de actividades turísticas. La Zona Turística Especial “Centro Histórico” está limitada al norte por la calle Briceño, sur Calle Ambato, Occidente Avenida Mariscal Sucre y oriente Avenida Pichincha, esto quiere decir que ninguna de las tres recoletas de Quito están dentro de esta zona, por lo que ningún plan o proyecto planteado incluye a estos destinos, aunque la Recoleta de San Diego y la Peña de Francia si se encuentran dentro de la jurisdicción de la parroquia Centro Histórico. (Consejo Metropolitano de Quito, 2012, pág. 32)

El artículo 3 de la Ordenanza N° 236 define los objetivos de la actividad pública, es decir del Distrito Metropolitano de Quito, entre los que están:

- Fomentar el turismo receptivo a nivel local, regional
- Coordinar e impulsar el desarrollo turístico planificado, en función de la mejora de la calidad de vida de las personas y de la conservación y preservación del patrimonio natural, histórico y cultural
- Poner en valor los recursos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito, mejorar los existentes e identificar potenciales que contribuyan al enriquecimiento del patrimonio y a la diversificación de la oferta turística.

El artículo 7 determina que le corresponde al Municipio formular y ejecutar políticas, planes, programas, proyectos y acciones en todo ámbito relacionado con el turismo, su desarrollo y promoción junto con los organismos públicos y privados así como las organizaciones sociales y comunidades. También es su competencia diseñar y gestionar productos, rutas y circuitos turísticos y ejecutar en general cualquier actividad que permita el desarrollo y promoción de las actividades turísticas o para la gestión de las mismas. (Consejo Metropolitano de Quito, 2012, pág. 12)

Por otra parte, en el Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se plantean políticas para el Centro Histórico de Quito, entre ellas la CH-6 en la que se promueve el Patrimonio Cultural y la creatividad haciendo alusión a que la cultura, el patrimonio y la identidad son valores pertenecientes al territorio y se constituyen en elementos de competitividad. En este sector, es bastante considerable la posibilidad de generar economía creativa basada en el conocimiento e incluirla en la planificación lo cual permite generar trabajo y contribuir al desarrollo económico y tecnológico y vincularlo a las líneas de la preservación del patrimonio cultural y los procesos de recuperación de todas las áreas históricas del Distrito. (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2015, pág. 128)

3.1.2. Organización de la comunidad

El Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial contempla la participación ciudadana como una de sus políticas más importantes, es así que se tiene la Política S2

que busca fortalecer el tejido social, impulsando su participación en la construcción de políticas públicas. Uno de los objetivos de esta política es que los procesos de participación ciudadana sean transversalizados en procesos del Distrito Metropolitano de Quito, para esto los lineamientos estratégicos son la promoción de la participación y organización social, el fortalecimiento de las organizaciones ciudadanas como las barriales a través del impulso de modelos de organización barrial y de mecanismos de involucramiento ciudadano y voluntario. (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2015, págs. 24-33)

Así mismo, la Política CH-7 a ser aplicada en el Centro Histórico de Quito busca la gestión participativa en la construcción del ordenamiento del territorio, que relacione lo cotidiano y esté al alcance de los ciudadanos, el objetivo de esta política es: Generar espacios de democracia participativa y de pertenencia en el ensamblaje social. Los lineamientos son: La definición de la gobernanza sobre el Centro Histórico de Quito y sus áreas históricas para obtener una estructura organizativa fuerte y poder conciliar intereses y conflictos de los actores sociales, así también generar procesos de veeduría social y comunitaria. (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2015, pág. 128)

Dentro de los principios básicos que define la Ordenanza N° 236, artículo 2, para la intervención del Municipio del Distrito Metropolitano en el ejercicio de las actividades turísticas se contempla la participación ciudadana; es decir que, las políticas públicas de apoyo y fomento al turismo se deben sustentar en la participación activa de los distintos actores sociales. (Consejo Metropolitano de Quito, 2012, pág. 6)

Los barrios actualmente están organizados bajo el nombre de Comités Pro Mejoras, en el caso del Barrio de San Diego el Comité está conformado por Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretarios, Vocales principales y vocales alternos. En el caso de la Recoleta del Tejar, que pertenece al barrio El Placer igualmente el Comité está conformado de la misma manera, el barrio la Recoleta por su parte no cuenta con un comité, algunos ciudadanos y microempresarios manifestaron que cada persona trabaja individualmente por sus intereses.

3.1.3. Sostenibilidad

La estructura productiva del Ecuador está fuertemente polarizada; es decir, existen pocos agentes productivos o de muy baja productividad concentrada en sectores primarios lo cual no permite responde a la creciente demanda de productos y bienes intermedios. Por esto, se ha recurrido a las importaciones, lo que da a notar la profunda debilidad sistémica de la estructura productiva que mantienen los diferentes sectores productivos. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 28-30)

El país al momento necesita cambios estructurales en el ámbito productivo para asegurar la sostenibilidad en el mediano y largo plazo no solo en términos económicos sino también ambientales. Por esto la estrategia nacional para el cambio de Matriz productiva plantea la responsabilidad de promover una producción más limpia a través de regulaciones que impulsen altos estándares ambientales y las prácticas amigables con el ambiente, para que tanto las generaciones presentes como las futuras puedan disfrutar del patrimonio natural y cultural. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, págs. 42-44)

El PLANDETUR 2020 plantea el reto de orientar la política sectorial para el turismo sostenible sobre la base de un acuerdo internacional en donde se le considera una oportunidad para lograr el cumplimiento de algunos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM):

ODM1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

ODM3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer

ODM7: Garantizar la sostenibilidad del ambiente

ODM8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Es por esta razón que se toma a la sostenibilidad como norma de país y guía para cualquier política, todas las acciones que se presenten para el desarrollo del turismo en Ecuador estarán basadas en la sostenibilidad económica, social y ambiental sin dejar de lado a la calidad. Es decir que, una vez integrados los criterios de sostenibilidad, el desarrollo también debe buscar la competitividad del destino a través de alcanzar altos niveles de estándares internacionales y conseguir el liderazgo y la mejora continua. (Ministerio de Turismo, 2007, pág. 468)

Muchos de los procesos de planificación que se han dado en el país en cuanto al turismo han tenido enfoques diferentes y se han destacado por la falta de continuidad. Es por esta razón que algunos destinos, aunque estén posicionados, no tienen a la sostenibilidad como un factor destacable en su gestión; sin embargo, a través del ordenamiento propuesto se podrá disponer de mejor manera las infraestructuras, servicios y la operación del turismo como tal y así cumplir los lineamientos del turismo sostenible. Lo que se busca es favorecer al desarrollo local a través de oportunidades equitativas de empleo, mejorar la calidad de vida, la protección del patrimonio cultural y natural y reducir la estacionalidad en los destinos turísticos. (Ministerio de Turismo, 2007, pág. 242)

Una de las tres dimensiones que más ha contribuido a la divulgación de la sostenibilidad y que ha sido considerada en el PLANDETUR 2020, es la sostenibilidad social. Este elemento procurar una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales, buscando proporcionar a los visitantes una experiencia segura, satisfactoria y completa, asegurar la satisfacción del residente frente a la actividad turística, implicar a las comunidades anfitrionas en las planificaciones y gestión del turismo, por parte de las organizaciones vinculadas a su desarrollo. (Ministerio de Turismo, 2007, págs. 469-475)

En cuanto a la riqueza cultural lograr el respeto y mejoramiento del patrimonio, así como mantener la calidad de los entornos evitando la degradación física y visual de los ambientes. Así como también, el fortalecimiento y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades anfitrionas, a través de la transformación de las estructuras sociales y el acceso a los recursos y servicios básicos evitando cualquier forma de explotación social o ambiental, lo que permitirá al mismo tiempo fortalecer el turismo comunitario y el patrimonio cultural. (Ministerio de Turismo, 2007, págs. 469-475)

3.2. Dimensión Socio – Cultural

La Dimensión Socio – Cultural como parte de la teoría del desarrollo local pretende rescatar recursos tangible o intangibles que dan cierta particularidad a un lugar o población. La cultura es un factor determinante del desarrollo, aunque ha sido poco

estudiada, las alternativas de diversificación que brinda son amplias desde un aspecto recreacional hasta un sentido más religioso y espiritual.

3.2.1. Patrimonio Cultural

Quito, como Patrimonio Cultural de la Humanidad, declarada por la UNESCO en 1978, se convirtió junto a Cracovia en Polonia, en las primeras ciudades en ser parte de esta lista de Patrimonio Mundial. A partir de esta declaratoria los organismos pertinentes hicieron mayor hincapié en la restauración, el mantenimiento y la divulgación del valor artístico, cultural tanto e intangible de la ciudad. Esta labor siempre ha estado a cargo del distrito Metropolitano de Quito, ente rector de las unidades técnicas y administrativas para la protección del patrimonio. (Martín & Villamor, 2005, pág. 2)

La riqueza patrimonial de la ciudad se representa en su Centro Histórico a través de sus iglesias, edificaciones de tipo colonial y sus manifestaciones inmateriales. Sin embargo, algunos recursos históricos y religiosos se han quedado rezagados por ubicarse en las zonas periféricas del centro histórico, teniendo poca afluencia de turistas y siendo excluidas de los atractivos turísticos representativos. (Martín & Villamor, 2005, pág. 3)

3.2.1.1. Recoleta de San Diego

Esta recoleta se encuentra ubicada en la calle Calicuchima N117 y Farfán, situada dentro de la Parroquia Centro Histórico de la ciudad de Quito, su zona de influencia la constituye el sector periférico de la ciudad, cerca de la Av. Occidental que atraviesa el sur y norte de la ciudad. La Recoleta de San Diego dentro de la metodología para inventarios de atractivos turísticos se encuentra en la categoría manifestación cultural de tipo histórica y subtipo arquitectura netamente religiosa porque está conformado por la iglesia, el convento, el museo y el cementerio, todas estas edificaciones

sus primeros años de existencia el convento estaba construido alrededor de él. Este patio tiene una forma cuadrangular, con galerías de arcos de medio punto y columnas ochavadas de piedra; posee además un piso alto con galería y arquería, en el cual se encontraba la Capilla de la Virgen de Montserrat. (Peralta & Moya, 2007, pág. 228)



Figura 2 Patio de la Cruz

Así mismo, otro patio muy significativo dentro de esta congregación es el que posee la pila, el cual se construyó a fines del siglo XVII y cuya fuente de piedra es de base circular; en su perímetro se encuentran dos puertas de piedra, la planta baja está adornado con arcos de medio punto y columnas de piedra ochavada., A continuación está el patio del Noviciado, también conocido como patio de la Virgen por una escultura en piedra que evoca a la Madre de Dios. Finalmente, se pueden encontrar los dos patios restantes sin mayor importancia para las actividades religiosas y que se encuentran a un lado del convento, los cuales son más pequeños y se encuentran separados por la cocina. (Peralta & Moya, 2007, pág. 229)

El conjunto arquitectónico, en general, está formado por una plazoleta en la entrada del convento, donde se ubica la portería y en esta una pequeña capilla conocida con el

nombre de la Virgen de Chiquinquirá. Adicionalmente, se puede observar el convento, el coro, la iglesia y la sacristía, y el Museo en cuyo se puede apreciar los claustros de la cruz y de la pila, la sala de profundis, refectorio, cocina y horno; así como, algunos frescos de gran belleza alusivos a la época colonial y el famoso Cristo de la leyenda del Padre Almeida. (Peralta & Moya, 2007, pág. 228)

En cuanto a la religiosidad, la Recoleta de San Diego era un lugar ideal para retiros espirituales, alejado de la ciudad y bajo las estrictas normas de un convento. Posee diversas características religiosas importantes como su nombre todas las expresiones de fe que se suscitaron a lo largo de los años. Cabe recalcar que la importancia de este lugar no solo radica en el aspecto del catolicismo; sino también, el misticismo y las creencias populares, como la leyenda del Padre Almeida y las costumbres y los saberes tradicionales de los habitantes de los barrios cercanos. (Peralta & Moya, 2007, pág. 227)

Por lo citado anteriormente, se nombrará a algunos de los personajes y aspectos religiosos que marcaron la vida de en esta recoleta: San Diego de Alcalá (1393-1463) es un actor muy importante para la Recoleta, de aquí toma el nombre este conjunto arquitectónico. Es el patrón de los hermanos franciscanos legos, que no son sacerdotes, pero si religiosos que practican la caridad, la humildad y renuncia. En 1450 viajó a Roma para asistir a la canonización de san Bernardino de Siena, en esta época se vivieron precarias condiciones higiénicas en esta ciudad por lo que fue afectada por una peste mortal postró en cama a la mayoría de los frailes del convento de Araceli donde San Diego se hospedaban. Su comportamiento en estas circunstancias fue ejemplar ya que se desvivió cuidando a los enfermos del convento a los pobres de la ciudad, dándoles alimentos y aliviando su sufrimiento con sus manos untadas de aceite de la lámpara de la Virgen. (Suárez, 2008, pág. 360)

Este personaje tenía gran devoción por la pasión de Cristo y se le atribuye un milagro en el que convirtió panes en flores cuando tras los rumores de que era excesivamente generoso con los pobres, el padre guardián del Convento quiso sorprenderlo y los panes que llevaba bajo su hábito milagrosamente se convirtieron en flores. Se lo representa como un fraile joven en oración delante de un crucifijo muy humilde, tan solo dos palos cruzados, tiene panes y rosas sobre el hábito recogido como

escondiéndolos, porque de esta manera socorría a los pobres, también lleva una alforja y llaves. (Suárez, 2008, págs. 367-369)



Figura 3 San Diego de Alcalá

Fuente Cuadro de José de Ribera

Otra de las imágenes importantes en San Diego fue la Virgen de Montserrate, adoptada en el Convento de San Diego por su conexión con las montañas. Es conocida como la “Moreneta o Virgen Negra”, la advocación viene de Cataluña cuando en el año 880 d.C. unos pastores vieron una luz en una montaña y al acudir al este lugar se encontraron con la figura de la virgen dentro de una cueva, cuando se pensó en trasladarla, resulto imposible por su peso por lo que se decidió construir el Santuario en este mismo lugar. (Muzio, 2013, pág. 8)

Quito siempre se ha caracterizado por acoger imágenes que se relacionan con terremotos, pestes o catástrofes; la imagen de esta virgen fue pintada al óleo en un lienzo del claustro alto, le consideraron una imagen muy milagrosa por lo que tenía su propia capilla dentro del convento. Los fieles le llevaban cuerpos, cabezas, piernas, brazos elaborados en cera a manera de ofrendas. Asimismo, su fama viene de los religiosos que cristianizaban en la región amazónica. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 55-59)

Otra de las imágenes veneradas es la Virgen de Chiquinquirá, fue el convento de San Diego quien le dio el valor a esta advocación para luego atraer la devoción de los quiteños, aunque se le atribuye muchos milagros, no llegó a tener la importancia que tienen en Colombia o en Venezuela. Sin embargo, se le construyó una capilla con su propia sacristía, dando una idea de que probablemente fue uno de los puntos de contacto con el exterior que recibía cuantiosas limosnas, también era la que alegraba la vida austera del convento. Actualmente se encuentra en una pequeña capilla en el sitio donde se encontraba la portería junto a la iglesia. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 143-153)

Se representa a la Virgen de Chiquinquirá con la Virgen del Rosario al Centro, una toca blanca que cae sobre sus hombros, en la mano derecha lleva un rosario y en la izquierda al niño Jesús quien viste una túnica rosada y lleva un pajarito en la mano, a sus pies tienen a la luna. A su lado derecho se encuentra San Antonio de Padua, lleva en su mano izquierda un libro cerrado sobre el que se encuentra el niño Jesús con la esfera del mundo en sus manos, en su mano derecha lleva una palma. A su lado izquierdo se encuentra San Andrés Apóstol quien mira un libro abierto que lleva en su mano derecha y lleva debajo de su brazo izquierdo una cruz. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 143-153)

Las normas de disciplina en esta Recoleta eran muy estrictas, en un principio no podían llegar a esta los religiosos que hayan cometido alguna falta o que hayan sido castigados; todos debían usar sayal de color recoleto característico de esta congregación, un religioso recién iniciado solo podía salir a la calle con permiso del guardián y acompañado del maestro de los novicios, por su parte los religiosos encargados de recoger limosnas en la ciudad debían ir acompañados por uno de sus compañeros y un sota síndico. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 96-100)

A pesar de las rígidas normas, el convento también tuvo una época de relajación, aquí es donde aparece el famoso personaje, el Padre Almeida, algunos autores coinciden en que la leyenda representa una época del convento en donde se vivía una supuesta relajación moral y las actuaciones de cierta parte del clero. Aun así, muchas de las normas que debían cumplir los religiosos como salir solo o acompañados, hablar con mujeres, no vender mortajas o vino o no maltratar a los indios, se observaban continuamente durante esta época. La leyenda que gira en torno a este religioso y su

vida cotidiana le da al convento un sabor popular y pícaro. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 96-100) Por la importancia de Leyenda del Padre Almeida en la cultura de Quito, se presenta a continuación la versión de la Sra. Laura Pérez de Oleas Zambrano (1962):

Sitio escogido x las aves del cielo para refugio de sus amores y adecuado retiro de monjes místicos y soñadores, era la recolección Franciscana que con el título de Orden de los Descalzos de san Diego... Hermosa capilla, amplios claustros y numerosas celdas formaban este retiro franciscano.

Llegó al Convento un joven que acaba de egresar del noviciado, lo primero que hizo al instalarse en la celda que le había sido asignada fue colocar debajo de la estera un paquete de naipes, saco una carta que leyó y releyó con ilusión, estaba enamorado. Pasó días enteros pensando en la forma de escapar, al no encontrar la forma de hacerlo la tristeza lo inundaba, paseaba silencioso y cabizbajo por lo que todos creían que era un santo y reprimían sus deslices, él a su vez pensaba que ahí solo reinaba la virtud y la disciplina.

Una noche mientras tomaba aire fuera de su celda vio que un religioso se trepo por la tapia del jardín y estuvo en la calle de un salto, corrió a su celda tomo un sombrero y una capa, salto por el mismo sitio de su compañero y corrió hasta alcanzarlo:

- ¡Ah pícaro Fraile! Vuelve a tu convento
- ¡Madre Santísima de las Angustias!, exclamó el otro Fraile

Una carcajada del Padre Almeida le devolvió la sangre al corazón, los dos iban en busca de aventuras. Cuando volvieron al convento los quedaron de acuerdo en que lo mejor para los dos era permanecer juntos en sus noches de evasión. Hicieron muchas confidencias, cada cual llevo al otro a sus lugares de encanto, Fray Tadeo a la Esquina de las Almas, por su parte Fray Manuel tenía a su amor en la Cruz de Piedra. Pero no solo iban a estos sitios, sino que tenían una amiga a la que llamaban la Percherona en donde se encontraron a otros padres dos dominicos y un mercedario, así pasaban las noches de juerga Fray Tadeo tocaba el arpa y Fray Manuel la guitarra y cantaba unas coplas que derretían todos los corazones femeninos.

Una mañana al volver, les esperaba una desagradable sorpresa, el Padre Guardián se encontraba al pie de la tapia, lo tomó por las orejas y los castigo ocho días con ayuno de pan y agua además tenían la obligación de azotarse todas las madrugadas por los pecados cometidos. A partir de ese día levantaron más de un metro las tapias

del jardín y los dos quedaron en vigilancia. Pero esto no fue impedimento para el Padre Almeida, quien un día observó el enorme Cristo que se encontraba la pie del Coro y se le ocurrió que deslizándose por él podía alcanzar la ventana de la Capilla y por ahí caer directamente a la calle; cuando comunicó su idea a Fray Tadeo este se horrorizó y le dijo que no lo haría jamás.

Fray Almeida si lo hizo, todas las noches se deslizaba por la cruz e iba a reunirse con sus amigas, les contaba cómo se salía del Convento y su novia Catita le pidió que no hiciera ese sacrilegio, pero él volvía a hacerlo cada noche confiando en el paciente Cristo que le prestaba su hombro y una callada complicidad. Aún así una noche cuando vio hacia abajo había una llamarada que no se consumía, incrédulo pensó que era producto de su imaginación por tantas noches que se había desvelado, posteriormente a este suceso, una noche no lograba subir y le pidió al Cristo que lo ayudara, al momento escucho una voz:

- ¿Quosque tándem Pater Almeida?

Sabía que era el Cristo porque le hablaba en latín, a lo que él respondió:

- Usque ad rediveam Domine

El alma del Padre Almeida estaba en peligro, por lo que el Cristo en su infinita Bondad, le retó en castellano para librarlo del infierno:

- ¿Hasta cuándo Padre Almeida?
- Hasta la Vuelta Señor, y se descolgó por la ventana

Cuando iba por la Plaza de San Francisco se encontró con un cortejo fúnebre de Franciscanos, sorprendido porque no había tenido noticias de algún fallecido, interrogó a uno de los encapuchados: - Decidme quién es el muerto.

- El Padre Almeida, respondió

No quiso preguntar más y se acercó al difunto, levantó el capuchón que lo cubría y vio su propio rostro deformado por la muerte, cuando volteó se dio cuenta que todos los del cortejo eran esqueletos. Despavorido volvió al convento y confesó todos sus pecados de rodillas ante el Crucifijo, pidió perdón y misericordia. A partir de ahí se azotaba todos los días y cumplía con sinceridad sus ayunos, la imagen del Cristo conservó muchos años las manchas de sangre de las penitencias del Fray Almeida. Así se convirtió en un personaje Santo y sabio. (Perez, 1962, págs. 327-336)

En el convento existen elementos que se relacionan con la leyenda, como el Cristo que se encuentra en la Sacristía, que salía en procesión en semana santa para la Ceremonia del Descendimiento, se cree que estaba en el muro Sur del Presbiterio donde había una ventana, pero hoy se encuentra una imagen de San Sebastián. Además, existe un cuadro que según muchos es un retrato del Padre Almeida sostiene una calavera y una cruz llana, sobre el marco está escrito: “Padre Almeida, ruega por mí y líbrame del pecado”. (Kennedy & Ortiz, 2010, pág. 121)



Figura 4 Cristo del Padre Almeida

La importancia de la Recoleta se centra no solo por lo señalado anteriormente, sino que también se destacó por las Misiones, la presencia de religiosos de este convento en las expediciones de evangelización a los indígenas en el Amazonas daba la idea de que fue en esta recoleta en donde empezaron las ideas misioneras. Estas incursiones requerían de una intensa preparación, tanto desde el punto de vista físico como psicológico ya que los religiosos debían tener conocimientos de la lengua de los indígenas y llevar artículos de culto, vituallas e incluso armas. (Kennedy & Ortiz, 2010, pág. 143)

Las fiestas también se celebraban en grande, por ejemplo el 13 de noviembre se conmemoraba la fiesta del patrono por lo que se contaba con altar, música, cohetes, cera, banquetes de refectorio, cajeros, pifaneros; así mismo, la fiesta de Navidad también estaba llena de alegría con comidas surtidas abundantemente de dulces. Además, el convento tenía otros gastos como la alimentación para lo que se compraba ají, uvillas, chocolates, chicha, hierba, membrillos, pejes, aves para enfermos, queso, huevos, azúcar y entre los gastos generales estaban tabaco colorado, cercos para anteojos, pinturitas para los religiosos y otros gastos como los de viajes que hacían algunos religiosos. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 145-153)

San Diego no siempre albergó gente con espíritu de perfección, muchas veces fue sinónimo de casa de disciplina, a donde llegaban religiosos enviados por sus superiores, sobre todo porque la disciplina era mucho mayor en esta recolección. Sin embargo, durante la época independentista también empezaron dentro del convento los conflictos entre religiosos chapetones y criollos creando problemas disciplinarios y enardecido los ánimos de la sociedad civil. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 189-193)

Algunos religiosos de las diferentes órdenes existentes en Quito desempeñaron papeles activos en el proceso independentista, dando lugar a enfrentamientos dentro de los conventos e incluso muchos abandonaron sus obligaciones religiosas para participar en la causa. Se destacan entre los franciscanos los padres Manuel Cruz, Ignacio Bosano y Luis Cevallos quienes fueron comandantes de batallones patriotas contra las fuerzas de Toribio Montes. Algunos de ellos, también predicaban la independencia desde los púlpitos para que el pueblo tome armas. (Kennedy & Ortiz, 2010, págs. 187-195)

3.2.1.2. Recoleta de El Tejar

La ubicación de esta recoleta está en la parroquia San Juan, en la calle El Tejar N5-153 y Av. Mariscal Sucre junto a una zona de influencia comercial de gran circulación. La Recoleta de El Tejar dentro de la metodología para inventarios de atractivos turísticos se encuentra en la categoría manifestación cultural de tipo histórica y subtipo arquitectura netamente religiosa porque está conformado por la iglesia, el convento, la

capilla y el cementerio, todas estas edificaciones pertenecientes a la Orden Mercedaria son utilizadas para diferentes actividades. (Ministerio de Turismo, 2002, págs. 12-13)

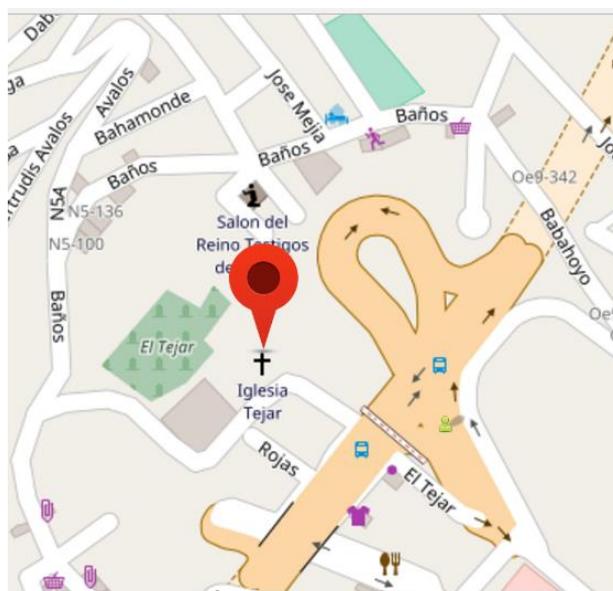


Figura 5 Ubicación de la Recoleta de El Tejar

Fuente: Ubica Quito

Esta recoleta guarda en su interior un baluarte de historia y arquitectura que es menester de todos promocionar y resguardar, lamentablemente este sitio de trascendencia cultural ha sido aislado del Centro Histórico de Quito. Uno de los motivos que más influenciaron en esta exclusión fue la construcción de la vía Occidental y los túneles que se encuentran en las zonas periféricas del centro de la capital, por lo que el acceso a esta recoleta se tornó difícil y se alteró notablemente su entorno tradicional. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 12-13)

Para poder entender un poco más sobre este conjunto arquitectónico es necesario determinar cronológicamente su proceso constructivo y demás datos de interés. En primer lugar, en el año 1535 los conquistadores donaron cuatro solares a Fray Hernando de Granada representante de la orden mercedaria, a quien adicionalmente se entregó dos porciones de tierra destinada para los cultivos. En las parcelas donadas se construyó un tejtar, es por eso que la recoleta adquiere ese nombre, y junto a este se levantó una pequeña capilla donde se rendía culto a la Santísima Virgen. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 15-16)

En 1640 la hermandad de Santa Vera de la Cruz donó su ermita para que en este sitio se erigiera la primera Recolecti3n Mercedaria, el 3 de agosto del mismo a3o tom3 posesi3n de la ermita Fray Miguel de Le3n, el primer comendador de la Recolecti3n. En 1648 se solicit3 al rey la licencia para formalizar la recolecti3n, sin embargo esta petici3n nunca fue ratificada; a pesar de este predicamento el Cap3tulo provincial aprob3 la fundaci3n, pero por falta de fondos que la financien su duraci3n fue de apenas 10 a3os. Cien a3os despu3s de este suceso los Mercedarios solicitaron una nueva licencia para fundar su recolecti3n pero esta vez en el sitio de su tejar. (V3squez & Ortiz, 2010, p3gs. 19-21)



Figura 6 Donaci3n de solares a la orden Mercedaria

Fuente: Libro Historia y Arte en el Tejar de la Merced

El Padre Francisco de Jes3s y Bola3os fue qui3n fund3 en 1733 la primitiva ermita de San Jos3 ubicada en el Tejar y el primero en escoger este lugar para la pr3ctica de ejercicios espirituales en el tiempo de cuaresma. Este sitio al pie del Pichincha se hizo famoso en 1740 porque en ese lugar, tomando el ejemplo del padre Francisco, siempre se recog3 un nuevo fraile. Por otra parte, su entorno paisaj3stico compuesto por dos quebradas aislaban el lugar convirti3ndolo en un espacio indicado para adoptar una vida austera y de penitencia. (V3squez & Ortiz, 2010, p3gs. 35-41)



Figura 7 El Tejar en el plano de Alcedo, 1734

Fuente: Archivo General de Indias

Desde mediados del siglo XVIII los pobladores de Quito iban a la Recoleta de El Tejar a practicar los ejercicios espirituales como: ayuno, meditación y penitencia. Por la masiva asistencia de feligreses a esta actividad; en 1742 la recolección compró haciendas y potreros adjuntos a sus solares para la edificación de futuras construcciones. Para financiarse recurrieron a la obtención de limosnas a través de la realización de peregrinaciones y visitas a varios países de Sudamérica e incluso de Europa con la imagen de la Virgen María a la que llamaron “La Peregrina”. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 15-16)

En 1749 se consolidó en la Ermita la Casa de Ejercicios de los Mercedarios, pero aún se necesitaba la licencia para su normal funcionamiento; por lo que, se expidió un escrito solicitándola, alegando que este lugar estaba destinado para los más pobres, pero a pesar de este alegato las cédulas reales permitieron la subsistencia únicamente de la Ermita y bajo el estricto control del Convento Máximo. (Vásquez & Ortiz, 2010, pág. 35)

A pesar de esta resolución, la recoleta subsistió con la informal aprobación de las autoridades reales, por lo que los Mercedarios continuaron construyendo más edificaciones como la Capilla del Patriarca San José que se culminó en 1770. Esta se constituyó en el medio de comunicación concentrarse entre el convento y la casa de ejercicios, por lo que a los novicios les resultaba difícil por la cantidad de gente que asistía a los ejercicios espirituales. En 1784 el Fray Pedro Saldaña envió una solicitud al Fray José González pidiendo independizar la recoleta del Convento Máximo, alegando que tiene los fondos monetarios suficientes para independizarse. Finalmente en 1792 el Tejar comenzó a denominarse “Convento y Recolección de la Ermita del

Señor de San José y Colegio de Misiones de Nuestra Señora de las Mercedes” (Vásquez & Ortiz, 2010, pág. 42)

En la primera “Casa de Ejercicios” se adecuaron celdas estrechas y modestas para quienes querían ser partícipes de los ejercicios, esta fue construida por Tomás Toledo. En 1767 con la expulsión de los jesuitas, la demanda de prácticas espirituales aumentó notablemente la recolección mercedaria; y la inclusión de las mujeres, obligó a construir una nueva edificación a cargo de Manuel Pacheco, Alcalde del Barrio de San Roque. La construcción de la nueva “Casa de Ejercicios” se inició en 1777 y concluyó en 1787, la cual fue financiado a través de limosnas y varias donaciones que dejaron los Jesuitas con su partida. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 46-50)



Figura 8 Vista de Quito desde la Recoleta de El Tejar

Fuente: Grabado de Alcide d’Orbigny, 1853

Concluida la Casa de Ejercicios por parte de Manuel Pacheco, éste alegó propiedad sobre la misma, pero se determinó que la Cofradía de San José se encargaría de la administración temporal de la casa y la orden mercedaria de su dirección religiosa. Posteriormente en 1821 se inició un nuevo caso de despejo por parte de la Cofradía de San José pero por la falta de documentos de la orden, la sentencia fue a favor de los recoletos Mercedarios. El tercer intento de despejo se dio a finales del siglo XIX por el Arzobispo José Ignacio Checa y Barba, en este último episodio la Recoleta Mercedaria perdió definitivamente la posesión de la Casa de Ejercicios y la Capilla de San José. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 73-75)

Cuando la Curia Metropolitana se hizo cargo de la Casa de Ejercicios, la Capilla de San José sufrió varias modificaciones en las cuales se destaca el cierre del ingreso normal por el ala norte y la apertura por el ala sur. Lamentablemente, ambas construcciones se deterioraron por el abandono y por el hecho de que sus mismos cuidadores dismantelaron los espacios y vendieron trozos de bienes artísticos patrimoniales. A finales de 1946 se entregó la vieja Casa de Ejercicios y la Capilla de San José a la congregación de Santa Catalina de Siena, conocidas como “Lauritas”, ellas también hicieron varias modificaciones como el traspaso del retablo mayor, colocación de baldosa y la ubicación de un antepecho para restringir el acceso a la cripta. A finales del siglo XX la Curia retiró algunos objetos artísticos para exhibirlos en el museo que supuestamente tendría lugar en el Palacio Arzobispal, pero aún no se ha sabido nada de este proyecto. (Vásquez & Ortiz, 2010, pág. 127)

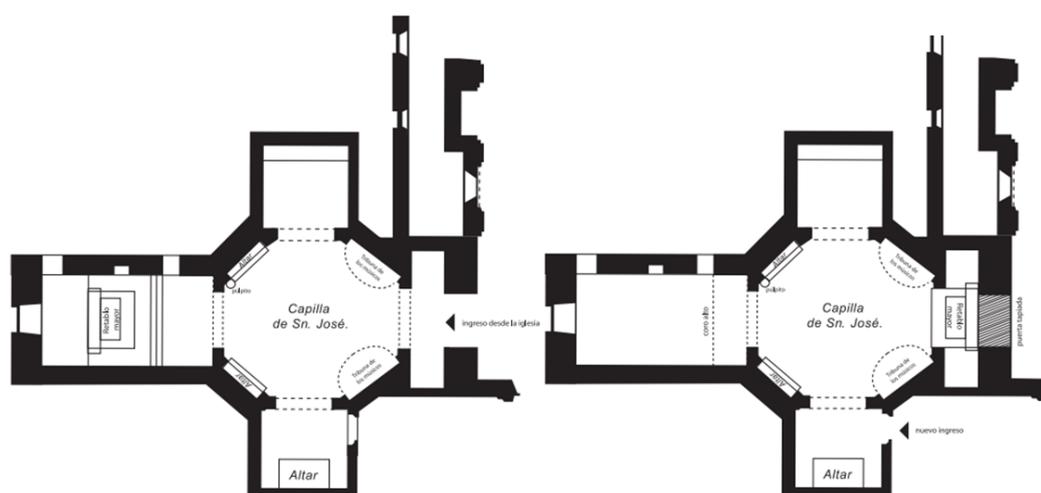


Figura 9 Modificaciones realizadas en la Capilla de San José

Fuente: Boletín del Ministerio de Obras Públicas

La primitiva capilla que adoraba a la Santísima Virgen de la Merced con el pasar del tiempo tuvo tanta acogida que su espacio no era suficiente para albergar a toda la gente, por lo que se decidió construir una nueva iglesia. Lamentablemente, la nueva edificación sufrió un importante deterioro debido al terremoto de 1797 y la caída de un rayo también la afectó seriamente. Para su restauración nuevamente se acudió a las limosnas que tuvieron gran acogida por la gratitud que tenía la gente hacia la Virgen de la Merced. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 51-52)

En 1832 la nueva Iglesia de El Tejar fue bendecida por el Obispo de Santa Marta José María Estévez. Para 1847 el conjunto arquitectónico de la Recoleta de la Merced estaba constituido por la Iglesia de cal y piedra. Tenía dos capillas, la una conocida comúnmente como “la Antigua” usada comúnmente para veneración; y la otra, denominada de “San José” utilizada para las cofradías y ejercicios espirituales que se llevaban a cabo principalmente en cuaresma y bajo el método de San Ignacio. Estos fueron aprobados en 1548 por el Papa Paulo III, su fin era examinar la consciencia para mejorar la salud y la vida. Los ejercicios por primera vez se los practicaba 30 días, en una segunda ocasión solo duraban 8 días. La Recolectión de El Tejar entró en poder de la Autoridad Eclesiástica Metropolitana en 1871. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 52-58)

El convento de El Tejar se levantó en gran parte por las limosnas obtenidas con el recorrido que realizó “La Peregrina”, el nuevo convento tenía canales subterráneos de agua, jardines, huertos y una espectacular panorámica de la ciudad. Para mediados del siglo XIX el convento de cal y ladrillo tenía más salas como: el refectorio, panadería, cocina y una vasta biblioteca considerada la mejor de la ciudad. En la descripción original del Claustro del Tejar se identifica una puerta en la portería que poseía una tarjeta de alto relieve con la imagen de la Santísima Virgen de la Merced. Además, este claustro está compuesto por dos galerías ubicadas al contorno del patio en cuyo centro se halla una fuente de agua tallada en piedra. En las esquinas de los cuatro corredores de la planta baja se han ubicado cuatro retablos pequeños con piezas talladas. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 61-65)



Figura 10 Convento de El Tejar

Fuente: Libro Historia y Arte en el Tejar de la Merced

La Recoleta Mercedaria era la orden más ejemplar tanto por la vida austera en la que vivían sus novicios como por la cantidad de misas que se daban en su iglesia. En 1807 se emitió un conteo del número de liturgias religiosas que se predicaban alcanzando un total de 776 por año. Entre las labores de los mercedarios de Tejar también se encontraban los ejercicios espirituales, la redención de los cautivos y las misiones al río Putumayo. A través de boletas entregadas en la ciudad se invitaba a los pobladores a ser partícipes de los ejercicios espirituales. El régimen era estricto, hombres y mujeres por separado debían trasladarse a la Casa de Ejercicios por 8 días para someterse a un estado de meditación, oración y penitencia. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 76-79)

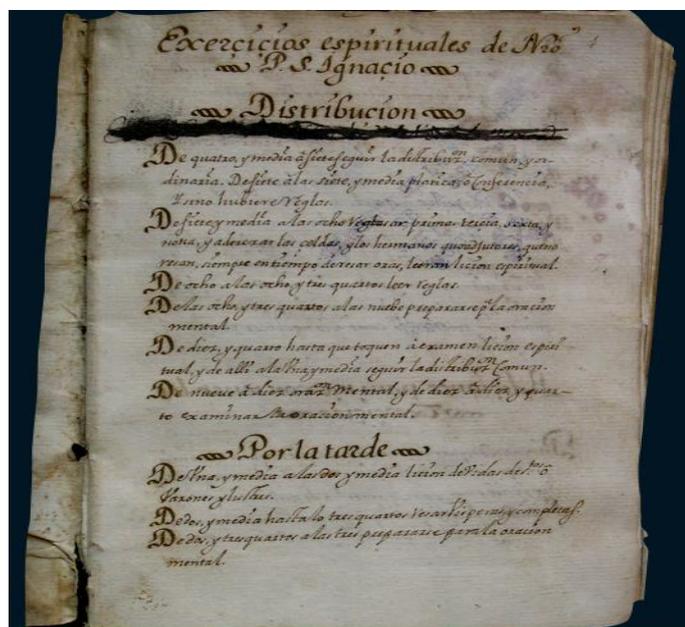


Figura 11 Distribución de los ejercicios espirituales

Fuente Archivo de la Recoleta de El Tejar

Los ejercicios comenzaban desde las cuatro de la mañana y concluían a las nueve y media de la noche, este lugar tuvo una mayor acogida cuando los jesuitas fueron expulsados y varias pertenencias de su casa de ejercicios pasaron a manos de los mercedarios; así como también ocho grandes lienzos que representaban los puntos de meditación de los 8 días. Fueron pintados por Francisco Albán desde 1760-1764, estos también fueron removidos para el futuro Museo Arquidiocesano. (Vásquez & Ortiz, 2010, pág. 81)

La Orden de Nuestra Señora de las Mercedes de la Redención de los Cautivos era otra labor que los mercedarios llevaban a cabo, básicamente pedían limosnas y vendían escapularios de la Virgen de la Merced para la obra de redimir a los cautivos, esta orden nació en el año de 1812 y todo lo recaudado en un año se lo contaba y era entregado a las cajas reales. En 1822 el Gobernador del Obispado dispuso la consignación de este fondo a favor de causas independentistas. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 85-88)



Figura 12 Portada del libro de los cautivos

Fuente Archivo del Convento Máximo de la Merced

Las misiones que realizaban los mercedarios también cumplía un rol muy importante dentro de su labor comunitaria, en 1784 tres personas originarias del Putumayo solicitaron sacerdotes, para esta misión se envió al Fray Lector Francisco Delgado y el Padre Manuel Arias, ambos llevaron la palabra de Dios a dos pueblos en el Putumayo que se los denominó San Ramón Nonnato y la Asunción de Nuestra Señora. Después de cuatro años de labor en este lugar regresaron los frailes para solicitar más novicios que emprendan una nueva expedición. Lamentablemente, para este segundo viaje muchos misioneros murieron a causa del mal clima y falta de medicinas y otros decidieron regresar a Quito a fin de mejorar su salud. (Vásquez & Ortiz, 2010, pág. 89)

La recolección al haberse convertido en misionera solicitó se la considerara como “Colegio de Misiones”. Luego de obtener dicha mención fue difícil conseguir nuevos novicios que quisieran formar parte de las expediciones y más aún que quisieran permanecer en el Putumayo, en un sitio recóndito, por más de cinco años tanto para catolizar y como acto de redención. (Vásquez & Ortiz, 2010, pág. 91)

El Tejar de la Merced fue un lugar preferido para ser enterrado, muchos personajes como Eugenio Espejo solicitaron como última voluntad que sus restos yacieran en la Iglesia de Recolectión de la Merced. Este lugar fue el primer cementerio público de la Ciudad y dependiendo del estrato social de la persona a ser sepultada con el hábito mercedario se le otorgaba un mausoleo o se lo ubicaba en un sitio denominado “la pampa”. En 1789 el Rey dispuso la construcción de los cementerios fuera de los poblados, con el fin de evitar la propagación de enfermedades. Para 1828 en la época de la Gran Colombia el Fray José Bou y Fray José Pérez comendadores del Convento Máximo y de El Tejar respectivamente, solicitaron licencia para construir detrás de la iglesia de la recolección un cementerio público. (Vásquez, Osorio, Arellano, & Torres, 2013, págs. 95-96)

En 1830 la Gran Junta de Sanidad solicitaba el cese del panteón del Tejar por motivos sanitarios, pero con el tiempo se aclararon estos rumores, sin embargo se pidió que el panteón sea rodeado con plantas odoríficas y que se envíe a esta junta una lista de cuantos cuerpos entierran mensualmente. Con el pasar de algunos meses este panteón se constituyó como la principal fuente de ingresos en la Recolectión Mercedaria. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 97-101)

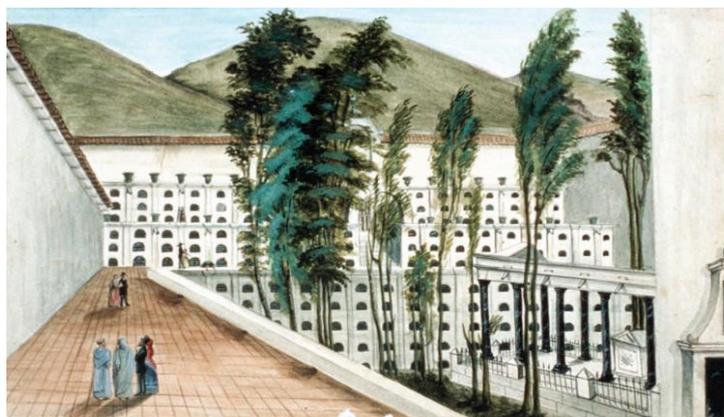


Figura 13 El panteón de El Tejar, 1850

Fuente Álbum de la Biblioteca Nacional de Madrid

Adicionalmente a los antes mencionado, la Recoleta Mercedaria tuvo episodios importantes durante el periodo de independencia. Luego del 10 de Agosto de 1809 el pueblo quiteño se dividió en dos bandos los insurgentes y los realistas. El Reverendo de la Recoleta Fray Andrés Torresano se mantenía al margen de la situación hasta que el capitán Don Juan de Salinas fue a la Recoleta de la Merced a visitarlo para comentarle sus ideales de independencia a través del plan de República. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 105-106)

En 1810 los frailes del Tejar ocultaron a Pedro Montufar en la cripta de la Iglesia de la Recoleta, después de que lograra escapar de la prisión ubicada en el cuartel general. Sin embargo, el hecho más sobresaliente se da en el año de 1812 cuando un ejército de indios y mestizos encabezado por Nicolás de la Peña y Rosa Zárate fueron a la recolección de El Tejar, en busca del Conde Ruiz de Castilla, quien había solicitado asilo a los Mercedarios, hasta su captura y por la falta de alimentación su muerte. Finalmente, el 25 de mayo de 1822 en la torre de la recoleta flameaba por primera vez la bandera de la Gran Colombia después del triunfo en el Pichincha. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 107-114)

En una sección anterior se destacaba que la biblioteca de esta recolección, ya que era una de las mejores de la ciudad; su vasta variedad de libros se explica por algunas situaciones, como aquella en la que el Mercedario José Yépez y Paredes en busca de limosnas para la Ermita de San José, en América y Europa recolectó a más de dinero, una gran cantidad de libros de diferentes ramas. Con la expulsión de los Jesuitas en 1767 varios de sus libros que se encontraban en la Casa de Ejercicios en el Panecillo pasaron a la Biblioteca Mercedaria de El Tejar, constituyéndose en un bagaje de conocimientos tanto de los mercedarios como de los jesuitas, (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 117-120)

Uno de los espacios más significativos de esta recoleta es La Capilla de San José, está compuesta por varios retablos entre los que se destaca el Retablo Mayor que tiene una efigie de San José, está conformado por columnas de fuste liso y remata con una representación de la Trinidad. Por su parte, el retablo del brazo occidental está dedicado al Señor Resucitado con su paño de castidad; mientras que, la del brazo oriental representa al Calvario con un estilo rococó, en este la imagen del Cristo

crucificado es una talla natural esculpida y encarnada, María Magdalena y la Dolorosa son figuras de vestir, estas esculturas datan del siglo XVIII. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 130-132)



Figura 14 Retablo El Calvario en el brazo oriental

Fuente Libro Historia y Arte en el Tejar de la Merced

Otro de sus retablos es el del ochave suroriental que tiene una figura tallada de San Jerónimo penitente, considerado patrono de la ciudad, está constituido por pilastras con molduras de estilo barroco. Este retablo muestra una imagen moderna de la Inmaculada Concepción recubierta con pan de oro, sobre este se halla una tribuna para músicos que en la actualidad es inaccesible por la desaparición de las escaleras. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 133-135)



Figura 15 Retablos ochave suroriental y nororiental

Fuente Libro Historia y Arte en el Tejar de la Merced

En el retablo del ochave noroccidental también se aprecia una imagen que representa al corazón de Jesús; mientras que en el suroccidental existe una peculiaridad, ya que es el único de toda la capilla en donde se ha encontrado una inscripción en las molduras. Esto se debió a que anteriormente en ese lugar se ubicaba la imagen de Nuestra Señora de la Luz, pero fue removida al depósito de obras de la Curia Metropolitana. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 136-137)

La imagen de Nuestra Señora de la luz se pintó en Palermo en 1722, sus colores característicos son la túnica blanca que simboliza la pureza y el manto azul, su carácter celestial es una representación de la intercesión por los pecadores, se la creó para promover los ejercicios espirituales de los Jesuitas. La devoción a esta advocación de la virgen llegó a Quito a mediados del siglo XVIII y se consolidó en la Iglesia de la Compañía, pero después de un tiempo se trasladó a la Casa de Ejercicios de esta misma orden ubicada cerca del Panecillo. Posterior a la expulsión de los Jesuitas se la destinó a la Capilla de San José. En 1980 el Museo del Banco Central del Ecuador la removió para someterle a un proceso de restauración y finalmente se le entregó a la Curia Metropolitana. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 138-140)



Figura 16 Imagen de la Madre Santísima de la Luz

Fuente Libro Historia y Arte en el Tejar de la Merced

Finalmente, un elemento característico de esta Capilla es su pequeño púlpito que también perteneció a la Orden Jesuita, para poder acceder al interior de éste se debió perforar un muro y se colocaron unas escaleras de madera en la parte posterior. Aunque

un púlpito no era un elemento indispensable para la Capilla por su modesto espacio, los mercedarios aceptaron con agrado esta donación. (Vásquez & Ortiz, 2010, págs. 142-143)



Figura 17 Púlpito de la Capilla de San José

Fuente Libro Historia y Arte en el Tejar de la Merced

3.2.1.3. Recoleta de la Peña de Francia

Esta recoleta se encuentra en la calle Vela 141 y Av. Maldonado en el Barrio La Recoleta junto al actual Ministerio de Defensa. La Recoleta de Nuestra Señora de la Peña de Francia (Buen Pastor) dentro de la metodología para inventarios de atractivos turísticos se encuentra en la categoría manifestación cultural de tipo histórica y subtipo arquitectura netamente religiosa porque está conformado por la iglesia, el convento, el museo y el cementerio. Todas estas edificaciones pertenecientes a la Congregación de Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor son utilizadas para diferentes actividades. (Ministerio de Turismo, 2002, págs. 12-13)

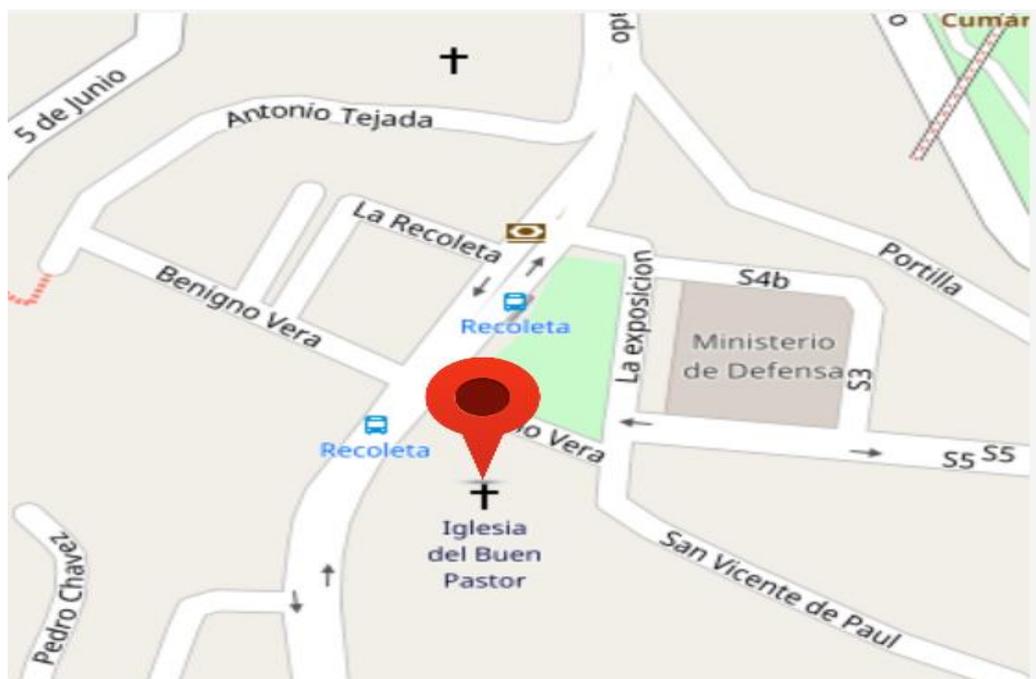


Figura 18 Ubicación de la Recoleta de Nuestra Señora de la Peña de Francia

Fuente: Ubica Quito

Fue fundada en 1600 por sacerdotes dominicos que llegaron a misionar, en honor a Nuestra Señora de la Peña de Francia, surgió por el impulso de Fray Pedro Bedón, él fue quien proyectó los edificios y además aprovechó el ambiente tranquilo y las 4 cuevas que existían en la quebrada para retiro, penitencia y oración. A mediados del siglo la recoleta contaba con una iglesia, claustro, plazuela y tenía estanques y manantiales que bajaban al Río Machángara. (Peralta & Moya, 2007, pág. 261)

La advocación de Nuestra Señora de Francia es española y muy venerada en el Santuario que se ubica en la alta cumbre de la Sierra de la Peña de Francia. Esta advocación nace en el año 1424 cuando una epidemia se extendió por los pueblos de esta localidad causando la muerte de muchas personas, una joven contagiada llamada Juana, hizo importantes revelaciones antes de morir en las que afirmaba que en la Peña de Francia había una Imagen de la Virgen María y que será descubierta por un ermitaño y que hará grandes milagros. Tres años después un hombre llamado Simón, el único heredero de una familia rica que vivía en un convento de París y había renunciado a todas sus riquezas, recibió una noche el llamado de la Virgen para que hallara su imagen en la peña. (Simons, 2009, págs. 1-2)

Recorrió las provincias de Francia durante 5 años sin éxito, pero escuchaba la voz de la Virgen que le pedía no desistir, es así que llegó a España, se dirigió a Salamanca

donde descubrió que estaba cercana la Peña de Francia, llegó al risco y lo exploró con gran empeño, pasó días y noches sin ningún resultado hasta que una noche le suplicó a la Virgen que le mostrara su imagen y así fue, con la ayuda de algunos vecinos removió una gran piedra y encontró la imagen de la Virgen con el niño en brazos. Simón comenzó la construcción del Santuario y la continuaron los Dominicos quienes también tomaron posesión de la Virgen en 1437. (Simons, 2009, págs. 1-2)

La Recoleta de La Peña de Francia en Quito fue el noviciado de la congregación Dominicana; sin embargo, en el año 1870 por la reforma del entonces presidente Gabriel García Moreno todos los sacerdotes y novicios tuvieron que trasladarse al Convento Máximo, ya que este se les cedió a las Religiosas Franco Canadienses del Buen Pastor, traídas por el presidente, para prisión y Reformatorio de Mujeres, además de un colegio de señoritas. (Peralta & Moya, 2007, pág. 261)

El Convento se construyó a través del tiempo, cuenta con alrededor de cuatro patios, varios espacios verdes y huertos, el claustro del primer piso se encuentra alrededor del patio, tiene muros de tapial y cubierta de teja. El segundo piso se levantó en el siglo XIX con pilares de base cuadrada y arcos rebajados. El sector de la parte Occidental fue rehabilitado para albergue de niñas de la calle, el ingreso principal tiene columnas laterales y una cornisa trabajada que contrasta con el resto de la fachada. . (Peralta & Moya, 2007, pág. 261)

En cuanto a la iglesia, es de una sola nave cubierta con bóveda de cañón corrido, lunetas y cúpula, se destaca también su pintura mural, aunque debido a los terremotos del siglo XIX se realizaron algunos cambios importantes en la construcción de la época colonial, posteriormente tras el sismo de 1987 la iglesia fue restaurada recuperando su estilo neoclásico. (Peralta & Moya, 2007, pág. 261)

El Dr. Gabriel García Moreno había solicitado a las Religiosas del Buen Pastor atender la necesidad de rehabilitación de la Mujer en Quito, por su parte la Superiora General, convencida de que este proyecto es importante para América encarga a las religiosas de la Provincia de Canadá la ejecución de esta obra. Ellas parten desde Montreal en 1871 y permanecen por 30 días en Nueva York para luego dirigirse al Ecuador con el arzobispo Checa; mientras las religiosas están en camino, se gestiona la remodelación del monasterio. Una vez las religiosas en Quito se establecen las secciones Penitentes voluntarias, preservación y las detenidas por procesos. Así mismo

en 1874 se realizan trabajos de restauración en la capilla para atraer a los fieles y la lavandería de donde también se obtienen recursos para los residentes. (Congregación de Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor, 2006, pág. 10)

Con la muerte de Gabriel García Moreno en 1875 y en 1877 del arzobispo Checa, la obra pierde dos importantes benefactores y así comienzan las dificultades para la congregación, por lo que comenzaron a organizar en 1855 el Colegio “Ángel de la Guarda” para cubrir las necesidades de las religiosas, adicionalmente ellas siempre recibieron la ayuda de sacerdotes y seculares durante sus años difíciles. Algunos historiadores reconocen considerablemente la labor de las religiosas por dar asilo a las arrepentidas, enseñar las letras y el bordado y otros oficios de las mujeres a las niñas, Tobar Donoso (1953) las describe como *“admirables religiosas, por la sólida reeducación moral y la instrucción práctica y de artes manuales, transformó la cárcel de mujeres en mansión de paz y virtud”*. Las religiosas siguen trabajando por las niñas y las mujeres en el Centro de la Niña trabajadora y el Hogar María de Bethel. (Congregación de Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor, 2006, págs. 10-14)

Además, la Congregación ha abierto un Museo al público para mostrar su historia y algunas obras de arte que poseen, así también un poco de la vida diaria dentro del convento, tienen varias salas una de ellas, denominada la “Fundación” es donde se encuentran imágenes de Monseñor Rafael Valentín Valdivieso, Gabriel García Moreno y a la Santa María Eufrosia Pelletier fundadora de la congregación. La segunda Sala es la de Virgen Dolorosa del Colegio, aquí se encuentra el cuadro de la Virgen con el cuadro de la Presentación del Niño Jesús en el Templo y una de las obras más importantes es la de la Virgen de la Escalera de Fray Pedro Bedón.

Otro de los sitios que se visita en este recorrido es la Iglesia, con el Antecoro decorado con vitrales, que era un lugar en donde las hermanas que guardaban el voto de silencio podían hablar durante 20 minutos solamente para expresar penas, culpas o problemas. También poseen la imagen de Cristo Crucificado de estilo barroco a su lado derecho San Juan y al lado izquierdo de la Virgen María. La planta es de cruz latina y tiene el diseño clásico de las edificaciones del Buen pastor, se encuentran algunas imágenes traídas de Francia como Santa Teresa, el Sagrado Corazón de Jesús y los cuatro evangelistas. La pintura mural es original.



Figura 19 El Calvario

Fuente: El Comercio (<http://www.elcomercio.com/actualidad/quito/buen-pastor.html>)

Por otra parte, poseen una sala Capitular en donde se reunían las madres superiores para hablar sobre los problemas del convento y tomar las más importantes decisiones, aún es el sitio de reuniones; sin embargo, la entrada no es exclusiva para las superiores. A su alrededor se encuentran retratos de las religiosas que estuvieron a cargo del convento desde sus inicios. El museo también presenta una Sala de Arte y Música en la que se exhiben diferentes instrumentos con los que se impartían clases a las niñas del convento, uno de los más significativos es un violín Stradivarius de 1774.

Más adelante en el recorrido, en otra de las Salas se muestra la manera de cómo impartían las clases en esa época, desde asignaturas como matemáticas hasta los aspectos espirituales y morales especialmente para las niñas maltratadas o que venían de la calle. Se observa un cuadro donde se la recoleta original, además de algunos utensilios que utilizaban las madres como tarrinas y cubiertos de color blanco, la vajilla se lavaba en la misma mesa y las cascaras y semillas se recolectaban para el huerto.

En la sexta Sala se muestran las actividades de la comunidad de hermanas contemplativas, aquí se encuentran máquinas de coser, hilos, lana, planchas a vapor, banderas, bandas presidenciales, como una que elaboraron para el Presidente Rafael Correa, esarpines, tapetes y tejidos. En el pasillo se pueden observar importantes pinturas como Santa Marianita de Jesús, Santa María Eufrasia, el Sagrado Corazón de Jesús, entre otros.

La siguiente sala es la más grande del lugar, ya que fue el espacio de las habitaciones de las internas, probablemente entraban cerca de 300 niñas. En esta sala se encuentran imágenes talladas en madera sobre la vida, pasión y muerte de Jesucristo, todos pertenecientes a los siglos XVIII, XIX y XX. En el fondo de la Sala

se han colocado los recuerdos traídos por las hermanas de sus viajes desde 1986 como relojes, cadenas, vasijas, fotografías y otros. También está el rincón de la liturgia, en donde se colocaba el cáliz, juntos a este se encuentran algunos materiales que utilizaban para la preparación de vinos, ostias y velas.

Además, en esta sala se exhiben otros banderines y casullas elaboradas por las hermanas, estos tienen una característica especial, ellas explican que cada hebra que cruzan se dicen una oración y de esta manera bendicen al que será el dueño del tejido. Adicionalmente, se recrea una celda del convento con una cama rectangular con sábanas blancas que simbolizan la pobreza, un baño en forma de silla, una bacinica, un lavadero y un mueble de oración con el rosario y biblia.

Bajando las escaleras se encuentra la Escuela Ángel de la Guarda, que fue el antiguo noviciado, aquí también se encuentra un gran jardín de la época republicana. Se encuentra además el huerto de las hermanas y un pequeño cementerio así como la cueva que utilizaba Fray Pedro Bedón para sus retiros espirituales. Finalmente, en el patio principal, se encuentra un busto del Buen Pastor y el retrato del ex presidente Gabriel García Moreno.



Figura 20 Jardín elaborado por Fray Pedro Bedón

Fuente Fotografía de Jennifer Meza

3.2.2. Inventario de atractivos turísticos

Este documento es una ficha que se llena a través del método de recolección observación y un trabajo de campo exhaustivo en cierto atractivo turístico. Cada sección tiene una diferente denominación que permitirá calificar al sitio de interés turístico y asignarlo en una jerarquía que puede ir desde la número uno siendo la más significativa hasta la cuatro que lo conforman atractivos solo de interés local. (Ministerio de Turismo, 2002, pág. 22)



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

ENCUESTADOR: Lizeth Chilibingua – Michelle Quezada		FICHA Nº 1	
SUPERVISOR EVALUADOR: Lizeth Chilibingua – Michelle Quezada		FECHA: 03/02/2017	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Recoleta de El Tejar			
PROPIETARIO: Orden Mercedaria			
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Históricas	SUBTIPO: Arquitectura
2. UBICACIÓN			
PROVINCIA: Pichincha		LONGITUD (UTM): -78.5188775	LATITUD (UTM): -0.2156291en
CALLE: Mariscal Sucre		CANTÓN: Quito	PARROQUIA: San Juan
		NUMERO: N5-153	TRANSVERSAL: El Tejar
3. CENTROS URBANOS MAS CERECANOS AL ATRACTIVO			
NOMBRE DEL POBLADO: Plaza Grande		DISTANCIA (Km.): 0,9	
NOMBRE DEL POBLADO: Plaza de San Francisco		DISTANCIA (Km.): 0,85	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
ALTURA (m.s.n.m): 2900		TEMPERATURA (°C): 7-18° C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 1273
ESTILO Y CONSERVACIÓN DEL ESTILO			
El estilo predominante en la construcción de La Recoleta de El Tejar es el neoclásico, es notorio por la utilización de líneas rectas y separadas por un entablamento, además la balaustrada da un toque decorativo a todo el conjunto. Dentro de las capillas es evidente el estilo barroco y rococó que se aplicó en sus diferentes retablos u ornamentos. (Peralta & Moya, 2007, pág. 236)			
EPOCA DE CONSTRUCCIÓN			
La construcción de la Recoleta Mercedaria data de mediados del siglo XVIII precisamente el año de 1759, se ubicó en las estribaciones del Pichincha por donde cruzaban dos quebradas: El Tejar y El Cebollar. Al principio fue una modesta ermita pero en 1789 ya se consolidó como convento formal, para meditar lejos de una vida secular. (Peralta & Moya, 2007, pág. 236)			
DISTRIBUCIÓN ESPACIAL			
El conjunto arquitectónico de la Merced del Tejar está conformado por las siguientes edificaciones:			

CALIDAD
VALOR INTRINSECO

- Iglesia de El Tejar: está localizada al sur del convento, y su ingreso se lo puede realizar por dos entradas a través de escalones, su atrio es pequeño. Es de una sola nave compuesta por arcos fajones y una bóveda de cañón corrido, su fachada es simétrica y de estilo manierista, tiene dos óculos sobre su portada y además, dos torres con su respectivo campanario. El púlpito de madera está decorado con oro y grana, el confesonario de madera y policromado es del siglo XVII.
- Convento de El Tejar: al actual convento le precede una plaza pequeña semicircular que termina en una escalera central. Esta Plaza de El Tejar tiene una vista asombrosa del sector oriental de la ciudad, además, forma parte del acceso principal del Convento. Al interior de esta edificación se encuentran en el centro una pila octagonal, rodeada por una arquería conformando un colonial claustro.
- Capilla de San José: su construcción termina en 1770, su plan es de brazos en cruz griega con crucero octagonal, está conformado por una serie de retablos dedicados a diferentes divinidades como: San José, Señor Resucitado, El Calvario, San Jerónimo, Inmaculada Concepción y demás.
- Capillas de Las Almas: esta edificación data del siglo XIX, ha sido restaurada, en su interior tiene arcos ojivales y con pintura al óleo que simula ser mármol realizadas por el Lazarista Pedro Brunning.
- Cementerio de El Tejar: este panteón es del siglo XVIII, y desde su funcionamiento se constituyó en la principal fuente de ingresos para la Recolectión Mercedaria, destinando espacios para ricos y pobres. En este fue enterrada Mariana Carcelén Marquesa de Solanda.

DECORACIÓN

En las paredes del Convento de El Tejar existen cuadros de Bernardo Rodríguez y Manuel de Samaniego que cuentan la vida de Pedro Nolasco. Además, cuenta con un huerto que es posible acceder a través de unas escalinatas. (Peralta & Moya, 2007, pág. 236)

MATERIALES UTILIZADOS

Principalmente predomina la piedra en sus construcciones, están fueron traídas de las canteras del Pichincha como en la mayoría de construcciones de estilo colonial.

CALIDAD VALOR EXTRINSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO) <p>La Recolectión Mercedaria de El Tejar desde tiempos de conquista ha sido considerada un lugar ideal para practicar ejercicios espirituales y en donde los novicios podían entregarse completamente a una vida austera y modesta. El Padre Fray Francisco de Bolaños fue uno de los personajes más representativos de la Orden Mercedaria, quien fue el pionero en desarrollar los ejercicios espirituales para sanar el alma y mejorar su calidad de vida.</p> <p>La Virgen de las Mercedes una figura muy representativa para esta orden siempre tuvo una gran cantidad de devotos, quienes la veneraban diariamente en la modesta capilla que existió en tiempos de conquista.</p>				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>							
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) 				CAUSAS: Como no está abierta regularmente al público el convento no ha sufrido ningún episodio de deterioro 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>							
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				10	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4					Culturales:	Día inicio: Lunes
	ACUÁTICO	SENDERO				TREN					Naturales:	Día fin: Viernes
		MARÍTIMO				BARCO					HORAS AL DÍA	
		FLUVIAL				BOTE					Culturales:	Día inicio: 9:00
						CANOA						Naturales:
	AÉREO					OTROS						
					AVIÓN							
					AVIONETA							
					HELICÓPTEROS							
Observaciones: El Convento del El Tejar estuvo abierta 10 días en el año 2016: 5 en el mes de noviembre y 5 en el mes de diciembre.												

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA:			
	DESDE:	HASTA:	FRECUENCIA:	DISTANCIA:
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	.POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO				
RED PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES: Recoleta de San Diego YAKU Museo del Agua		DISTANCIA: 1.5 km DISTANCIA: 950 metros		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
<hr style="width: 50%; margin: auto;"/> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR				


REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

1. DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR: Lizeth Chiliquina – Michelle Quezada	FICHA Nº 2
SUPERVISOR EVALUADOR: Lizeth Chiliquina – Michelle Quezada	FECHA: 03/02/2017
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Recoleta de San Diego	
PROPIETARIO: Orden Franciscana	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Históricas
	SUBTIPO: Arquitectura
2. UBICACIÓN	
LONGITUD (UTM): -78.5230314	LATITUD (UTM): -0.2248887
PROVINCIA: Pichincha	CANTÓN: Quito
CALLE: Calicuchima	NUMERO: N117
	PARROQUIA: Centro Histórico
	TRANSVERSAL: Farfán
3. CENTROS URBANOS MAS CERECANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Boulevard 24 de Mayo	DISTANCIA (Km.): 0,7
NOMBRE DEL POBLADO: Plaza de San Francisco	DISTANCIA (Km.): 1,5
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
ALTURA (m.s.n.m): 2900	TEMPERATURA (°C): 7-18° C
	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 1273
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO	ESTILO Y CONSERVACIÓN DEL ESTILO El estilo que más sobresale en las edificaciones que alberga la Recoleta de San Diego es el neoclásico, característico por la utilización de líneas rectas. La Nave de la iglesia es de estilo renacimiento.
	EPOCA DE CONSTRUCCIÓN La construcción del conjunto arquitectónico se inicia en 1625, esto se ejecutó por el pedido de 1597 para crear un punto de recolección de los franciscanos. Este lugar era indicado porque se encontraba lejos del centro de la ciudad como era la zona de Añaquito, pero su actual y definitiva localización sería en la Hacienda Miraflores por pedido del Fray Bartolomé Rubio. Los terrenos donde construyeron fueron donados a finales del siglo XVI. (Peralta & Moya, 2007, pág. 227)
	DISTRIBUCIÓN ESPACIAL El conjunto arquitectónico de San Diego está conformado por las siguientes edificaciones:

- **Iglesia de San Diego:** A fines del siglo XVI se inicia su construcción y termina en 1609. Tiene una sola nave con bóveda de ladrillo. Los muros laterales están reforzados con muros de piedra de almohadilla. La perta superior está cubierta por un artesonado estilo mudéjar. Posteriormente se agregó el coro. El púlpito de estilo barroco fue realizado por Juan Bautista Menacho en el siglo XVII, y su Forma es semejante a la de un cáliz, está revestido con pan de oro y tallado con figuras representantes. La iglesia está conformado por retablos e imágenes en madera policromada. Tiene portada y una cripta ubicada al pie de la iglesia debajo de la mampara de ingreso. (Peralta & Moya, 2007, pág. 227)
- **Convento de San Diego:** está compuesto por 5 patios, el más antiguo en el que tiene una cruz en el centro que data de 1626, el patio es cuadrado rodeado con galerías, arquerías y columnas que fueron destruidas en el terremoto de 1868, pero que luego de cierto tiempo las reconstruyeron. El patio de la pileta construida a finales del siglo XVII, tiene dos accesos de piedra. La fuente de piedra es circular. En la parte que conforma el claustro se encuentra la sala de profundis, refectorio y la cocina. A mediados del siglo XVIII ya existía El patio de la Virgen. El museo incluye salas donde se encuentra el horno, refectorio, cocina y profundis. En la sacristía se encuentra el famoso Cristo de la leyenda del Padre Almeida. (Peralta & Moya, 2007, pág. 226)
- **Capilla de Chiquinquirá:** La devoción a esta divinidad se originó desde Colombia y fue introducida a Ecuador en el siglo XVII. En el siglo XIX se crea su cofradía y se construyó su capilla y sacristía. Tiene una conexión hacia la iglesia. (Peralta & Moya, 2007, pág. 229)
- **Cementerio de San Diego:** Actualmente pertenece a la Funeraria Nacional. En 1912 se adquirieron más terrenos para construir la Capilla y más nichos. En sí la construcción de esta edificación concluyó en 1935. Este punto de la recoleta es de estilo neoclásico con planta de cruz griega. Sobre el crucero se levanta una cúpula. En el cementerio aún es visible encontrar representaciones arquitectónicas y artísticas de fines del siglo XIX

DECORACIÓN

Los patios interiores del convento está compuesto por una serie de cuadros de distinta denominación y época que pertenecen a varios autores de la escuela quiteña. En la mayoría de los retablos de la iglesia predomina la utilización de pan de oro.

Parte de las decoraciones del lugar también la conformaban los humilladeros, considerado como un lugar de devoción ubicado en ciertos caminos y junto a la entrada de ciertos pueblos.

MATERIALES UTILIZADOS

Principalmente predomina la piedra en sus construcciones, están fueron traídas de las canteras del Pichincha como en la mayoría de construcciones de estilo colonial. Las bóvedas y linternas están construidas con adobe, ladrillo y teja.

CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
		<p>Por iniciativa del Cabildo se fundó el primer convento recoleto en 1597. El nombre de la recolección fue denominado por el Fray Bartolomé Rubio en honor a San Diego de Alcalá. En 1602 se recibe una donación de terreno por parte de Marcos de la Plaza para la ampliación. Oficialmente la construcción del conjunto arquitectónico comienza en 1600.</p> <p>En 1728 se hicieron varias construcciones importantes como el corredor con bóveda, pilares de piedra, refectorio con sala de profundis y algunas celdas para la vivienda de los novicios.</p>				<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Se ha mantenido en un buen estado la edificación puesto que no hay un número considerable de visitantes.</p> <p>5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de declaración: _____</p> <p>Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p>							
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO							
						<p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Los alrededores de la recoleta se encuentran alterados, puesto que su zona de influencia ha registrado altos índices de inseguridad.</p>							
APOYO		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
				B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
		TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				312	
			LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES	
			EMPEDRADO				4X4					Culturales:	Día inicio: Lunes
			SENDERO				TREN					Día fin: Sábado	
		ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales:	
			FLUVIAL				BOTE					HORAS AL DÍA	
							CANOA						Culturales:
		AÉREO					OTROS					Día fin: 17h00	
					AVIÓN					Naturales:			
					AVIONETA								
		Observaciones:											

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: DESDE:		HASTA:	FRECUENCIA:
	DISTANCIA:			
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO				
RED PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES: Recoleta de El Tejar Museo de la Ciudad		DISTANCIA: 1.5 km DISTANCIA: 1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
		<hr/> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		


REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: Lizeth Chilingua – Michelle Quezada		FICHA Nº 3
		SUPERVISOR EVALUADOR: Lizeth Chilingua – Michelle Quezada		FECHA: 03/02/2017
		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Recoleta de Nuestra Señora de la Peña de Francia		
		PROPIETARIO: Orden del Buen Pastor		
		CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Históricas	SUBTIPO: Arquitectura
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): -78.5126087	LATITUD (UTM): -0.231406	
PROVINCIA: Pichincha		CANTÓN: Quito	PARROQUIA: Centro Histórico	
CALLE: Vela		NUMERO: 141	TRANSVERSAL: Av. MALDONADO	
3. CENTROS URBANOS MAS CERECANOS AL ATRACTIVO		NOMBRE DEL POBLADO: Barrio La Recoleta		DISTANCIA (Km.): 0,4
		NOMBRE DEL POBLADO: Plaza de Santo Domingo		DISTANCIA (Km.): 1
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
		ALTURA (m.s.n.m): 2790	TEMPERATURA (°C): 7-18° C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 1273
		ESTILO Y CONSERVACIÓN DEL ESTILO		
		Es neoclásico por la utilización de líneas rectas y cada planta está separada por un entablamento.		
		EPOCA DE CONSTRUCCIÓN		
		En 1600 Fray Pedro Bedón solicita a Felipe II limosnas para la construcción del convento de la recolección con advocación de Nuestra Señora de la Peña de Francia. En 1650 se concluyó la iglesia y el claustro.		
		DISTRIBUCIÓN ESPACIAL		
		<ul style="list-style-type: none"> Iglesia del Buen Pastor: en el exterior tiene dos plantas rematadas por dos torres, es de estilo neoclásico y cada piso está separado por un entablamento tiene una ventana que da al coro y pilastras adosadas en cada una de sus escalas. Convento del Buen Pastor: claustro de dos pisos, una escultura de piedra en el patio central. En el segundo piso se encuentran los cuartos de las religiosas que llevan una vida modesta y sin lujos 		
		<ul style="list-style-type: none"> Capilla: es de una sola nave y tiene tres cúpulas sobre el altar mayor. Se abre cada domingo por la misa de las ocho de la mañana. Museo del Buen Pastor compuesto por varias eximiciones de arte, el cementerio e incluso explicación sobre la Escuela Ángel de la Guarda. Ermita: se destaca un antiguo mural y sobre todo siete cuevas que eran utilizados por los dominicos para las penitencias y retiros espirituales. 		
		DECORACIÓN		
		Existía un estanque con agua con una clase de pescado denominado bagrecillo, esto con el objetivo de suplir la abstinencia de carne con otro género alimenticio. Además se adecuó un huerto con cuatro cuevas de devoción: Magdalena, Descendimiento de la Cruz, San Juan Bautista y Santo Domingo en penitencia. En las paredes y techos es evidente la decoración floral pintada por las primeras religiosas que tomaron posesión de esta recolección.		
		MATERIALES UTILIZADOS		
		Es una construcción de piedra, muros de adobe y tejas de arcilla.		

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	<p>El apelativo de Peña de Francia se otorgó a esta recolección por la imagen célebre en España de esta imagen que se hizo célebre a mediados del siglo XIII. En 1601 el Padre Marcos de Flores consiguió el reconocimiento oficial del Convento de Nuestra Señora de la Peña de Francia. La recolección funcionó como tal hasta 1870.</p> <p>El 12 de agosto de 1870 Monseñor Serafín Varmutelli entregó la construcción de la recoleta a Gabriel García Moreno para el uso de las religiosas del Buen Pastor. Ellas llegaron con el objetivo de crear un centro de acogida para la rehabilitación y mejorar la vida espiritual de mujeres abandonadas.</p>									
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Con los ingresos del mesón que tiene, el museo y locales comerciales que alquilan han mantenido adecuadamente las instalaciones.</p> <p>5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de declaración: _____</p> <p>Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/></p> <p style="padding-left: 100px;">Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p> <p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Los alrededores de la recoleta se bien conservados por la presencia del Ministerio de Defensa.</p>									
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
	TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				DÍAS AL AÑO	
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				DÍAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4					Culturales:	
		SENDERO				TREN					Naturales:	
	ACUÁTICO	MAHIIIMU				BARCO					HORAS AL DÍA	
		FLUVIAL				BOTE					Culturales:	
						CANOA					Naturales:	
	AEREO					OTROS					Culturales:	
						AVION					Naturales:	
					AVIONETA					Naturales:		
					HELICOP TEROS					Naturales:		
Observaciones: El Museo del Buen Pastor no tiene un horario definido solo es posible visitarlo con un numero determinado de personas y con previo aviso.												

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: <u>Trolebus</u>	
	DESDE: Plaza de Santo Domingo	HASTA: La Recoleta
	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 1 km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	<input checked="" type="checkbox"/> POTABLE	<input type="checkbox"/> ENTUBADA
	<input type="checkbox"/> TRATADA	<input type="checkbox"/> DE POZO
	<input type="checkbox"/> NO EXISTE	<input type="checkbox"/> OTROS
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
<input checked="" type="checkbox"/> SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/> GENERADOR	
<input type="checkbox"/> NO EXISTE	<input type="checkbox"/> OTROS	
ALCANTARILLADO		
<input checked="" type="checkbox"/> RED PUBLICA	<input type="checkbox"/> POZO CIEGO	
<input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/> NO EXISTE	
<input type="checkbox"/> OTROS		
PRECIO		
<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	
<input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/> OTROS	
Observaciones:		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Iglesia de Santo Domingo		
La Ronda		
DISTANCIA: 1 km		
DISTANCIA: 1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
<hr/> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

3.3. Competitividad

Este factor está determinado por las tres “e” de la competitividad, estas son: “eficiencia” para poder manejar los recursos adecuadamente, “eficacia” al poner alcanzar las metas planteadas y “efectividad” al combinar los dos elementos anteriores y superar las expectativas de los clientes. Para su ejecución necesita la participación de varios actores desde proveedores, colaboradores hasta un entorno adecuado para proporcionar un servicio rentable que resulte atractivo para el resto. (Vives, 2016, pág. 1)

3.3.1. Consumidores

Según lo manifiestan los administradores de los conjuntos religiosos, actualmente los visitantes de las Recoletas son turistas especializados que buscan conocer la historia, especialmente arquitectónica de estos conjuntos; sin embargo, no representan una gran cantidad de visitas. Por otro lado, tomando en cuenta el aspecto espiritual, quienes acuden con mayor frecuencia a estos sitios son los feligreses del barrio. Es por eso que para potenciar o emprender un proyecto dentro de estos, es necesario conocer el perfil del posible consumidor, basado en las características de los visitantes del Centro Histórico.

Género

Para comenzar, resulta importante segmentar a los visitantes por género ya que de esta manera se identificará si la preferencia por visitar el Centro Histórico de Quito y sus alrededores proviene en mayor parte por el género masculino o femenino, de aquí se puede partir para definir otro tipo de características que puedan tener estos visitantes, como jefes de hogar, solvencia económica, sus diferentes necesidades o intereses y así dirigir la estrategia de marketing de mejor manera.

La mayoría de las personas que visitan el Centro Histórico de Quito son del género femenino con un 57,26% aunque la diferencia con el género masculino no es demasiado extensa con un 42,74%, por lo que se puede diseñar una estrategia que interese a los dos segmentos. Así mismo, el resultado denota que el género femenino es el que más viaja y quizás el que más sale de casa, ya sea por turismo, negocios,

visitas u otras razones. Por otra parte, desde hace mucho tiempo las mujeres han sido asociadas con la religiosidad y el culto en la sociedad.

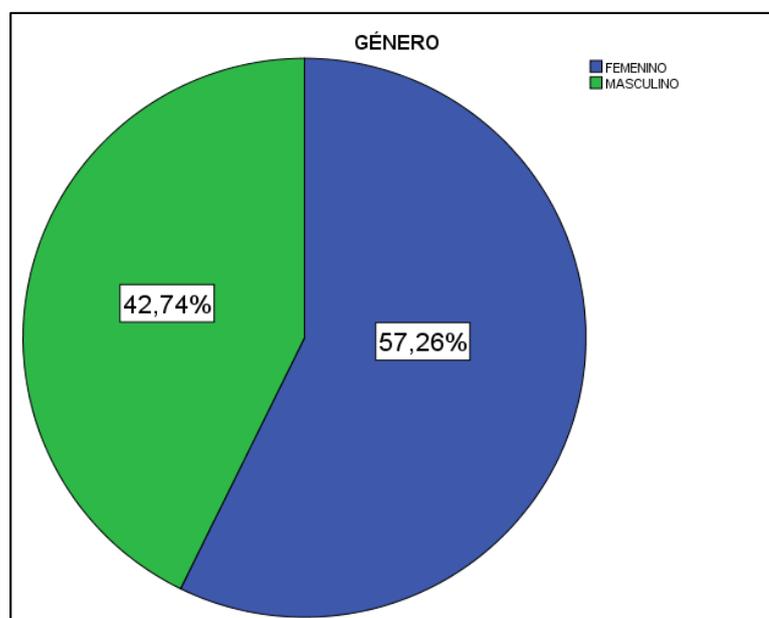


Figura 21 Gráfico Segmentación por género

Edad

Identificar la edad de los posibles consumidores es fundamental ya que sus preferencias e intereses cambian en los diferentes rangos de edad, esto debido a las condiciones psicológicas y económicas por las que atraviesan. Resulta de interés comprender que en ciertos rangos de edad las personas son dependientes de otras, mientras que cada vez que son mayores, tienen a tener mayor independencia así como mayor preparación profesional y diferentes criterios acerca de que les gustaría experimentar sus viajes o visitas.

Tabla 2
Rangos de Edad

EDAD	EDAD * PROCEDENCIA				Total	Total
	PROCEDENCIA		Total	Total		
	NACIONAL	EXTRANJERO				
11 A 20	53	16,72%	8	14,55%	61	16,40%
21 A 30	94	29,65%	20	36,36%	114	30,65%
31 A 40	103	32,49%	5	9,09%	108	29,03%
41 A 50	44	13,88%	6	10,91%	50	13,44%
51 A 65	22	6,94%	9	16,36%	31	8,33%
MÁS 65	2	0,32%	7	12,74%	9	2,15%
Total	318	100,00%	55	100,00%	373	100,00%

De acuerdo a la tabla anterior, se identifica que la mayoría de los visitantes se encuentran en los rangos de edad de 21 a 50 años ya que representa el 73% de los encuestados; esto quiere decir que, los visitantes del Centro Históricos y sus alrededores son gente joven, pertenecientes al grupo de visitantes nacionales. Por otra parte, el grupo de asistentes extranjeros también se destacan las edades de 51 a más de 65 con un porcentaje acumulado de 39%. El rango identificado es un rango de edad en la que los visitantes cuentan con empleo, son económicamente independientes, también es un rango en el que las personas forman sus familias, así que pueden ser incluso jefes de hogar y quienes toman las decisiones. Tienen un criterio claro de lo que buscan en una visita, de lo que esperan de un lugar y tienen conciencia de la experiencia que pueden adquirir.

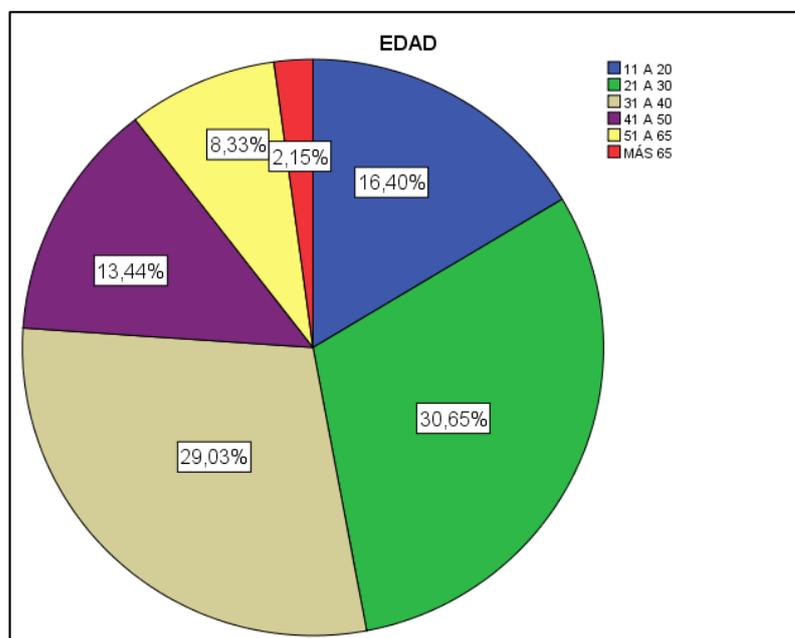


Figura 22 Segmentación Edad

Motivo de viaje

Es importante conocer el motivo de viaje por el que un visitante se traslada de un lugar a otro puesto que esto da una idea de cómo está su itinerario, tal vez se pueden quedar días adicionales o solo tengan unas horas para hacer una visita breve, puede ser que no planearon llegar al Centro Histórico de Quito. Igualmente, la oferta puede

variar para una persona que viaja por turismo que para una que lo hace por negocios, o que visita a sus familiares debido a que ellos pueden prescindir de ciertos servicios.

Tabla 3
Motivo de Viaje

MOTIVO DE VIAJE * PROCEDENCIA							
MOTIVO DE VIAJE		PROCEDENCIA				Total	
		NACIONAL		EXTRANJERO			
TURISMO	78	24,61%	36	65,45%	114	30,6%	
ESTUDIOS	15	4,73%	8	14,55%	23	6,2%	
NEGOCIOS	7	2,21%	5	9,09%	12	3,2%	
EVENTOS	14	4,42%	0	0,00%	14	3,8%	
VISITA A FAMILIARES	17	5,05%	0	0,00%	17	4,3%	
OTRO	187	58,99%	6	10,91%	193	51,9%	
Total	318	100,00%	55	100,00%	373	100,0%	

El motivo de viaje del mayor porcentaje del total de encuestados es indeterminado ya que el resultado se encuentra en la categoría “Otro” con un 51,90%, esto podría deberse en gran parte a que un importante número de encuestados son residentes de la ciudad de Quito y sus alrededores, que pueden encontrarse realizando actividades de su vida cotidiana o que también se dan tiempo para visitar el Centro Histórico. Por otro lado el segundo motivo de visita según el porcentaje que muestra la tabla 30,6% es el Turismo, lo que además muestra la importancia del Centro Histórico como destino turístico. En la tabla también se muestra que efectivamente el mayor porcentaje de encuestados nacionales el 58,99% respondieron “Otro” en su motivo de viaje, mientras que en el caso de los extranjeros la mayoría es decir, el 65,45% respondieron que el “Turismo” es el motivo de su viaje.

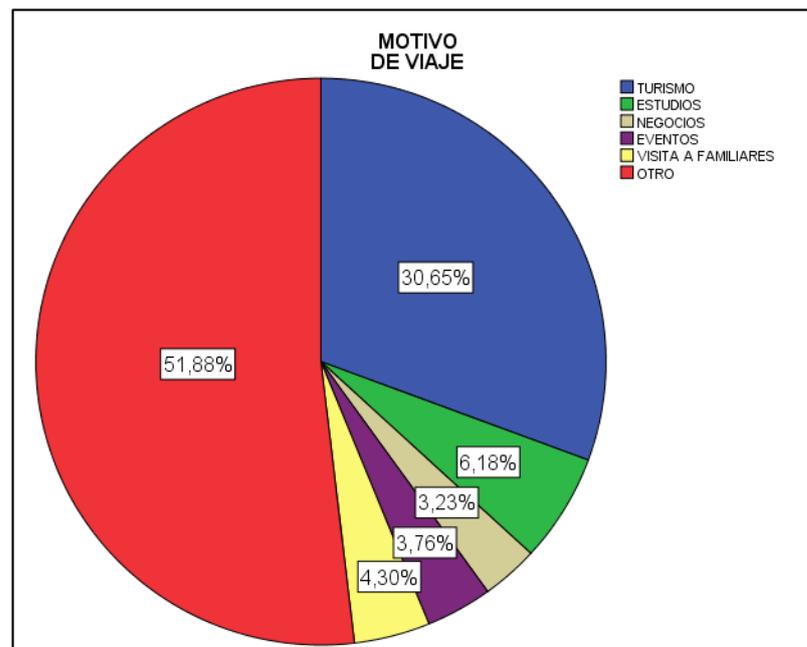


Figura 23 Gráfico Motivo de Viaje

Procedencia

Conocer la procedencia de los posibles consumidores es fundamental porque este es un factor que influye mucho en las costumbres y comportamientos de los viajeros; por lo tanto, determinan sus gustos y preferencias de las personas e incluso influye en el tipo de pensamiento político, religioso, su manera de ver el mundo y de enfrentarse a las nuevas condiciones que está por conocer; debido a que, las realidades que se viven en cada país son diferentes aunque geográfica o culturalmente sean similares.

Al analizar la figura siguiente, se desprende que el 85,22% de los encuestados es de procedencia nacional; es decir, que la mayoría de las personas que visitan el Centro histórico son residentes de la ciudad y turistas locales. Por otra parte, también se puede destacar que a pesar de ser locales saben que el Centro Histórico y sus alrededores, siempre tienen algo nuevo que descubrir y se pueden dirigir los esfuerzos promocionales de las recoletas según las costumbres y necesidades de los turistas nacionales.

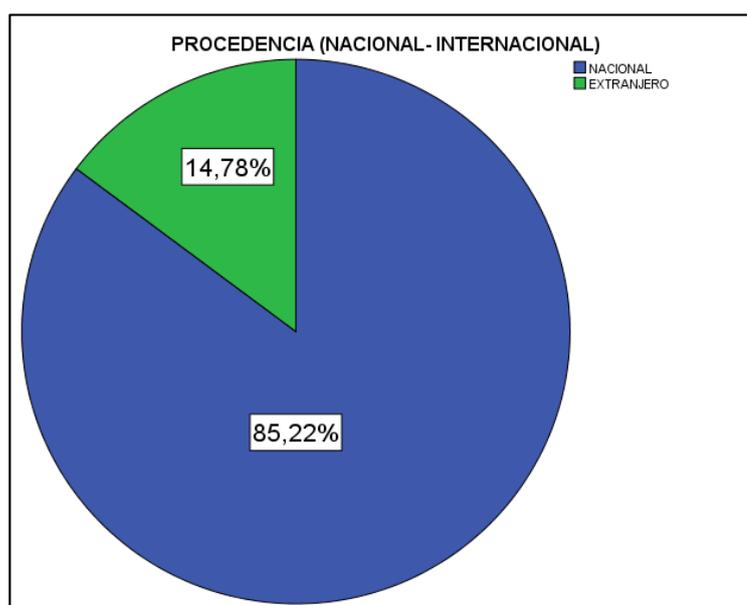


Figura 24 Gráfico Procedencia

Lugar de Procedencia

Al igual que la procedencia, es necesario conocer el lugar específico de donde vienen los encuestados, ya que definirlos tan solo como nacionales y extranjeros da una visión general; sin embargo, conocer específicamente del lugar que vienen permite definir con mayor profundidad el comportamiento que puede tener el visitante, ya que aunque sean del mismo país, muchas veces las personas son muy diferentes de una u otra región.

Tabla 4
Lugar de origen

Lugar de Origen					
NACIONALES	Frecuencia	Porcentaje	EXTRANJEROS	Frecuencia	Porcentaje
PICHINCHA	258	81%	EEUU	4	7%
GUAYAS	10	3%	COLOMBIA	10	18%
AZUAY	4	1%	VENEZUELA	10	18%
TUNGURAHUA	8	3%	PERÚ	5	9%
IMBABURA	6	2%	ARGENTINA	14	25%
MANABI	14	4%	MÉXICO	4	7%
OTRO Nacional	18	5%	REINO UNIDO	1	4%
			OTRO Extranjero	7	13%
Total	318			55	

El 69,4% del total de encuestados provienen de la provincia de Pichincha, lo cual puede deberse en gran parte a que son residentes de la ciudad de Quito o sus alrededores, aunque adicionalmente se puede distinguir que en general la mayoría de visitantes proceden de diferentes provincias del Ecuador especialmente de la costa y de la sierra. Por lo que, el proyecto debe dirigirse a las condiciones, necesidades y comportamientos de los turistas locales como por ejemplo, se puede tomar en consideración que los turistas locales generalmente viajan por su propia cuenta, por lo que no tienen itinerarios establecidos y tienen la disponibilidad de contestar a estos cuestionarios e incluso de modificar sus planes. Además, los encuestados procedentes de Pichincha representan 81% de los encuestados nacionales, mientras que en el caso de los extranjeros el mayor porcentaje de encuestados provienen de Argentina con un 25%.

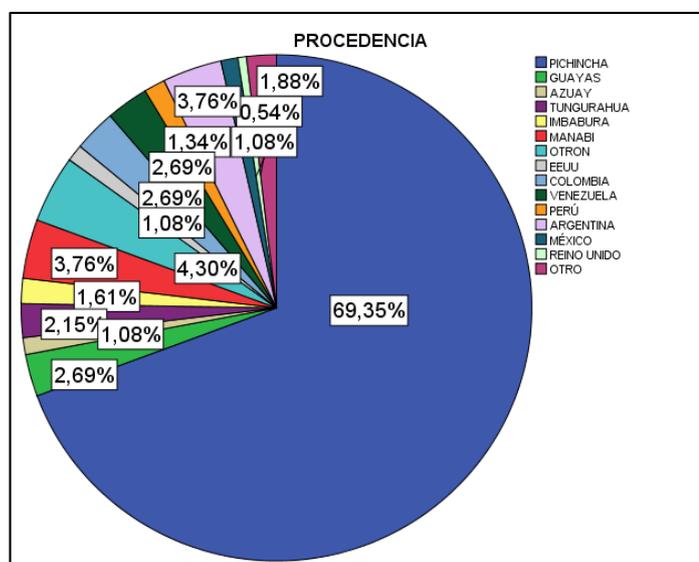


Figura 25 Gráfico Procedencia

Número de días de su viaje y número de días que destina a visitar el Centro Histórico.

El número de días de viaje permite conocer la disponibilidad de tiempo y otros recursos que tienen los visitantes, así comparándolo con el número de días que destinan a visitar el Centro Histórico. Además, se puede determinar la importancia que tiene este lugar en sus itinerarios y en las actividades que van a realizar en el sitio; así como, la especificidad con la que quieren explorar y conocer los atractivos turísticos, si solo van visitar los puntos más importantes o desean visitar atractivos turísticos más alejados que no sean muy populares.

Tabla 5
Número de días de su viaje

N° DE DÍAS DE SU VIAJE	N° DE DÍAS DE SU VIAJE					Total
	PROCEDENCIA					
	NACIONAL	EXTRANJERO				
1	231	73%	0	0%	231	
2	23	7%	0	0%	23	
3	17	5%	0	0%	17	
4	20	6%	5	9%	25	
5	10	3%	2	4%	12	
6	3	1%	0	0%	2	
7	5	2%	3	5%	8	
8	3	1%	15	27%	17	
10	5	1%	1	2%	5	
15	0	0%	8	15%	8	
25	0	0%	1	2%	2	
28	2	0%	0	0%	3	
30	0	0%	14	25%	14	
31	0	0%	3	5%	3	
40	0	0%	2	4%	2	
365	0	0%	1	2%	1	
Total	318		55		373	

Tabla 6
Número de días que destina a visitar el Centro Histórico de Quito

N° DIAS EN EL CHQ	N° DIAS EN EL CHQ				Total
	PROCEDENCIA				
	NACIONAL	Porcentaje Nacional	EXTRANJERO	Porcentaje Extranjero	
1	243	77%	15	27%	258
2	33	10%	9	16%	42
Continúa					
3	26	8%	11	20%	37
4	3	1%	0	0%	3
5	7	2%	9	16%	16
7	1	0%	9	16%	10
8	5	1%	0	0%	5
10	0	0%	1	2%	1
100	0	0%	1	2%	1
Total	318		55		373

Según las tablas anteriores, el 62,43% del total de personas encuestadas que visita el Centro Histórico viaja por un día. Para el caso de visitantes nacionales, el 73%, lo hacen por un día, mientras que en el caso de turistas extranjeros (27%), viaja por 8 días. Los pobladores nacionales destinan ese único día para visitar el Centro Histórico de Quito, este resultado puede deberse en gran parte a que muchas de las personas son

residentes de la ciudad. Por su parte, el 27% de los extranjeros destinan 1 día para esta visita, pero también es importante destacar que el 20% destina 3 días. Este es un dato fundamental a tener en cuenta ya que muestra el número máximo de días que los turistas pueden destinar a la visita de las recoletas. Cabe mencionar adicionalmente el caso atípico delo visitante que permanece en su viaje por 365 días y destina 10 días a su visita, la razón de este caso es que el encuestado de nacionalidad cubana ha llegado al país por motivos de negocios y trabajo.

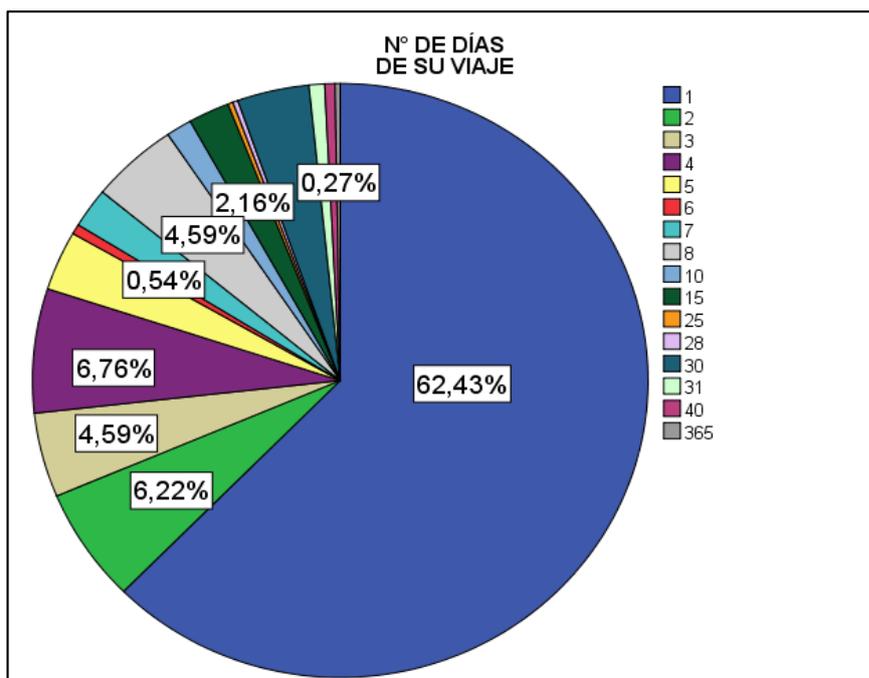


Figura 26 Gráfico Días de su viaje

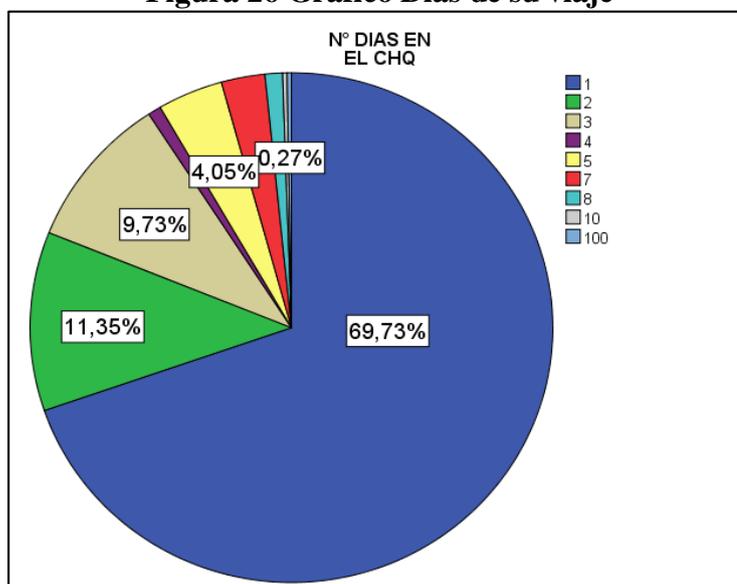


Figura 27 Gráfico Días que destina a visitar el Centro Histórico de Quito

Compañeros de viaje del visitante

Conocer con quién viaja el encuestado también define las necesidades que puede tener el visitante, ya que una persona que viaja sola no tiene los mismos requerimientos que una persona que viaja acompañado de su familia, su pareja o sus compañeros de trabajo. De ello se desprende que, este individuo siempre tiene que pensar en las necesidades de las personas quienes lo acompañan e incluso debe planificar sus itinerarios de acuerdo a los gustos y preferencias en conjunto.

Tabla 7
Compañeros de viaje del visitante

	CON QUIÉN VIAJA				Total
	PROCEDENCIA				
	NACIONAL	%	EXTRANJERO	%	
SOLO	75	24%	13	24%	88
PAREJA	68	21%	7	13%	75
CON FAMILIA	156	49%	28	51%	184
COMPAÑERO DE TRABAJO	19	6%	7	13%	26
Total	318		55		373

La tabla muestra que en términos generales la mayoría de las personas que brindaron información, el 49,46% viaja con su familia, también se observa que el 49% de los visitantes nacionales y el 51% de los extranjeros viajan con su familia. Por ello, la oferta turística de las Recoletas debe ir enfocada al segmento familiar y a ofrecer actividades que sean dirigidas a todos los miembros de la familia como ser partícipes de una experiencia espiritual, disfrutando de los conjuntos arquitectónicos, su historia y tomando en cuenta que los rangos de edad en las familias son variados.

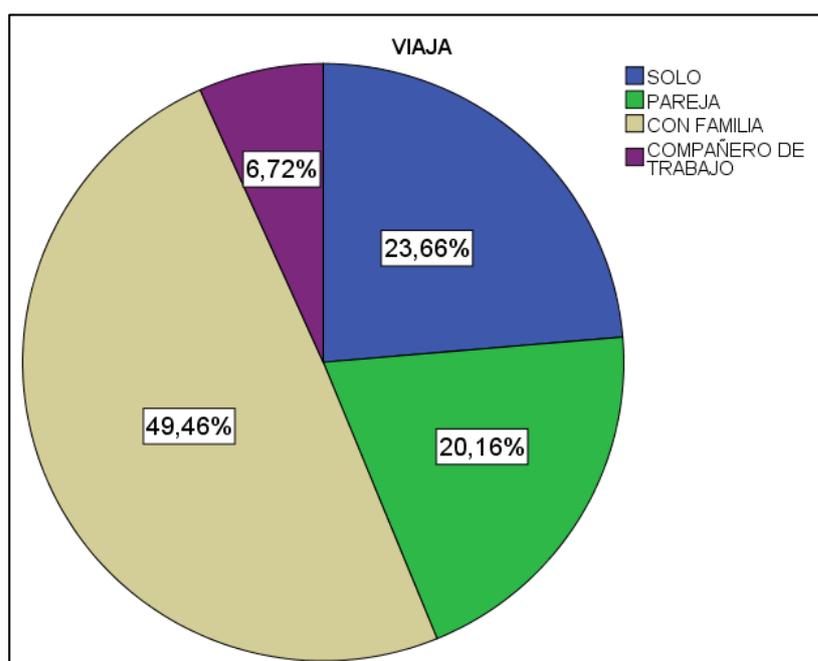


Figura 28 Gráfico ¿Con quién viaja?

Nivel de Educación

El nivel de educación define también las preferencias de visita y los contenidos que desea obtener de los sitios a los que acude. Una persona con un nivel de educación o formación más elevado espera contenidos más especializados sobre el lugar que visita, tiene expectativas más altas, tiende a demandar mayor veracidad sobre la información que recibe y mayor calidad en los servicios, debido a que investiga o posee información previa sobre el lugar.

**Tabla 8
Nivel de Educación**

NIVEL DE EDUCACIÓN	NIVEL DE EDUCACIÓN				Total	
	PROCEDENCIA					
	NACIONAL	%	EXTRANJERO	%		
PRIMARIA	16	5,0%	0	0%	16	4,3%
SECUNDARIA	173	54,3%	10	18,2%	183	48,9%
TERCER NIVEL	117	36,9%	40	72,7%	157	42,2%
						Continúa
MAESTRIA	8	2,5%	5	9,1%	13	3,5%
OTRO	4	1,3%	0	0%	4	1,1%
Total	318	100,0%	55	100,0%	373	100,0%

El mayor porcentaje del total de los encuestados tienen un nivel de preparación de secundaria 48,92%. En la tabla se muestra que la mayoría de visitantes nacionales (54,3%) tiene un nivel de educación secundario, seguidos por el 36,9% con educación de tercer nivel. Por su parte, los visitantes extranjeros tienen en su mayoría tercer nivel de educación, es decir el 72,7%. Los turistas con nivel de educación de tercer nivel, especialmente, son más exigentes, demandan información específica, tienen una visión más objetiva sobre la realidad del sitio que visitan, y son personas que tienen un criterio formado acerca de asuntos como la religión, están abiertos a comprender situaciones y crear nuevas opiniones.

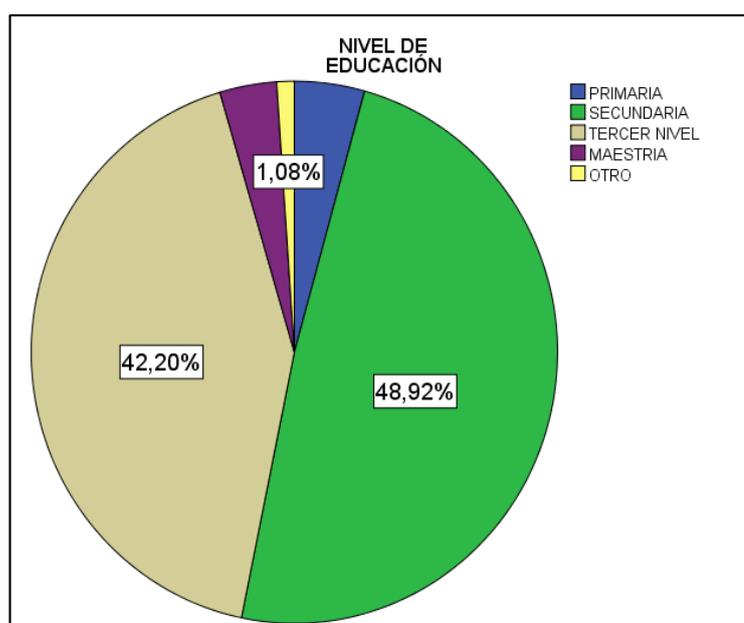


Figura 29 Nivel de Educación

Frecuencia de visita al Centro Histórico

La frecuencia de visita al Centro Histórico de Quito permitirá planificar los atractivos turísticos que se le puede ofrecer al visitante como parte de sus itinerarios. De esta manera se puede priorizar los más significativos lugares y actividades si la visita es anual, pero si la incidencia es más frecuente como semanal, quincenal o mensual se puede planificar una oferta más variada y especializada, para darle siempre nuevas opciones y experiencias a los visitantes.

Tabla 9
Frecuencia de Visita al Centro Histórico de Quito

FRECUENCIA	CADA CUANTO TIEMPO VISITA EL CHQ				Total
	PROCEDENCIA				
	NACIONAL	EXTRANJERO			
SEMANTAL	120	38%	3	5%	123
QUINCENAL	58	18%	0	0%	58
MENSUAL	94	29%	4	7%	98
ANUAL	45	15%	48	87%	93
Total	318	100%	55	100%	373

La mayoría del total de los encuestados, el 33,06%, visita el Centro Histórico de Quito semanalmente mientras que la frecuencia quincenal y mensual acumuladas alcanzan el 41% de las visitas. Como se muestra en la tabla las visitas en los turistas nacionales son bastante frecuentes, ya que el 85% visita el Centro Histórico al menos una vez por semana, en cambio en el caso de los extranjeros el 87% de los encuestados realiza su visita de forma anual. Lo que indica que la oferta turística debe ser variada, el visitar frecuentemente el Centro Histórico hace que el turista desee conocer nuevos sitios, recibir información actualizada y tener nuevas experiencias, conocer cada vez más a fondo los tesoros que esconde este destino.

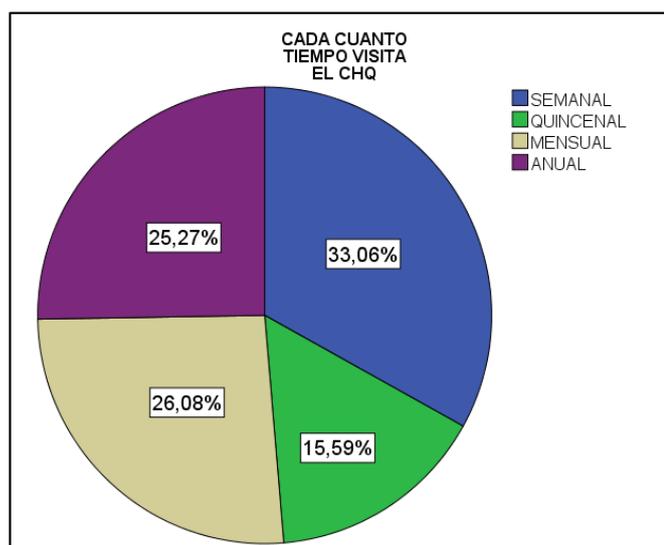


Figura 30 Gráfico frecuencia de visita al Centro Histórico de Quito

Sitios de interés turístico que prefiere visitar

Identificar los sitios que los visitantes y turistas prefieren visitar permite establecer el tipo de atractivos turísticos que más les gusta; y por lo tanto, permite analizar si la

oferta turística del Centro Histórico está correctamente dirigida a las preferencias de quienes lo visitan, definir la especialidad que debe manejar el destino, determinar los atractivos turísticos que se deben potencializar, naturales o culturales y en qué sentido debe ser dirigida la publicidad.

Tabla 10
Sitios que prefiere visitar

	PREFERENCIAS DE VISITA			
	PROCEDENCIA			
	NACIONAL	PORCENTAJE	EXTRANJERO	PORCENTAJE
PARQUES NACIONALES	120	11%	40	14%
RUINAS				
ARQUEOLÓGICAS	101	9%	34	12%
MUSEOS	145	13%	37	13%
IGLESIAS	136	12%	39	13%
TEATROS	79	7%	22	8%
BIBLIOTECAS	63	6%	18	6%
MONUMENTOS	113	10%	27	9%
PARQUES	151	14%	20	7%
LUGARES TRADICIONALES	155	14%	36	12%
RECOLETAS	38	3%	16	6%
Total	1101		289	

Como lo muestra la tabla los sitios de mayor preferencia son los de tipo cultural, tanto en el público nacional como en el extranjero, se puede observar que los sitios culturales que registran mayores visitas son los “lugares tradicionales” con un 14%, museos con un 13% e iglesias con 12% en turistas nacionales. Por otra parte, en el público extranjero los lugares más visitados son museos, iglesias con 13% cada uno y lugares tradicionales con 12%. Las recoletas son los sitios con el menor porcentaje de preferencia, con el 3% en el visitante nacional y el 6% en el visitante extranjero; esto se debe a la poca información que existe sobre estos espacios, además la mayoría de personas no los identifican bajo este nombre sino como conventos o iglesias.

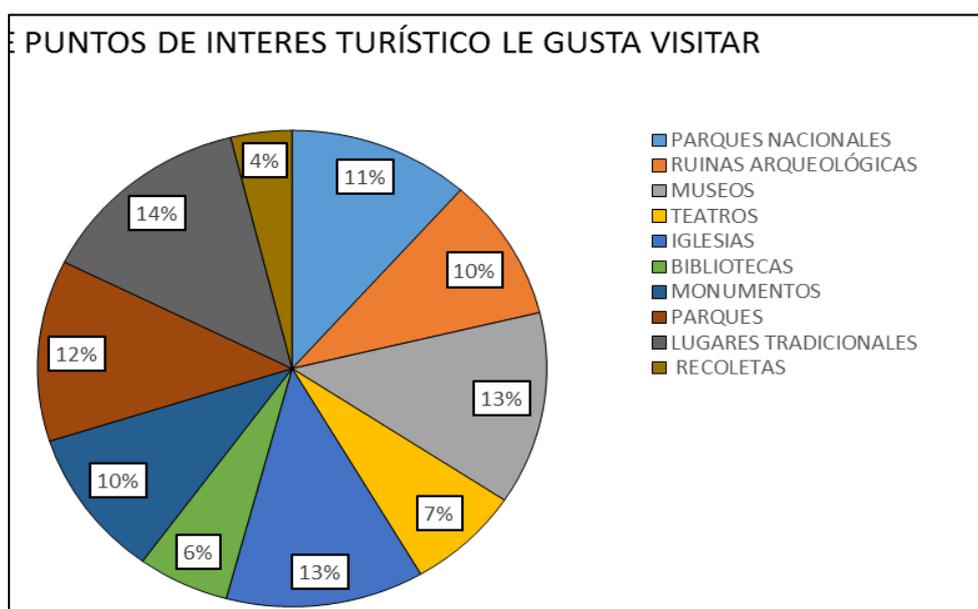


Figura 31 Tipos de puntos de interés turístico que le gusta visitar

Experiencia en la visita al Centro Histórico de Quito

Es fundamental conocer el nivel de satisfacción de los visitantes en el Centro Histórico de Quito, ya que de esta manera se puede analizar la situación en la que se encuentran tanto los atractivos turísticos como la infraestructura turística. Además, se puede evaluar la calidad de los servicios que se ofertan, la seguridad que se le brinda la turista en el sitio y el valor agregado como un plus para una experiencia satisfactoria. También, es posible identificar las falencias que pueden generar un descontento en los visitantes, para buscar soluciones y corregir los errores.

Tabla 11

Nivel de Satisfacción en la visita al Centro Histórico de Quito

	CALIFIQUE SU EXPERIENCIA AL VISITAR EL CHQ				PROCEDENCIA	
	NACIONAL		EXTRANJERO		Total	
EXCELENTE	97	31%	13	24%	110	29,6%
MUY BUENA	115	36%	32	58%	147	39,5%
BUENA	83	26%	10	18%	93	25,0%
REGULAR	19	6%	0	0%	19	4,8%
MALA	4	1%	0	0%	4	1,1%
Total	318	100%	55	100%	373	100%

Como se muestra en la tabla anterior, el nivel de satisfacción en las visitas al Centro Histórico está por sobre la calificación de “Buena”, el 94% del total. También se puede observar que en el caso de los turistas nacionales el 67% consideran que su visita fue muy buena y excelente, mientras que en los turistas extranjeros el 82% consideran que su visita fue muy buena y excelente, es importante destacar también que el turista extranjero no califico a su visita como regular o mala. Esto quiere decir que, la mayoría de los encuestados ha tenido una experiencia muy significativa en este lugar, que han cumplido sus expectativas y que los servicios recibidos han sido de calidad, aunque hay muchos aspectos por mejorar como la seguridad, al aplicar correctivos es probable que la calificación de satisfacción suba un peldaño más.

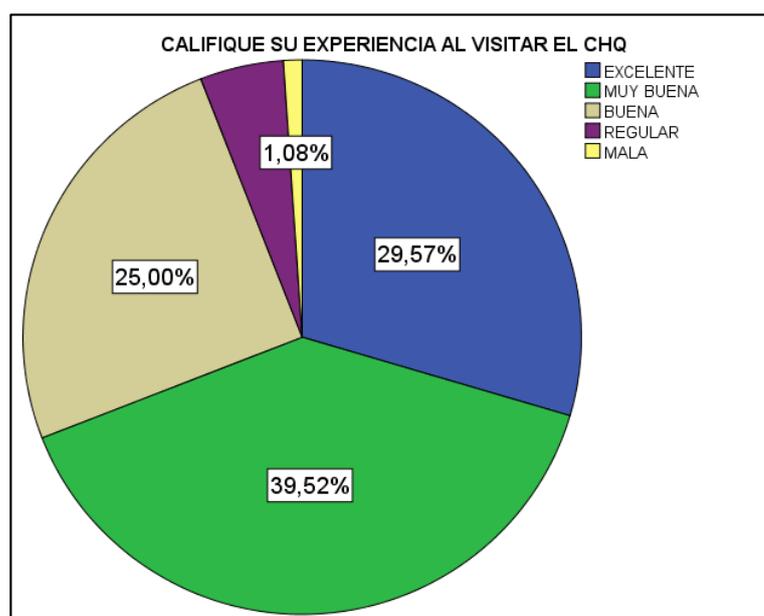


Figura 32 Gráfico Nivel de Satisfacción en la Visita al Centro Histórico

Le interesa conocer sitios que le brinden una experiencia cultural y espiritual:

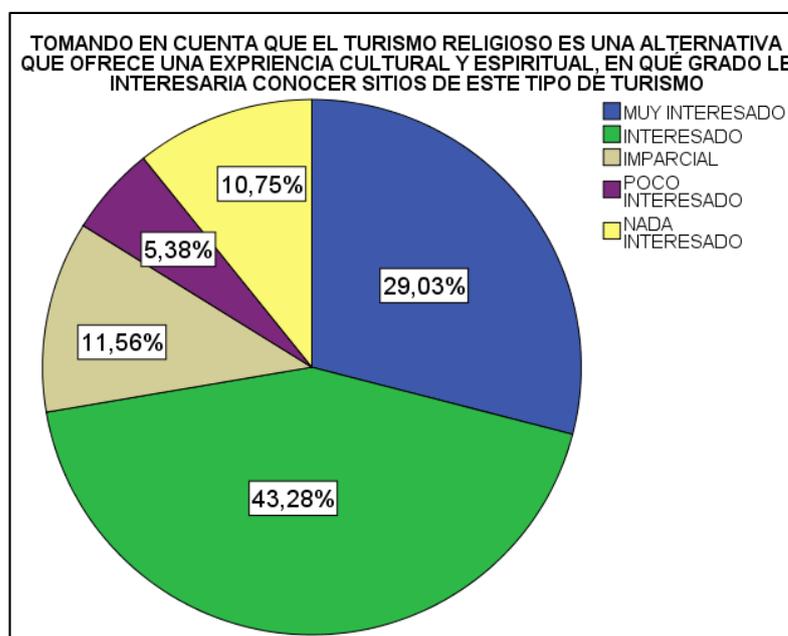
El interés por conocer sitios que ofrecen una experiencia cultural y espiritual es fundamental para tener una idea preliminar de la factibilidad para ofrecer un producto turístico que tenga estas características y sondear al mismo tiempo lo que la gente entiende por propuesta cultural y espiritual, percibir su nivel de tolerancia al hablar de un asunto espiritual principalmente, porque los asuntos culturales son un poco más fáciles de manejar en cuanto a conceptos pero los asuntos espirituales pueden resultar algo incómodos para algunas personas.

Tabla 12**Le interesa conocer sitios que le brinden una experiencia cultural y espiritual**

TOMANDO EN CUENTA QUE EL TURISMO RELIGIOSO ES UNA ALTERNATIVA QUE OFRECE UNA EXPERIENCIA CULTURAL Y ESPIRITUAL, EN QUÉ GRADO LE INTERESARÍA CONOCER SITIOS DE ESTE TIPO DE TURISMO

	PROCEDENCIA					
	NACIONAL		EXTRANJERO		Total	
MUY INTERESADO	106	33%	2	4%	108	29,0%
INTERESADO	135	43%	26	47%	161	43,3%
IMPARCIAL	36	11%	7	13%	43	11,6%
POCO INTERESADO	18	6%	2	4%	20	5,4%
NADA INTERESADO	23	7%	18	33%	41	10,8%
TOTAL	318	100%	55	100%	373	100%

En el total de la tabla se muestra que la mayoría de los encuestados; es decir, el 43,3% se muestra interesado en conocer un sitio que le ofrezca una experiencia cultural y espiritual, lo cual es un gran incentivo para el proyecto. En el caso de los encuestados nacionales el porcentaje de los interesados es 76%, mientras que en el caso de los extranjeros el porcentaje es 51%; sin embargo, no se debe dejar de lado que los resultados también muestran que la postura de un importante porcentaje de extranjeros, el 33%, es “nada interesado”, lo que da la pauta una vez más de que la propuesta debe ir dirigida a los visitantes Nacionales.

**Figura 33 Le interesarán sitios que ofrecen una experiencia cultural y espiritual**

Le parece atractivo conocer las Recoletas a través de una Ruta de Turismo Religioso

Este resultado confirma el interés hacia las recoletas bajo la propuesta del Turismo Religioso; además, se constituye en la pauta para desarrollar una propuesta acerca de este tema y sobre todo para promocionar estos sitios llenos de riqueza cultural y espiritual, mostrarle al público que fueron parte importante de la historia de la ciudad, pero por motivos de expansión y desarrollo han quedado rezagados y descuidados.

Tabla 13

Le parece atractivo conocer las Recoletas a través del turismo Religioso

LE PARECE ATRACTIVO CONOCER MÁS SOBRE LAS RECOLETAS DE QUITO A TRAVES DE UNA RUTA DE TURISMO RELIGIOSO

	PROCEDENCIA					
	NACIONAL		EXTRANJERO		Total	
MUY ATRACTIVO	102	32,2%	1	1,8%	103	27,7%
ATRACTIVO	130	41,0%	22	40,0%	152	40,9%
IMPARCIAL	33	10,4%	12	21,8%	45	12,1%
POCO ATRACTIVO	30	9,1%	5	9,1%	35	9,1%
NADA ATRACTIVO	23	7,3%	15	27,3%	38	10,2%
Total	318	100,0%	55	100,0%	372	100,0%

El 40,9% del total de los encuestados respondió que le parece atractiva la propuesta de conocer más sobre las “recoletas” a través de una ruta de turismo religioso, en la tabla se muestra que el mayor porcentaje; es decir, el 41% de los encuestados, le parece atractivo, así mismo el 40% de los encuestados extranjeros, aunque al igual que en el resultado anterior un importante porcentaje el 27,3% de los encuestado extranjeros le parece “nada atractiva” la propuesta de una ruta de turismo religioso. Lo que significa que para el público nacional puede ser factible la promoción y difusión de estos sitios y así convertirlos en una alternativa para la diversificación de la oferta turística ya que se puede notar que la gente aunque no tiene mucha información sobre estos sitios le interesa la experiencia cultural espiritual.

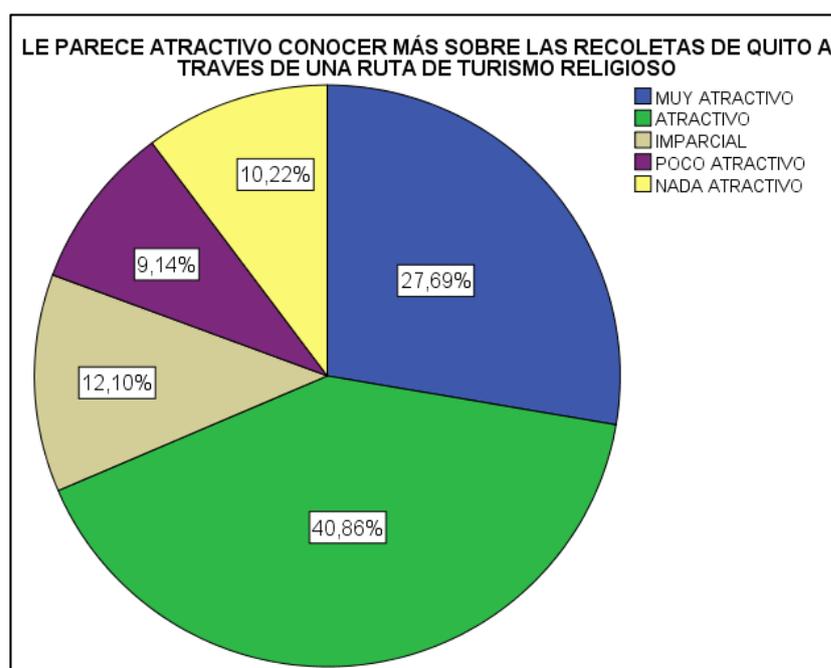


Figura 34 Le parece atractivo conocer las Recoletas a través del turismo Religioso

Cuánto estaría dispuesto a pagar por la práctica de Turismo Religioso

Es muy importante conocer el monto que el visitante estaría dispuesto a pagar por la práctica del turismo ya que al ser una actividad con fines de lucro. Se debe tomar en cuenta que todas las actividades y servicios tienen un valor monetario que se debe cubrir, este resultado dará una idea de cuál es el monto máximo que se puede cobrar por la experiencia, en general describe la factibilidad económica que tiene el proyecto, de no ser posible permite definir la propuesta más adecuada.

Tabla 14

Cuánto está dispuesto a pagar por la práctica del Turismo Religioso

	CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA PRACTICA DE TURISMO RELIGIOSO					
	PROCEDENCIA				Total	
	NACIONAL		EXTRANJERO			
0 A 3	243	76,7%	41	74,5%	284	76,3%
4 A 7	66	20,8%	13	23,6%	79	21,2%
8 O MÁS	9	2,5%	1	1,8%	10	2,4%
Total	318	100,0%	55	100,0%	373	100,0%

Según lo expuesto en la tabla la mayoría de los encuestados (76,3%) está dispuesto a pagar de \$0 a \$3, tanto nacionales con 76,7% como extranjeros el 74,7%. Este resultado se vuelve problemático al momento de ofrecer actividades y servicios, ya que la mayoría de los encuestados aunque están interesados en conocer más sobre las recoletas, en su mayoría no están dispuestos a pagar más de 3 dólares por la experiencia. Las congregaciones que están a cargo de las Recoletas trabajan bajo la autogestión; es decir, al recibir poca ayuda de organizaciones gubernamentales o privadas, deben cobrar por sus servicios lo cual representa más de 3 dólares.

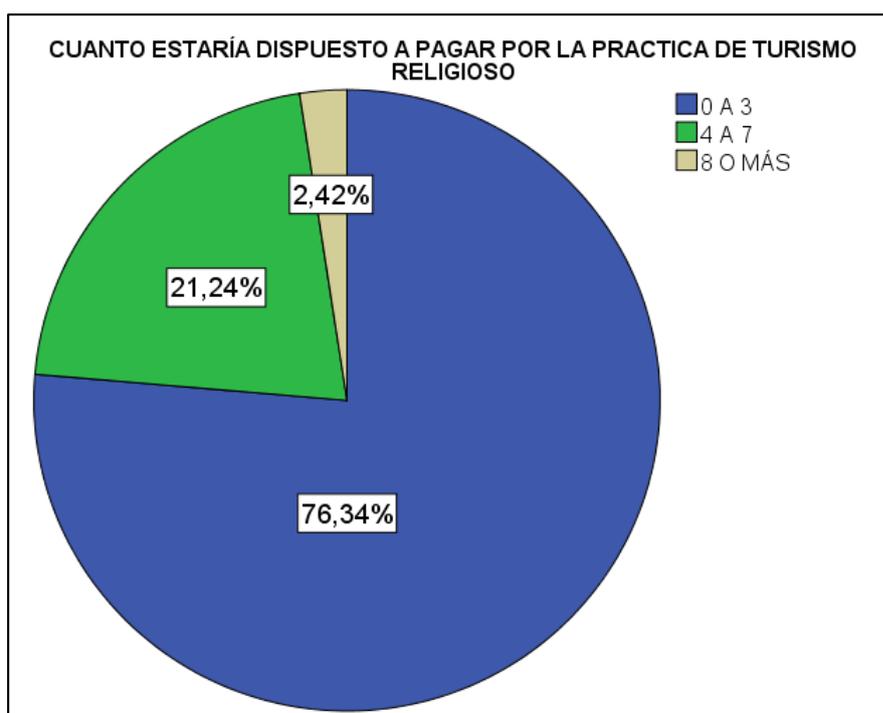


Figura 35 Cuánto está dispuesto a pagar por la práctica del Turismo Religioso

3.3.2. Proveedores

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los administradores de las Recoletas, se puede deducir que los proveedores no ejercen mayor poder de negociación sobre las congregaciones, debido a que no necesitan mayor cantidad de servicios de personas o empresas civiles. Todas las actividades las manejan dentro de los Conventos, con los miembros de las congregaciones; en el caso de San Diego y El Tejar para la impresión de entradas utilizan imprentas pertenecientes a las congregaciones, en el caso del Museo del Buen Pastor, no entregan entradas a sus visitantes.

Servicios de guianza: en el caso de San Diego cuentan con una sola guía de Planta, y cuando existe la necesidad, los hermanos franciscanos también colaboran con la guianza. En el caso del Museo del Tejar, no cuentan con guía permanente porque el Museo no está abierto al público permanentemente, se está trabajando en su rehabilitación por lo que el mismo Padre administrador se encarga de estas actividades junto con sus secretaria y algunos voluntarios. Finalmente, el Museo del Buen Pastor, tampoco cuenta con guía porque el museo abre bajo previa reservación de mínimo 5 personas, en ese momento llaman a una guía para coordinar la disponibilidad y la fecha de visita, también las hermanas son las encargadas del mantenimiento del museo.

3.3.3. Competidores entrantes

Considerando las condiciones de la oferta turística de las Recoletas este tema no es procedente pudiendo solo considerarse competencia indirecta y productos sustitutos, debido a que ninguna congregación religiosa busca construir una recoleta cercana al Centro Histórico. Además, en términos turísticos aunque estas recoletas buscan posicionarse como atractivos turísticos, uno de las mayores dificultades es su ubicación periférica al Centro Histórico, los atractivos dentro de este sector ya están posicionados y los atractivos más lejanos aun al Centro histórico, buscan posicionarse Productos en una jurisdicción diferente, como la Mariscal y con enfoques totalmente diferentes

3.3.4. Productos sustitutos

Se puede considerar productos sustitutos a los atractivos turísticos que se encuentran en el Centro Histórico, principalmente las Iglesias y Museos de Arte religioso que pueden cubrir la misma necesidad de los visitantes por una experiencia cultural, principalmente. Por lo tanto, se puede notar que el poder de los productos sustitutos es bastante significativo ya que son sitios que están posicionados dentro de la oferta turística del Centro Histórico. Adicionalmente en el estudio de campo los encuestados determinaron los puntos de interés que se constituyen en fuertes productos sustitutos.

Tabla 15
Ha visitado alguno de estos lugares

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
CONVENTO Y MUSEO DE SAN DIEGO	111	7%
IGLESIA Y CONVENTO DE SAN FRANCISCO	237	15%
CEMENTERIO DE SAN DIEGO	176	11%
IGLESIA DE LA COMPAÑÍA	236	15%
IGLESIA Y MUSEO DEL TEJAR	104	6%
PLAZA DE LA INDEPENDENCIA	227	14%
IGLESIA Y CONVENTO DE SANTO DOMINGO	154	10%
CEMENTERIO DE EL TEJAR	113	7%
BARRIO LA RECOLETA	158	10%
IGLESIA Y MUSEO DEL BUEN PASTOR	67	4%
NINGUNO	38	2%

Como se muestra en la tabla anterior los sitios que se han visitado en mayor porcentaje son la Iglesia y Convento de San Francisco, 15%, la Iglesia de la Compañía 15%, Plaza de la Independencia, 14%, estos son atractivos turísticos posicionados en el Centro Histórico y claramente pueden considerarse productos sustitutos. Se puede notar también que los recursos turísticos de las Recoletas como el Convento Museo de San Diego, el Convento, Iglesia y cementerio de El Tejar, La Iglesia y Museo del Buen Pastor también reciben visitas aunque no en gran porcentaje, acumulan entre estos apenas un 24% de las visitas. Otro factor a tomar en cuenta es que los visitantes los conocen aunque muchos ignoran que son parte de las Recoletas.

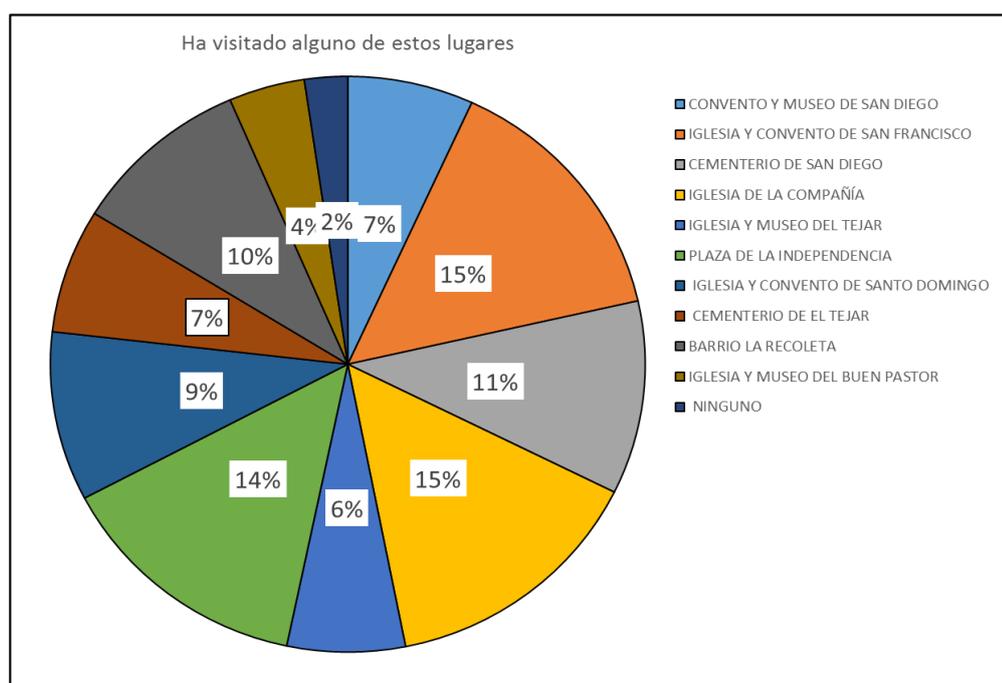


Figura 36 Ha visitado alguno de estos lugares

Así mismo, es importante tomar en cuenta el nivel de satisfacción que han tenido los visitantes en estos lugares ya que esto permite conjeturar acerca de la calidad de los servicios que se ofertan y de la manera en que se están cumpliendo las expectativas. Da una idea de los estándares que deben alcanzar las Recoletas para ser competitivas en cuanto a los atractivos turísticos que ya están posicionados en el Centro Histórico de Quito.

Tabla 16
Califique su experiencia en los lugares visitados

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	80	21,5%
MUY BUENA	180	48,4%
BUENA	79	21,2%
REGULAR	3	0,8%
MALA	2	0,5%
NINGUNA	29	7,5%
Total	373	100,0

El nivel de satisfacción de la mayoría de los visitantes está por sobre la calificación de Buena, un porcentaje acumulado de 91,1% lo cual confirma que los productos

sustitutos antes mencionados son fuertes frente a las Recoletas; pero en cuanto a éstas, aunque no son muy conocidas, quienes las han visitado también califican como satisfactoria su visita. Por otro lado, también están las calificaciones bajas, que aunque no son un gran porcentaje dan la pauta de que hay escenarios que se deben mejorar.

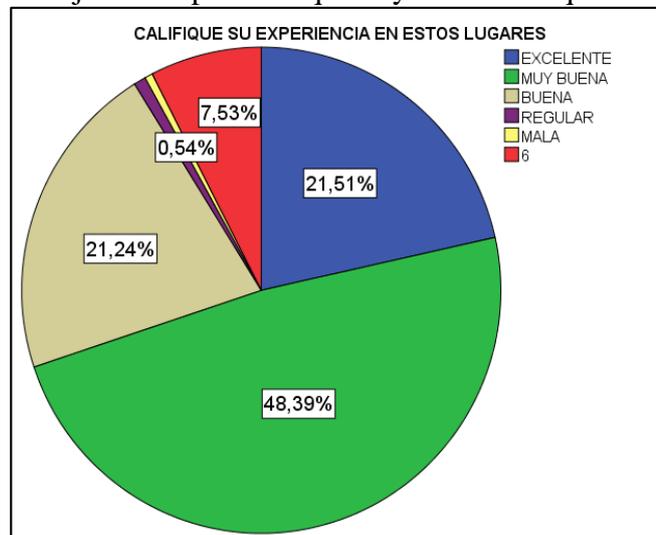


Figura 37 Califique su experiencia en estos lugares

3.3.5. Competidores

Se consideran competidores directos a las mismas Recoletas, la una de la otra brindan los mismos servicios a sus visitantes; sin embargo, si el producto turístico incluye a las tres Recoletas, no se puede considerar a ningún competidor directo, ya que estas son congregaciones religiosas que no buscan competir entre sí, sino difundir sus espacios. Po otra parte, lo que se busca es que éstas se conviertan en atractivos turísticos que permitan dinamizar el Turismo del Centro Histórico de Quito; además, no existen complejos a nivel de ciudad o a nivel nacional con las mismas características.

3.4. Posicionamiento

El posicionamiento permite definir los diferentes segmentos a los que puede dirigirse determinado servicio, el valor diferencial que se aporte permitirá captar la percepción del consumidor y darle a conocer que se cumplirán sus expectativas en cuanto a innovación, calidad y diferenciación. En este caso de estudio, las Recoletas se deben ofertar como una nueva visión de hacer turismo a través de un sentido espiritual, mediante una propuesta simple pero significativa para todos los potenciales visitantes.

3.4.1. Estrategia de Posicionamiento

Las estrategias de posicionamiento son emanadas por la política rectora de la actividad turística denominada Quito Turismo, quien crea planes con el fin de potencializar los recursos de la ciudad de manera sostenible, viable y dinamizadora económicamente, en el que a más del valor monetario que se pueda obtener por cierto proyecto, también permita conocer nuevas perspectivas turísticas en el que sean partícipes diferentes puntos de interés turístico.

3.4.1.1. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021

La aplicación del Plan Estratégico de Quito Turismo permitirá alcanzar dos grandes objetivos: aumentar el PIB que proporciona la industria turística de la ciudad en cinco años y consolidar a Quito como destino único y atractivo para el turista de Sudamérica. En primera instancia este plan se estructura con una visión que pretende posicionar a Quito como capital de la Latitud 0°, de las Flores, el Colibrí y quiere destacar principalmente el hecho de ser el primer patrimonio del mundo, donde convergen la modernidad y las tradiciones de culturas vivas. (Quito Turismo, 2016, pág. 36)

El tiempo de implementación de este plan es hasta el 2021 y su ejecución se basa en tres pilares como son: conectividad, producto de alto impacto y una campaña acertada de marketing estratégico. Cada uno de estos factores requiere de una propuesta de valor para potenciar sus recursos con el fin de atraer y fidelizar a distintos segmentos claves para el desarrollo turístico dentro de la ciudad. (Quito Turismo, 2016, págs. 45-46)

La aplicación de un plan de marketing estratégico en las recoletas permitirá fomentar las oportunidades de desarrollo que tiene cada una como potencial turístico de Quito, de esta forma se podrá considerar a la capital como una zona dinámica, atractiva y cultural. Además, busca convertirse en un foco de desarrollo turístico integral, ofreciendo una experiencia más enriquecedora. (Quito Turismo, 2016, pág. 60)

3.4.2. Diferenciación del producto

De los pilares mencionados en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021, el que se alinea con el presente trabajo de investigación es el que aplica marketing a través de un marco estratégico conformado por cuatro grupos:

- Grupo 1: Centro Histórico y Mitad del Mundo
- Grupo 2: Productos culturales, fiestas, festivales y gastronomía
- Grupo 3: Incentivos y reuniones
- Grupo 4: Productos relacionados con la naturaleza
- Grupo 5: Vida nocturna y turismo comunitario

Cada uno de estos grupos engloba atractivos turísticos tangibles e intangibles de diversas características y que por su valor cultural, histórico o natural se han convertido en los puntos preferidos de los visitantes. Las Recoletas de Quito, San Diego y Nuestra Señora de la Peña de Francia pueden encajar perfectamente en el grupo 1 puesto que forman parte del Centro Histórico de Quito; y, aunque El Tejar no pertenece a esta parroquia, también se puede promocionar en conjunto con estos sitios por las similitudes que presentan en cuanto a historia y desarrollo. (Quito Turismo, 2016, pág. 35)

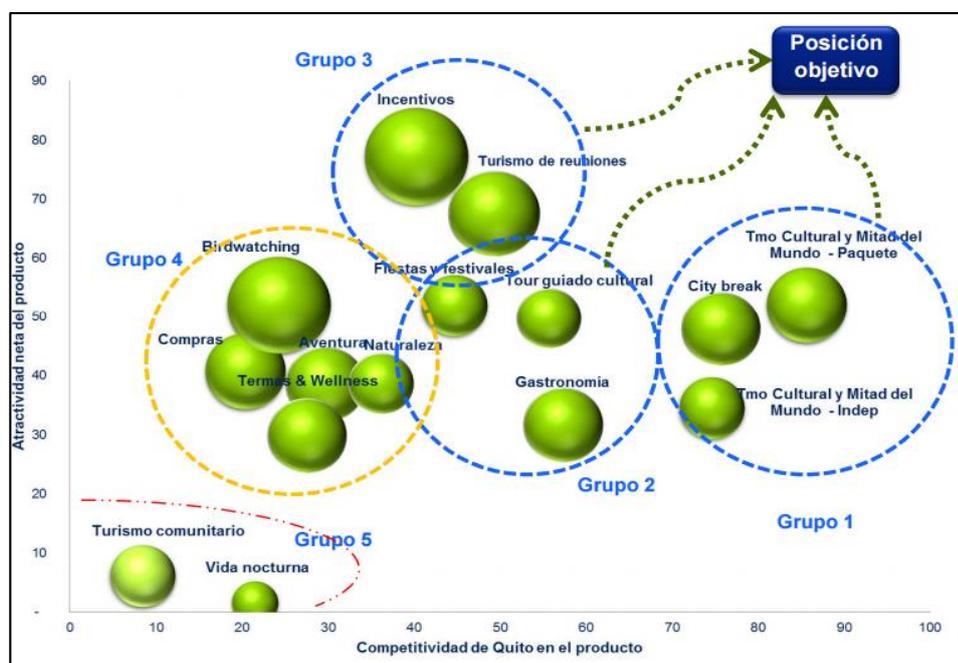


Figura 38 Marco Estratégico de Productos turísticos

Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021

En el gráfico anterior, se presentan la conformación de los grupos para la aplicación estratégica del plan; el grupo con mayor atraktividad es el 3 conformado por el turismo de reuniones e incentivos. De estos, el que tiene mayor competitividad es el turismo cultural puesto que oferta una serie de variedades de productos donde se encuentra el turismo religioso que puede ser desarrollado tanto en iglesias, procesiones como en las Recoletas de Quito ubicadas particularmente en los puntos periféricos del Casco Colonial,

3.4.3. Ventajas competitivas

Al hablar de Ventaja competitiva, se reconoce la característica, servicio o algún otro aspecto que haga a cada uno de estos espacios capaces de destacar frente a otros atractivos turísticos que ofrece la Ciudad de Quito, especialmente en su Centro Histórico. A continuación, se detallará la ventaja competitiva de cada Recoleta según la opinión de cada administrador:

Recoleta de San Diego.- Consideran que su ventaja competitiva es el conjunto arquitectónico del cual es parte el Museo, ya que actualmente un gran porcentaje de visitantes acuden a este sitio para estudiar los detalles arquitectónicos. Culturalmente, su ventaja competitiva es la conocida leyenda del Padre Almeida, el turismo local acude para observar la ventana por la que se escapaba y el Cristo en el que se apoyaba. Además, destacan el servicio a los visitantes que algunas veces lo hacen los mismo padres del convento.

Recoleta de El Tejar.- Considera que su ventaja competitiva es el espacio donde se ubica el museo, junto con su biblioteca que conserva antiguos libros escritos a mano y pastas de cuero de borrego, el patio central y las torres, a las que puede acceder el público y desde el cual se puede observar todo el Centro Histórico de Quito. Además, se destaca por el Cementerio en donde actualmente se realizan recorrido nocturno por parte de diferentes organizaciones turísticas.

Recoleta de Nuestra Señora de la Peña de Francia- Igual que en el caso anterior, su ventaja competitiva es el museo y sus lugares aledaños, principalmente el Jardín construido por Fray Pedro Bedón, el huerto, la representación de las antiguas celdas y la cueva que servía para retiros espirituales, las hermanas de la congregación

adicionalmente ofrecen el servicio de alimentación en su Restaurante Mesón de la Recoleta en el que utilizan los productos que ellas mismas cosechan en su huerto.

Como conjunto de Recoletas se puede destacar que su ventaja competitiva es la característica histórica y religiosa que poseen, son sitios de mucha espiritualidad, por la connotación y el propósito con el que fueron construidas. Originalmente fueron creadas con el propósito de ofrecer una vida austera y de recogimiento espiritual; en estos sitios, como se ha mencionado anteriormente, se trabajó extensamente por la comunidad. A pesar de haber estado alejados de la ciudad, fue donde se planearon la misiones de evangelización al Amazonas en el caso de San Diego y El Tejar, para el caso de la Peña de Francia, las hermanas se encargaron de cuidar a las niñas abandonadas y a las mujeres maltratadas para insertarlas nuevamente en la sociedad.

3.4.4. Comunicación

El último elemento de la estrategia de posicionamiento es la comunicación, a través de este medio se puede direccionar a diferentes canales de distribución de servicio para que las recoletas lugares de estudio tengan más apertura en el mercado y que no por el hecho de estar ubicadas en zonas periféricas o de poca afluencia de visitantes, se limiten a potenciar sus recursos artísticos, patrimoniales y religiosos que cada una guarda en sus edificaciones.

La entrevista fue el instrumento de recolección de datos; con él se pudo obtener mayor información sobre este determinante, los administradores de cada Recoleta manifestaron que al no recibir apoyo de ninguna entidad municipal, gubernamental o privada se han visto en la necesidad de buscar nuevos medios para dar a conocer sus servicios tanto religioso como culturales y a través de nuevas propuestas y convenios han tenido resultados favorables.

Quito Eterno es una organización que a través de la representación cultural y artística de varios personajes tradicionales, teatralizan los hechos históricos de la ciudad y dan a conocer atractivos turísticos que en la mayoría de los casos son pocos conocidos o inaccesibles. Los recorridos que realizan a través de la denominación “Rutas de Leyenda” ofrecen al turista una nueva experiencia de realizar turismo e involucran más al individuo con la práctica de esta actividad en diferentes espacios de la ciudad.



Figura 39 Logo de las Rutas de Leyenda de Quito Eterno

Fuente Quito Eterno

Esta organización junto con los administradores de la Recoleta de San Diego, El Tejar y la Peña de Francia han llegado a un acuerdo para realizar recorridos nocturnos por sus edificaciones principalmente los fines de semana y de una forma más vivencial. Cada fin de semana las “Rutas de Leyenda” toman un lugar específico con 30 turistas como máximo para realizar el recorrido de este espacio con un personaje típico de cada lugar.

Es pertinente mencionar que justo febrero de 2017 ha sido denominado como “Mes de las Recoletas”, en el cual a través de cierto pago es posible visitar de una forma especial y única cada una de las Recoletas que han sido mencionadas en esta investigación. La guianza incluye un recorrido teatralizado por el lugar junto a un personaje tradicional y el transporte en caso de ser necesario.



Figura 40 Anuncio de Quito Eterno sobre Febrero: Mes de Recoletas

Fuente <http://bit.ly/2lwesQm>



Figura 41 Anuncio de Ruta de Leyenda Recoleta de San Diego

Fuente <http://bit.ly/2ltJoQn>

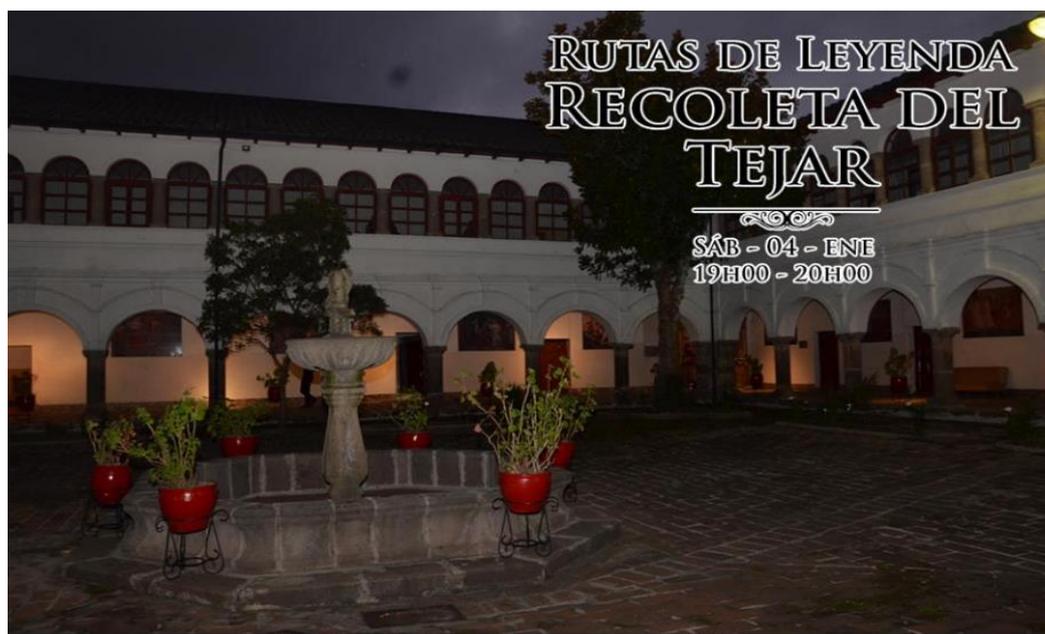


Figura 42 Anuncio de Ruta de Leyenda Recoleta del Tejar

Fuente <http://bit.ly/2ltuWrx>

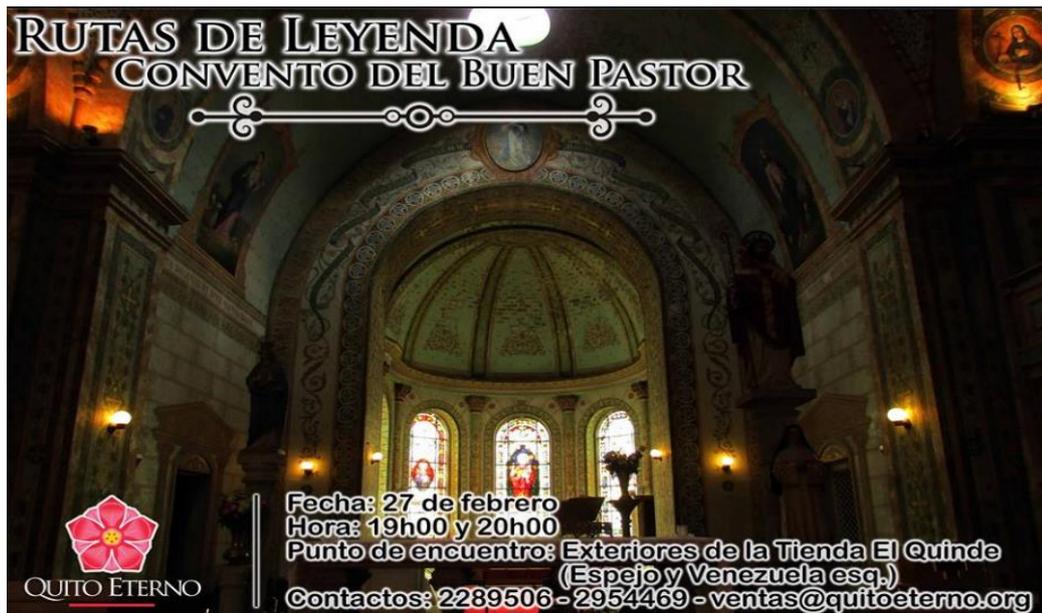


Figura 43 Anuncio de Ruta de Leyenda Convento del Buen Pastor

Fuente <http://bit.ly/2k9iuvV>

Otra estrategia de comunicación que han decidido aplicar los Administradores de las Recoletas son el diseño de trípticos de cada uno de los lugares, en donde se explica en breves rasgos lo que contiene cada sitio: su historia, riqueza arquitectónica, artística y sobre todo los horarios de atención al público, Esta información han decidido distribuirla en puntos claves del Centro Histórico de Quito como la Tienda del Quinde y el Tianguéz. Esto permitirá diversificar la oferta turística de estos lugares y aumentar el flujo de visitantes que acuden regularmente y lo más importante darse a conocer dentro del mercado cultural y religioso del casco colonial.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

A través de la investigación se ha determinado que el Turismo Religioso es una alternativa de diversificación turística para el turista nacional; sin embargo, necesita promoción preliminar, ya que según los resultados anteriormente presentados, los visitantes están interesados en participar de una experiencia cultural y espiritual en santuarios de la ciudad, ya que les parece atractivo participar en una Ruta de Turismo Religioso en la Recoletas (ver Tablas 12 y 13).

Por otra parte, los visitantes no identifican con claridad cuáles son estas, sus ubicaciones o su importancia, ya que quienes las han visitado las conocen por otros nombres, como los nombres asociados a las congregaciones religiosas que allí operan. Por lo que es fundamental que en primer lugar se trabaje en este tipo de comunicación preliminar para que los visitantes identifiquen claramente estos lugares, para posteriormente ofrecer a los visitantes un producto por el que incluso estén dispuestos a pagar un valor monetario considerable.

Por motivos de la restricción presupuestaria que presentan cada una de las recoletas objetos de estudio, se eligieron las alternativas que según los instrumentos de recolección de datos son las que mayor impacto tienen en la comunidad, estas se determinaron por los costes en los que inieren cada una y sobre todo por el nivel de aceptación de los encuestados.

Como primer punto es necesario diseñar un logo que represente las tres Recoletas: Peña de Francia, San Diego y El Tejar, esto con el fin de crear una imagen en la mente de quien recibe la información. El logo debe ser sobrio y sencillo para que sea fácil recordarlo. En este caso se representa el frontón como elemento arquitectónico que se ubica en la cúspide de las edificaciones especialmente de tipo colonial. El color morado se lo adjudica en la iconografía religiosa como símbolo de penitencia y desapego de todo lo terrenal, y al ser las recolecciones lugares de austeridad este color es ideal para definirlo. El logo tiene un tamaño de 6.5cm de ancho X 5cm de largo, el

tipo de letra utilizado es Dancing Script, y pantone PMS 261, debiendo mantener este logotipo las mismas proporciones cuando se requiera tamaños más grandes.



Figura 44 Logo de las Recoletas

4.1 Exposición sobre las Recoletas de Quito

De acuerdo a lo antes mencionado la primera propuesta para posicionar el Turismo Religioso en las Recoletas es la elaboración de una exposición fotográfica y documental, para esto se ha consultado a los encuestados si asistirían a una exposición sobre la historia de las Recoletas y sus barrios aledaños y el 72,85% respondió que “Sí” lo haría. Adicionalmente, esta propuesta no tendrá ningún costo para los visitantes.

Asistiría a una exposición sobre las recoletas:

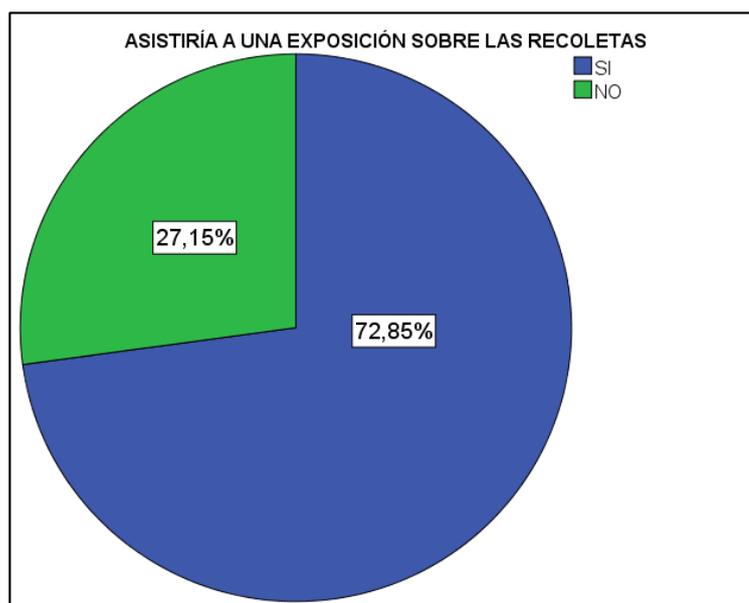


Figura 45 Asistiría a una exposición sobre las recoletas

Para poder llevar a cabo esta propuesta se ha decidido utilizar los espacios del Centro Cultural Metropolitano, se eligió este lugar por su ubicación estratégica en las calles García Moreno y Espejo, diagonal a la Plaza de la Independencia. Este sitio es bastante concurrido tanto por turistas nacionales como extranjeros para la visita del Museo Alberto Mena Camaño y principalmente por la Biblioteca Municipal.

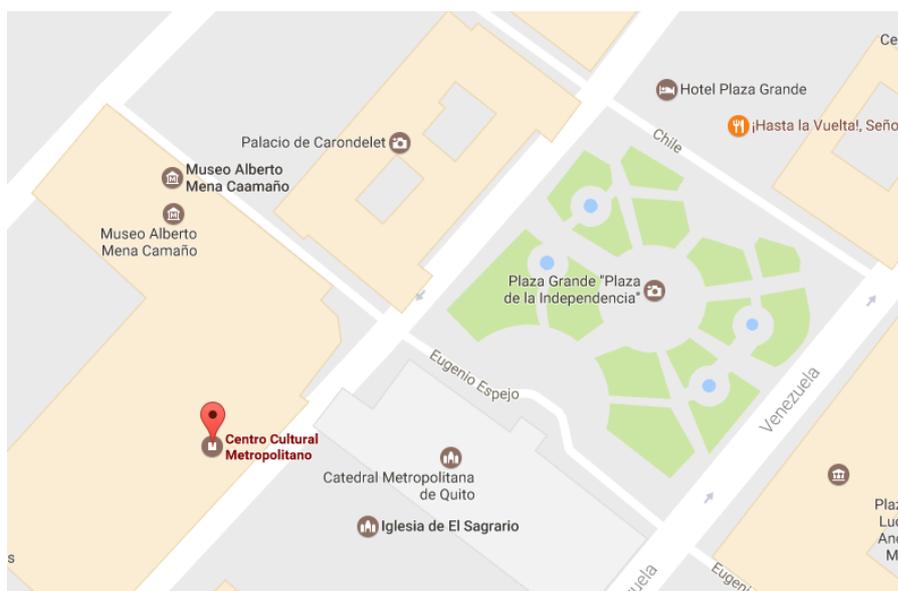


Figura 46 Ubicación Centro Cultural Metropolitano

Fuente Google Maps

El espacio a ser utilizado dentro del Centro Cultural Metropolitano es el Patio Norte, para poder reservar este lugar se debe enviar una carta solicitud dirigida a la

Dirección del Centro Cultural Metropolitano en la que se especifiquen los antecedentes, tipo de evento, espacio a ocuparse y fecha de realización. Cuando se aprueba el pedido se confirma la reserva y se firma el contrato que será firmado entre la Secretaria de Cultura y el usuario.

El comprobante de pago por el uso del espacio, deberá ser entregado en el Centro Cultural Metropolitano con 8 días de anticipación a la realización del evento. En este caso se va a utilizar el Patio Norte que tiene un precio de USD 251,00 dólares americanos incluido IVA, la exposición va durar siete días para que puedan asistir la mayoría de personas sobre todo en el fin de semana, que es el periodo de tiempo que se destina para las actividades recreativas. Posteriormente se firmará una carta compromiso en el que se estipula que el usuario deberá entregar las instalaciones tal y como las recibió.

En la entrada del patio se va a colocar dos roll up de aluminio reforzado de 80cm x 200cm con la inscripción en lona de “Recoletas de Quito” y adjunto el logo, la impresión tendrá una resolución de 1440 DPI. El costo total de ambos banner será de USD 140,00.



Figura 47 Banner de entrada

La exposición será dividida en tres secciones con seis paneles de 160cm x 190cm, cuyo costo total será de USD 60,00 en estos se ubicarán cinco fotografías láser en A3

de 42cm x 29,7cm del interior de cada una de las recoletas, destacando sus principales atributos. En total son 15 fotografías en HD con un costo total de USD 18,00; es decir, USD 1,20 dólares cada uno. Como la exposición recopila la información de las tres recoletas analizadas, cada congregación religiosa deberá aportar con \$ 6,00 dólares para las impresiones.

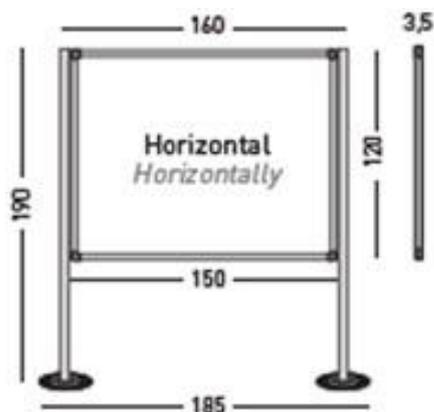


Figura 48 Paneles para la exposición

Además, en medio de los paneles se van a colocar gigantografías de vinil, mostrando una vista panorámica de cada una de las recoletas, el tamaño será de 3mts x 2mts y el precio de cada una es de USD 75,00, el total de estas imágenes está presupuestado por USD 225,00

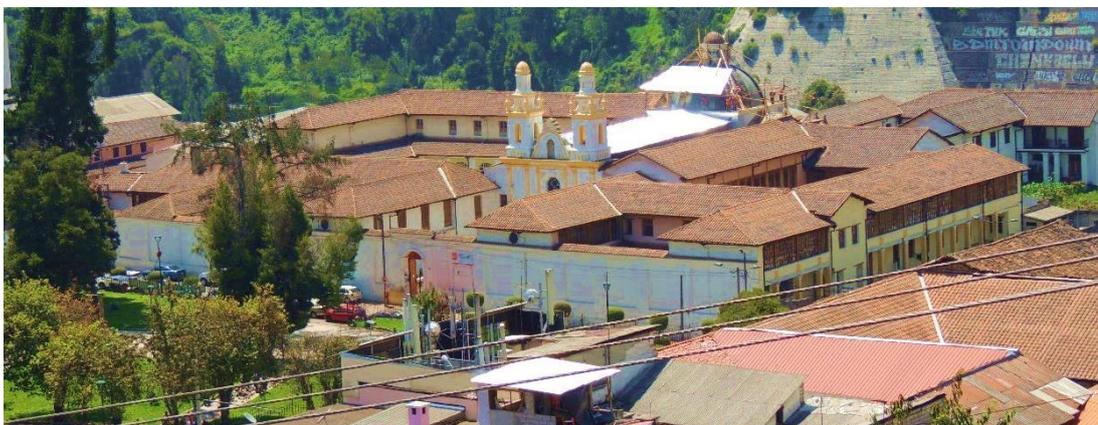


Figura 49 Recoleta de la Peña de Francia (Buen Pastor)



Figura 50 Recoleta de San Diego

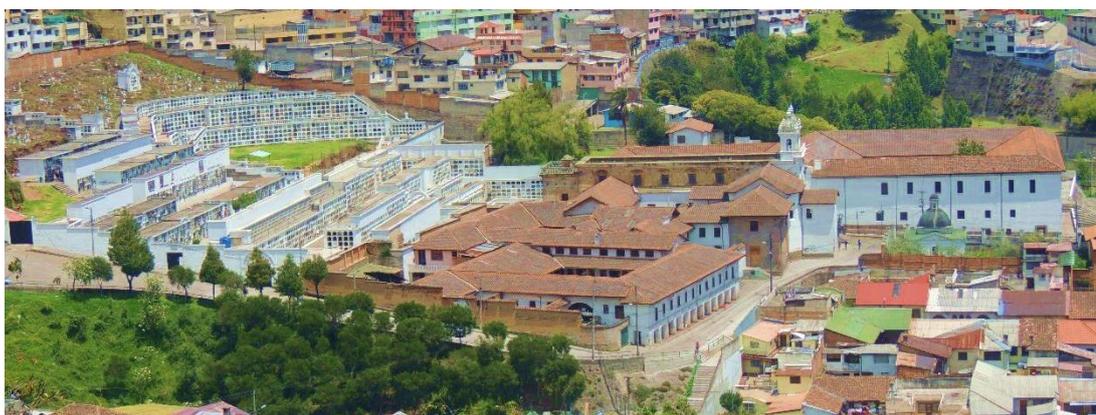


Figura 51 Recoleta de El Tejar

En cada división se colocará una figura alusiva a la orden que representa según la recoleta: San Diego – Franciscano, El Tejar – Mercedario y La Peña de Francia – Madre del Buen Pastor. Para esto se alquilarán tres maniqués esculpidos por un precio total de USD 150,00, cada uno portará la indumentaria que será proporcionada por la congregación que representa.



Figura 52 Maniqués

En el espacio interior de cada recoleta se va ubicar tres caballetes de 160cm de largo, el costo de alquiler de cada uno será de USD 10,00 por los nueve será un total

de USD 90,00. En esto se ubicará información general de cada recolección y se describirán sus atributos más sobresalientes.



Figura 53 Caballete para la exposición

Se va a colocar en un plotter de cartón de 1mt x 1mt información general sobre donde está ubicada cada recolección mapas, horarios de visita, precios y una reseña acompañada con imágenes, donde se destaque los hechos más importantes de cada recoleta para que los asistentes las comparen entre sí. El precio de cada plotter será de USD 1,50. Además, en cada panel se detallará la página de Facebook donde se podrá obtener mayor información de las recoletas o a través de un código QR tendrán un acceso más rápido a la plataforma digital.



Figura 54 Caballete 1 Recoleta Peña de Francia

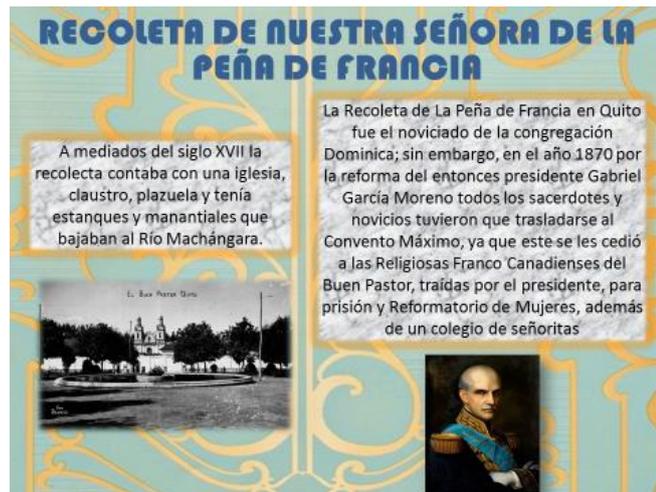


Figura 55 Caballete 2 Recoleta Peña de Francia



Figura 56 Caballete 3 Recoleta Peña de Francia



Figura 57 Caballete 1 Recoleta de San Diego



Figura 58 Caballete 2 Recoleta de San Diego



Figura 59 Caballete 3 Recoleta de San Diego



Figura 60 Caballete 1 Recoleta de El Tejar



Figura 61 Caballete 2 Recoleta de El Tejar



Figura 62 Caballete 3 Recoleta de El Tejar

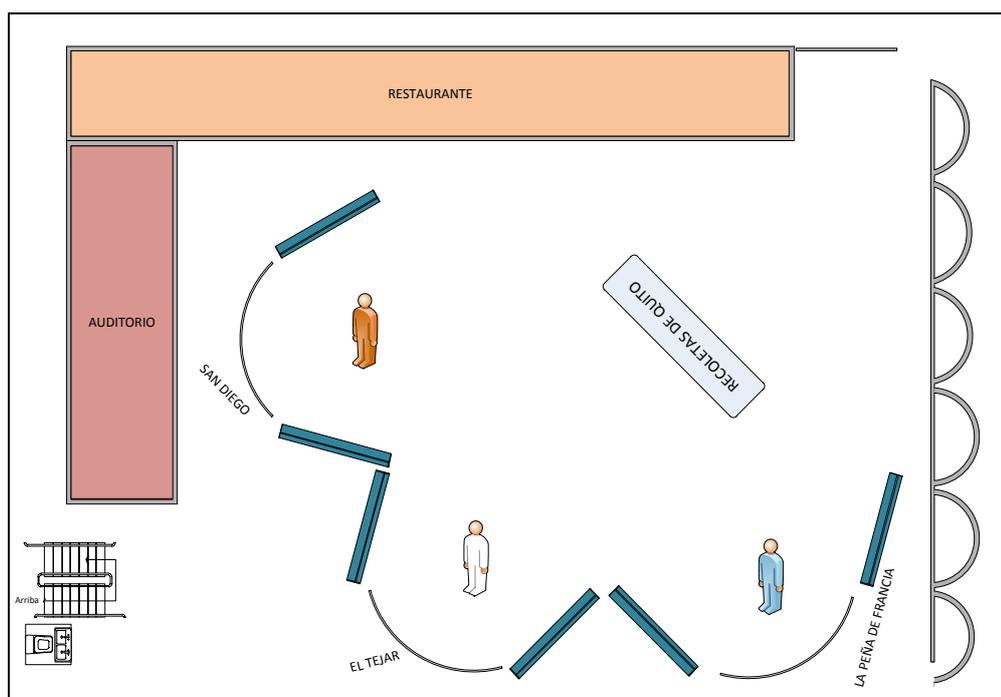


Figura 63 Plano de la Exposición en el Centro Cultural Metropolitano



Figura 64 Código QR de la Página Recoletas de Quito

El presupuesto total para la exposición será:

Tabla 17

Presupuesto para la exposición sobre Las Recoletas de Quito

Material	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Alquiler patio norte			\$251,00
Roll up	2	\$70,00	\$140,00
Paneles	6	\$10,00	\$60,00
Fotografías a láser	15	\$1,20	\$18,00
Gigantografías	3	\$75,00	\$225,00
Maniqués	3	\$50,00	\$150,00

Caballetes	9	\$10,00	\$90,00
Plotter	9	\$1,50	\$13,50
TOTAL			\$948,00

El total para llevar a cabo esta exposición en el Centro Cultural Metropolitano es de USD 948,00 este valor será dividido para tres por el número de recoletas que la involucran, por lo tanto cada una deberá aportar USD 316,00. Todos los elementos utilizados para el montaje han sido precisamente cotizados para una semana, tiempo que durará la exposición. Cabe recalcar que es una inversión a largo plazo puesto que con lo que se expondrá los asistentes encontrarán un motivo por el cual visitar las recolecciones y aumentará considerablemente su flujo turístico.

4.2 Página en Facebook denominada “Recoletas de Quito”

La segunda propuesta que se ha determinado para la diversificación turística de las Recoletas de Quito, se basa en una pregunta realizada a los encuestados, en la que se menciona el medio por el que les gustaría recibir información turística de las recoletas, para lo cual con un 36,6% prefiere a través de redes sociales como: Facebook y Twitter.

Tabla 18
Medio por el que le gustaría recibir información turística sobre las recoletas

Medio	Frecuencia	Porcentaje
FOLLETERIA	62	16,7%
REDES SOCIALES	136	36,6%
CORREO ELECTRONICO	59	15,9%
WHATSAPP	33	8,6%
CORRESPONDENCIA	24	6,5%
PAGINA WEB	9	2,4%
OTRO	50	13,4%
Total	372	100,0

En el gráfico se observa que los encuestados en su mayoría prefieren recibir información a través de las redes sociales, puesto que actualmente la tecnología es un recurso indispensable para la promoción de cualquier servicio, además de ser el medio más rápido para conocer de nuevas propuestas y llegar al público objetivo. Como segunda opción se encuentra el uso de folletería con 16.67% y otros medios como prensa con 13.44%.

En el caso de folletería más adelante se explicará sobre la propuesta determinada y en el tema de otros medios como prensa escrita, televisiva o radial, se podría llegar a un acuerdo con un grupo de periodistas de estos campos que quieran cubrir la exposición anteriormente detallada de forma gratuita de esta forma se difundirá la visita de las Recoletas y se logrará captar más segmentos del mercado que pueden estar interesados tanto en conocer las recolecciones como en asistir gratuitamente a la exposición.

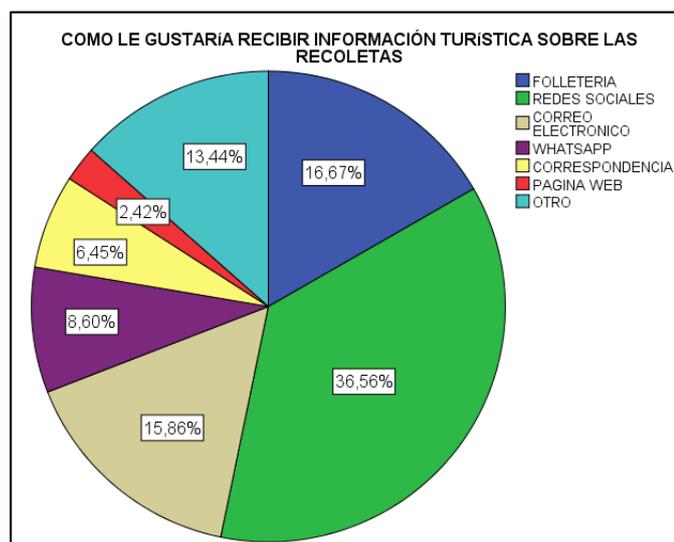


Figura 65 Asistiría a una exposición sobre las recoletas

La propuesta que se ha decidido aplicar en cuanto a Redes Sociales, es la creación de una página en Facebook con el nombre de “Recoletas de Quito”, en la cual diariamente se subirá información relevante sobre cada una de las recolecciones, para que las personas puedan informarse un poco más sobre la historia y datos de interés de estos sitios para incentivar la visita a estas edificaciones.

Al crear la página en Facebook se debe tener en cuenta subir una foto de perfil que en este caso es el logo de las Recoletas de Quito y una foto de portada para lo que se ha creado una imagen en general en donde es posible apreciar los tres lugares de estudio en la presente investigación, esto permitirá identificar cada una de las Recoletas para que la visita de los potenciales turistas.



Figura 66 Página de la página Recoletas de Quito

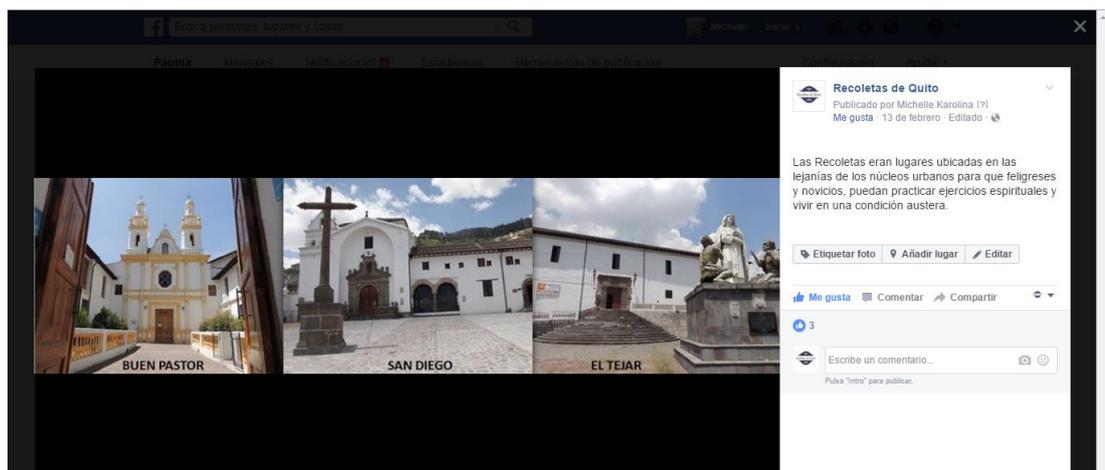


Figura 67 Portada de la página Recoletas de Quito

La plataforma de la página de Facebook permite compartir contenidos como: fotos, mensajes, eventos e incluso transmisión de un video en directo. También da la facilidad a través de estadísticas medir el impacto de la publicación que se haga tanto en alcance e interacciones como en las visitas registradas semanalmente en la página Recoletas de Quito. A través de este medio, se puede determinar estrategias para alcanzar una mayor proyección en las futuras publicaciones.

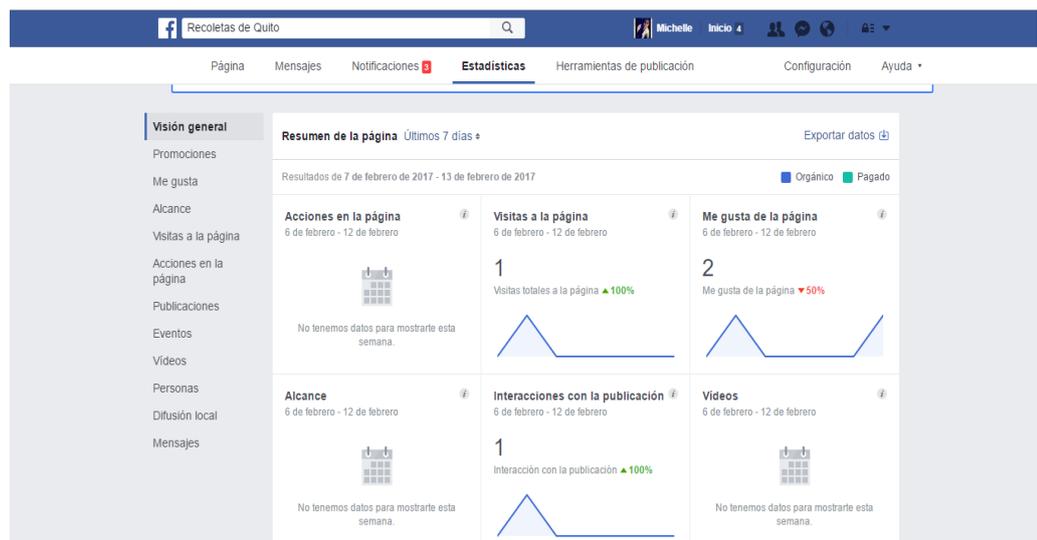


Figura 68 Estadísticas de la Página Recoletas de Quito

Los datos que se obtengan de la página se revisarán diariamente para determinar cuántas personas están interesadas en visitar las recoletas e impartir información sobre los horarios de visita, recorridos especiales y precios de la entrada. Si se desea hacer una promoción más profunda del contenido se debe cancelar un monto de tres dólares diarios y así saldrá como página sugerida en varios perfiles de los usuarios de Facebook. El monto por mes para este tipo de promoción será de USD 90,00, cada uno de los administradores de las Recoletas aportará USD 30,00 mensuales, para lograr una mayor difusión de los contenidos de la página.



Figura 69 Promoción de la página por tres dólares

Después de introducir a cada recolección en el uso de esta página, el dominio de la misma pasará a un miembro de cada congregación para que continúe con la administración de este medio, y de esta manera promocióne su recolección de forma

permanente. La actualización de los contenidos en Facebook será esencial para la diversificación de la oferta de cada Recoleta y a través de publicaciones pueden mostrar su valor cultural, religioso y patrimonial.

4.3 Guía Turística “Recoletas de Quito”

La tercera y última propuesta planteada para el presente proyecto es el diseño de una guía turística sobre las Recoletas de Quito, los programas utilizados para su elaboración son Photoshop para la edición de las imágenes tomadas en cada una de las recoletas y Adobe InDesign un programa para diseño editorial con el que se puede crear desde revistas hasta periódicos y que se puede guardar en formato PDF. El formato de la guía es A5, la letra Arial Rounded MT Bold y las fotografías fueron tomadas por las autoras de esta investigación. Se utilizará papel couché de 115 gramos y la impresión será a laser. El grapado del ejemplar será en el centro por condiciones técnicas de la impresión. La guía turística tiene diez páginas divididas de la siguiente manera:

Primera página: Portada



Figura 70 Portada de la Guía Turística Recoletas de Quito

Segunda página: Presentación



Figura 71 Segunda página de la guía

Tercera página: Información histórica de la Recoleta de San Diego

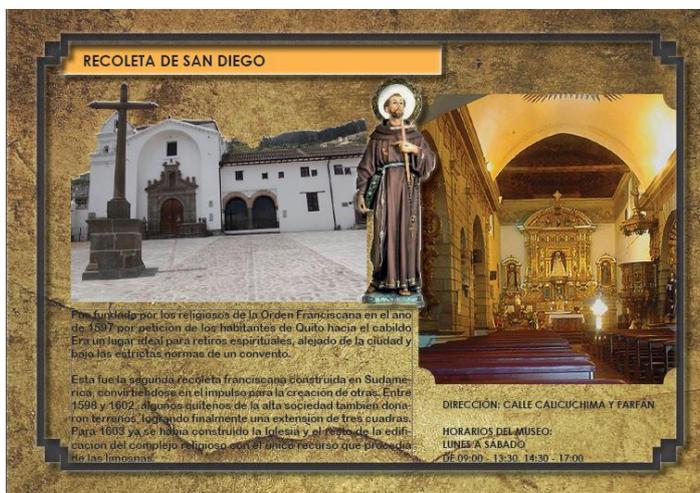


Figura 72 Tercera página de la guía

Cuarta página: Atributos más importantes de la Recoleta de San Diego



Figura 73 Cuarta página de la guía

Quinta página: Mapa de Recoleta de San Diego



Figura 74 Quinta página de la guía

Sexta página: Información histórica de la Recoleta de El Tejar

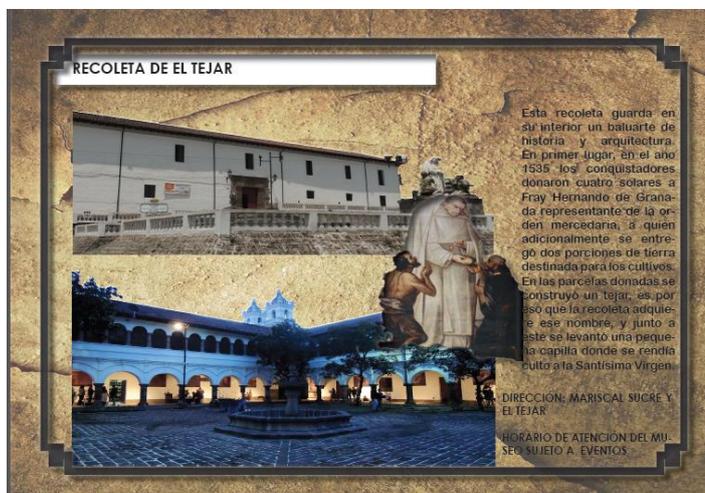


Figura 75 Sexta página de la guía

Séptima página: Atributos más importantes de la Recoleta de El Tejar



Figura 76 Séptima página de la guía

Octava página: Mapa de la Recoleta del Tejar

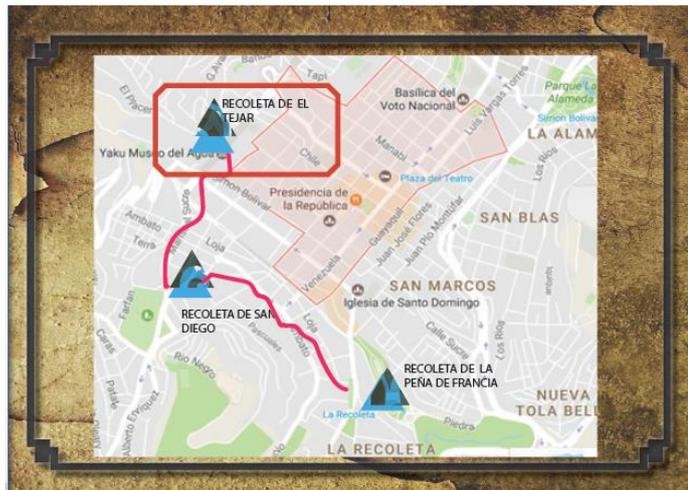


Figura 77 Octava página de la guía

Novena página: Información histórica de la Recoleta de la Peña de Francia

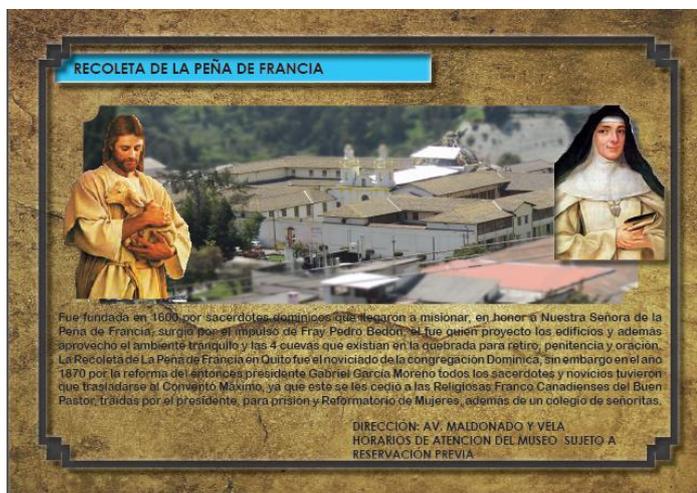


Figura 78 Novena página de la guía

Décima página: Atributos más importantes de la Recoleta de la Peña de Francia



Figura 79 Décima página de la guía

Décima primera página: Mapa Recoleta de la Peña de Francia



Figura 80 Décima primera página de la guía

Décima segunda Página: Contraportada



Figura 81 Contraportada de la guía

El costo de impresión de los 1.000 ejemplares estará alrededor de los USD 245,00, para su distribución se realizará un convenio con la Tienda del Quinde ubicada en las calles García Moreno y Espejo, por ser este el principal punto de información turística de toda la ciudad. En este lugar se entregarán 1000 ejemplares de la guía turística que serán distribuidos a los turistas que asistan a este lugar en busca de información, de esta forma se promocionará las Recoletas de Quito y con el tiempo se posicionarán como un atractivo esencial para ser visitado. En síntesis, a continuación se presenta un cuadro resumen de todo los gastos que involucran la ejecución de cada una de las propuestas mencionadas.

Tabla 19
Presupuesto general de las propuestas

Propuesta	Valor total
Exposición sobre las Recoletas de Quito	\$948,00
Página en Facebook	\$90,00
Guía Turística	\$245,00
TOTAL	\$1.283,00

Sí cada uno de los administradores de las Recoletas quisieran llevar a cabo todas las propuestas planteadas en ese trabajo el precio total será de USD 1.283,00 por lo que cada una debería aportar USD 427,67 para su ejecución. Vale la pena recalcar que todos estos proyectos aportarán enormemente a la difusión cultural y religiosa que cada una de las recoletas guarda en sus edificaciones y por consiguiente la afluencia de visitantes será mayor por lo que favorecerá a la diversificación de la oferta y al mayor recaudo de remesas económicas.

4.4 Restricciones presentadas en el presente proyecto

El tema sobre turismo religioso en las Recoletas de Quito es un proyecto relativamente nuevo, puesto que como tal planteamiento no se ha encontrado información relevante, por lo que ha sido necesario realizar una indagación más profunda mediante la utilización de instrumentos de recolección de datos para lograr los objetivos de esta investigación

Para esto se tuvo que aplicar técnicas como la observación mediante el uso de las fichas para inventariar atractivos turísticos dictaminadas por el Ministerio de Turismo, se levantó información importante como la ubicación de cada atractivo, síntesis histórica de lugar, estado de conservación, vías de acceso y demás. Esto fue necesario realizarlo personalmente, puesto que Quito Turismo, no recaba la información de estos lugares porque los considera recursos turísticos y además no todos forman parte de la Parroquia Centro Histórico.

Por otra parte, la información acerca de la manera de administrar cada una de las Recoletas es escasa; por ello, la entrevista fue el mejor medio para obtener este tipo de datos. Sin embargo, a pesar de hacer solicitudes previas para obtener la entrevista con

los administradores de cada una de las recoletas el tiempo de respuesta para cada una fue demasiado extenso, lo cual de cierta manera retraso por un tiempo la ejecución del presente proyecto.

Vale la pena puntualizar que, a través de las entrevistas, fue notorio que las órdenes religiosas tanto Franciscanos, Mercedarios y Del Buen Pastor no brindan una apertura favorable para la ejecución de este tipo de proyectos, son personas muy conservadoras que solo dan la información que ellos creen pertinente que un entrevistador deba saber. También fue evidente que, los representantes máximos de cada congregación tienen poca o nula relación con los dirigentes barriales, por lo que existen escasos proyectos que se plantean en conjunto buscando el bienestar de los religiosos y los moradores de su zona de influencia.

Para finalizar, como último punto que influyó en el desarrollo de la presente investigación fue la aplicación de la encuesta, este fue el instrumento de recolección de información que más tiempo tomó finalizarlo porque fue dirigida tanto a turistas nacionales y extranjeros. Cabe recalcar que no todas las personas tienen la predisposición de colaborar sobre todo a estudiantes, por lo que tomé largas jornadas para terminar de llenar todas las encuestas que se necesitaban.

4.5 Propuestas para nuevos proyectos de investigación

El proyecto tiene un porcentaje considerable de información secundaria recabada a través de medios virtuales como papers, publicaciones de prensa y revistas; y de medios físicos, como libros que se encuentran en la Biblioteca Municipal de la ciudad. A través de la lectura, la síntesis y el análisis se lograron completar los capítulos de la presente investigación, pero también se abrió una brecha investigativa para futuros planes de titulación, que tienen fundamentos y sobre todo, una buena base cultural e histórica para ser desarrollados con más profundidad.

Por medio de libros del Arquitecto Alfonso Ortiz Crespo se determinó que existen piezas de arte en cuanto a escultura y pintura que han sido retiradas de varias edificaciones coloniales para su posterior restauración y reubicación; sin embargo, todos estos bienes se los mantiene guardados en el depósito de obras de la Curia

Metropolitana para exhibirlos en el Museo Arquidiocesano, por lo que representa un tema adecuado para desarrollarlo en futuras investigaciones.

Por otra parte, los lugares analizados en la presente investigación cuentan con las características requeridas para posicionarse como parte de la oferta turística de la ciudad y como un destino de turismo religioso a través de las nuevas tendencias internacionales tratadas como un destino naranja. Este término, derivado del Turismo Naranja, es una nueva tendencia de nivel mundial, que involucra a la comunidad, microempresarios turísticos, colectivos culturales y dirigentes de la comunidad para rescatar la cultura y los bienes patrimoniales intangibles que posee una localidad por medio del turismo, en donde el visitante también participa activamente en el desarrollo de habilidades artísticas y vivenciando la cultura., por lo que sería un tema de vanguardia y posicionamiento al ser Quito considerado destino líder en Sudamérica.

Finalmente, la mayoría de los conventos cumplieron un rol fundamental durante las gestas independentistas desde 1809 - 1822 por lo que resultaría interesante un análisis sobre cuál fue su aporte para declarar el primer grito de independencia o los hechos importantes que ocurrieron en cada una de sus edificaciones, para que muchos de los españoles e independistas las escogieran como centro de acción o refugio durante este periodo de tiempo. Complementario a esto se podría investigar en qué sitios fueron sepultados los próceres de la independencia y que factores fueron los que motivaron que ese sea el lugar de su sepultura.

4.6 Conclusiones

- El turismo religioso es una práctica turística potencial dirigida principalmente a visitantes nacionales puesto que por sus creencias lo convierten en el segmento idóneo para el desarrollo de esta nueva experiencia. Las Recoletas de Quito se constituyen como un recurso turístico apto para la práctica espiritual y religiosa cuyo objetivo es el conocimiento y la difusión de manifestaciones intangibles que cada congregación realiza.
- El desarrollo turístico de Quito está regido por una serie de normativas y planes regulados por entidades como Quito Turismo y el Ministerio de Turismo, que buscan fortalecer el campo turístico, la sostenibilidad y la intervención de todos los pobladores, no solo con el fin de obtener una remesa económica sino de potencializar responsablemente los recursos culturales y naturales. La ejecución y desarrollo de proyectos turísticos de cualquier rama requiere de un proceso de investigación y de análisis para poder aplicarlo.
- Quito es una ciudad que se identifica a través de edificaciones de incalculable valor patrimonial y sobre todo sus manifestaciones artísticas y religiosas, que lo convierten en una ciudad con un misticismo excepcional en donde todo se conjuga y cuya mayor cualidad se define con diversidad, es por ello que desde hace cuatro años atrás ha sido el ganador en los World Travel Awards como destino líder en Sudamérica
- Cada uno de los atractivos turísticos del casco colonial ofrece una experiencia diferente al visitante dependiendo de sus gustos y preferencias, en el presente caso de estudio sobre el Turismo Religioso se proyecta a un flujo de visitantes que quieran experimentar una vivencia espiritual, y como se ha determinado anteriormente el segmento potencial es el público nacional con un 85.5%, puesto que sus creencias y prácticas religiosas lo estimulan a realizar determinadas manifestaciones para encontrar paz y regocijo.
- En la zonas periféricas de Quito existen puntos de interés turístico como las Recoletas que por su ubicación se han visto desprovistas de promoción, es por este factor que se las ha catalogado como recursos turísticos que a pesar de su riqueza cultural, no se las considera indispensables de visitar. Por ello algunos colectivos culturales y educativos trabajan conjuntamente con Quito Turismo

en planes estratégicos para posicionar sosteniblemente los atractivos turísticos de la Capital.

- El turismo religioso se determina como una actividad que vincula las prácticas religiosas para generar una experiencia espiritual en los visitantes que acuden a determinados conjuntos, santuarios y recoletas en donde a más de adquirir nuevos conocimientos, también puede acercarse a las manifestaciones divinas de los feligreses a determinado santo o rito. Actualmente en Quito, las manifestaciones como el arrastre de caudas y la Procesión de Jesús del Gran Poder son las únicas que se potencian y promocionan como propuestas para el desarrollo del turismo religioso.
- Se determinó el perfil del turista quien está interesado en las manifestaciones de carácter religioso y está compuesto en su mayoría por mujeres (73%), de procedencia nacional (85,22%) que principalmente residen en la ciudad de Quito (51,90%), destina un día (62,43%) para conocer los atractivos del Centro Histórico y viaja preferentemente en familia (49,46%).
- La diversificación de la oferta únicamente se ha llevado a cabo en la Zona Especial Turística denominada Centro Histórico, es importante mencionar que dentro de este espacio no se toman en cuenta a las Recoletas de La Peña de Francia, San Diego y El Tejar, por ser recursos turísticos ubicados en las zonas periféricas del Casco Colonial, motivo por el cual han quedado rezagados de promoción turística.
- La mayoría de las personas asocia al turismo religioso con el turismo cultural, así como lo establece el PLANDETUR 2020 que lo considera como una rama, en especial las prácticas religiosas. Sin embargo, tiene otra connotación, que no solo involucra conocer una edificación por su importancia arquitectónica y patrimonial, sino que implica que el visitante participe en las manifestaciones espirituales de cierto grupo de feligreses.
- Las características que denotan poseen atractivos turísticos del Centro Histórico y adicionalmente las Recoletas de Quito responden a los lineamientos de varios tipos de turismo uno de ellos, el turismo naranja, que es un potenciador de la economía naranja, cultural y creativa, promulgando oportunidades para determinado grupo a partir de la identidad cultural y la

configuración de destinos naranjas. Actualmente el Distrito Metropolitano de Quito a través del Plan de Ordenamiento y Desarrollo busca potenciar el talento humano mediante la diversificación cultural y de las artes para posicionar a Quito como punto de cohesión social, donde se rescatan las expresiones culturales de índole material e inmaterial

4.7 Recomendaciones

- Se recomienda que las entidades responsables del Turismo en el país y en la ciudad socialicen, no solo con los empresarios turísticos sino también con la comunidad local y los centros de estudios como universidades e institutos, los lineamientos para la presentación de proyectos, así como de investigaciones para que estas se tornen más participativas y los actores se sientan mayormente involucrados, así incluso el apoyo sea más significativo.
- Resulta recomendable que el Instituto de Metropolitano de Patrimonio destine mayores recursos para las restauraciones de las edificaciones tanto del Centro Histórico como de sus alrededores como son las Recoletas de Quito, esto permitirá resaltar la riqueza cultural y conducir a los turistas y visitantes a una apreciación mucho más valiosa del sitio en donde se encuentran, para que se valore no solo su valor arquitectónico sino también el entorno histórico y espiritual sobre el que fueron construidos.
- Para las empresas e instituciones que promocionan la visita de los atractivos turísticos, se les recomienda que incentiven la visita de los destinos de Turismo Religioso al público nacional y local; si bien es cierto, el público extranjero es el que más remesas puede traer al país, no se puede dejar de lado a los visitantes nacionales que dentro del país permite dinamizar la economía y la circulación de recursos financieros. Además, es un público al que se puede llegar más fácilmente, ya que se comprende sus características y comportamientos así como su condición económica.
- Se recomienda al Administrador de la Zona Especial Turística del Centro Histórico que las Recoletas de Quito son consideradas recursos turísticos de esta área en virtud que tienen características de riqueza arquitectónica, cultural y religiosa que Quito Turismo debería potenciar y promocionar para

transformarlas en atractivos turísticos posicionados en el mercado histórico – cultural. De esta forma podrían actualizar las fichas para inventariar atractivos turísticos y brindar información veraz para futuros proyectos de investigación.

- Es recomendable que Quito Turismo como entidad reguladora del desarrollo turístico debe rescatar los santuarios de Quito por sus características espirituales para aquellos visitantes que estén dispuestos a recibir este tipo de experiencia, es decir, podrían destacar los hechos religiosos más importantes que se han consumado en este sitio de manera los visitantes conozcan el valor espiritual que tuvo y tiene el lugar y no solo en cuanto a la religión católica que es la que rige este tipo de lugares sino también de su pasado prehispánico.
- Se recomienda a los centros de educación superior que forman profesionales en Turismo realizar investigaciones más exhaustiva sobre el origen de las expresiones como el arrastre de Caudas y la procesión de Jesús del Gran Poder, así como de otras posibles expresiones que se pueden enlazar con estas para que estos atractivos turísticos que están siendo actualmente potencializados por el Ministerio de Turismo tengan mayor significancia, que se convierta en todo un ritual que el turista pueda conocer y vivir en más de una día y se pueda incluso programar un itinerario para la participación en estos eventos.
- Se recomienda que el Municipio de Quito junto con Quito Turismo realice los estudios pertinentes para ampliar los límites de la Zona Especial Turística Centro Histórico y de esta manera se pueda incluir a las Recoletas de Quito dentro de esta y que los planes de desarrollo turístico y local también puedan ser alcanzados por estos sitios de incalculable valor histórico y cultural y de esta manera también rescatar a los barrios aledaños de San Diego, El Placer y La Recoleta.
- Resulta recomendable a las personas interesadas en invertir en el sector turístico, así como a las diferentes organizaciones vinculadas, para que desarrollen proyectos para los atractivos turísticos de la ciudad de Quito y se manejen acorde con las políticas establecidas en los planes de Ordenamiento y Desarrollo, para que estos tengan el respaldo de los mismos; y por lo tanto, de las autoridades municipales y gubernamentales, de esta manera que se posicionen adecuadamente y promuevan el desarrollo económico de las

comunidades. Esta es una manera de aprovechar efectivamente las investigaciones realizadas por las entidades encargadas del Turismo y regirse a los proyectos que ayudarán a mejorar la situación actual de las zonas periféricas al Centro Histórico de Quito.

Lista de Referencias

- Abellán, A., & García, R. (2 de julio de 2014). *Del turismo religioso a las peregrinaciones permanentes: diversificación turística en el sureste español*. Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwixsJ_CjPfQAhVCKyYKHQ87DxUQFggpMAI&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5315227.pdf&usg=AFQjCNGp74eDvhJ9NHV1FyJ4Jn2r86hXzw&sig2=TLGU-chnif
- Alcaldía Metropolitana de Quito. (13 de Febrero de 2015). Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. *Propuesta: Componente Estratégico, II*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 16 de Enero de 2017, de <http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/publication.pdf>
- Amaya, C., Conde, E., & Covarrubias, R. (2008). La Competitividad Turística: imperativo para Manzanillo, Colima. *Teoría y Praxis*(5), 19. Recuperado el 18 de Junio de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2929477.pdf>
- Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia de la empresa*. Pamplona : EUNSA.
- Aulet, S., & Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 64-65. Obtenido de <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- Beltritti, E. (04 de Octubre de 2012). *Repotur*. Recuperado el 05 de Junio de 2016, de <http://hdl.handle.net/123456789/142>
- Boisier, S. (agosto de 1999). *Desarrollo Local: ¿De qué estamos hablando?* Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/29-DesLo.pdf>
- Brundtland, G. (26 de septiembre de 2006). *Informe Brundtland*. Obtenido de <https://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland/>
- Cardona, I. (2013). *Comunicación y lenguaje*. Obtenido de <http://www.ipesad.edu.mx/repositorio1/BG-B03-13.pdf.pdf>
- Carrión, J. (2007). *Estrategia, de la visión a la acción*. Madrid: ESIC.
- Cazanova, F. (1998). *Historia de la recoleta*. Obtenido de <http://www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0030514.pdf>

- Cioce, C., & Ninosca, Y. (Diciembre de 2015). Turismo como fenómeno humano: Principios para pensar en la ecosocioeconomía. *TURyDES*, 8(19), 3. Recuperado el 04 de Julio de 2016, de eumed.net
- Conferencia Episcopal Española. (2016). *Definición e Historia del Turismo Religioso*. Obtenido de <http://www.relitour.com/definicion-e-historia/>
- Congregación de Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor. (3 de Octubre de 2006). Celebrando los 135 años de fundación del Buen Pastor en el Ecuador. *Diario del Buen Pastor*, págs. 10-14. Recuperado el 17 de Enero de 2017, de http://buonpastoreint.org/ecuador/noticias_1369/celebrando-los-135-aos-de-fundacin-del-buen-pastor-en-el-ecuador_1568
- Consejo Metropolitano de Quito. (13 de Marzo de 2012). Ordenanza Metropolitana N°236. *Ordenanza Metropolitana con la que se establecen los instrumentos de Regulación, Control y Promoción del Desarrollo de la Actividad Turística en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Cruz, G., Serrano, R. D., & Zizumbo, L. (2011). Redes de política Pública y Turismo en San Miguel Almaya. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 10, 792-811.
- Debitoor. (2016). *Glosario de contabilidad*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>
- Definiciones. (26 de mayo de 2014). *Definición de recoleta*. Obtenido de <http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/recoleta.php>
- Devoto, R. (2013). *Ventaja competitiva y cadena de valor*. Obtenido de <http://www.ingcomercial.ucv.cl/sitio/assets/publicaciones/Apuntes-Docentes/ApunteDocenteVentajaCompetitivayCadenadeValorRD.pdf>
- Dietz, H. (2000). *Pobreza urbana, participación política y política estatal*. Lima: Siklos.
- Dinis, A. (noviembre de 2009). *Turismo religioso de nicho como oportunidad para un desarrollo rural sustentable: El caso de Belmonte - una comunidad judía sefardi*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1238/turismo-espiritual.html>
- Durán, L. (Agosto de 2013). *Turismo Cultural - Creativo, una nueva tendencia aplicada a l caso de estudio; Parque Temático abierto "Haiat al wafid"*. Recuperado el 05 de Junio de 2016, de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC111996.pdf>
- Enciclopedia de Economía. (2009). *Ventaja competitiva*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-competitiva/ventaja-competitiva.htm>

- Escuela de Organización Industrial. (2013). *Turismo Cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Obtenido de http://www.turismoculturalun.org.ar/pdfs/El_turismo_Cultural_Patrimonio_museos_y_empleabilidad.pdf
- Espinal, I., Gimeno, A., & González, F. (2006). *El enfoque sistémico en los estudios sobre la familia*. Obtenido de http://www.gaiasconsultores.com/manuales/2013_11_22_18_50_06.pdf
- Fernández, J. (27 de septiembre de 2009). *Microeconomía Productos Sustitutos y Complementarios*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/jcfernandez2356/material-n-11-microeconomia-productos-sustitutos-y-complementarios>
- Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (2012). *La comunicación: principios y procesos*. Obtenido de <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf>
- García, A. (2008). *Patrimonio cultural: diferentes perspectivas*. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/9-2/angelica.pdf>
- García, L., Vergara, M., & Vergara, R. (2000). *La evolución del concepto de sostenibilidad*. Obtenido de <http://www.raco.cat/index.php/ensenanza/article/viewFile/21701/21535>
- Garralda, J. (22 de Febrero de 2013). La Cadena de Valor. *IE Business Publishing*, 1-5. Recuperado el 12 de Julio de 2016, de La Cadena de Valor: <http://openmultimedia.ie.edu/openproducts/cdv/cdv/cadena%20de%20valor.pdf>
- Ghemawat, P., & Rivkin, J. (20 de diciembre de 1999). *La creación de una ventaja competitiva*. Obtenido de <https://syscomer.files.wordpress.com/2015/02/canales-lectura-crecion-de-una-ventaja-competitiva.pdf>
- Godás, L. (mayo de 2006). *El producto: tipos, atributos y diferenciación*. Obtenido de http://apps.elsevier.es/watermark/ctl_servlet?_f=10&pident_articulo=13088623&pident_usuario=0&pcontactid=&pident_revista=4&ty=112&accion=L&origen=zonadelectura&web=www.elsevier.es&lan=es&fichero=4v25n05a13088623pdf001.pdf
- Goldhaber, G. (1994). *Comunicación Organizacional*. México: Diana.
- Grajeda, P. (17 de Octubre de 2015). *EL desafío de las organizaciones comunitarias ante las industrias creativas y culturales. Casos del Estado de Michoacan*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de

<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/250/2ENGC014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Guijarro, M. (2009). *Universidad Politécnica de Valencia*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2016, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7769/tesisUPV3179.pdf>
- Hax, A., & Majluf, N. (1996). *The strategy Concept and Process. A pragmatic approach*. Prentice- Hall.
- Herrero, J. (2002). *PNG LAnguage Resources*. Obtenido de <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>
- Iglesias, D., & Ramírez, J. (2008). *La formación de sistemas productivos locales*. Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjV19uhzN7NAhVi9YMKHaCEBM0QFg gxMAQ&url=https%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2929481.pdf&usg=AFQjCNHGbl1ee_d791G_7LJnJRBIak_RLTg&sig2=JdrWK-rTkV
- Iglesias, M. (2011). *Desarrollo local: una alternativa inaplazable*. Obtenido de <http://www.cedem.uh.cu/sites/default/files/13.%20Desarrollo%20local....pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2011). *Iglesia y Convento de San Francisco*. Quito: Tribal. Recuperado el 15 de Enero de 2017
- Juárez, F. (15 de junio de 2011). *Concepto de proveedor*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- Kennedy, A., & Ortiz, A. (2010). *Recoleta de San Diego de Quito* (Segunda ed.). Quito: EDIECUATORIAL. Recuperado el 5 de Enero de 2017
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia* (8va ed.). Perú: Pearson. Obtenido de <http://miguelangelherrera.com/catedras/administracion-mercadotecnia/dmpk.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). México: Pearson. Obtenido de <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/2016-1/fundamentos-de-marketing-kotler-8edi.pdf>
- Kotler, P., García, J., Flores, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de <https://uvgcancun.files.wordpress.com/2015/07/marketing-turistico-kotler.pdf>
- Kottak. (2002). *Antropología cultural*. Obtenido de <https://antropologiaunad.files.wordpress.com/2009/04/kottak-ec.pdf>
- Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *El concepto de "Cultura" en el siglo XVIII*. Obtenido de <http://www.ugr.es/~inveliteraria/PDF/CULTURA.pdf>

- Lara, J. S. (1992). *Quito*. Madrid: MAPFRE. Recuperado el 15 de Enero de 2016
- López, E., Castro, R., Mercado, P., & Trujillo, A. (2012). Análisis de la Estructura de la industria Hotelera, Caso: Hoteles de Negocios en la Ciudad de Toluca. *Gestión Turística*(18), 154-157. Recuperado el 16 de Noviembre de 2016, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n18/art06.pdf>
- López, F. (2004). La gestión Pública del Turismo en Cataluña. Organización y política turística de la Administración Autonómica. *Investigaciones Geográficas*(34), 5-27. Recuperado el 04 de Julio de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=963495>
- Marquez, J. (28 de Junio de 2011). *Coloquio de Desarrollo Local*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de Metodología del Desarrollo Local. Estrategias e instrumentos: <http://www.foromundialadel.org/experiencias/doc/TEXTOPONENCIA%20JMARQUEZ%20COLOQUIO%202011%20BAEZA.pdf>
- Martín, J., & Villamor, E. (2005). *Patrimonio Cultural Iberoamericano*. Obtenido de http://oa.upm.es/963/1/A_FABIAN_LOPEZ_01.pdf
- Martínez, A. (2005). *La diferenciación de productos*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2654/265420471005.pdf>
- Medrano, J. (2014). *Responsabilidad Social y economía naranja en Colombia*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39669/1/TFM%20Jaqueline%20Medrano%20Montoya.pdf>
- MINCETUR. (2004). Conceptos Fundamentales del Turismo. *Mincetur*, 4.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2016). *Patrimonio Cultural*. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Ministerio de Turismo. (2002). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*.
- Ministerio de Turismo. (2007). *PLANDETUR 2020*. Quito: Europraxis. Recuperado el 15 de Enero de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Ecuador destacó en la premiación de los WTA 2016 Latinoamérica con 16 galardones*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-destaco-en-la-premiacion-de-los-wta-2016-latinoamerica-con-16-galardones/>
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2007). *PLANDETUR 2020*. Quito: Europraxis. Recuperado el 15 de Enero de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

- Mintzberg, H. (1997). *El proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos*. México: Prentice Hall Hispanoamerica.
- Mochi, P., & Girardo, C. (2010). *Introducción a las teorías de desarrollo local*. Obtenido de <http://www.ses.unam.mx/curso2010/pdf/Modulo2Sesion1a.pdf>
- Molano, O. (07 de Mayo de 2007). Identidad Cultural, un concepto que innova. *Opera*(7), 73.
- Monteferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Primera ed.). UNE. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>
- Montero, I., Oreja, J., & Parra, E. (2014). Las Variables Culturales, como fortalezas y debilidades, en el diagnóstico competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*(33), 254. Recuperado el 09 de Julio de 2016, de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/38601/3/195731-704601-1-SM.pdf>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (24 de Octubre de 2014). Resolución N°12. *Plan de Gestión para la Zona Especial Turística del Centro Histórico de Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 25 de Enero de 2017, de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Resoluciones%20de%20Alcald%20C3%ADa/A%20C3%B1o%20202014/RA-2014-0012%20%20%20%20PLANES%20DE%20GESTI%C3%93N%20PARA%20LAS%20ZONAS%20ESPECIALES%20TUR%C3%8DSTICAS%20DE%20LA%20MARISCAL%20Y%20CENTRO%20HIST%C3%93RICO.pdf
- Muzio, M. (2013). La Virgen Catalana en Cuba. *Arquidiócesis de la Habana*, 8-9. Recuperado el 2 de Febrero de 2017, de http://www.arquidiocesisdelahabana.org/contens/publica/amor_vida/a%20y%20v%201-2013/pdf/la%20virgen%20catalana%20en%20Cuba.pdf
- Naclerio, A. (27 de noviembre de 2008). *Sistemas Productivos Locales: aspectos conceptuales*. Obtenido de http://www.coninagro.org.ar/DocsVarios/UGF/A2_08_Sist_Productivos_Locales.pdf
- Nicholson, W. (2004). *Teoría microeconómica. Principios básicos y aplicaciones* (Octava ed.). España: Thomson. Obtenido de https://www.academia.edu/3355395/Microeonom%C3%ADa_-_Teor%C3%ADa_del_consumidor
- OCDE. (1990). *Organización para la cooperación y el desarrollo económico*. Obtenido de Desarrollo local: <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>
- Ochoa, I., Conde, E., & Maldonado, E. (2012 de junio). *Valoración de un producto turístico*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>
- OECD. (2009). The Impact of culture on Tourism. *OECD*, 3-75. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>

- OECD. (2009). The Impact of culture on Tourism. *Organisation for Economic Co-operation and Development*, 3-75. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>
- OMT. (31 de Octubre de 2007). *Turismo y Religiones*. Obtenido de Resumen del informe: Conferencia de Córdoba: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/es-002_summary.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (31 de Octubre de 2007). *Turismo y Religiones*. Obtenido de Resumen del informe: Conferencia de Córdoba: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/es-002_summary.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (octubre de 2007). *Turismo y religiones: Una contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones*. Obtenido de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/es-002_summary.pdf
- Orta, F. (2005). Retos para la competitividad de la industria turística en el Principado de Asturias. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*, 2, 57-63. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a10.pdf>
- Oszlak, O., & O'Donnell, G. (2012). *Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación*. Obtenido de <http://politicayplanificacionsocial.sociales.uba.ar/files/2012/04/04.05.-Dossier-Estado-y-politicas-estatales-en-America-Latina1.pdf>
- Oxford University. (2016). *Oxford living dictionaries*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/>
- Parellada, J. (noviembre de 2009). *El turismo religioso. Sus perfiles*. Obtenido de <http://www.conferenciaepiscopal.nom.es/pastoral/turismo/encuentro/2008/Jos epEnricParellada.pdf>
- Pascarella, R., & Rubens, J. (2010). Modelos de Evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Competitividad de los destinos turísticos*, 19, 17. Recuperado el 24 de Noviembre de 2016, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n1/v19n1a01.pdf>
- Peralta, E., & Moya, R. (2007). *Guía Arquitectónica de Quito* (Primera ed.). Quito: Trama Ediciones. Recuperado el 22 de Enero de 2017
- Perez, L. (1962). *Leyendas y tradiciones Ecuatorianas*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Porter, M. (1997). *Estrategia Competitiva*. México : Continental.
- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: EUNED. Recuperado el 2017 de Enero de 02

- Quito Turismo. (2016). *Plan estratégico de Turismo*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/plan-estrategico>
- Real Academia de la Lengua. (2016). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://www.rae.es/>
- República, S. C. (2015). *Fondo abiertos de autores colobianos*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2016, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/competencias_del_mercado
- Sánchez, S. (9 de junio de 2015). *Curso sobre Gestión del Patrimonio Religioso y Turismo en América Latina y el Caribe*. Obtenido de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Quito/pdf/Discurso_directora_curso_turismo_Junio_2016.pdf
- Scott , & Etzioni. (1983). *Organizaciones: estructura y procesos* (Tercera ed.). Madrid: Prentice Hall.
- Secretaría de Turismo. (2015). *Glosario*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Secretaría de Turismo de México. (2009). *Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México*. Obtenido de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/TurEspiritual1.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir Plan Nacional*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- SECTUR. (Septiembre de 2015). *Glosario Secretaria de Turismo de México*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- SEGITTUR. (2003). *SOCIEDAD ESTATAL PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LAS TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2016, de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Shackley, M. (2002). Espacio, Santidad y Servicio. *Revista Internacional de Investigación Turística* , 345-352.
- Silva, A. (2011). *Poder político y poder estatal*. Obtenido de <https://profesorayudante.wordpress.com/2011/07/19/poder-politico-y-poder-estatal/>
- Simons, C. (21 de Septiembre de 2009). *Caniza*. Recuperado el 2 de Febrero de 2017, de Romería de la virgen de la Peña de Francia: http://www.caniza.org/docs/romeria_pena_francia.pdf
- Stanton , W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Décimocuarta ed.). Mexico D.F., México: McGraw-Hill. Recuperado el 03

- de Enero de 2017, de
<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Suárez, D. (2008). Del pincel a la gubia. Sobre San Diego de Alcalá y su iconografía en el Siglo de Oro. *Universidad Complutense de Madrid*, 359-376. Recuperado el 2 de Febrero de 2017, de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2837669>
- Tejera, P. (2006). *Objeciones a la teoría del desarrollo local*. Obtenido de
https://www.nodo50.org/cubasi gloXXI/congreso06/conf3_tejera.pdf
- UNCTAD. (2010). *Economía Creativa: Una opción factible para el desarrollo*.
- UNCTAD. (28 de Enero de 2013). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Turismo Sostenible: Contribucion del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible:
http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf
- UNCTAD, S. d. (28 de Enero de 2013). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Turismo Sostenible: Contribucion del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible:
http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf
- UNESCO. (2016). *Educación para el desarrollo sostenible*. Obtenido de
<http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>
- UNESCO. (2016). *Líneas Generales*. Obtenido de
<http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Varas. (2000). *La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial*. Obtenido de
<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi0hsz33d7RAhUG0iYKHW3kC8oQFggaMAA&url=https%3A%2F%2Fecaths1.s3.amazonaws.com%2Fhistoriaregional%2F1854370848.identidad-cultural-uno-de-los-detonantes-del-desarroll>
- Vargas, E. (2009). *El proceso de la comunicación*. Obtenido de
<http://teoriacomunicacion.zonalibre.org/>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Obtenido de
http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Vásquez, D., Osorio, M., Arellano, A., & Torres, J. (2013). *El turismo desde el pensamiento sistémico*. Obtenido de

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turisticas_05_01.pdf

Vásquez, M., & Ortiz, A. (2010). *Historia y Arte en el Tejar de la Merced*. Quito: Fonsal.

Vázquez, A. (2000). *Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual*. Obtenido de <http://campesinoacampesino.com/biblioteca/files/original/0036fb4747ed27c394efbb08c1daca3.pdf>

Vela, L. (2012). *Diferenciación de productos*. Obtenido de <http://web.ua.es/es/giecryal/documentos/diferenciacion-productos.pdf?noCache=1354884406288>

Vicepresidencia de la República del Ecuador. (Marzo de 2015). *ESTRATEGIA NACIONAL PARA EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA*. Recuperado el 6 de Enero de 2017, de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/ENCMPweb.pdf>

Vives, X. (2016). Competitividad en las Empresas y los Destinos del Turismo. *Tourism Business & Planning*, 1-3.