



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Estudio del sistema turístico del Centro Histórico, para crear un producto de turismo cultural en la ciudad de Latacunga

Crespo Paredes, Elizabeth Noemí y Proaño López, Alejandra Elizabeth

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

Lic. Altamirano Valdez, Diana Elizabeth M.Sc.

01 de marzo del 2021

Latacunga



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

Certifico que el trabajo de titulación, **“Estudio del sistema turístico del Centro Histórico, para crear un producto de turismo cultural en la ciudad de Latacunga”** fue realizado por las señoritas: **Crespo Paredes, Elizabeth Noemí y Proaño López, Alejandra Elizabeth**, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que los sustenten públicamente.

Latacunga, 01 de marzo del 2021

Lic. Altamirano Valdez, Diana Elizabeth M.Sc.

C.C.: 1713907572

Reporte de Urkund



Document Information

Analyzed document	ESTUDIO DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL CENTRO HISTÓRICO, PARA CREAR UN PRODUCTO DE TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA - CRESPO.E-PROAÑO.A.docx (D97044224)		
Submitted	3/3/2021 4:09:00 AM		
Submitted by			
Submitter email	encrespo@espe.edu.ec		
Similarity	4%	 DIANA ELIZABETH ALTAMIRANO VALDEZ	
Analysis address	dealtamirano2.espe@analysis.orkund.com		

Sources included in the report

SA	Proyecto de Investigación Turismo Ecológico 2019 (2).pdf Document Proyecto de Investigación Turismo Ecológico 2019 (2).pdf (D49081628)		2
W	URL: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45906/1/An%C3%A1lisis%20de%20los%20R... Fetched: 1/6/2021 2:57:39 AM		4
SA	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TRABAJO DE TITULACIÓN PADILLA VEGA MARÍA BELÉN URKUND.docx Document TRABAJO DE TITULACIÓN PADILLA VEGA MARÍA BELÉN URKUND.docx (D77725064) Submitted by: mepadilla3@espe.edu.ec Receiver: mejerez.espe@analysis.orkund.com		2
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9331/1/T-ESPEL-ITH-0021.pdf Fetched: 12/7/2019 9:47:52 AM		8
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14048/1/T-ESPE-057601.pdf Fetched: 11/13/2019 4:34:09 AM		1
SA	TESIS Romina Godoy Ortiz.docx Document TESIS Romina Godoy Ortiz.docx (D80549218)		5



Lic. Altamirano Valdez, Diana Elizabeth M.Sc.

C.C.: 1713907572



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

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

Nosotras, **Crespo Paredes, Elizabeth Noemí y Proaño López, Alejandra Elizabeth**, con cédulas de ciudadanía n° 0503931966 y 1724546849, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Estudio del sistema turístico del Centro Histórico, para crear un producto de turismo cultural en la ciudad de Latacunga”**, es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo los requisitos teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 01 de marzo del 2021

Crespo Paredes, Elizabeth Noemí

C.C.: 0503931966

Proaño López, Alejandra Elizabeth

C.C.: 1724546849



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

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

Nosotras, **Crespo Paredes, Elizabeth Noemí y Proaño López, Alejandra Elizabeth**, con cédulas de ciudadanía n° 0503931966 y 1724546849, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación “**Estudio del sistema turístico del Centro Histórico, para crear un producto de turismo cultural en la ciudad de Latacunga**” en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 01 de marzo del 2021

Crespo Paredes, Elizabeth Noemí

C.C.: 0503931966

Proaño López, Alejandra Elizabeth

C.C.: 1724546849

Dedicatoria

A quien me ideó, formó y me cuidó como a la niña de sus ojos desde antes de mi concepción hasta la actualidad.

A mi madre Elina Paredes porque este trabajo también es producto de su dedicación al enseñarme que en esta vida nada es imposible de realizar, con esfuerzo, dedicación y paciencia puedo alcanzar todo lo que me proponga en la vida.

A mis hermanos por siempre apoyarme incondicionalmente en las circunstancias buenas y malas.

A mis amigos y amigas que en momentos de crisis supieron escucharme y dar un mensaje de aliento, apoyo moral y material cuando fue necesario.

Por último dedico este gran esfuerzo a Elizabeth Crespo que a pesar de las adversidades logró culminar exitosamente el presente trabajo, juntamente con Alejandra Proaño amiga y compañera incondicional.

Elizabeth Noemí Crespo Paredes

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo de titulación junto a mi título universitario a mis padres Sandra y Freddy, por ser los motores que han impulsado mi camino cada día, ya que todo esto es gracias a ellos y a su entera dedicación como padres, maestros y amigos, sin ellos esto no hubiera sido posible, los amo infinitamente, por lo que deseo dedicarles cada paso, cada día y cada logro, porque mis logros son en realidad de ellos, ya que aquí estoy yo, pero sujeta de grandes pilares que son ustedes, sin duda cada momento de mi vida hasta es día de hoy es para y gracias a ustedes.

Alejandra Elizabeth Proaño López.

Agradecimiento

Realmente la vida no es fácil y en parte mi vida universitaria no lo ha sido pero si se trata de agradecer puedo decir que en primer lugar agradezco a Dios aunque sé que en la mayoría de trabajos académicos de esta Universidad el especial agradecimiento a Dios siempre está, en lo que a mí respecta puedo decir que en todo momento Dios me ha guiado y a cuidado de mí como a la niña de sus ojos aun en las buenas y malas decisiones Él ha hecho posible mi existencia en este plano de la vida, en este tiempo y momento.

A mi querida madre Elina Paredes y mis queridos hermanos Carlos Crespo y Antonio Crespo, ya que sin su apoyo moral y económico no lo hubiera logrado; mi madre con su paciencia, amor y dedicación a hecho de mí una gran persona, nunca ha permitido que me rinda a pesar de haber querido hacerlo en varias ocasiones a lo largo de mi vida universitaria.

A mi querida amiga y compañera incondicional Alejandra Proaño, gracias por los grandes momentos, buenos y malos que hemos compartido desde que nos conocimos hasta este momento que se refleja como la culminación de una etapa con una meta alcanzada.

A cada uno de los docentes que llegue a conocer en las aulas y en el sector administrativo a los que me enseñaron no solo a formar mi criterio para ser una buena profesional y a ser más humana también a los docentes que me enseñaron a no ser como ellos en lo que yo considero no va con mis lineamientos de amar al prójimo y profesionalismo.

Y agradezco especialmente a mi tutora Lic. Diana Altamirano que ha sido un gran apoyo académico y humano, antes y durante la realización de este trabajo de titulación.

Y como no a cada uno de mis amigos y compañeros a todas las personas que he conocido a lo largo de esta travesía pues han aportado en mi formación personal, académica y profesional.

Elizabeth Ncemi Crespo Paredes

Agradecimiento

Agradezco a Dios por regalarme este momento, pero principalmente quiero agradecer a mis padres, a mi querida madre Sandra porque este logro y muchos más son gracias a ella y a su dedicación, principalmente porque nunca ha dejado que me rinda para que persiga mis sueños como ella siempre dice “piensen en grande”, a mi querido padre Freddy ya que siempre ha sido mi ejemplo de perseverancia, trabajo duro y esfuerzo, por cada palabra de apoyo y por cada uno de sus días de arduo trabajo que hicieron posible estar donde estoy hoy en día. A mis hermanos Maylín y Mateo por ser mi inspiración, por su gran criterio, palabras de aliento y estar siempre pese a cualquier cosa dispuestos a ayudarme y apoyarme. Agradezco a mi abuelita Gloria por ser un gran apoyo en mi vida y por todos sus consejos que me forman cada día.

Agradezco a mi amiga Elizabeth que siempre ha estado en los momentos más difíciles y bonitos de esta etapa desde su inicio.

A mi compañero de risas, llantos, malas noches y en fin de todo, Luis, y no solo eso agradezco que en cada momento me ha levantado y apoyado.

Agradezco mucho a mi tutora Lic. Diana Altamirano por su predisposición y apoyo; y a todos aquellos docentes que me enseñaron que un título no te hace una persona, que los valores vienen del hogar, me formaron para ser una gran profesional, pero a su vez un ser humano.

Finalmente quiero agradecer a mis amigos y familiares a todos aquellos que siempre estuvieron ahí en cada día de mi carrera universitaria.

Alejandra Elizabeth Proaño López.

Tabla de contenidos

Portada.....	1
Certificación.....	2
Reporte de Urkund	3
Responsabilidad de autoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Dedicatoria	7
Agradecimiento	8
Agradecimiento	9
Tabla de contenidos	10
Índice de tablas	15
Índice de figuras	18
Índice de ecuaciones.....	20
Resumen.....	21
Abstract	22
Generalidades	23
Antecedentes investigativos.....	23
Planteamiento del problema	24
Formulación del problema.....	26

	11
Justificación e importancia	26
Objetivos.....	28
<i>Objetivo general</i>	28
<i>Objetivos específicos</i>	28
Marco legal.....	28
<i>Convención del patrimonio mundial</i>	29
<i>Constitución de la República del Ecuador</i>	30
<i>Ley de turismo</i>	30
Marco teórico.....	31
Definición de turismo	31
<i>Clasificación del turismo</i>	32
Turismo cultural	34
<i>Tipos de turismo cultural</i>	36
Cultura.....	39
<i>Características de la cultura</i>	40
Patrimonio cultural	42
Identidad.....	43
<i>Identidad cultural</i>	44
Sistema turístico	45
<i>Elementos del sistema turístico</i>	47
Producto turístico	56

	12
<i>Elementos del producto turístico</i>	57
<i>Características del producto turístico</i>	58
<i>Diseño del producto turístico</i>	60
<i>Diseño de rutas como producto turístico</i>	61
Producto turístico cultural.....	64
<i>Turismo educativo como producto cultural</i>	64
<i>Patrimonio histórico en el turismo educativo como oferta de turismo cultural</i>	65
<i>Oferta turística cultural mediante circuitos y rutas culturales</i>	66
Marco metodológico	68
Metodología de la investigación	68
Alcance de la investigación.....	68
Diseño, técnicas e instrumento de recolección de datos	70
Selección de la población y muestra	71
<i>Delimitación de la población</i>	71
<i>Cálculo del tamaño de la muestra</i>	72
<i>Tabulación y análisis de los resultados</i>	73
Metodología del producto.....	100
<i>Productos turísticos, metodología para su elaboración</i>	100
Diagnóstico del sistema turístico	105
Recopilación y selección de información.....	105
<i>Latacunga</i>	105

	13
<i>Centro Histórico</i>	107
<i>Inventario de atractivos turísticos culturales del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga</i>	110
Análisis de los elementos constitutivos del sistema turístico	113
<i>Demanda</i>	113
<i>Análisis de la oferta</i>	114
<i>Planta turística</i>	117
<i>Infraestructura</i>	124
<i>Superestructura</i>	130
Diagnóstico	131
<i>Análisis del entorno del sistema turístico del Centro Histórico</i>	131
<i>Fortalezas y debilidades</i>	142
Propuesta.....	145
Elaboración de la propuesta	145
Descripción del producto turístico	145
Justificación del producto turístico	145
Importancia del producto turístico	146
Objetivos del producto turístico	147
<i>Objetivo general</i>	147
<i>Objetivos específicos</i>	147
Generalidades del producto turístico.....	148

	14
<i>Selección de atractivos por ruta</i>	148
<i>Definición del recorrido</i>	150
Comercialización.....	158
<i>Propuesta de comercialización</i>	158
<i>Creación de la imagen del producto</i>	159
<i>Logotipo</i>	163
<i>Slogan</i>	165
Promoción.....	165
<i>Propuesta de diseño</i>	166
Conclusiones.....	175
Recomendaciones.....	177
Bibliografía	178
Anexos	185

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Niveles de investigación</i>	68
Tabla 2 <i>Diseño, técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	70
Tabla 3 <i>Datos para el cálculo de la muestra</i>	72
Tabla 4 <i>Datos de la pregunta N°1 de la encuesta</i>	73
Tabla 5 <i>Datos de la pregunta N°2 de la encuesta</i>	75
Tabla 6 <i>Datos de la pregunta N°3 de la encuesta</i>	76
Tabla 7 <i>Datos de la pregunta N°4 de la encuesta</i>	78
Tabla 8 <i>Datos de la pregunta N°5 de la encuesta</i>	79
Tabla 9 <i>Datos de la pregunta N°6 de la encuesta</i>	81
Tabla 10 <i>Datos de la pregunta N°7 de la encuesta</i>	82
Tabla 11 <i>Datos de la pregunta N°8 de la encuesta</i>	84
Tabla 12 <i>Datos de la pregunta N°9 de la encuesta</i>	87
Tabla 13 <i>Datos de la pregunta N°10 de la encuesta</i>	89
Tabla 14 <i>Datos de la pregunta N°11 de la encuesta</i>	90
Tabla 15 <i>Datos de la pregunta N°12 de la encuesta</i>	92
Tabla 16 <i>Datos de la pregunta N°13 de la encuesta</i>	93
Tabla 17 <i>Datos de la pregunta N°14 de la encuesta</i>	95
Tabla 18 <i>Datos de la pregunta N°15 de la encuesta</i>	96
Tabla 19 <i>Elementos indispensables para realizar el Inventario</i>	101

Tabla 20 <i>Listado de bienes indispensables para realizar el Inventario</i>	109
Tabla 21 <i>Listado de atractivos turísticos culturales del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga</i>	111
Tabla 22 <i>Número de estudiantes del cantón Latacunga periodo académico 2018-2019</i>	114
Tabla 23 <i>Atractivos naturales de la ciudad de Latacunga</i>	115
Tabla 24 <i>Atractivos culturales de la ciudad de Latacunga</i>	115
Tabla 25 <i>Establecimientos de alojamiento del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga</i>	117
Tabla 26 <i>Total de establecimientos de alimentos y bebidas del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga</i>	120
Tabla 27 <i>Productos que ofertan las agencias de viajes y operadoras de turismo del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga</i>	122
Tabla 28 <i>Transporte turístico existente en el cantón Latacunga</i>	124
Tabla 29 <i>Rutas de transporte público urbano de la cooperativa Citulasa</i>	125
Tabla 30 <i>Rutas de transporte público urbano de la cooperativa Sultana de Cotopaxi</i>	126
Tabla 31 <i>Cobertura de servicios básicos</i>	129
Tabla 32 <i>Entorno del sistema turístico en base a la demanda</i>	132
Tabla 33 <i>Entorno del sistema turístico en base a la infraestructura</i>	133
Tabla 34 <i>Entorno del sistema turístico en base a la superestructura</i>	134
Tabla 35 <i>Entorno del sistema turístico en base a la oferta</i>	135

Tabla 36 <i>Entorno del sistema turístico en base a la planta turística</i>	136
Tabla 37 <i>Matriz “F”</i>	138
Tabla 38 <i>Matriz “D”</i>	140
Tabla 39 <i>Itinerario de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	151
Tabla 40 <i>Itinerario de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	154
Tabla 41 <i>Itinerario de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”</i>	156
Tabla 42 <i>Precios de las rutas turísticas</i>	159

Índice de figuras

Figura 1 <i>Funcionamiento del sistema turístico</i>	46
Figura 2 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°1 de la encuesta</i>	74
Figura 3 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°2 de la encuesta</i>	75
Figura 4 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°3 de la encuesta</i>	77
Figura 5 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°4 de la encuesta</i>	78
Figura 6 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°5 de la encuesta</i>	80
Figura 7 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°6 de la encuesta</i>	81
Figura 8 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°7 de la encuesta</i>	83
Figura 9 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°8 de la encuesta</i>	85
Figura 10 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°9 de la encuesta</i>	88
Figura 11 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°10 de la encuesta</i>	89
Figura 12 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°11 de la encuesta</i>	91
Figura 13 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°12 de la encuesta</i>	92
Figura 14 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°13 de la encuesta</i>	94
Figura 15 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°14 de la encuesta</i>	95
Figura 16 <i>Diagrama de barras de la pregunta N°15 de la encuesta</i>	97
Figura 17 <i>Mapa de los límites por niveles del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga</i>	109
Figura 18 <i>Diseño de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	151

Figura 19 <i>Diseño de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	153
Figura 20 <i>Diseño de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”</i>	156
Figura 21 <i>Esquemmatización de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	160
Figura 22 <i>Esquemmatización de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	162
Figura 23 <i>Esquemmatización de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”</i>	163
Figura 24 <i>Logotipo de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	164
Figura 25 <i>Logotipo de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	164
Figura 26 <i>Logotipo de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”</i>	165
Figura 27 <i>Portada del folleto de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	167
Figura 28 <i>Portada del folleto de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	168
Figura 29 <i>Portada del folleto de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”</i>	169
Figura 30 <i>Contenido del folleto de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	170
Figura 31 <i>Contenido del folleto de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	171
Figura 32 <i>Contenido del folleto de la Ruta 3 “Pasos Libertarios “</i>	171
Figura 33 <i>Contraportada del folleto de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”</i>	172
Figura 34 <i>Contraportada del folleto de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”</i>	173
Figura 35 <i>Contraportada del folleto de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”</i>	174

Índice de ecuaciones

Ecuación 1 <i>Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra</i>	73
---	----

Resumen

El presente trabajo de titulación pretende Analizar el sistema turístico del Centro Histórico, para crear un producto de turismo cultural en la ciudad de Latacunga, que se desarrolla mediante tres objetivos específicos, para esto fue necesario desarrollar seis desde la formulación del problema hasta las conclusiones y recomendaciones, dentro del primer objetivo específico se fomenta el marco teórico el mismo que contiene temas que se involucran de forma directa en la investigación, posteriormente se presenta la metodología mediante la cual se desarrolla la investigación y la creación del producto de turismo cultural, el cual se desenvuelve dentro del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, la caracterización del mismo ayudó a determinar sus respectivas fortalezas y debilidades lo mismo que se desarrolló dentro del cuarto capítulo. Además del desarrollo de la investigación, se crea una propuesta basada en la generación de rutas de turismo cultural las cuales proporcionan información histórica – cultural, ayudando a acrecentar la educación e identidad en cada uno de los participantes tomando en cuenta que la demanda es el grupo de estudiantes de básica media, básica superior y bachillerato del sistema educativo del país, recalcando que el producto puede ser modificado de acuerdo a las necesidades del consumidor.

Palabras clave:

- **TURISMO CULTURAL**
- **SISTEMA TURÍSTICO**
- **CENTRO HISTÓRICO**
- **RUTA TURÍSTICA**

Abstract

This degree work aims to analyze the tourism system of the Historic Center, to create a cultural tourism product in the city of Latacunga, which is developed through three specific objectives, for this it was necessary to develop six chapters from the formulation of the problem to the conclusions and recommendations, within the first specific objective the theoretical framework which contains issues that are directly involved in the research is promoted, Later, the methodology through which the research is developed and the creation of the cultural tourism product is presented, which is developed within the Historic Center of the city of Latacunga, the characterization of the same helped to determine their respective strengths and weaknesses which was developed in the fourth chapter. In addition to the development of the research, a proposal is created based on the generation of cultural tourism routes which provide historical-cultural information, helping to increase education and identity in each of the participants taking into account that the demand is the group of students in middle school, high school and high school of the educational system of the country, emphasizing that the product can be modified according to the needs of the consumer.

Key words:

- **CULTURAL TOURISM**
- **TOURISM SYSTEM**
- **HISTORICAL CENTER**
- **TOURIST ROUTE**

Generalidades

Antecedentes investigativos

Según la (Organización Mundial del Turismo, 1996) el Turismo se define como la actividad conformada por todas aquellas personas que visitan un lugar ajeno al de su residencia habitual por diversos motivos. En la actualidad el turismo crece como un elemento de economía alrededor del mundo, en virtud el desarrollo del turismo sustentable contribuye al progreso del lugar que se visita; tanto en los actores directos e indirectos que se vinculan a esta actividad.

Por lo cual el turismo es un sector de esperanza, con sus múltiples beneficios socioeconómicos, tiene una amplia influencia en diversos sectores con más de 1.500 millones de turistas viajando por el mundo, generando ingresos de millones de dólares previstos para el 2030, el sector turístico brinda oportunidades en diversos ámbitos con el fin de contribuir a un desarrollo más responsable, sostenible y un futuro inclusivo para todos (Organización Mundial del Turismo, 2016), relacionándose y cumpliendo en parte con los objetivos de desarrollo sostenible planteados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

En relación con lo anterior la participación local es esencial en el desarrollo de actividades turísticas debido a que produce un servicio apropiado y la utilización del espacio físico de forma responsable, comprometiendo a los actores directos e indirectos que intervienen en este proceso a conservar el atractivo turístico y la localidad como tal.

En Ecuador, gracias a su potencial turístico, el turismo patrimonial cultural representa una modalidad que puede convertirse en una estrategia de desarrollo local un ejemplo de esto es la ciudad de Quito capital del país; entendiendo a este como el proceso que permitirá la organización futura de un territorio, resultante del esfuerzo y planificación realizada por los actores locales, con la finalidad de valorizar los recursos patrimoniales materiales e inmateriales de un territorio.

La ciudad de Latacunga desde el año de 1982 es reconocida por el estado como una ciudad patrimonial, por cuanto su historia contempla aspectos coloniales en sus edificaciones religiosas, gubernamentales y de vivienda como fueron en su tiempo hasta la actualidad, sus fiestas tradicionales e historia; hitos que son relevantes en la educación e identidad de los pobladores de la provincia.

Planteamiento del problema

El turismo cultural se ha desarrollado como una actividad económica, sin embargo, es vital que este trascienda a su verdadera importancia, la cual se basa en el aporte del desarrollo local y educativo a la vez que forma parte fundamental de la identidad de los pueblos y no únicamente a la generación de actividades individuales, que no permiten al territorio crear una vocación turística y educacional.

Para ello es necesario divisar las potencialidades que presenta esta modalidad de turismo para aportar al desarrollo local con atractivos turísticos culturales, tales como museos, edificios patrimoniales, historia, comida típica, entre otros. Planteándolo como una oportunidad estratégica debido a que el turismo cultural desempeña un papel

importante dentro del conocimiento, preservación y disfrute del patrimonio cultural e histórico, considerándolo desde la perspectiva local.

Por ende el patrimonio cultural que se halla en los museos aporta a la educación e identidad de los pobladores de una localidad, Según el (Ministerio de cultura del Ecuador, 2013) menciona que los museos en el Ecuador son una institución pionera en salvaguardar el patrimonio cultural de la nación, abriendo su gestión hacia la difusión museológica, con énfasis en la didáctica a estudiantes y propiciando la fundación de numerosos museos de sitio en las distintas regiones del Ecuador.

Al hablar de difusión del patrimonio cultural en la provincia de Cotopaxi, se encuentra escasas de dicha acción debido a que se dirige toda la difusión a ciertos atractivos del patrimonio natural y cultural como por ejemplo: la tradicional fiesta de La Mama Negra, la fiesta del Danzante de Pujilí y atractivos naturales como la Laguna del Quilotoa, Parque Nacional Cotopaxi, entre otros atractivos representativos de esta índole; lo cual no refleja el verdadero potencial turístico cultural del patrimonio material e inmaterial de la provincia.

Así pues, se toma en cuenta a la ciudad de Latacunga con el objeto de que el turismo cultural, mediante el planteamiento de una ruta turística como estrategia, permita desarrollar el potencial de los recursos en la localidad y que, a su vez, sea una prioridad y ente de identidad y civismo para los niños de educación básica media y jóvenes de educación básica superior y bachillerato del cantón Latacunga.

Formulación del problema

¿Mediante la creación de un producto de turismo cultural se podrá incentivar la identidad cultural a los estudiantes de básica media, básica superior y bachillerato?

Justificación e importancia

Desde tiempos remotos, el ser humano ha viajado, ya sea para explorar más allá de sus fronteras o conocer cómo viven otras culturas, realizar intercambio comercial, mejorar su salud, adquirir conocimientos relevantes o simplemente dar un paseo. Es entonces que, en la actualidad, los turistas disfrutan de una gran variedad de actividades que fomentan el ocio en cuanto al descanso de sus actividades cotidianas como es el deporte, el gozo de los espacios naturales y el enriquecimiento cultural, actividades que fomentan el fortalecimiento de la identidad de un individuo, la diversión y el aprendizaje.

La (Constitución de la República del Ecuador, 2008), capítulo segundo, Art. 23 de la sección cuarta denominada Cultura y Ciencia menciona la educación y cultura como un derecho utilizando el espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, percepción de pertenecía y difusión de la diversidad igualitaria, a su vez el derecho de promocionar las manifestaciones culturales y los espacios públicos. Así como se menciona en el art.25 de la sección anteriormente mencionada las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

En este sentido, el turismo cultural surge como una opción de actividades enfocadas a la realización plena del ser humano, contribuyendo de manera activa en la educación, la igualdad de destino de los pueblos, la liberación del hombre y el respeto de su identidad y dignidad, afirmando su civismo y educación respetando el patrimonio material e inmaterial de los pueblos.

El presente proyecto tiene como finalidad presentar los hitos históricos existentes en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, mediante visitas a los mismos brindando información importante y sustancial para el conocimiento e interés del espectador y consumidor del producto; lo cual se desenvolverá mediante el diagnóstico de cada uno de los hitos históricos que se encuentran en la ciudad, de manera que formen parte activa dentro del desarrollo turístico y cultural de la misma, específicamente dentro de los actores primordiales como son los niños que se encuentran en niveles de educación primaria y jóvenes de niveles de educación secundaria superior y bachillerato, aportando significativamente a la identidad y conocimiento de la historia Latacungueña valorizando la cultura y pertenencia, generando estímulos necesarios para posicionarse en la mente de los pobladores, actores directos e indirectos y visitantes de la ruta.

Dicho estudio será realizado con el fin de aportar al desarrollo del civismo, la educación, historia y servicios de los actores involucrados tanto de forma directa como indirecta; utilizando el turismo cultural como factor determinante de la educación primaria, secundaria y bachillerato del cantón Latacunga.

Por lo tanto, al vincular el turismo cultural como tal con el desarrollo local, es necesario contar con los actores principales y secundarios que se encuentran dentro del Centro Histórico de la ciudad con la finalidad de generar sostenibilidad, agregando valor al potencial turístico de la localidad.

Objetivos

Objetivo general

- Evaluar el sistema turístico del Centro Histórico, para crear un producto de turismo cultural en la Ciudad de Latacunga.

Objetivos específicos

- Elaborar la fundamentación teórica que sustente la investigación.
- Caracterizar el sistema turístico del Centro Histórico para determinar sus fortalezas y debilidades.
- Diseñar un productor de turismo cultural para el fortalecimiento de la identidad en los niños y jóvenes de educación básica media, básica superior y bachillerato en el cantón Latacunga.

Marco legal

A continuación, se describe el marco legal que se relaciona directamente con el tema de investigación planteado en el que se detalla las leyes o reglamentos extraídos

de las secciones competentes donde se apoya la investigación, posibilitando la correcta ejecución de ésta ya que se respalda en el cumplimiento de leyes vigentes establecidas en el Ecuador como las que se especifica a continuación:

Por medio de las siguientes legislaciones referentes tanto al patrimonio cultural material e inmaterial como a la valoración, desarrollo local y conservación se justifica el ámbito legal de la presente investigación.

Dentro de lo cual se considera a la UNESCO como ente determinante en cuanto a la conservación del patrimonio cultural tanto material como inmaterial y a la preservación de la identidad de los pueblos.

Convención del patrimonio mundial

En la Conferencia General de la UNESCO del año 1972, los países que pertenecen a esta organización acordaron que, ante los múltiples peligros que amenazaban la supervivencia de los bienes culturales y naturales, de monumentos, parques, árboles, animales, lenguas..., era necesario un esfuerzo conjunto de todos los países para protegerlas y poder transmitirles a las generaciones futuras. Se acuerda la aprobación de la Convención del Patrimonio Mundial, dicho documento posee 38 artículos que establece el marco en el que la UNESCO y sus países miembros colaborarán para proteger el patrimonio mundial frente a la evolución de la vida.

Para lo cual se toma en consideración el Artículo 5 de dicho documento mismo que, señala la garantización y conservación eficaz y revalorización del patrimonio

cultural y natural, en el literal d del Art. 5 menciona “adoptar las medidas jurídicas, científicas, técnicas, administrativas y financieras adecuadas, para identificar, proteger, conservar, revalorizar y rehabilitar ese patrimonio...”

Constitución de la República del Ecuador

Uno de los principales fundamentos de la constitución en la sección cuarta Cultura y Ciencia el Art. 21 menciona que “Las personas tiene derecho a construir y mantener su propia identidad cultural..., a conocer la memoria histórica de sus culturas y acceder a su patrimonio cultural...”

Además, en la sección quinta Cultura Art. 377 menciona que se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. Art. 380 literal 8. El estado, garantiza la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

Ley de turismo

La vigente ley de Turismo en el Art.4, literal b menciona lo siguiente: “Garantizar el uso racional de los recursos naturales históricos, culturales y arqueológicos de la nación”. La misma que respalda la realización de este proyecto en cuanto al uso de los recursos históricos, culturales y arqueológicos de la ciudad de Latacunga.

Marco teórico

Definición de turismo

De acuerdo con la (Organización Mundial del Turismo, 2018), se define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios, de tal manera que tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares en donde se desarrollan actividades directamente vinculadas con el turismo, lo que hace necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo con dirección hacia estrategias para la implementación y práctica de políticas que promuevan el desarrollo del turismo local y nacional, que a su vez fomenten acuerdos en materia turística con otros países.

La gestión turística es importante por lo cual al turismo se lo define desde diferentes enfoques, según (Guerrero & Ramos, Introducción al Turismo, 2014) definen al turismo desde un enfoque dinámico por sus múltiples ópticas que hacen que éste, siempre este cambiando gracias a su interacción con el turista, por ejemplo los gustos y preferencias de los turísticas y nuevos demandantes, haciéndolo complejo ya que compone una serie de disciplinas que vincula a diferentes servicios para los usuarios y a su vez estudia las interacciones de estos dentro y fuera del sector turístico.

La Ley de Turismo del Ecuador en inanimidad con la Organización Mundial de Turismo define que: Turismo es la práctica de todas aquellas actividades que se

encuentran relacionadas con el desplazamiento de personas a sitios diferentes a su lugar de residencia; sin intención de radicarse de manera permanente en los mismos.

(Ministerio de Turismo, 2014)

Según (Morrillo, 2010) al determinar al turismo como actividad se puede conceptualizarlo desde la localidad receptora en donde se define como el promotor de economía e inversión dentro de una localidad lo que se manifiesta en un plano interno como generador de recursos propios de un territorio los mismos que pueden ser potencializados como son la agricultura, la pesca y artesanía de los territorios receptores.

Clasificación del turismo

Al turismo se lo puede clasificar o tipificar desde las preferencias de las personas así como el tipo de actividades que desean realizar, De acuerdo con (Quesada, 2010) el turismo se clasifica en las siguientes ramificaciones:

Turismo cultural.

- Religioso
- Posguerra
- Arquitectónico y monumental
- Gastronómico
- Artístico
- Folclórico

- Educativo

Turismo deportivo.

- Participar en un evento
- Practicar o aprender un deporte
- Competir

Turismo de placer o recreo.

- Sol y playa
- Parques de atracciones
- Casinos y centros nocturnos
- Hoteles temáticos
- Muchas otras formas de entretenimiento

Turismo de salud.

- Fuentes termales
- Centros especializados
- Tratamientos médicos y cirugías
- Turismo de bienestar

Turismo de negocios.

- Congresos y convenciones
- Viajes de incentivos
- Ferias y exposiciones

Turismo sostenible.

- Naturaleza: o Naturaleza suave (soft nature)

Turismo cultural

Turismo cultural es aquel que abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el ocio y recreación. Se sobreentiende como la práctica de las actividades que contemplan las costumbres del diario vivir de una localidad, así como de su entorno y expresiones que definen su carácter e identidad. El cual también se basa en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. (Del Reguero, 1994)

La concepción del Turismo Cultural, según la (Organización Mundial del Turismo, 2004) se orienta hacia los viajes de estudios a festivales, visitas a sitios y monumentos, estudiando el arte y el folklore, incluyendo las expresiones de la cultura popular: tradiciones, gastronomía, fiestas, celebraciones entre otras; conociendo diferentes culturas ensanchando los conocimientos, recoger información y asimilar nuevas experiencias.

El documento de planificación: Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador, ubica al turismo cultural como proyecto planteado el mismo que se encuentra en el puesto número 3 de importancia dentro del desarrollo de propuestas sostenibles de turismo; teniendo inmerso las siguientes variedades de acción: mercados y artesanías, gastronomía, medicina ancestral, fiestas populares, turismo religioso, turismo urbano, arqueología, turismo científico-académico-voluntario y educativo. (Plan Nacional de Desarrollo Turístico, 2020)

Conceptualmente el turismo Cultural se define como: Aquel que incluye las experiencias que brindan los aspectos propios de un pueblo, mediante actividades que fomenten la recreación y la educación juntamente con las diferentes ofertas de ocio de un lugar. Por lo cual, turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes de un lugar determinado, así como de su entorno local y social, contemplando su identidad y carácter. Basándose en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona.

El turismo cultural integra el patrimonio y lo determina como recurso que pueden ser utilizados para conformar un producto turístico.

Tipos de turismo cultural

Turismo religioso.

El turismo religioso como concepto se lo ha desarrollado y analizado desde hace poco, pese a ello este se determina mediante la combinación de: la religión, la cual tiene raíces ancestrales y el turismo como un desarrollo más moderno, los cuales han ido evolucionando conjuntamente mediante el interés de los visitantes por conocer la historia y costumbres religiosas de una localidad. (Tobón & Tobón, 2013)

Turismo posguerra.

Según (Pack, 2013) el turismo de posguerra nace a raíz de los historiadores que brindan la alternativa de revivir los momentos que ha pasado un territorio durante una guerra, donde se muestra los paisajes frente a las identidades nacionales.

Turismo arquitectónico y monumental.

El turismo arquitectónico y monumental se caracteriza por aquellos viajes que están vinculados con la motivación del viaje de comprender, apreciar y analizar los vestigios de las culturas; como los países que contienen manifestaciones arquitectónicas de culturas antiguas que son parte de la historia mundial tales como México, Egipto, Grecia, Perú e Israel; que son considerados como destinos de turismo arquitectónico en todo el mundo. (Acerenza, 2011)

Turismo gastronómico.

De acuerdo con (Folgado, Hernández, & Campón, 2011) el turismo gastronómico tiene que ver con la recuperación de las comidas típicas como alimentos ancestrales de una localidad; se basa en conocer la gastronomía típica de un país por lo que hoy en día existen varias rutas gastronómicas en todo el mundo.

Turismo artístico.

Según (Orduna & Urpi, 2010) el turismo artístico es aquel que se encuentra motivado por lugares o eventos de carácter musical, pictóricos, bibliográfico, hasta biográfico e incluso literarios; el mismo que se puede ver vinculado con el turismo folclórico, museográfico entre otros.

Turismo folclórico.

El turismo folclórico representa vivir experiencias tradicionales de un territorio de acuerdo con lo que menciona (Dannemann, 1984) el folclor estudia el desarrollo y comportamiento del ser humano y como este se manifiesta en su entorno de allí se puede presentarlo como recurso cultural y de interés público.

Turismo educativo.

Olga Femenia Millet menciona que el turismo educativo es: “aquel turismo donde la estimulación del turista es el aprender, colocándose como una de las corrientes más

novedosas en el continente Europeo, no obstante los viajes que se desarrollan con motivo de estudios son considerados como un clásico de la historia del turismo”. (Millet, 2010)

La Organización Mundial del Turismo define al turismo educativo como la actividad turística que incentiva la participación del visitante con la finalidad de brindar una experiencia de aprendizaje para lograr fortalecer el intelecto, descubrir de habilidades, y el crecimiento personal del viajero. (World Tourism Organization, 2019)

Para definir al turismo educativo es como su nombre lo dice aquel que tiene como fin la educación o se manifiesta dentro de los fines académicos del turista.

De acuerdo con (Orduna & Urpi, 2010) “Cuando la motivación del turismo proviene de querer disfrutar de una experiencia auténtica de ocio, se puede afirmar que lleva implícita una intencionalidad educativa”, lo que afirma la intención del turismo cultural siendo el más frecuente el turismo lingüístico al igual que otros que requieren la participación de la persona en el espacio que se encuentre, donde al verse desde una perspectiva pedagógica el ocio enfocado a la cultura desemboca en una actividad de aprendizaje.

Centrándonos en ese valor educativo, la experiencia que busca el turista va más allá de una actividad cultural o lúdica, se trata de disfrutar del tiempo libre a una identidad cultural, un lugar, una historia, un pueblo o un monumento para aprender algo de ella, aspirando a su enriquecimiento personal. (Orduna & Urpi, 2010)

Cada uno de los desplazamientos de carácter turístico contienen un impacto cultural, ya que el turismo es conocer la cultura de un sitio de manera directa e indirecta, aunque existen aquellos turistas con la motivación de conocer y estudiar la cultura e identidad de un pueblo, éstos pertenecen a un segmento de mercado que presenta una oferta cultural específica, es decir la principal motivación de su viaje es conocer los valores culturales de una localidad.

Cultura

En el libro “La Cultura” de (Guerrero P. , 2002) se da un concepto de este término el mismo que comprende desde un punto de vista social, la transformación que produce la misma sea directa o indirectamente, el autor menciona que la cultura es una construcción social presente en toda la sociedad humana, esta no puede entenderse fuera de la definición de sociedad, de los entes que la conforman así como sus sujetos, ni de proyectos que incentivan el sentido de la historia. La cultura es posible gracias a individuos que crean manifestaciones en su diario vivir, respondiendo a su propia existencia la misma que se transforma constantemente.

La cultura se define como la agrupación de características intelectuales, espirituales, afectivas y materiales, que identifican distintivamente a un grupo social, descritos como forma de vida mediante las tradiciones y creencias; dando al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. (UNESCO, 1982)

Comprendiendo a la cultura como una conexión entre los individuos y una colectividad social, al compartir dialectos e ideologías y a su vez costumbres y

tradiciones, convirtiéndose en la esencia misma de la sociedad y el medio que la rodea, recayendo en las memorias de un pueblo misma que se transmite de generación en generación dando identidad a las presentes y pasadas generaciones, manteniendo viva la cultura y el sentido de pertenencia.

Características de la cultura

Según (Rosas & Dávila, 2010) afirman que, pese a que el significado de cultura como tal se ha ido transformando a pasar de los años, en realidad cada una de sus definiciones expresa que la cultura es lo que le da vida al comportamiento del ser humano. Las fiestas, costumbres, tradiciones, expresiones musicales, etc. son quienes producen en los individuos su forma de vida, sociedad con el medio y sus integrantes, y desarrollo económico.

Sus principales características son:

1. Colectividad, ya que no son solo comportamientos individuales, más bien son rasgos de comportamiento que comparte una sociedad, por lo que no se define como un rasgo biológico, ya que se desarrollan como atributos característicos que se pasan de generación en generación y se aplican durante la vida.

2. Histórica, pues determina un conjunto de conocimientos y conductas conjuntas que muestran la historia de un pueblo.

3. Dinámica, ya que se transforma constantemente. Considerando que la cultura es un bien histórico, que con el pasar del tiempo las generaciones van aportando diferentes aspectos que son transferidos a los futuros ascendientes de forma constante.

4. Interrelaciona, ya que cada uno de sus elementos forman y complementan la cultura.

5. Rasgo distintivo del ser humano, esto depende del lugar en el que se encuentre una sociedad y el medio que la rodea, según sus circunstancias ambientales, geografías, etc. Ya que estas mismas circunstancias son quienes han producido que los seres humanos creen comportamientos únicos y específicos para su adaptación en el lugar donde se encuentran y desarrollan.

6. Específica, la cultura es específica debido a que los hechos no cambian con el pasar de los años, lo que le otorga características únicas, entendiendo que la cultura se forja mediante eventos históricos.

7. La cultura promueve la unidad, para el desarrollo de un individuo es necesario contar con el aporte de otro, incluso para la satisfacción de sus propias necesidades.

De esta forma cada aspecto de la cultura forma la integración y desarrollo de la sociedad, así como su unicidad.

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural no solo comprende los bienes arquitectónicos y manifestaciones culturales de las civilizaciones pasadas como son sitios arqueológicos, edificios coloniales, documentos históricos y obras de artes, sino también aquello que llamamos patrimonio vivo, el mismo que se representa mediante las manifestaciones populares sean éstas de manera indígena, de una región o urbana; a su vez incluye sus valores, dialectos, arte popular, conocimientos y actividades que realizan dentro de la cotidianidad de una sociedad. (World Tourism Organization, 2013)

El patrimonio cultural contempla la propiedad de una localidad establecida desde sus orígenes y fragmentada a lo largo de la historia, incluyendo todo lo que identifica a un territorio.

Según (Pinassi, 2016) el patrimonio cultural se fomenta a partir de tres diferentes factores, los cuales se determinan a continuación:

El patrimonio cultural de forma integral, definido como parte de la oferta de un destino para contribuir con el producto turístico como un todo. En este caso, destaca que su atracción se da independientemente de su localización absoluta.

El patrimonio como pieza fundamental de los elementos del potencial turístico de un destino. Aquí el patrimonio puede implantarse dentro de un espacio urbano o en su área de influencia, posibilitando el acceso de los pobladores u otros visitantes.

A su vez el potencial turístico se puede determinar como una pieza que complementa a la oferta de un producto turístico, o se presenta como una actividad de aprendizaje dentro del atractivo.

De tal manera que al patrimonio cultural se lo manifiesta como ente fundamental para el desarrollo del turismo local mediante la valorización de la cultura de una región.

El patrimonio cultural se vincula con el turismo a partir de su configuración como un atractivo potencial, capaz de generar el interés en un determinado grupo de visitantes, al conocer la cultura mediante el acervo de sus características y elementos la conforman, diferentes a los que a su espacio de convivencia. (Pinassi, 2016)

Identidad

La identidad de una comunidad se concibe como el incremento de valor hacia su cultura entendiéndose esta como su historia, educación, política, creencias, etc., determinadas como su patrimonio y su nexos con el territorio donde se desarrollan (Dias, 2006).

La identidad es el sentido de pertenencia que tiene una comunidad dentro de una sociedad hacia un conjunto preciso de individuos. Un colectivo social usualmente se encuentra situado en un espacio geográfico específico, pero a su vez puede estar representado por un grupo de personas que comparten una misma situación como es el caso de los emigrantes. (Molano, 2007)

Como tal la identidad es algo propio, producido o generado por una persona o un determinado grupo de personas, las mismas que generan costumbres y tradiciones que los caracterizan de otros.

Identidad cultural

(Crespi & Planells, 2003) Determinan que la identidad cultural se manifiesta como la recopilación de políticas e ideales que constituyen el principio básico del comportamiento humano, obtenido mediante actitudes, valores, actividades, bienes materiales, que aportan a la forma de vida de los individuos que forman una comunidad.

De lo mencionado de acuerdo con el criterio del autor, se determina que la cultura popular se refiere a las manifestaciones culturales ampliamente difundidas entre los miembros de una sociedad. Siendo así que la identidad cultural se compone de un conjunto de contenidos, creencias, ideas y pensamientos, valores, normas, conocimientos, intenciones, emociones y pasiones, mismos que se encuentran presentes en una localidad y en un momento histórico determinado (Crespi & Planells, 2003)

La identidad cultural es un conjunto de facultades propias de un ser humano las mismas que han sido transmitidas de generaciones pasadas y valoradas desde el punto de vista histórico, creando un sentido de pertenencia, la cual se compone desde el territorio, la lengua, los valores, las creencias y el patrimonio.

Sistema turístico

De acuerdo con (Boullón, 2006) la concepción del sistema turístico depende de un movimiento voluntario de los organismos públicos y proyectos privados para solventar las necesidades de los viajeros, mediante la incorporación de servicios destinados a aumentar el confort del turista y por ende a multiplicar las oportunidades de diversión, formando relaciones las cuales constituyen al sistema turístico como tal; estudiándolo se encuentran algunas modalidades que originan a diversos modelos de análisis para definir al sistema turístico de los mismos que se establece: oferta-demanda, antropológico social y turismo industrial.

El primer modelo analítico oferta- demanda centra su interés en el llamado turismo comercial. El segundo modelo analítico se ocupa de las manifestaciones de ocio y del tiempo libre en las sociedades, analizando los desenlaces en las conductas tanto individuales como colectivas; el tercer y último modelo se encuentra inmerso en la producción masiva, comercialización y el lucro.

Según (Sancho, 2011) se determina a la actividad turística como el producto de un cúmulo de cooperaciones de diversos elementos que deben ser analizados de forma conjunta desde un enfoque sistemático ya que su evolución es dinámica. Dentro del sistema turístico existen cuatro componentes como son la demanda, la oferta, el espacio donde se desarrolla y los operadores del mercado.

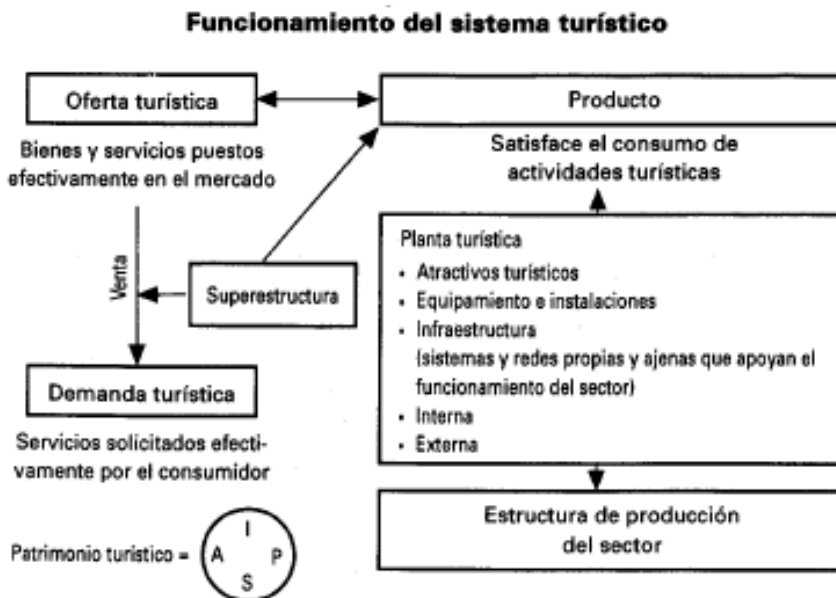
Por ende el sistema turístico se define como la unión de factores que contemplan un grupo de procesos que al mismo instante se conectan entre ellos para

logar una meta común, por lo que el sistema turístico se mantiene en constante evolución ya que se soporta en las necesidades de los turistas.

De acuerdo con (Boullón, 2006) en la siguiente figura se representa las partes integrales del sistema turístico.

Figura 1

Funcionamiento del sistema turístico



Nota. En el gráfico se pueden observar las partes integrales del sistema turístico y su funcionamiento. (Boullón, 2006)

El sistema turístico posee ciertas particularidades que se van a detallar a continuación para su comprensión.

Elementos del sistema turístico

Atractivos turísticos.

Se define como atractivo turístico al conjunto de factores que logran crear un producto turístico, el mismo que tiene la potestad de influir en la decisión de una persona, promoviendo la visita o flujo turístico hacia un destino (Guerrero & Ramos, Introducción al turismo, 2014).

Son aquellos recursos susceptibles de aprovechamiento turístico en los cuales se debe considerar el potencial de atracción, que pueda motivar un desplazamiento no lucrativo, la accesibilidad, la señalización, el nivel de afluencia, el nivel de uso; los elementos de valoración (valor turístico actual y potencial, singularidad, estado de conservación, calidad del entorno, proyectos en curso); y las actividades actuales o posibles relacionadas con el recurso. (Saravia & Muro, 2016)

Según (Gurría, 1991) los atractivos turísticos se clasifican en grupos estos son naturales, biogeográficos y culturales; los mismos que a su vez se subdividen en los siguientes:

Activos turísticos Naturales: Aquellos que son de origen natural y se dividen en:

- Litorales
- Lagunas y depósitos de agua
- Corrientes de agua

- Vulcanismo
- Relieves
- Agrupaciones vegetales
- Agrupaciones animales

Atractivos Culturales: son aquellos representados por la interacción del hombre y sus manifestaciones en sociedad; los mismos que se subdividen en:

- Atractivos Históricos
- Atractivos Contemporáneos no comerciales
- Atractivos Contemporáneos comerciales

Para entender a los atractivos turísticos es necesario mencionar a la actividad turística.

Se determina a la actividad turística como una actividad de recreación pero a su vez un factor de desarrollo local el mismo que contempla una planificación desde un ente social y colaborativo, donde la localización es el factor principal para su desarrollo, donde se trata de difundir los atractivos de una localidad a un público potencial, el mismo que es definido como turista, esta actividad tiene como objetivo incorporar el desarrollo sustentable y sostenible de una comunidad, juntamente con las organizaciones privadas y la empresa pública.

Se propone la actividad turística conjuntamente a las acciones de una localidad dentro de sus procesos de desarrollo, proponiendo los fundamentos de aplicación a las

problemáticas del entorno local y las dimensiones al momento de considerar y concebir diagnósticos de desarrollo turístico a nivel local (Mantero, 2004)

La actividad turística se analiza desde un entorno global y un eje regulador para posteriormente determinar los actores que interfieren en la misma, su forma de correlación y la dinamización de su ejecución dentro de un territorio.

La demanda turística.

Según (Boullón, 2006) la demanda se mide contabilizando el número total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan. Por lo tanto, el rendimiento de una actividad económica se mide cuantitativamente mediante las ventas de cada uno de los productos que este elabora.

La demanda turística se define, según (Martínez & De Miguel, 2000), de manera igualitaria a todo tipo de demanda, pese a que tiene características que la hacen diferente a la demanda de bienes y servicios que no son turísticos. En fin la demanda turística según el Diccionario de Turismo (Organización Mundial del Turismo, 2018) es la que señala el gasto agregado que resulta de sumar los diversos consumos individuales realizados al amparo de estas actividades.

La demanda turística se determina desde la perspectiva donde el turismo es la tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio diferente de aquel donde usualmente vive, para aprovechar los atributos de otras localidades, distraerse, disfrutar, descansar y olvidarse de su diario vivir. (Morrillo, 2010)

En virtud de ello la demanda turística es la cantidad de personas que acudirán a un espacio físico concreto con la finalidad de realizar distintas actividades tanto de ocio, recreación y aprendizaje, todo esto en un determinado tiempo; haciendo uso de los distintos servicios que se encuentran en la planta turística existente.

La demanda se fijará de acuerdo con las necesidades turísticas que se requieran cubrir, reflejando las preferencias de cada una de las personas que forman parte de la demanda turística de un producto específico, las preferencias se influyen de acuerdo con los factores que se posicionan en tendencias del turismo mundial o regional, como es el caso del turismo cultural para la educación.

Oferta turística.

Según (Boullón, 2006) la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico.

La oferta turística se debe estudiar de manera integral mediante todos sus factores (atractivos turísticos, planta turística, infraestructura turística, proveedores de actividades turísticas y servicios) para ellos es necesario corroborar la existencia de inversiones públicas y privadas que puedan mejorar las condiciones actuales, complementando y diversificando la oferta que se ha desarrollado previamente. (Saravia & Muro, 2016)

La oferta turística se analiza desde la perspectiva de los pueblos, regiones o naciones, emisores y receptores, el turismo es un fenómeno socioeconómico que influye en el crecimiento de la identidad y la cultura de las naciones, ya que se obtiene el intercambio de culturas y de lo que conlleva. (Morrillo, 2010)

La oferta está conformada por un destino determinado siendo este un lugar, un atractivo histórico o un ambiente de ocio, hoy en día la oferta es diversa al ofertarse en un espacio geográfico, que gracias a un mismo objetivo, impulsa a dirigir a los turistas por un territorio delimitado y propuesto desde los oferentes. (Hernández J. , 2011)

Planta turística.

La planta turística es determinada como un subsistema del sistema turístico misma que determina los servicios que se convertirán en la oferta de un destino para los visitantes, el mismo que está compuesto por dos factores; las instalaciones y el equipamiento de un destino.

Las instalaciones son quienes dan solución a las necesidades de los visitantes y facilitan el ejercicio de las actividades turísticas. Equipamiento se refiere a aquellos establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar servicios básicos.

Se hace referencia a los servicios que inciden directamente en los productos, como rutas, terminales, servicios al automotor, calles, señalización, comunicaciones entre otros. (Saravia & Muro, 2016)

La planta turística está compuesta por diversos establecimientos tales como: alojamiento, alimentos y bebidas, recreación y esparcimiento, entre otras. (Baños & Aquino, 2012)

En el texto Introducción al turismo de (Gurría, 1991) manifiesta que la planta turística son todos los recursos que hacen posible la actividad de ocio y recreación, que a su vez conforman las instalaciones y el equipo de producción de servicios que satisfacen las necesidades de los clientes durante su visita a un destino, por lo cual menciona actividades importantes como son: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios de Apoyo.

De esta forma la planta turística contiene diversos servicios los cuales aseguran la actividad turística misma que se ejerce en un territorio objetivo, para sí determinar la infraestructura en el sistema turístico ya que dentro de esta se halla el transporte, alojamiento, alimentos y bebidas entre otros servicios.

Transporte.

Para el turismo la conectividad entre lugares y áreas de actividad turística son vitales para el desarrollo de este, por ello es importante determinar al transporte y la conectividad dentro de las actividades turísticas.

Por lo cual el transporte es importante como menciona (Gurría, 1991) los desplazamientos de personas deben tener un tiempo determinado, que se destina para

el traslado ya que en muchos de los casos los viajes son cansados y molestos para el consumidor pero a comparación con los viajes de turismo estos traslados necesariamente deben ser disfrutados por los turistas, dentro de un viaje el transporte debe ser parte de la recreación ya que hay que recordar que los turistas están de vacaciones, tener en cuenta que el traslado contemple paisajes e interacciones entre el guía, por tal razón el transporte es primordial para un destino ya que mientras más fácil y accesible sea el traslado más popular será el lugar.

Alojamiento.

El alojamiento es un conjunto de servicios los cuales complementan la estancia de un pasajero, integrando las instalaciones que sean destinadas para el ocio y recreación, alimentación y bebidas, entre otros.

Es primordial que el servicio se desarrolle dentro de un marco de calidad en los establecimientos ya que, dentro de la oferta turística es un elemento tangible e intangible prestándose a que el turista interprete el servicio como bueno o malo, de acuerdo a la manera que fue atendido e incluso fijándose en la vida útil de la infraestructura del lugar. (Palomino & Terán, 2019)

Los alojamientos según (Gurría, 1991) se determinan de la siguiente manera:

- Hoteles
- Aparta hoteles
- Resort

Alimentación.

Según (Gurría, 1991) la alimentación en un destino turístico es primordial ya que cubre una de las necesidades básicas del ser humano, por ello existen diversos establecimientos que prestan este servicio entre los más habituales tenemos:

- Restaurantes
- Bares
- Puestos de comida
- Cafeterías

Recreación.

A la recreación se la define como el buen uso del tiempo libre de una persona, que se realiza mediante actividades que fomenten la diversión del ser humano, como dice (Gurría, 1991) una persona usualmente tiene tiempo libre el mismo que lo emplea en realizar actividades de recreación sean estas deportivas, de lectura o hobbies, que ayuden a las personas a mantener su mente ocupada y para su total disfrute; también el turismo se mueve por el placer que tienen las personas de satisfacer sus necesidades y diferentes intereses, por medio del desplazamiento con fines de ocio y recreación con la finalidad de gozar de los diversos tipos de turismo, aunque la recreación debe dar un paso más allá impulsando la convivencia de los visitantes, con el destino y los guías con una herramienta de respaldo como en el caso de juegos que motiven al visitante y lo mantengan alerta durante las actividades del viaje.

Servicios de apoyo.

Los servicios de apoyo corresponden a todos los servicios que una comunidad urbana tiene y puede brindar al viajero para su subsistencia diaria, como servicios públicos, bomberos, seguridad, centros de salud como hospitales y clínicas, farmacias, bancos, estaciones de servicio, transporte público, entre otros, todo esto para que el viajero se sienta seguro y satisfaga muchas necesidades dentro de un destino turístico.

Otro de los elementos importantes que se vincula íntimamente con la planta turística es la demanda, ya que sin esta no existe la necesidad de crear una planta turística debido a que no habría turistas que requieran de los servicios que se ofertan dentro del sistema turístico.

Infraestructura.

Según (Gurría, 1991) la infraestructura se define como aquellos bienes y servicios que constituyen una localidad para fundamentar su organización social y productiva, mediante un consolidado como por ejemplo: la educación, los medios de comunicación, los accesos de transporte, los servicios básicos, la seguridad, migración, entre otros. Dentro del sistema turístico la infraestructura está compuesta por aquellos establecimientos que hacen posible el turismo tales como: alojamientos, alimentos y bebidas, proveedores de servicios turísticos, transporte, servicios de limpieza, etc.

Superestructura.

El sistema turístico necesita de un ente regulador para su perfecto funcionamiento, es por ello que necesita de la superestructura, misma que está conformada por organismos de carácter público y privado, que cumplen la función de regular y optimizar el ejercicio de todos los elementos del sistema turístico como el fin de facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

Se hace referencia a los servicios que inciden directamente en los productos, como rutas, terminales, servicios al automotor, calles, señalización, comunicaciones entre otros. (Saravia & Muro, 2016)

Producto turístico

Se traduce a los bienes o servicios que se encuentran dentro de la oferta turística, siendo así que los bienes se comercializan a través del turismo sin que se origine en algún aparato productivo exclusivamente turístico. En cuanto a los servicios, efectivamente integran el producto turístico ya que estos son un medio más que un fin, el fin es la práctica de actividades turísticas.

El producto turístico comprende el conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles que demanda el turista, los cuales están relacionados con los recursos turísticos, la infraestructura, planta turística y superestructura, y tienen como fin

satisfacer los deseos o las expectativas del turista mediante el servicio que se ofrezca.

(Fassler, 2013)

El producto turístico es el conjunto de recursos que posee un territorio sea este de carácter natural o cultural, los mismos que contemplan la oferta y la demanda de una localidad y como esta puede presentar productos y servicios para los viajeros.

Al conceptualizar el producto turístico, se contempla la necesidad de aprovechar cada uno de los recursos sujetos a índoles turísticas existentes en un territorio específico, por ende, es necesario saber la composición de un producto turístico ya que la creación de este es uno de los objetivos que se persiguen en el presente proyecto de investigación.

Elementos del producto turístico

El producto turístico se compone de la planta turística como se menciona anteriormente, pero el mismo necesita de otros elementos que se suman a la demanda turística como menciona (Gurría, 1991) y estos son los siguientes:

- Atractivos turísticos.
- Infraestructura.
- Estructura de producción (componentes del producto).
- Superestructura.

Características del producto turístico

De acuerdo con (De la Colina, 2008) los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tomados en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas de esas características son:

El servicio turístico es intangible y no se puede transferir.

Según (Nicolau, 2011) debido a que es un servicio, tiene una parte importante de elementos intangibles, pero también posee partes tangibles; es así la importancia de los elementos intangibles que el servicio como tal se debe tangibilizar para lograr fomentarlos en el ejercicio del marketing. Una fortaleza de que el servicio es intangible es: que no es transferible.

El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.

Es por esta razón que en el momento que se quiere comprar un servicio de un paquete turístico, es necesario informarse previamente para lograr solventar las inquietudes y se reduzcan lo máximo posible. (Nicolau, 2011)

El producto no vendido, se ha perdido.

Esto sucede ya que los productos turísticos al ser intangibles no se pueden almacenar, lo que indica que se ejecutan y se consumen en el mismo instante; porque esto perjudica al sector hotelero de forma que se debe optar por vender al ritmo del mercado. (Nicolau, 2011)

El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.

Esta característica implica que el producto comprado sea único, la propiedad se puede transferir solo si la persona que adquiere el producto no puede asistir a la prestación del servicio y previamente se haya llegado a un acuerdo con la empresa o personas que prestan el mismo para realizar la transferencia de los servicios.

El cliente es quien acude a la compra.

Quiere decir que los servicios deben mantenerse juntamente con el vendedor u ofertante ya que no se puede llevar el producto hacia el demandante, de hecho se traslada al consumidor hacia el lugar en el que está el producto. (Nicolau, 2011)

El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.

Es importante el componente humano en la prestación de los servicios, entendiendo al producto turístico como un servicio específico, organizado en torno a las necesidades de los consumidores.

El cliente participa en la producción.

El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de calidad, aunque con la participación del cliente en su producción se puede mejorar constantemente de acuerdo con sus estándares de calidad. (Nicolau, 2011)

Diseño del producto turístico

Dentro de la creación de productos y servicios turísticos, es necesario caracterizar de forma correcta que actividades se va a incluir para poder ingresar dentro de un mercado demandante, ya que estos deben estar dirigidos hacia un segmento de mercado específico de la población, esto se debe tomar en cuenta en la fase del ciclo de vida en la se va a encontrar (Ruano, 2012)

Usualmente lo que caracteriza a la actividad turística tiene que ver con la inversión que esta necesita para ser ejecutada y llevarla hacia un mercado potencial.

Para iniciar productos turísticos exitosos debemos analizar la información necesaria en cuanto a la oferta turística de la zona, a su vez al diseñar productos turísticos se debe determinar que este sea para un segmento objetivo para que se pueda implementar estrategias que ayuden a lograr las metas requeridas e ingresar dentro de un mercado turístico competitivo. (Ruano, 2012)

Por lo tanto, se considera importante el analizar la conceptualización del producto turístico, las facilidades y el diseño del producto como tal. Dentro de dicho proceso se debe indicar los aportes generadores.

Diseño de rutas como producto turístico

Ruta.

La palabra ruta proviene del latín “rupta”, y del francés “route”, mismas que significan recorrido, dirección o itinerario que se sigue para un propósito. En la cual se enlazan atractivos, servicios turísticos y servicios complementarios. (Real Academia Española, 2018)

Ruta turística.

Se define como ruta turística al recorrido que se realiza con un itinerario establecido, visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales los mismos que se encuentran ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados de facilidades y comodidades para el turismo. (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015)

Diseño de rutas turísticas.

El diseño de una ruta turística se concibe como el diseño de uno o varios productos turísticos relacionados entre sí con una funcionalidad, calidad y accesibilidad óptima para el turista. (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015)

Para realizar el diseño de una ruta turística es preciso conocer los tipos de turismo que se pueden desarrollar, las necesidades y tendencias de la demanda y detectar las oportunidades que presenta la oferta turística.

Pasos para establecer una ruta turística.

1. Para elaborar una ruta turística es importante desarrollar el inventario de los activos turísticos que van a comprender la misma, a su vez es necesario realizar un diagnóstico de la infraestructura del lugar, determinar los puntos de salida y llegada, paradas estratégicas y por último determinar los recorridos de interés.

2. Definir y escoger aquellos servicios que se implementarán en la ruta turística como alimentación, alojamiento, guías, transporte, entre otros.

3. Determinar los costos y gastos de operación (costos fijos, costos variables, gastos generales, imprevistos, presupuesto total).

4. Determinar los precios y beneficios de operación (cálculo de tarifa por persona y determinación del beneficio neto).

Elementos característicos de una ruta turística.

- Posee un tema en particular lo cual la distingue de las otras rutas.
- Tiene un itinerario desarrollado sobre la base de la red vial y la temática.

- Integra una organización local que brinda información sobre la ruta, en la cual participarán personas relacionadas directamente a la actividad.
- Posee un sistema de señalización adecuado.
- Presenta un mapa que contiene información explícita de la ruta.

Elaboración de rutas turísticas.

Debe ser capaz de generar demanda en el mercado con solides y coherencia, así como la capacidad de atracción de sus productos y calidad de sus servicios lo cual define el éxito de la ruta y su sustentabilidad. La determinación de la imagen de la ruta turística debe ser atractiva y corresponder a las diferentes motivaciones (históricas, culturales, étnicas, entre otras) del consumidor, proponiéndose como novedosa, consistente y motivadora. (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015)

Es necesario que se construya sobre la base de una actividad específica que la distinga, diferencie y le entregue su nombre tomando en cuenta las propias cualidades de los atractivos o elementos turísticos que se encuentren, resaltando determinados hechos históricos, culturales, sociales o naturales.

Es necesario que la ruta turística este señalizada impecablemente en el transcurso del recorrido, para identificar puntos claves de información necesaria, como en el caso de mapas, distancias, los servicios y productos que integra, así como los beneficios o valor agregado que aporta al viajero; para que su ruta se lleve a cabo requiere una organización y división de responsabilidades tanto del sector público como privado. (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015)

Producto turístico cultural

La principal característica de un producto cultural es que mantiene un vínculo permanente con la sociedad en la que se desarrolla, debido a las personas y su forma de vida ya que forman parte del destino turístico. En definitiva, es el sello que hace un lugar agradable y único para visitar, haciéndolo diferente. (Consejo de Cultura, 2015)

Turismo educativo como producto cultural

Según (Hernández F. , 2012) la incesante demanda de turistas hacia una oferta cultural ha sido la principal causante de que varias comunidades, así como sectores gubernamentales tomen como potencial turístico al recurso patrimonial que tienen en un territorio y de esta forma hacer uso de su potencial para lograr una calidad turística dentro de la oferta cultural que presentan los pueblos.

La cultura tiene la necesidad de ser difundida mediante espacios de integración social y planificación de actividades lúdicas e interactivas, que fomenten la educación de las personas para rescatar la cultura y la buena práctica del civismo.

Según (Cuenca, 2013) el patrimonio debe instalarse dentro de las metas educativas y determinar estrategias de socialización académica, tanto para formar identidad como establecer el crecimiento de los ciudadanos y ampliando una valoración social significativa en la vida de un individuo, que se encuentra en formación donde al

estudiar al patrimonio se analiza la construcción del pasado con relación a la cultura de los pueblos, para que los estudiantes comprendan mediante el patrimonio a la sociedad.

En la actualidad gracias al creciente interés de mejorar el aprendizaje, demostrado por personas que se encuentran vinculadas directamente al ámbito educativo como docentes y catedráticos, buscando alternativas para elevar el interés de los alumnos, mediante la búsqueda de ambientes lúdicos para su aprendizaje, se ha producido la demanda de nuevos espacios de enseñanza ya que es una manera diferente y atractiva de aprender (Sandí & Hidalgo, 2013).

El patrimonio es un factor de funciona como testimonio para el estudio de una sociedad, donde a su vez se puede comprender el desarrollo cultural de los territorios y analizar la identidad de cada ser humano desde la percepción moral del alumnado es así que “el patrimonio y el territorio son recursos de gran valor para el desarrollo de iniciativas que fortalecen la educación y la participación de las personas dentro de su propia ciudadanía así como en la incrementación de su cultura e identidad, implementados de los procesos de aprendizaje de las ciencias Sociales” (Cuenca, 2013).

Patrimonio histórico en el turismo educativo como oferta de turismo cultural

La educación establece un ente primordial para incentivar el desarrollo intelectual y cultural del ser humano, el patrimonio histórico de cada una de las localidades es estudiado en las instituciones educativas como franja de la educación histórica de las personas.

El nacimiento de una creciente sensibilidad, orientada a la conservación de la riqueza patrimonial e impulsar el acceso público a estos bienes, por parte de varias entidades y la ciudadanía; dan la pauta para poder impulsar proyectos relacionados con el turismo educativo y cultural (Prats, 2001).

Según (García & Poyato, 2002) las ciudades históricas que tienen patrimonio arquitectónico que realza su valor es fuente de productividad y desarrollo local activando al patrimonio como un recurso productivo para el turismo, ya que su reopotencialización y valoración ha hecho que el patrimonio histórico de una localidad sea imagen turística; de tal modo es evidente formar la identidad sociocultural de los habitantes de las ciudades históricas para valorar el patrimonio, y a su vez dar valor añadido al producto de turismo cultural que se quiere presentar, al formar a la comunidad se desarrollan fuentes de ingreso y reopotencia el patrimonio histórico desde su cuidado y conservación.

Oferta turística cultural mediante circuitos y rutas culturales

Para definir la oferta turística cultural y diseñar rutas o circuitos turísticos culturales, el autor (Rengifo, 2006) dice que se debe comprender lo siguiente:

1. El turismo cultural es una base fundamental para que las comunidades puedan determinar una oferta turística.

2. Actualmente podemos denotar que la oferta cultural es extensa. En ella participan no sólo los organismos responsables del turismo de las instituciones autonómicas, sino que también toman parte en esta divulgación ayuntamientos, mancomunidades de municipios, comarcas y patronatos de turismo, entre otros.

3. La oferta de turismo cultural se articula alrededor de la información descriptiva del patrimonio y en base a rutas o itinerarios, más o menos detallados, a la hora del diseño. Determinando actividades autónomas rutas de mayor rango territorial.

4. Una tendencia en cuanto a rutas es promover las actividades mediante el tiempo en las que estas efectúan, como por ejemplo en los fines de semana, por un lado, y los grandes recorridos, por otro.

5. Las rutas de carácter cultural y gran recorrido, dirigidas a caminantes, reciben una intensa promoción, aunque se echa en falta una perspectiva interregional. Esta perspectiva es importante en itinerarios que atraviesan varias comunidades autónomas.

6. Existe coincidencia a la hora de incluir conjuntos históricos artísticos, monumentos o museos, pero diferencias a la hora de incluir otros elementos.

7. Se definen y diseñan rutas en función de áreas temáticas (idéntico estilo artístico, mismo período cronológico) y heterogéneas donde se mezclan todo tipo de recursos (naturaleza y culturales).

Marco metodológico

Metodología de la investigación

La metodología que (Arias, 2012) establece para realizar un proceso de investigación se basa en la necesidad de identificar el tipo de investigación que se realizará, siendo así que el presente proyecto se desarrolla bajo los enfoques cuantitativo y cualitativo debido a que se hace uso de datos estadísticos y de igual manera la apreciación del consumidor identificado.

Alcance de la investigación

De acuerdo con (Arias, 2012) existen tres niveles y diseños de investigación de acuerdo con el grado de profundidad de acuerdo con el requerimiento para abordar el objeto de estudio.

Tabla 1

Niveles de investigación

Nivel	Características
Investigación Exploratoria	Se efectúa sobre un tema desconocido o poco estudiado.
Investigación Descriptiva	Consiste en la caracterización de un hecho sea individual o grupal, posee un grado de profundidad intermedio

Nivel	Características
Investigación Explicativa	Se encarga de explicar el porqué de los hechos mediante la relación causa-efecto. Constituye un nivel profundo de conocimiento

Nota. En esta tabla se muestran los niveles de investigación de acuerdo con el requerimiento del objeto de estudio. (Arias, 2012).

En virtud de la presente investigación se considera pertinente realizar una investigación descriptiva, la misma que consiste en caracterizar un hecho o fenómeno sean estos grupales o individuales, puesto que se realizará el estudio del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, con la finalidad de obtener un producto de Turismo Cultural.

Dentro de la investigación descriptiva se encuentran dos factores como son los estudios de medición de variables independientes que tienen como finalidad el observar y cuantificar las características de los mismos, que aportarán a la investigación midiendo de manera independiente las variables; y la investigación correlacional la cual determina el grado de relación existente entre dos o más variables, lo cual ayuda a saber cómo se podría comportar una variable con respecto a otra que se encuentra directamente relacionada basándose en el valor de esta.

Por lo cual esta investigación manifestó la situación actual del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, mostrando sitios turísticos culturales para realizar un producto idóneo de acuerdo con el potencial demostrado. Asimismo al factor correlacional entrega los datos cuantitativos en lo que respecta a la población a la cual

se dirige el producto a obtener, ayudando a entender la cantidad de demandantes de este.

Diseño, técnicas e instrumento de recolección de datos

Se manifiesta que después de haber efectuado la operacionalización de las variables, es necesario seleccionar las técnicas e instrumentos de recolección de datos, todo debe corresponder al problema, objetivos y diseño de la investigación.

Tabla 2

Diseño, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Diseño	Técnicas	Instrumento	
Diseño de Investigación Documental.	Análisis Documental	Fichas Computadoras y sus unidades de almacenaje	
	Análisis de contenido	Cuadro de Registro y clasificación de las categorías	
Diseño de Investigación de Campo	Observación	Estructurada	Lista de cotejo Escala de estimación
		No Estructurada	Diario de campo Cámara Fotográfica
	Encuesta	Oral	Guía de encuesta Grabador Cámara de video
		Escrita	Cuestionario

Nota. En esta tabla se muestran el diseño, técnicas e instrumentos de recolección de datos para el desarrollo correcto del proyecto. (Arias, 2012).

Para la realización de esta investigación, se opta por el diseño de Investigación de Campo, utilizando la técnica encuesta escrita la misma que ayudará a obtener datos fundamentales en cuanto a las preferencias en productos de turismo cultural y viabilidad de estos.

En este sentido la técnica de encuestas escritas, con instrumento de aplicación cuestionario, se la realiza a una cantidad determinada de estudiantes de Educación Básica Media, Básica Superior y Bachillerato de la ciudad de Latacunga. De esta manera se establece información primordial para concertar el producto turístico a presentar.

Por lo cual la investigación de campo da resultados positivos y útiles para generar la propuesta del producto turístico en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, de acuerdo con el pensamiento teórico del espacio turístico del lugar, información estadística y catastral, perspectiva de los investigadores y requerimientos de las personas involucradas, refiriéndose a las personas encuestadas.

Selección de la población y muestra

Delimitación de la población

Según (Arias, 2012) “La población o población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos que poseen características comunes para los cuales serán propuestas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y objetivos de la investigación”.

Población accesible.

Se la denomina de esta manera a la población muestreada, siendo la porción finita de la población objetivo, extrayendo una muestra representativa para el desarrollo de la investigación.

En tal virtud, para el desarrollo y recopilación de información se utilizará como población a los estudiantes de educación básica media correspondiente a 5to, 6to y 7mo grado, básico superior correspondiente a 8vo, 9no y 10mo grado y bachillerato del cantón Latacunga, según datos estadísticos del Ministerio de Educación.

Cálculo del tamaño de la muestra

La muestra es aquella que debido a su tamaño, características representativas y similares a los del conjunto, permite hacer deducciones o generalizar los resultados con un margen de error conocido. (Arias, 2012)

Tabla 3

Datos para el cálculo de la muestra

CÁLCULO DE LA MUESTRA		
N	Tamaño de la muestra	?
P	Probabilidad de éxito	0.5
Q	Probabilidad de fracaso	0.5
N	Universo	34796
E	Error	5%

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Z	Nivel de confianza (95%)	1.96
---	--------------------------	------

Nota. En esta tabla se muestran los datos más importantes para el cálculo adecuado de la muestra de población necesario para la ejecución del proyecto.

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

Ecuación 1

Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra

Una vez aplicada la fórmula, obtenemos una muestra n=380, en donde 31% serán estudiantes de básica media, 35% de básica superior y 34% de bachillerato siendo estos; 118, 133, 129 estudiantes respectivamente.

Tabulación y análisis de los resultados

Pregunta N.1 - Elija el rango de edad en el que se encuentra.

Tabla 4

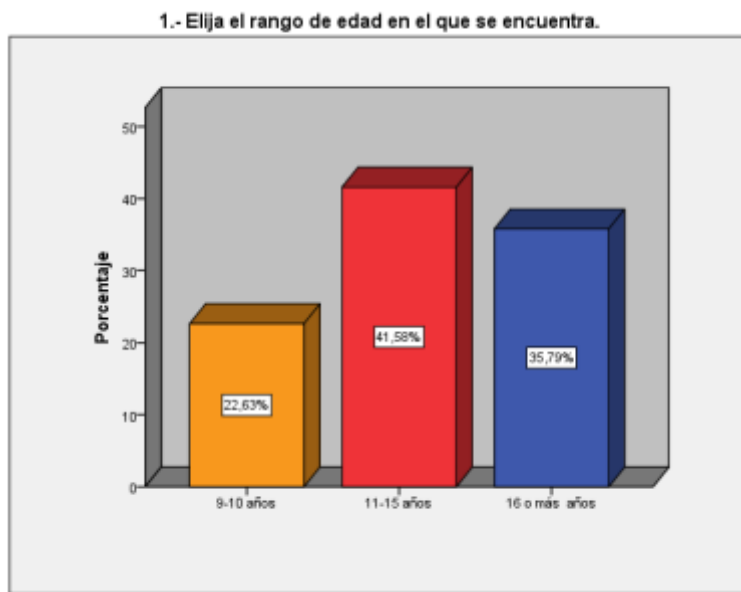
Datos de la pregunta N°1 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	9-10 años	86	22,6
	11-15 años	158	41,6
	16 o más años	136	35,8
	Total	380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°1 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 2

Diagrama de barras de la pregunta N°1 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°1 de la encuesta.

Análisis: Con respecto al 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 41,58% se encuentra dentro del rango de edad de 11-15 años, el 35,79 se identifica en el rango de edad de 16 o más años y el 22, 63% restante se encuentra en el rango de 9 -10 años.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la gran mayoría se encuentra en un rango global de 11 a 18 años, teniendo en cuenta que se abarca estudiantes de sexto año de educación básica media a tercer año de bachillerato.

Pregunta N. 2 - Elija el género al que pertenece.

Tabla 5

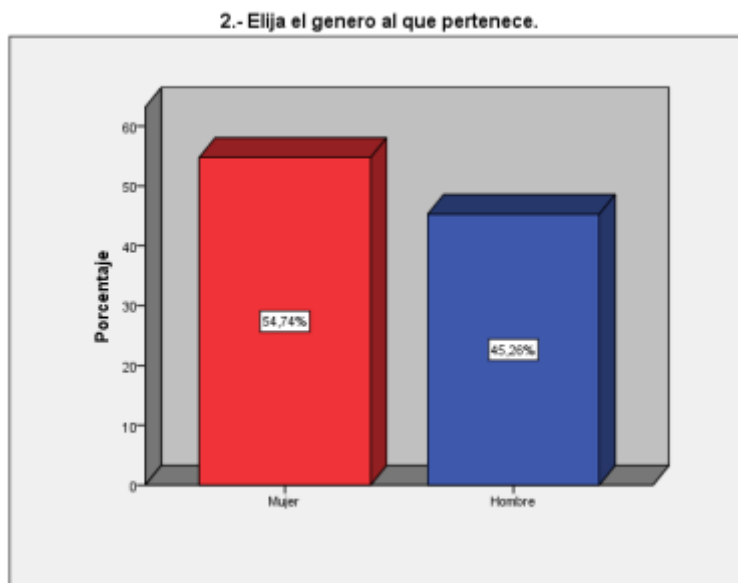
Datos de la pregunta N°2 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mujer	208	54,7
	Hombre	172	45,3
	Total	380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N° luego de haber realizado la encuesta.

Figura 3

Diagrama de barras de la pregunta N°2 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°2 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 54,74% se identifica como mujer y el 45,26% restante se identifica como hombre.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la mayoría se identifica como mujer, teniendo de este modo un punto de partida favorable para el diseño de la propuesta de una ruta vinculada al turismo en la que se encuentre como protagonista a la mujer Latacungueña.

Pregunta N. 3 - Conoce el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Tabla 6

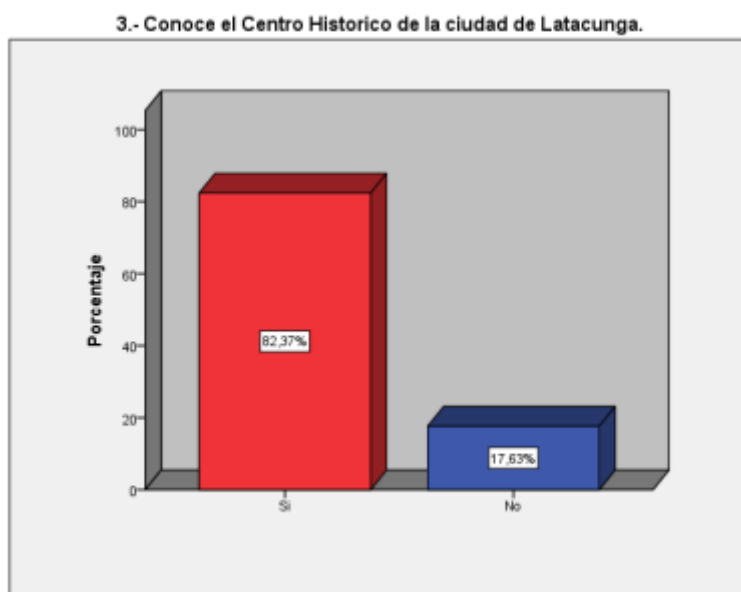
Datos de la pregunta N°3 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	313	82,4
	No	67	17,6
	Total	380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°3 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 4

Diagrama de barras de la pregunta N°3 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°3 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 82,37% si conoce el Centro el Histórico de la ciudad de Latacunga, mientras el 17,63% no lo conoce.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la gran mayoría afirma conocer el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, lo cual se puede interpretar como la necesidad de transitar por este lugar para desarrollar las distintas actividades diarias de cada uno de los encuestados.

Pregunta N. 4 - Considera que en la ciudad se puede realizar turismo cultural.

Tabla 7

Datos de la pregunta N°4 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	356	93,7
	No	20	5,3
	Total	376	98,9
Perdidos Sistema		4	1,1
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°4 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 5

Diagrama de barras de la pregunta N°4 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°4 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 94,68% considera que se puede realizar actividades de turismo Cultural en la ciudad de Latacunga.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la gran mayoría manifiesta que la ciudad de Latacunga posee potencial para realizar actividades de turismo cultural, dando paso a que una de estas actividades sea la organización y ejecución de rutas turísticas histórico-culturales.

Pregunta N. 5 - Con qué frecuencia visita lugares turísticos del Centro Histórico.

Tabla 8

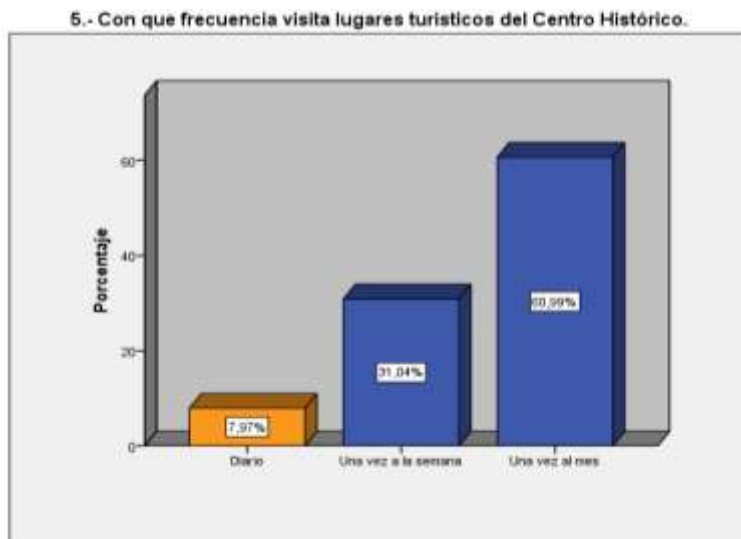
Datos de la pregunta N°5 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Diario	29	7,6
	Una vez a la semana	113	29,7
	Una vez al mes	222	58,4
	Total	366	96,3
Perdidos Sistema		14	3,7
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°5 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 6

Diagrama de barras de la pregunta N°5 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°5 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 60,99% visita una vez al mes lugares turísticos del Centro Histórico, mientras que el 31,04% asegura que lo hace una vez por semana.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la gran mayoría manifiesta que al menos una vez al mes visita lugares turísticos dentro del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, por tal razón se puede realizar la propuesta en base a la disponibilidad de visita de los encuestados.

Pregunta N. 6 - Marque la opción que describa el grupo de personas con las que visita el Centro Histórico.

Tabla 9

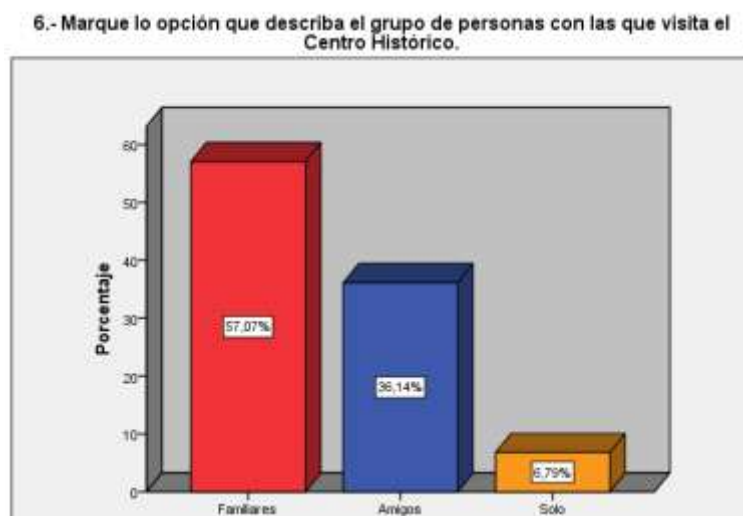
Datos de la pregunta N°6 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Familiares	210	55,3
	Amigos	133	35,0
	Solo	25	6,6
	Total	368	96,8
Perdidos Sistema		12	3,2
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°6 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 7

Diagrama de barras de la pregunta N°6 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°6 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 57,07% visita el Centro Histórico en compañía de familiares, el 36,14% lo hace en compañía de amigos.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la mayoría concierda en que las visitas que realizan al Centro Histórico lo hacen en compañía de familiares, lo cual se interpreta como una gran oportunidad para ejecutar rutas turísticas que claramente se direccionan a grupos.

Pregunta N. 7 - Qué tipo de atractivos culturales visita con más frecuencia.

Tabla 10

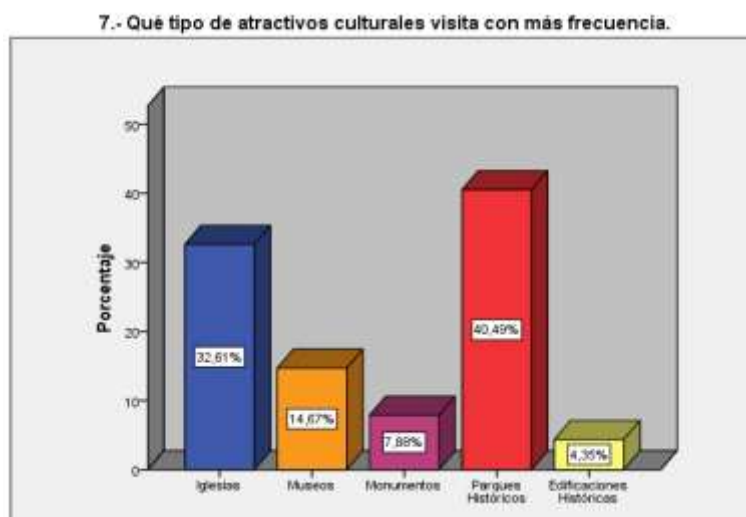
Datos de la pregunta N°7 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Iglesias	120	31,6
	Museos	54	14,2
	Monumentos	29	7,6
	Parques Históricos	149	39,2
	Edificaciones Históricas	16	4,2
	Total	368	96,8
	Perdidos Sistema		12
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°7 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 8

Diagrama de barras de la pregunta N°7 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°7 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 40,49% visita atractivos turísticos identificados como parques históricos mientras que el 32,61% Iglesias, el 14,67% museos y el 12,23% restante se divide en visitas a monumentos y edificaciones históricas.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados 149 afirman que el atractivo turístico que más visitan son los parques históricos, seguido por iglesias dando como resultado una brecha significativa en la visita a edificaciones históricas, museos y monumentos, lo cuales no llaman la atención de los encuestados o no cumplen una función relevante en su vida diaria; por lo cual se identifican estos atractivos turísticos como lugares prioritarios que deben ser incluidos dentro del diseño de rutas turísticas.

Pregunta N. 8 - Seleccione los atractivos culturales de los cuales conoce su historia y características.

Tabla 11

Datos de la pregunta N°8 de la encuesta

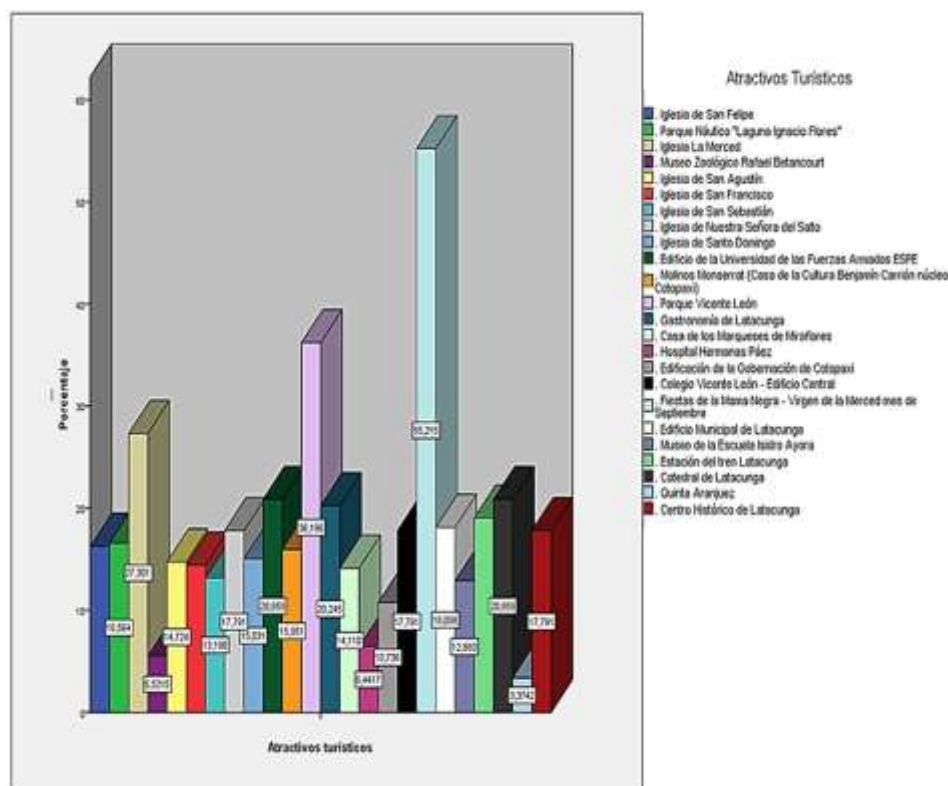
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Número	Porcentaje	
Iglesia de San Felipe	53	3,8%	16,3%
Parque Náutico "Laguna Ignacio Flores"	54	3,8%	16,6%
Iglesia La Merced	89	6,3%	27,3%
Museo Zoológico Rafael Betancourt	18	1,3%	5,5%
Iglesia de San Agustín	48	3,4%	14,7%
Iglesia de San Francisco	47	3,3%	14,4%
Iglesia de San Sebastián	43	3,1%	13,2%
Iglesia de Nuestra Señora del Salto	58	4,1%	17,8%
Iglesia de Santo Domingo	49	3,5%	15,0%
Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE	68	4,8%	20,9%
Molinos Monserrat (Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo Cotopaxi)	52	3,7%	16,0%
Parque Vicente León	118	8,4%	36,2%
Gastronomía de Latacunga	66	4,7%	20,2%
Casa de los Marqueses de Miraflores	46	3,3%	14,1%
Hospital Hermanas Páez	21	1,5%	6,4%
Edificación de la Gobernación de Cotopaxi	35	2,5%	10,7%
Colegio Vicente León - Edificio Central	58	4,1%	17,8%
Fiestas de la Mama Negra - Virgen de la Merced mes de Septiembre	180	12,8%	55,2%
Edificio Municipal de Latacunga	59	4,2%	18,1%
Museo de la Escuela Isidro Ayora	42	3,0%	12,9%

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Número	Porcentaje	
Estación del tren Latacunga	62	4,4%	19,0%
Catedral de Latacunga	68	4,8%	20,9%
Quinta Aranjuez	11	0,8%	3,4%
Centro Histórico de Latacunga	58	4,1%	17,8%
Total	1403	100,0%	430,4%

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°8 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 9

Diagrama de barras de la pregunta N°8 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°8 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de encuestados al cuestionar a cerca de conocer la historia y características de los atractivos turísticos del Centro Histórico de Latacunga, los mismos respondieron de la siguiente manera; el 12,8% señala Fiestas de la Mama Negra Virgen de la Merced mes de septiembre, el 8,4% Parque Vicente León, el 6,3% Iglesia la Merced, el 4,8% Catedral de Latacunga y Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE de tal manera que ese porcentaje es para cada uno, el 4,7% Gastronomía de Latacunga, el 4,4% Estación del tren Latacunga; el 4,2% Edificio Municipal de Latacunga, el 4,1% corresponde a tres atractivos lo que quiere decir que cada uno tiene esta aceptación y son Colegio Vicente León, Iglesia de Nuestra señora del Salto y Centro Histórico de Latacunga; de igual manera el 3,8% para cada uno Iglesia de San Felipe y Parque Náutico “Laguna Ignacio Flores”, el 3,7% Molinos de Monserrat (Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo Cotopaxi), el 3,5% corresponde a Iglesia Santo Domingo, 3,4% Iglesia San Agustín; el 3,3% para cada uno de los siguientes: Iglesia San Francisco, Casa de los Marqueses de Miraflores, el 3,1% Iglesia de San Sebastián, 3,3% Museo de la Escuela Isidro Ayora; 2,5% Edificación de la Gobernación de Cotopaxi, 1,5% Hospital Hermanas Páez; 1,3% atractivo Museo Zoológico Rafael Betancourt y finalmente el 0,8% conoce la historia y característica del atractivo denominado Quinta Aranjuez.

Interpretación: Del total de los encuestados, se estipula que el conocimiento de historia y características de los atractivos turísticos por parte de la población es disperso, posicionando a los siguientes atractivos como los más conocidos en cuanto a la historia que poseen cada uno de ellos, Fiestas de la Mama Negra Virgen de la Merced mes de septiembre, Parque Vicente León, Iglesia la Merced, Catedral de

Latacunga, Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y gastronomía de Latacunga. Esta información al ser dispersa revela que el desconocimiento de la población es muy alto en cuanto a la historia y características de cada uno de los atractivos turísticos que integran el Centro Histórico de Latacunga, dando un resultado positivo a la implementación de un producto turístico que integre dicha información de varios de los atractivos turísticos que se dispone.

Pregunta N. 9 - Qué tipo de información adicional de gustaría recibir en sus visitas.

Tabla 12

Datos de la pregunta N°9 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Descripciones arquitectónicas	82	21,6
	Leyendas	145	38,2
	Descripciones culturales	115	30,3
	Folclore	17	4,5
	Total	359	94,5
Perdidos Sistema		21	5,5
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°9 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 10

Diagrama de barras de la pregunta N°9 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°9 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 40,39% le gustaría escuchar o leer leyendas en varios de los lugares a visitar mientras que el 32,03% descripciones culturales, y el 22,84% descripciones arquitectónicas.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la mayoría asevera que les gustaría escuchar o leer leyendas de los lugares turísticos que se encuentran en el Centro Histórico de Latacunga, recibir descripciones culturales y arquitectónicas, recalcando que la diferencia entre estos ítems no es muy amplia; siendo así que estas serán consideradas dentro del guion de las rutas turísticas culturales.

Pregunta N. 10 - Elija la opción que describa su motivación para visitar estos lugares.

Tabla 13

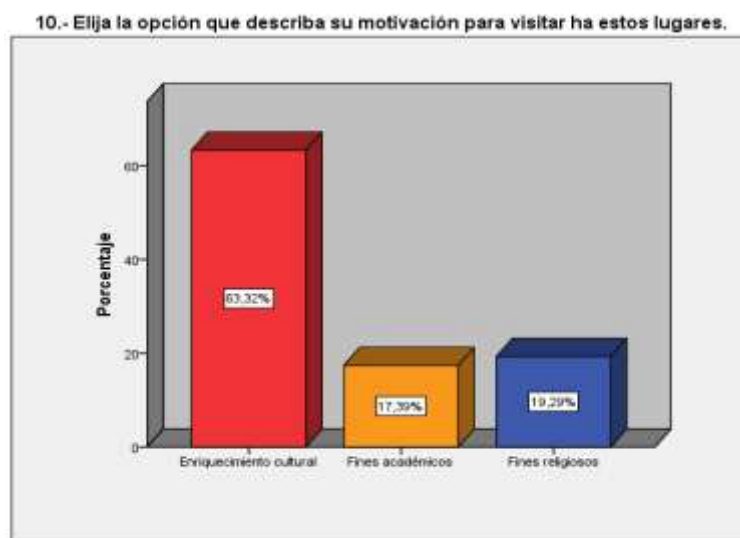
Datos de la pregunta N°10 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Enriquecimiento cultural	233	61,3
	Fines académicos	64	16,8
	Fines religiosos	71	18,7
	Total	368	96,8
Perdidos Sistema		12	3,2
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°10 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 11

Diagrama de barras de la pregunta N°10 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°10 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 63,32% visita estos atractivos turísticos por enriquecimiento cultural 19,29% fines religiosos y el 17,39% fines académicos.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados más de la mitad visita los atractivos turísticos del Centro Histórico, con fines de enriquecimiento cultural lo cual se entiende como la interacción entre diferentes grupos de personas manifestando el deseo de relacionarse entre sí, lo que demuestra el interés de la población en adquirir el conocimiento que se proporcione en estas incursiones, motivando a la juventud a enriquecer su identidad y cultural por medio del turismo.

Pregunta N. 11 - De qué forma se moviliza para visitar el Centro Histórico.

Tabla 14

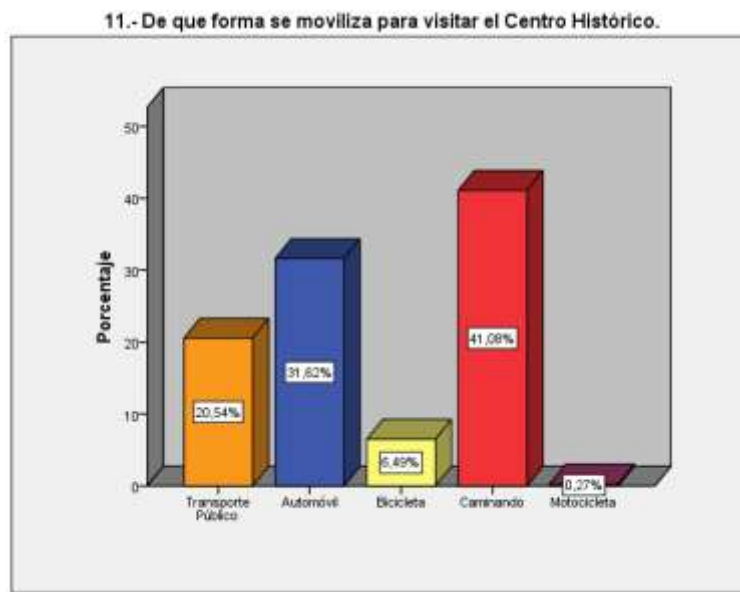
Datos de la pregunta N°11 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Transporte Público	76	20,0
	Automóvil	117	30,8
	Bicicleta	24	6,3
	Caminando	152	40,0
	Motocicleta	1	,3
	Total	370	97,4
Perdidos Sistema		10	2,6
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°11 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 12

Diagrama de barras de la pregunta N°11 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°11 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 41,08% se moviliza caminando dentro del Centro Histórico, el 31,62% en automóvil y el 20,54% transporte público.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados se manifiesta que la mayoría de las personas se moviliza caminando y a través de un medio de transporte motorizado, por lo cual se puede considerar como una opción válida el recorrer las rutas turísticas a través del Centro Histórico caminando, para una mejor apreciación de los lugares a visitar.

Pregunta N. 12 - Considera que se puede ingresar a los atractivos culturales para realizar visitas.

Tabla 15

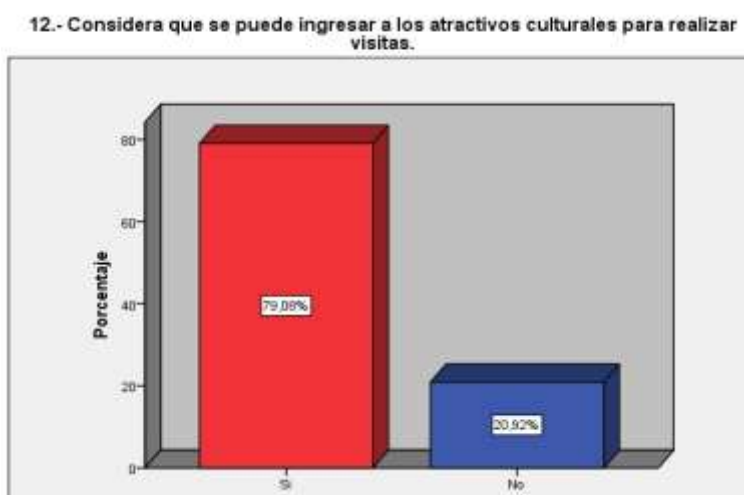
Datos de la pregunta N°12 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	291	76,6
	No	77	20,3
	Total	368	96,8
Perdidos Sistema		12	3,2
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°12 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 13

Diagrama de barras de la pregunta N°12 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°12 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 79,08% considera que se puede ingresar libremente a los atractivos culturales mencionados anteriormente para realizar visitas.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la mayoría considera que se puede ingresar libremente a los atractivos culturales del Centro Histórico, siendo de este modo que los resultados van acorde a la propuesta de presentar tres rutas turísticas culturales, con acceso a varios de los sitios turísticos encontrados en todo el Centro Histórico de la ciudad, dando el dinamismo necesario a las rutas.

Pregunta N. 13 - Qué otros servicios consumen en su visita.

Tabla 16

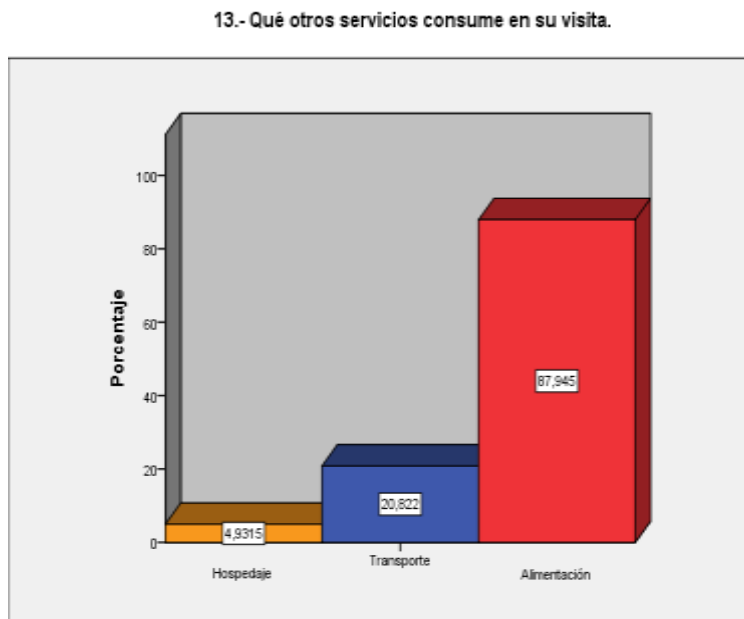
Datos de la pregunta N°13 de la encuesta

		Porcentaje
Válido	Transporte	20,8
	Alimentación	87,9
	Hospedaje	4,9
	Total	113,7

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°13 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 14

Diagrama de barras de la pregunta N°13 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°13 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 87,95% adquiere servicios de alimentación durante sus visitas al Centro Histórico.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la gran mayoría afirma que adquiere servicios de alimentación en las visitas que realizan a los distintos lugares ubicados dentro del Centro Histórico, por lo cual se considera importante incluir información relevante de lugares para adquirir estos servicios y de ser posible proporcionar este servicio dentro de la ruta.

Pregunta N. 14 - Considera que es importante realizar visitas culturales al Centro Histórico de Latacunga para fortalecer su educación.

Tabla 17

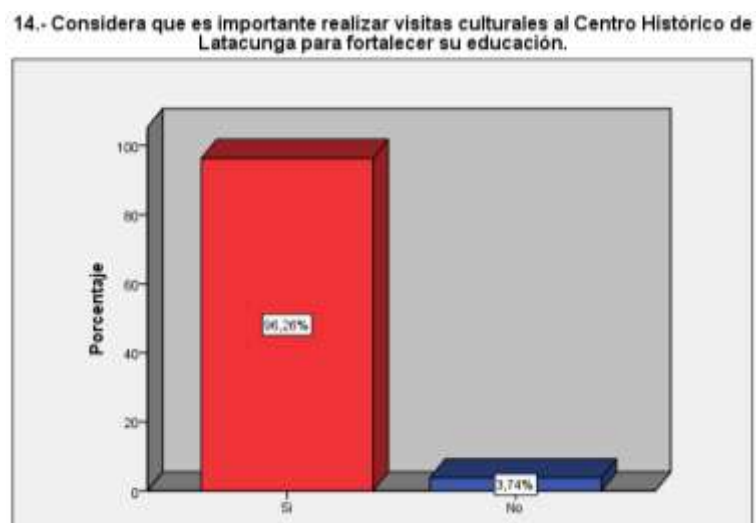
Datos de la pregunta N°14 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	360	94,7
	No	14	3,7
	Total	374	98,4
Perdidos Sistema		6	1,6
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°14 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 15

Diagrama de barras de la pregunta N°14 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°14 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 96,26% considera importante realizar visitas de índole cultural al Centro Histórico de Latacunga con el fin de fortalecer su educación.

Interpretación: La mayoría de los encuestados coincide en que es importante visitar el Centro Histórico de Latacunga con la finalidad de adquirir conocimiento histórico-cultural lo cual permite fortalecer la educación de los participantes, de modo que las actividades a realizar en las rutas deben estar íntimamente ligadas a este fin.

Pregunta N. 15 - Cree qué impulsando propuestas de rutas turísticas se puede fortalecer la identidad cultural de los participantes.

Tabla 18

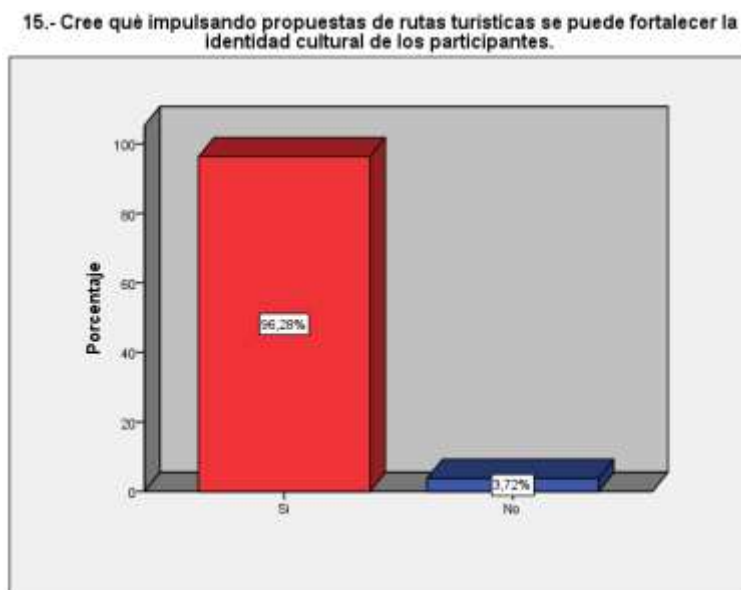
Datos de la pregunta N°15 de la encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	362	95,3
	No	14	3,7
	Total	376	98,9
Perdidos Sistema		4	1,1
Total		380	100,0

Nota. En esta tabla se muestran los datos obtenidos en la pregunta N°15 luego de haber realizado la encuesta.

Figura 16

Diagrama de barras de la pregunta N°15 de la encuesta



Nota. El gráfico representa los resultados obtenidos en la tabulación de respuestas de la pregunta N°15 de la encuesta.

Análisis: Del 100% de los encuestados que corresponde a 380 personas, el 96,28% concuerda que mediante el impulso de propuestas de rutas turísticas se puede fortalecer la identidad cultural de los participantes.

Interpretación: Del total de estudiantes encuestados la mayoría coincide en que al impulsar propuestas de rutas turísticas, éstas fortalecerán la identidad cultural de los participantes.

Interpretación General.

Posteriormente se procede a realizar un interpretación general de la encuesta aplicada en la población denominada como estudiantes pertenecientes a educación básica media, educación básica superior y bachillerato del cantón Latacunga, recalcando que dichas preguntas contenidas en la encuestan tienen opciones de respuesta cerradas, teniendo en cuenta que el tema es referente a recopilar información acerca de los atractivos turísticos comprendidos en el Centro Histórico de Latacunga para posterior a esto realizar un producto de turismo Cultural que fortaleza la identidad cultural y afiance el conocimiento de cada uno de los participantes.

Se conviene que el mayor número de personas encuestadas se encuentra en los rangos de edad de 11 a 15 años y de 16 o más años, comprendiendo que los estudiantes que potencialmente se encuentran en esas edades van desde el sexto año de educación básica media hasta el tercer año de bachillerato. También se concreta que la mayoría de las personas encuestas se identifica como mujer.

Se pudo observar que 313 personas que corresponde al 82,37% de la población afirma conocer el Centro Histórico de Latacunga interpretando que la mayoría sabe de la existencia del lugar, al relacionar esta información con la pregunta ocho se entiende que el conocimiento histórico y característico de los atractivos turísticos es casi imperceptible en la población.

Se destaca que la población encuestada concuerda que en la ciudad se puede realizar turismo cultural ya que posee los elementos necesarios para esta actividad,

Latacunga al ser una ciudad relativamente pequeña debido a que se la puede recorrer fácilmente casi en su totalidad en cuestión de un día completo, los encuestados manifiestan que al menos visitan una vez al mes el Centro Histórico acompañados de familiares y amigos entendiéndolo como algo cotidiano, ya que es imposible no pasar por este lugar al tener que realizar sus actividades diarias. Al mencionar los lugares más visitados se encuentra que son los parques históricos e iglesias, considerando que es inevitable la afluencia de los encuestados a estos lugares entendiéndolo que los primeros son espacios abiertos que ayudan a la recreación de los visitantes y las iglesias son importantes para una ciudad considerada como católica en su gran mayoría.

Al hablar de servicios complementarios como hospedaje, alimentación y transporte los encuestados manifiestan que acceden mayormente al servicio de alimentación, en cuanto a hospedaje se entiende que los encuestados viven dentro de la ciudad de Latacunga y zonas aledañas por lo cual no es considerado un servicio elemental, pero si es importante para las personas que visitan la ciudad desde lugares lejanos.

También se observa que a los encuestados les gustaría recibir la siguiente información en sus potenciales visitas a los atractivos turísticos del Centro Histórico, leyendas, descripciones culturales y descripciones arquitectónicas ya que muchos de ellos buscan enriquecimiento cultural, considerando que la misma información también ayudaría a fortalecer la educación teniendo en cuenta que la mayoría de los atractivos son de libre ingreso.

Finalmente la mayoría de la población manifiesta que al impulsar rutas turísticas como un producto de turismo se puede fortalecer la identidad cultural de los participantes a la vez que incrementaría su conocimiento.

Metodología del producto

La investigación tomó el modelo Productos turísticos, Metodología para su elaboración de (Saravia & Muro, 2016) por ser una metodología idónea con respecto a cada una de sus fases para realizar productos turísticos, en tal virtud esta permite llevar a cabo la propuesta de un producto de Turismo Cultural en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, la metodología se presenta a continuación.

Productos turísticos, metodología para su elaboración

Diseño del producto.

Determina las condiciones necesarias para su desarrollo, es decir, si fuera factible o si las desventajas son muy grandes para su implementación; por tal motivo es necesario establecer precisiones en la relación existente con cada uno de los atractivos que conformarán el atractivo. (Saravia & Muro, 2016)

Según (Saravia & Muro, 2016) existen 4 fases para valorizar y diseñar productos turísticos, los mismos que son:

Fase1. Recopilación y selección de información: incluye estipular un cronograma de trabajo con fechas de inicio y finalización de cada etapa y plazos; recopilar estudios previos, datos e información existentes; realizar un levantamiento de información de campo, obteniendo datos como el estado de infraestructura del objeto de estudio, e identificar los principales actores de la ciudad.

Fase 2. Análisis de los elementos constitutivos del sistema turístico: Consiste en llevar a cabo el diagnóstico de la situación turística, que comprende, análisis de la oferta turística, atractivos turísticos, equipamiento de servicios, instalaciones, infraestructura, análisis de la demanda y competencia a partir de todos estos análisis se confecciona un diagnóstico de posibles productos con sus ventajas o fortalezas, y debilidades o desventajas.

Análisis de la oferta.

Debe permitir realizar un inventario de los siguientes elementos:

Tabla 19

Elementos indispensables para realizar el Inventario

Elementos Indispensables	
Factores naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Situación geográfica y tamaño del territorio • Situación geológica y condiciones climáticas • Hidrografía (mares, ríos, lagos, entre otros) • Paisajes, fauna y flora.
Factores socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura económica (relevancia de los diferentes campos de actividad) • Estructura político-administrativa

Elementos Indispensables	
Infraestructuras y servicios disponibles	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.) • Transportes (red de carreteras, red ferroviaria, transportes públicos, etc.) • Servicios (comercios, servicios de salud, etc.)
Factores culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Costumbres/productos artesanales locales • Configuración de los lugares • Monumentos y curiosidades • Lugares para visitar, visitas guiadas • Atracciones, manifestaciones culturales, etc.
Oferta: deportes y ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes náuticos, natación • Aviación • Equitación • Senderismo y cicloturismo • Otras actividades deportivas y de ocio.
Oferta: salud y curas	<ul style="list-style-type: none"> • Termalismo, curas, curas de salud, puesta en forma, descanso • Terapias diversas, etc.
Oferta: alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad global • Distribución de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tamaño • Distribución local de los establecimientos de alojamiento • Calidad y precios • Posibilidades de vacaciones en granjas y casas rurales • Evolución de la oferta de alojamiento
Oferta: restauración	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad global • Distribución local de los restaurantes • Calidad y precios
Posibilidades de organizar conferencias y seminarios	<ul style="list-style-type: none"> • Centros de congresos y exposiciones. • Hoteles que ofrezcan salas para seminarios y los equipamientos técnicos correspondientes.

Nota. En esta tabla se muestran los elementos turísticos de un territorio indispensables para realizar el inventario de estos. (Observatorio Europeo LEADER, 2017)

Análisis de la demanda.

Tiene que servir para dar respuesta a ciertas cuestiones cuantitativas relativas al nivel de aplicación existente: ¿Cuántos clientes? ¿Qué productos turísticos han consumido? Y también recoger informaciones cualitativas: ¿Qué tipo de clientes han venido? ¿De dónde? ¿Qué esperaban?

Fase 3. Identificación de los actores locales: se definen y dan a conocer los factores comunes metodológicos como son, finalidad, participantes, material como base de análisis, fijar pautas para la realización, etapas de implementación. Con esta metodología, el protagonismo se traslada a la población residente, mientras que los facilitadores externos, técnicos o profesionales del área académica aportamos solamente las herramientas técnicas.

Diagnóstico.

Confrontar los resultados de la primera fase permite identificar los puntos fuertes y débiles del territorio. La primera etapa del diagnóstico permite determinar las oportunidades y riesgos ligados a la posibilidad de desarrollo del turismo.

Mientras que la última fase permite definir una posición estratégica fructífera mediante la comparación de los puntos fuertes y débiles con las oportunidades y riesgos del sector turístico diagnosticado en el mercado, abarcando los logros más importantes que posicionen la superioridad frente a la competencia a largo plazo. Es

imperativo determinar si el territorio dispone de un posicionamiento único proporcionando al territorio una ventaja comparativa absoluta la misma que es reconocida por el cliente. (Observatorio Europeo LEADER, 2017)

Fase 4. Elaboración de propuestas de productos turísticos: la idea o la identificación inicial lo cual surge de la fase anterior, finalidad, definición de conceptos y atributos, estructura del producto, diseño del producto y validación.

Estas fases están planteadas por los siguientes factores a tomar en cuenta:

Idea o identificación inicial: surge de las conclusiones de un estudio del sistema turístico previamente realizado, de la experiencia con los productos.

Finalidad: se analiza por qué y para qué se incorporan los nuevos productos que se pretende lograr para ese destino y, por ende, para los visitantes y personas involucradas directa e indirectamente.

Estructura del producto: (Saravia & Muro, 2016) mencionan que es necesario realizar un inventario de recursos disponibles, estableciendo los que poseen interés turístico y sus rasgos de identificación diferencial de acuerdo con el valor simbólico de la competencia, incluyendo el tipo de atractivo, y la sostenibilidad ambiental actual y futura que este posee, si permite el desarrollo de actividades y la preservación del mismo, cualidades intrínsecas y accesibilidad física, horaria y económica.

Diagnóstico del sistema turístico

Recopilación y selección de información

A continuación, se presentan la información correspondiente a la descripción del objeto de estudio, misma que antecede el análisis del sistema turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Latacunga

Reseña histórica.

La ciudad de Latacunga es capital de la provincia de Cotopaxi, conocida como antiguo tambo de “Tacunga” en los tiempos de la pre-colonia adquirió su florecimiento durante los siglos XV al XVIII, en esta ciudad se enlazaban varios obrajes y propiedades agrícolas los mismos que hacían de este sector un importante y privilegiado lugar para las industrias de la época, las cuales tuvieron trascendencia no solo a nivel nacional sino en todo el sector conocido como Real Audiencia de Quito.

Fundada el 27 de octubre de 1584, coincidiendo con el día de San Vicente Mártir, uno de los santos de la iglesia católica al cual los “tacungueños” veneraban en esos tiempos en una ermita, la misma que se encontraba junto al altar mayor de San Francisco la misma que figura como la primera iglesia de la ciudad.

Una vez que se realizó la fundación, el propio Clavijo formalizó la señalización la cual daba paso a la ubicación de los estamentos civiles, administrativos y religiosos. Esta ciudad es una de las pocas de Latinoamérica que se considera aún conserva su primitivo trazado “dameral” (tablero de damas) urbano, así como el lugar en el que se conservan las principales edificaciones tanto civiles como religiosas. Los antiguos planos de esta ciudad y documentos historiográficos pueden dar testimonio de esto.

Es lamentable reconocer que el desconocimiento histórico de la población latacungueña ha provocado que el 27 de octubre sea una fecha que pase por desapercibido en la conmemoración de las fechas históricas importantes de la ciudad.

En la época colonial, Latacunga fue muy portentosa, ya que en esta se establecieron un sin número de obrajes lo cual dio paso a la economía política de la región, esto provocó que el movimiento económico tenga cifras muy altas durante todo el año, pero, la fuerza de la naturaleza en forma negativa hizo que muchas “inversiones” salieran de la ciudad, ya que en dicha ciudad los movimientos telúricos y las erupciones del volcán Cotopaxi concibieron incluso que muchos latacungueños migraran a varias ciudades del Ecuador.

Latacunga fue nombrada Villa el 11 de noviembre de 1811 y en esta misma fecha después de 9 años consiguió su independencia. El 6 de marzo de 1851, se aprueba la instauración de la Provincia de León, la cual estaba integrada por los cantones Latacunga y Ambato, legalmente el 18 de marzo se confirma la creación y se publica 8 días después esto quiere decir el 26 de mayo de 1851. En el año de 1852 se incorporó el cantón Pujilí con las dos parroquias que este poseía Zapotal y Quevedo. En

1861 Latacunga y Ambato se separan lo cual causa que se constituyan en provincias independientes. El 31 de mayo de 1938 el jefe supremo, General Alberto Enríquez, decreta el cambio del nombre de la provincia de León por Cotopaxi, la misma que contaba con 5 cantones en su haber. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016).

Extensión.

Según el (Cotopaxi Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, 2014), la ciudad de Latacunga tiene una extensión de 1377,2 km cuadrados.

Centro Histórico

El 25 de mayo de 1982 a través de un Acuerdo se declara como Bien Patrimonial del Estado, al Centro Histórico que posee la ciudad de Latacunga, considerando que “este centro constituye una relevante muestra de la arquitectura de la época colonial y republicana, tanto en el campo religioso, como en el civil, además de su valor histórico y cultural, este conserva características de gran calidad artística” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Latacunga, 2016).

Consecuentemente con la declaratoria el Concejo Municipal de Latacunga el 1 de septiembre de 1983 expide la Ordenanza Municipal para protección del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Límites del Centro Histórico.

Según (Concejo Municipal de Latacunga, 2007) los límites del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga se determinan:

Núcleo central.

Norte: Calle Félix Valencia

Sur: Calle Márquez de Maenza

Este: Calle Napo

Oeste: Calle Dos de Mayo

Área de influencia o respeto.

Norte: Calles Calixto Pino y General Proaño

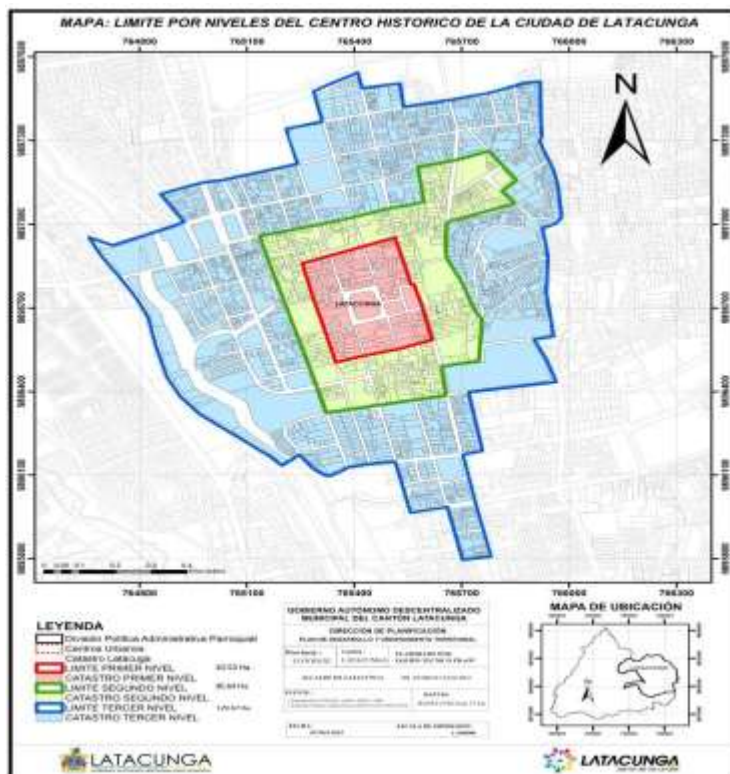
Sur: Avenidas. Rumiñahui y Atahualpa

Este: Av. Oriente

Oeste: Riveras del río Cutuchi

Figura 17

Mapa de los límites por niveles del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga



Nota. En el gráfico se pueden observar los límites por niveles del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016)

Tabla 20

Listado de bienes indispensables para realizar el Inventario

		Inmueble
Bienes Patrimoniales del Patrimonio Material Cantón Latacunga		✓ Iglesia El Salto
		✓ Iglesia Sto. Domingo
		✓ Iglesia San Agustín
		✓ Iglesia San Francisco
		✓ Iglesia La Catedral
		✓ Iglesia San Sebastián
		✓ Iglesia La Merced

Inmueble	
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Palacio Municipal ✓ Casa de los Marqueses de Miraflores ✓ Edificio ESPE ✓ Ex Quinta Aranjuez ✓ Hospital de las hermanas Páez ✓ Colegio Vicente León ✓ Museo Isidro Ayora ✓ Museo Zoológico Rafael Betancourt ✓ Molinos de Monserrat ✓ Edificio de la Gobernación
Espacios Urbanos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plaza San Agustín ✓ Plaza Sto. Domingo ✓ Plaza San Sebastián ✓ Parque Vicente León ✓ Parque La Filantropía
Patrimonio Inmaterial	<ul style="list-style-type: none"> Idioma Kichwa Leyenda Tacunga Leyenda Almita del Pillancón Leyenda La Virgen del Salto Leyenda Fábrica de Pólvora Fiesta de la Mama Negra

Nota. En esta tabla se muestran los bienes patrimoniales del canto Latacunga para realizar el inventario de estos. (Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano, SIPCE)

Inventario de atractivos turísticos culturales del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga

A continuación, se enlista los atractivos turísticos culturales del Centro Histórico en el cual se da a conocer el nombre del atractivo, categoría, tipo, subtipo y jerarquía de cada uno de estos.

Tabla 21

Listado de atractivos turísticos culturales del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga

N°	PROVINCIA	CANTON	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA	Inventario Municipal	Inventario INPC	Inventario MINTUR
1	Cotopaxi	Latacunga	Catedral de Latacunga	Manifestación Cultural	Manifestación Histórica	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓
2	Cotopaxi	Latacunga	Iglesia de La merced	Manifestación Cultural	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓
3	Cotopaxi	Latacunga	Hospital de las hermanas Páez	Manifestaciones	Históricas	Arquitectura Civil	II	✓	✓	✓
4	Cotopaxi	Latacunga	Museo Vicente León	Manifestaciones Culturales	Histórica	Museo	II		✓	✓
5	Cotopaxi	Latacunga	ESPEL	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	✓	✓	✓
6	Cotopaxi	Latacunga	Gobernación de Latacunga	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zonas Históricas – Ciudades	II		✓	✓
7	Cotopaxi	Latacunga	Colegio Vicente León	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Civil	II	✓	✓	✓

N°	PROVINCIA	CANTON	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA	Inventario Municipal	Inventario INPC	Inventario MINTUR
8	Cotopaxi	Latacunga	Centro Histórico Latacunga	Manifestaciones Culturales	Edificaciones Culturales	Arquitectura Colonial	II			✓
9	Cotopaxi	Latacunga	Museo de Molinos Monserrath	Sitio Natural	Histórica	Arquitectura Civil Museo Arqueológico	II	✓	✓	✓
10	Cotopaxi	Latacunga	La Mama Negra	Manifestaciones Culturales	Histórica	Tradiciones populares	III		✓	✓
11	Cotopaxi	Latacunga	Parque Vicente León	Sitio Natural	Obras de arte y Técnica	Realizaciones Urbanas	II	✓	✓	✓
12	Cotopaxi	Latacunga	Casa de los Marqueses de Miraflores	Manifestación Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Tradicón Popular	II	✓	✓	✓
13	Cotopaxi	Latacunga	Iglesia De San Francisco	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓
14	Cotopaxi	Latacunga	Iglesia Nuestra Señora del Salto	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓
15	Cotopaxi	Latacunga	Iglesia de Santo Domingo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓
16	Cotopaxi	Latacunga	Iglesia de San Sebastián	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓
17	Cotopaxi	Latacunga	Iglesia de San Agustín	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Históricas	Arquitectura Religiosa	II	✓	✓	✓

Nota. En esta tabla se muestran los datos importantes de los atractivos culturales del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga. (Ministerio de Turismo, 2013)

Se presenta la información detallada de los atractivos que se encuentran dentro del Centro Histórico de acuerdo con la base de datos del Ministerio de Turismo la misma que servirá como referencia para definir las edificaciones y lugares patrimoniales que se visitarán.

Análisis de los elementos constitutivos del sistema turístico

Es necesario analizar cada uno de los elementos que componen el sistema turístico del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, ya que aportaran al diagnóstico de este, para su caracterización.

Demanda

Para identificar la demanda actual del proyecto es primordial responder a una necesidad institucional la cual está dada por el número de estudiantes matriculados en el año lectivo 2019-2020 en el sistema de educación básica media, básica superior y bachillerato del Ministerio de Educación.

Debido a que el presente proyecto se realiza para formular un producto de turismo cultural para el sector educativo de la ciudad de Latacunga, utilizando los recursos turísticos encontrados dentro del Centro Histórico de la misma ciudad.

Tabla 22

Número de estudiantes del cantón Latacunga periodo académico 2018-2019

Grados y Curso	5to	6to	7mo	8vo	9no	10mo	1Bach	2Bach	3Bach	Total
Cantidad de estudiantes	3422	3530	3935	4063	3926	3989	4347	3923	3661	34796
Porcentaje	9,8%	10,1%	11,3%	11,7%	11,3%	11,5%	12,5%	1,3%	0,5%	100%

Nota. En esta tabla se muestra la cantidad de estudiantes del cantón Latacunga matriculados en el periodo académico 2018-2019.

De acuerdo con el cuadro presentado con anterioridad la demanda o mercado objetivo posee una población de 34.796 personas a las cuales el producto es encaminado de forma directa.

Análisis de la oferta

Cuando se habla del análisis de la oferta en este se consideran de manera primordial el lugar, los factores naturales, geográficos, socioeconómicos de índole cultural de la ciudad de Latacunga.

Latacunga, al encontrarse ubicada en el centro de la Serranía Ecuatoriana, en la mitad de la cordillera oriental y occidental, adornada por el coloso volcán Cotopaxi (5897m.s.n.m) y los Ilinizas (5248m.s.n.m), poseedora de atractivos tanto naturales como culturales distribuidas en sus 10 parroquias rurales y entre las 5 parroquias urbanas que se agrupan en la denominación “La Matriz”, se manifiesta su riqueza natural y cultural que son llamativas para los turistas nacionales y extranjeros.

De acuerdo con el inventario de recursos turísticos naturales y culturales que posee la Provincia de Cotopaxi mismo que fue realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Cotopaxi en el año 2015, se recapitulan en el siguiente cuadro.

Tabla 23

Atractivos naturales de la ciudad de Latacunga

PARROQUIA	ATRATIVOS NATURALES	JERARQUIA		
		I	II	III
La Matriz	Mirador El Calvario		X	

Nota. En esta tabla se muestra el inventario de atractivos naturales de la ciudad de Latacunga. (Cotopaxi Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, 2014)

Tabla 24

Atractivos culturales de la ciudad de Latacunga

PARROQUIA	ATRATIVOS CULTURALES	JERARQUIA		
		I	II	III
La Matriz	Iglesia de San Felipe		X	
	Parque Náutico "Laguna Ignacio Flores"		X	
	Iglesia La Merced		X	
	Museo Zoológico Rafael Betancourt		X	
	Iglesia de San Agustín		X	
	Iglesia de San Francisco		X	
	Iglesia de San Sebastián		X	
	Iglesia de Nuestra Señora del Salto (Templo)		X	
	Iglesia de Santo Domingo		X	

PARROQUIA	ATRATIVOS CULTURALES	JERARQUIA		
		I	II	III
	Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE		X	
	Molinos Monserrat		X	
	Parque Vicente León		X	
	Gastronomía de Latacunga		X	
	Casa de los Marqueses de Miraflores		X	
	Hospital Hermanas Páez		X	
	Centro Histórico de Latacunga		X	
	Edificación de la Gobernación de Cotopaxi		X	
	Colegio Vicente León – Edificio Central		X	
	Fiestas de la Mama Negra- Virgen de la Merced, mes de Septiembre		X	
	Edificio Municipal Latacunga		X	
	Museo de la escuela Isidro Ayora		X	
	Estación del tren Latacunga		X	
	Catedral de Latacunga		X	
	Quinta Aranjuez		X	
	Ruinas de la Fábrica de Textiles San Gabriel		X	
	Fiestas de la Mama Negra mes de Noviembre		X	

Nota. En esta tabla se muestra el inventario de atractivos culturales de la ciudad de Latacunga. (Cotopaxi Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, 2014)

Planta turística

Acerca de la planta turística se identifica que la ciudad de Latacunga posee establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, centros de recreación y otros servicios como agencias operadoras de turismo y empresas de transporte turístico.

Para efectos de estudio, se identifican los establecimientos y/o empresas que brindan esos servicios en el siguiente orden:

Alojamiento.

Los alojamientos hoteleros en la ciudad de Latacunga se dividen entre hoteles, hostales, cabañas y hosterías, de los cuales existen de primera, segunda y tercera categoría; no se encuentra ni un solo establecimiento hotelero de lujo, a continuación se muestra los establecimientos de alojamiento con su categoría y plazas.

Tabla 25

Establecimientos de alojamiento del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA				PLAZAS
	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	
HOTEL NACIONAL				X	33
HOTEL RESIDENCIA "GRAN HOTEL JULIO SAMPEDRO"		X			52

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA				PLAZAS
	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	
HOSTAL EL MARQUEZ		X			29
HOSTAL VILLA DE TACVNGA		X			37
HOSTAL EL ALAMO			X		27
HOSTAL CENTRAL			X		75
HOSTAL RODELU			X		32
HOSTAL ENDAMO				X	24
HOSTAL CAFÉ TIANA				X	35
SAN AGUSTÍN PLAZA		X			86
TOTAL	0	4	3	3	430

Nota. En esta tabla se muestran los establecimientos de alojamiento existentes en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga pertenecientes al consolidado Provincial de Cotopaxi Prestadores de Servicios Turísticos.

En el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga se encuentran 10 establecimientos de alojamiento que abarcan un total de 430 plazas, de los cuales 4 establecimientos son de primera categoría, 3 de segunda y 3 de tercera. La caracterización del alojamiento dentro del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga está marcada por hospedaje en casas coloniales y hospedaje en edificios construidos en las últimas décadas.

Dentro de los establecimientos que brindan alojamiento en casas coloniales se encuentran el Hotel Villa de Tacvnga el cual se ubica en una edificación realizada en piedra pómez y acabados en madera, el piso de la entrada tiene una combinación de piedra y huesos humanos colocados de manera que forman mosaicos. Hostal Café Tiana, este Hostal se encuentra dentro de una casa colonial, que está construida en piedra y madera conservando en su gran mayoría su arquitectura original. El Hotel Rodelu posee una fachada colonial, pero su estructura interna ha sido adecuada con instalaciones de tipo moderno.

Los siguientes establecimientos hoteleros: Hotel Endamo, Hotel San Agustín Plaza, “Gran Hotel Julio Sampedro”, Hostal el Alamo, Hostal el Márquez y Hostal Central, se encuentran en edificaciones que se han construido en los últimos 20 años.

Se establece que la mayoría de los establecimientos hoteleros ubicados dentro del Centro Histórico tienen construcciones modernas los cuales contrastan con el mismo, mientras que solo tres establecimientos representan al Centro Histórico y su riqueza colonial ya sea en su fachada y/o en su construcción interna. En su mayoría integran servicios de alimentos y bebidas.

Alimentos y bebidas.

Para el análisis del servicio de restaurante, se identifican los establecimientos que brindan el servicio de alimentos, bebidas, fuentes de soda (heladerías), cafeterías y bares.

A continuación, se detallan los establecimientos existentes, tomando en cuenta que algunos de ellos tienen la razón social de cafetería entregado por el Ministerio de Turismo, pero está permitido vender bebidas alcohólicas, por lo cual, no es considerado solo como un establecimiento de cafetería.

Tabla 26

Total de establecimientos de alimentos y bebidas del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga

ESTABLECIMIENTOS	CATEGORÍA				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TOTAL PLAZAS
	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA		
FUENTES DE SODA (HELADERÍAS)	-	3	3	-	6	135
BARES	1	-	1	-	2	188
RESTAURANTES	1	2	6	4	13	541
CAFETERÍAS	1	3	7	-	11	320
TOTAL	3	8	17	4	32	1184

Nota. En esta tabla se muestran los establecimientos de alimentos y bebidas existentes en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga pertenecientes al consolidado Provincial de Cotopaxi Prestadores de Servicios Turísticos.

En el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga se encuentran 32 establecimientos de alimentos y bebidas los mismos que según su categoría están divididos por, 3 de primera, 8 de segunda, 17 de tercera y 4 de cuarta, estos

determinamos por fuentes de soda, bares, restaurantes, cafeterías que representan un total de 1184 plazas respectivamente.

La gran mayoría de establecimientos de Alimentos y bebidas, tienen una ambientación que contrasta con el Centro Histórico ya que posee decoración moderna en su interior mientras que la fachada en ciertos casos es de aspecto colonial por la misma razón de estar ubicados dentro del Centro Histórico.

Los establecimientos que guardan su esencia colonial en cuanto a la fachada es El Gringo y la Gorda el cual ofrece alimentos y bebidas contemporáneas con una ambientación colonial, Nice Cream & Tutto Freddo ubicado en el centro de Latacunga el cual ofrece un menú variado en cuanto a cafetería, heladería, repostería y platos a la carta; Helados Cotopaxi, Restaurante El Alabado, entre otros ver anexo N.-3

En cuanto al aforo en la mayoría de los establecimientos va desde 15- 80 personas, dependiendo del giro del negocio de cada uno. En el caso de cafeterías y fuentes de soda el aforo va desde 15 a 30 personas. Mientras que en Bares y Restaurantes va desde 25 a 80 personas.

Recreación.

En esta categoría no existen establecimientos dentro del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga que ofrezcan estos servicios a los turistas.

Otros servicios.

En la categoría de otros servicios se pueden identificar Agencias de viajes, Operadoras de Turismo, en total 9 empresas que ofrecen estos servicios, 1 de ellas es de categoría internacional, 2 agencias de viaje dual y 6 son operadoras de turismo.

Tabla 27

Productos que ofertan las agencias de viajes y operadoras de turismo del Centro

Histórico de la ciudad de Latacunga

NOMBRE DE LA AGENCIA U OPERADORA	Oferta Paquetes Turísticos Internacionales	Oferta Paquetes Turísticos Nacionales				Oferta Paquetes Turísticos que se desarrollan en la provincia de Cotopaxi		
		Costa	Sierra	Oriente	Galápagos	Volcán Cotopaxi	Laguna Quilotoa	Centro Histórico
ADAZTOUR	X				X			
GREIVAG TRAVEL & ADVENTURE	X	X	X	X	X	X	X	
METROPOLITAN TOURING LATACUNGA	X	X	X	X	X	X		
TOVAR EXPEDITIONS CIA. LTDA			X			X	X	
SELVANIEVE EXPEDICIONES CIA. LTDA.			X			X		
EXPEDIT VOLCANO ROUTE			X			X		
NEIGES CIA. LTDA		X	X	X	X	X	X	
ECOTRAIL	X	X	X	X	X	X	X	
BERRAZUETA PAEZ TIERRAZERO TOURS CIA. LTDA.		X	X			X	X	

Nota. En esta tabla se muestran los diferentes productos que ofertan las agencias de viajes y operadoras de turismo existentes en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga pertenecientes al consolidado Provincial de Prestadores de Servicios Turísticos.

Es importante mencionar que se ha identificado que la mayoría son Operadoras, ya que revenden paquetes turísticos alquilan equipos de montaña y subcontratan guías de turismo.

El principal producto que se vende es Parque Nacional Cotopaxi y Laguna de Quilotoa la mayoría de las agencias de viajes y operadoras de turismo ofertan paquetes turísticos dentro y fuera del país.

Entre los paquetes turísticos que ofertan cada uno de estos establecimientos no se halla alguno que ofrezca rutas Turísticas que se desplieguen dentro del Centro Histórico como producto de oferta permanente, lo cual es una idea para tomar en cuenta para desarrollar un producto turístico que cubra esa necesidad dentro de la ciudad.

Finalmente, se cuenta con empresas que brindan el servicio de transporte turístico las mismas que se encuentra fuera del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, en total son 2 empresas que brindan el servicio de transporte terrestre mismas que se posee las condiciones necesarias y tienen permisos para ofertar un transporte turístico.

Tabla 28

Transporte turístico existente en el cantón Latacunga

REGISTRO	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA
0501500200	COTULLARI S.A.	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TURISTICO COTULLARI	DIAZ RIOFRIO LUIS JAVIER	AV. AMAZONAS 18-21 Y ALFREDO BAQUERIZO	TERRESTRE
0501500203	COMILPATRIA	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TURISTICO	VALDEZ GOMEZ ERMCEN AMADOR	AV. AMAZONAS 23 72 Y JUAN JOSE FLORES	TERRESTRE

Nota. En esta tabla se muestra el catastro de establecimientos turísticos existentes en el cantón Latacunga. (Ministerio de Turismo, 2013)

Infraestructura

Transporte.

Accesos:

- Carretera Panamericana Eje 35 Asfaltado, Vía Quito-Latacunga; Ambato-Latacunga.
- Las Calles en el Centro Histórico (Zona de primer orden) en su mayoría se mantienen empedradas.

Latacunga posee transporte urbano y rural el mismo que sirve para la afluencia y conectividad de las 15 parroquias, ya que se toma en cuenta que la llegada a la parroquia La Matriz es sumamente necesaria y favorece para la visita del Centro

Histórico de la ciudad de Latacunga (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016).

Dentro de lo cual el transporte urbano como tal, es atendido y ofertado por la cooperativa de transporte, CITIBUS, que brinda accesibilidad a las cinco parroquias urbanas y ofrece servicio a cerca de 20 barrios urbanos, alrededor del 40 % de la población total cuenta con una flota de 99 buses (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016).

El transporte urbano tiene horarios que van desde las 06:00 am hasta las 19:30 horas, existen 43 cooperativas de taxis convencionales con 852 unidades y 14 cooperativas de taxis ejecutivos con 288 unidades legalizadas en la Agencia Nacional de Transito, significa que actualmente están circulando 1140 taxis. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Latacunga, 2016)

Tabla 29

Rutas de transporte público urbano de la cooperativa Citulasa

LÍNEAS COOPERATIVA CITULASA	RUTA	FRECUENCIA EN MINUTOS	HORARIOS	BARRIOS SERVIDOS
Línea 1	Santa Bárbara - El Triángulo	10-15	06H00 a 19H00	San Buenaventura, Bellavista, San Francisco, Estrella de la mañana, Condominios de la FAE, El Carmen, Sigsicalle Norte, Urbanización El Nilo, Centro Histórico, El Loreto, Urbanización Patria, Sindicato de Choferes, La Laguna.
Línea 3	La Calera - Bethlenmitas	10	06H00 a 19H00	La Calera, San Felipe, Urbanización Los Arupos, UTC, Maldonado Toledo, Las Fuentes, La Estación, El Salto, Centro Histórico, El Loreto, Las Bethlenmitas.

LÍNEAS COOPERATIVA CITULASA	RUTA	FRECUENCIA EN MINUTOS	HORARIOS	BARRIOS SERVIDOS
Línea 4	Rumipamba – La Cocha – Isimbo	15	06H00 a 18H00	Isimbo, La Cocha, Centro Histórico, Ciudadela Feliz Valencia, Rumipamba, Urbanización José Peralta, Urbanización Victoria, Ciudadela de los Mecánicos, Ciudadela del Chofer, Los Nevados, Las Fuentes
Línea 5	Sumbalica – Sigsicalle – Sur – Cruz Loma	15	06H00 a 18H00	La Calera, San Felipe, Urbanización Los Arupos, UTC, Maldonado Toledo, Las Fuentes, La Estación, El Salto, Centro Histórico, Urbanización San Carlos, Urbanización Rincón Cotopaxi, Sigsicalle, Sumbalica, La Calera
Línea 6	Monjas – Santán	15	06H00 a 18H00	San Buenaventura, Bellavista, San Francisco, Estrella de la mañana, Condominios de la FAE, El Carmen, Sigsicalle Norte, Urbanización El Nilo, Centro Histórico, Urbanización Miraflores, Urbanización Locoá, Urbanización Cedal, Santán, Vicentina.
Línea 7	Brazales – Saragocín	15- 20	06H00 a 19H00	La Calera, San Felipe, Urbanización Los Arupos, UTC, Maldonado Toledo, Las Fuentes, La Estación, El Salto, Centro Histórico, San Sebastián, Urbanización Juan Montalvo, Urbanización Miño Molina, Urbanización Acacia, Saragocín.

Nota. En esta tabla se muestran las rutas de transporte público urbano de la cooperativa Citulasa que brindan acceso al Centro Histórico de la ciudad de Latacunga. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016)

Tabla 30

Rutas de transporte público urbano de la cooperativa Sultana de Cotopaxi

LÍNEAS COOPERATIVA SULTANA DE COTOPAXI	RUTA	FRECUENCIA EN MINUTOS	HORARIOS	BARRIOS SERVIDOS
Línea 1	El Salto Salache El Salto	15	06H00 a 19H30	Centro Histórico, El Molino, Rumipamba, José Peralta, Ciudadela Váscónez Cuvi, Urbanización Los Molinos, Salache

LÍNEAS COOPERATIVA SULTANA DE COTOPAXI	RUTA	FRECUENCIA EN MINUTOS	HORARIOS	BARRIOS SERVIDOS
Línea 2	Bellavista Molinos Bellavista	15	06H00 a 19H30	Bellavista, San Silvestre, San Francisco, Estrella de la mañana, Bloques de la FAE, El Carmen, Sigsicalle Norte, Centro Histórico, El Loreto, Ciudadela Los Pinos, Urbanización Los Molinos.
Línea 3	Patután La Calera	10	06H00 a 19H30	Patután, Sumbalica, La Calera, UTC, San Felipe, Ciudadela Maldonado Toledo, Las Fuentes, Centro Histórico, El Loreto, Urbanización San Carlos, La Laguna, Urbanización El Nilo
Línea 5	San Juan El Calvario	10	06H00 a 19H30	El Clan, San Juan, San Rafael, Ciudadela de los mecánicos, Ciudadela del Chofer, Las Fuentes, Centro Histórico, La ESPE, El Calvario, Gualundún, San Martín.
Línea 7	Tilipulo El Salto Locoa San Vicente	15	06H00 a 19H30	Tilipulo, UTC, San Felipe, Maldonado Toledo, Las Fuentes, Centro Histórico, La Laguna, Loco, San Vicente, Los Alamos, Santán
Línea 8	Nueva Vida Santán	15	06H00 a 19H30	Nueva Vida, Bloques de la FAE, El Carmen, Sigsicalle Norte, El Nilo, Centro Histórico, Barrio Sur, Santán.

Nota. En esta tabla se muestran las rutas de transporte público urbano de la cooperativa

Sultana de Cotopaxi que brindan acceso al Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016)

El transporte es uno de los factores que se relaciona directamente con la actividad turística, debido a que forma parte del sistema que proporciona facilidades básicas para obtener acceso a un lugar o destino turístico y es considerado una de las formas más económicas y armoniosas para que los visitantes puedan recorrer y conocer distintos lugares y disfrutar de cada uno de ellos.

Sanidad (Salud).

Las infraestructuras y relaciones para considerar dentro del sistema de Salud son: Dispensarios médicos, Centros de Salud, Hospitales. El organismo encargado es el Ministerio de Salud Pública, provee servicios de atención individual, prevención de enfermedades, entre otros, con el fin de garantizar el derecho a la Salud.

Como tal el cantón Latacunga cuenta con 14 centros de salud y un hospital público. El establecimiento que se encuentran dentro del Centro Histórico de Latacunga es el Hospital General Latacunga ubicado frente al parque La Filantropía en sentido Norte – Sur. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Latacunga, 2016)

Seguridad.

Según parámetros propuestos a nivel internacionales deben existir 3 policías por cada 100 habitantes, Latacunga cuenta con 749 policías, los cuales cubren a la población existente en el cantón y en conformidad con los parámetros internacionales, de acuerdo con datos del PDyOT del (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016)

La ejecución de las cámaras de vigilancia propuesto y manejado por el Sistema ECU 911 han ayudado a mejorar la seguridad ciudadana, debido a la ubicación de estas, en el monitoreo en las calles y lugares públicos del cantón Latacunga y la breve acción de la Policía Nacional, aporta positivamente a la seguridad ciudadana.

Los atractivos patrimoniales que se encuentran a cargo de la municipalidad de la ciudad de Latacunga están resguardados por la Policía Municipal.

Servicios básicos.

La Cobertura de servicios básicos (agua potable, alcantarillado, recolección de desechos comunes) dentro del área urbana del cantón Latacunga se puede concluir que en el porcentaje de cumplimiento el dato varía entre el 75% al 100%.

A continuación, se presenta el porcentaje de los servicios básicos con los que cuenta la ciudad de Latacunga dentro de la población urbana.

Tabla 31

Cobertura de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	PORCENTAJE
ÁREA URBANA	
Alcantarillado	94,32%
Agua potable	84,94%
Recolección de desechos comunes	76,66%
Cobertura energía eléctrica	99%

Nota. En esta tabla se muestra el porcentaje actual de cobertura de los diferentes servicios básicos en el área urbana de la ciudad de Latacunga. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016)

Superestructura

En Latacunga, al ser cabecera provincial de Cotopaxi, podemos encontrar la Oficina Técnica del Ministerio de Turismo, la cual trabaja en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) Provinciales y Municipales, éstos últimos según su competencia territorial. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga, 2016)

Además cada GAD tiene la disposición de trabajar en su jurisdicción en el adecuado desarrollo del turismo de su territorio. Para lo cual como entes reguladores de estos organismos tenemos a la ley de turismo y a la agenda Zonal de Desarrollo de la ZONA 3.

En el ámbito del turismo se cita la Ley de Turismo del Ecuador el Art.3 donde manifiesta como principio que “la actividad turística puede ser ejercida por personas naturales, empresas u organizaciones que cumplan con los requerimientos que proporciona la ley”. (Ministerio de Turismo, 2014)

De igual manera dentro de la Agenda Zonal Centro que compete a las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza, se considera al turismo como el tercer eje dentro de la matriz productiva de estas provincias, existiendo la necesidad de marcar estrategias para fortalecer dicha actividad a partir de elementos naturales y culturales, con la finalidad de fortalecer la economía a la vez que genera el bioconocimiento (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015).

Organizaciones privadas.

En lo que compete a organizaciones privadas, se encuentran asociaciones de turismo, clubes de montañismo, aventura y gastronómicas.

Además, existe el gremio “Cámara de Turismo de Cotopaxi” que a través de los aportes de sus afiliados y la gestión de sus dirigentes logran apoyar a los actores turísticos de la provincia de Cotopaxi.

Diagnóstico

En este apartado se da lugar al diagnóstico de las fortalezas y debilidades que presentan los elementos que constituyen el objeto del estudio como es el sistema turístico del Centro Histórico, tales como la oferta turística, atractivos turísticos, equipamiento de servicios, infraestructura, demanda, entre otros factores; mismos que dan paso a la realización de los posibles productos turísticos que permiten los recursos culturales existentes en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Análisis del entorno del sistema turístico del Centro Histórico

Se considera como el entorno de sistema turístico del Centro Histórico de Latacunga a la demanda, infraestructura y superestructura, ya que se ha determinado que estos son los factores que influyen directamente en la realización de un producto turístico cultural mediante la utilización de los recursos existentes en el Centro Histórico.

A continuación se enlista todas las fortalezas y debilidades encontradas dentro de cada factor estudiado, con la finalidad de tomar las que aporten a la realización de un producto turístico cultural.

Demanda.

Dentro de la demanda se considera a los potenciales consumidores del producto turístico cultural, reconociéndolos como los estudiantes de educación básica media, básica superior y bachillerato que previamente fueron encuestados.

Tabla 32

Entorno del sistema turístico en base a la demanda

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO	
F1	Los estudiantes del cantón Latacunga conocen el Centro Histórico.
F2	El Centro Histórico de Latacunga es determinado como potencial turístico desde el punto de vista de los estudiantes.
F3	La demanda potencial está dispuesta a visitar los atractivos del Centro Histórico en compañía de su familia o amigos.
F4	Se presenta un gran interés por visitar iglesias, parques históricos y museos dentro del Centro Histórico de Latacunga.
F5	El enriquecimiento cultural es una motivación que presentan los niños y adolescentes para realizar visitas turísticas.
F6	Los visitantes se movilizan dentro del Centro Histórico caminando
D1	En su mayoría los estudiantes visitan atractivos turísticos una vez al mes.
D2	Los estudiantes no cuentan con un presupuesto establecido para recreación y movilidad.
D3	Es necesario que exista una persona que sea la responsable directa de los menores dentro de cada una de las rutas.
D4	Se necesita personal de apoyo para realizar visitas guiadas.
D5	Pérdida de acceso a la demanda por cierre temporal de centros educativos en modalidad presencial debido a la emergencia sanitaria.

Nota. En esta tabla se muestran los potenciales consumidores del producto turístico cultural.

Infraestructura.

Se determina como infraestructura a los servicios de salud, vialidad, transporte público, seguridad y servicios básicos encontrados dentro del Centro Histórico de Latacunga, ya que forman parte de los servicios complementarios necesarios para que un producto turístico cultural sea funcional.

Tabla 33

Entorno del sistema turístico en base a la infraestructura

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO	
F7	Existe accesibilidad al Centro Histórico de Latacunga mediante rutas de primer orden.
F8	Los visitantes pueden movilizarse por medio de 15 rutas de transporte público.
F9	Los centros de atención hospitalaria brindan servicios las 24 horas del día, tanto públicos como privados, los mismos que se encuentran a los alrededores de las rutas.
F10	Se cuenta con seguridad por parte de la Policía Municipal en cada uno de los atractivos y edificios patrimoniales del Centro Histórico.
F11	La ciudad de Latacunga posee servicios básicos en su totalidad dentro del área urbana.
D6	Las vías que se encuentran dentro del Centro Histórico mantienen un gran tráfico de personas en horas pico.
D7	Existe poco espacio entre las aceras y vías que conectan los atractivos turísticos del Centro Histórico de Latacunga.

Nota. En esta tabla se muestra la infraestructura existente en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga que nos necesarios para que un producto turístico cultural sea funcional.

Superestructura

Se entiende como superestructura a los organismos municipales, como el Gobierno Autónomo Descentralizado de Latacunga, Ministerio de Turismo, Asamblea Nacional y el estado en general ya que son los entes reguladores de actividades turísticas.

Tabla 34

Entorno del sistema turístico en base a la superestructura

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO	
F12	Proyectos que ayudan a fomentar el turismo cultural en la provincia de Cotopaxi.
F13	El GAD de Latacunga cuenta con un inventario de edificaciones patrimoniales de conocimiento público.
F14	Existencia de ordenanzas municipales que promueven la movilidad peatonal dentro de la ciudad de Latacunga.
F15	Ley de régimen municipal que fomenta e incentiva el turismo en la ciudad de Latacunga.
F16	El sector turístico se considera como parte de la matriz productiva del país.
F17	El municipio de Latacunga es el encargado de la limpieza y ornamento del Centro Histórico de Latacunga.
F18	Existencia del “Consejo cantonal de Turismo”.

Nota. En esta tabla se muestra la superestructura existente en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga que nos necesarios para que un producto turístico cultural sea funcional.

Es necesario realizar un análisis de recursos y capacidades de gestión para desarrollar actividades turísticas, para lo cual se estudió los siguientes factores o

elementos como son la oferta y la planta turística que se encuentra dentro del Centro Histórico de Latacunga, con la finalidad de determinar fortalezas y debilidades de este.

Oferta.

Se enlista a continuación todas las fortalezas y debilidades encontradas por las investigadoras en esta sección.

Tabla 35

Entorno del sistema turístico en base a la oferta

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO	
F19	Se puede recorrer el Centro Histórico en poco tiempo debido a su tamaño.
F20	Existen más de veinte atractivos turísticos culturales dentro del Centro Histórico de Latacunga.
F21	Varias leyendas entorno a algunos atractivos turísticos culturales.
F22	Se encuentra buena accesibilidad para visitar los atractivos turísticos durante el día.
F23	Latacunga es una ciudad que data de la época Colonial.
F24	La ciudad de Latacunga conserva su trazado “dameral”.
F25	El Centro Histórico pertenece al Patrimonio Cultural del Estado
F26	Los atractivos turísticos se encuentran inventariados dentro de la base de datos del INPC.
D8	La promoción turística de los atractivos es inadvertida o en ciertos casos es inexistente.
D9	Desvalorización del potencial turístico del Centro Histórico.
D10	Desconocimiento de la importancia de la ciudad durante la época Colonial.
D11	Las personas encargadas del mantenimiento de estos atractivos no están capacitadas para realizar los arreglos adecuados.

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO

D12	No se aplican correctamente las leyes de conservación del patrimonio.
D13	No hay flexibilidad en los horarios de visita en los distintos atractivos.
D14	Inexistencia de señalética turística
D15	Inexistencia de un mapa turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.
D16	Existencia de vandalismo en las fachadas de las edificaciones que componen el Centro Histórico.

Nota. En esta tabla se muestran fortalezas y debilidades encontradas en el entorno de la oferta turística del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Planta turística.

A continuación se enlista las fortalezas y debilidades encontradas en la planta turística identificada dentro del Centro Histórico.

Tabla 36

Entorno del sistema turístico en base a la planta turística

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO

F27	Existe gran variedad de establecimientos turísticos dentro del Centro Histórico.
F28	Gran parte de los establecimientos de Alimentos y Bebidas se encuentran dentro de edificaciones históricas.
F29	La fachada de la mayoría de los establecimientos que forman la planta turística armoniza con todo el Centro Histórico.
F30	Los establecimientos que brindan servicios turísticos cuentan con procesos de bioseguridad
F31	No existe un producto turístico definido dentro del Centro Histórico
F32	Planta turística es accesible de acuerdo con la capacidad adquisitiva de la población.

ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO

F33	Establecimientos de alojamiento categorizados de acuerdo con los servicios que ofertan.
F34	Existencia de un gran número de plazas dentro de toda la planta turística.
D17	La mayoría de los establecimientos de alojamiento poseen edificios semi-modernos.
D18	La temática interna de muchos establecimientos de Alimentos y Bebidas se considera moderna.
D19	Poca accesibilidad por limitaciones de carga turística en lugares cerrados.

Nota. En esta tabla se muestran fortalezas y debilidades encontradas en el entorno de la planta turística identificada del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Matrices de ponderación de impactos.

Dentro del Centro Histórico se estudió el entorno del sistema turístico obteniendo como resultado Fortalezas y Debilidades, a continuación se pondera de acuerdo con el criterio de importancia dada por cada una de las investigadoras a cada ítem.

Por lo cual son calificadas en base a la connotación de Alto, Medio y Bajo.

- Alto: Se define a los factores que influyen de manera significativa en la funcionalidad y armonía del Centro Histórico de Latacunga
- Medio: Cuando los factores no mantienen ninguna tendencia.
- Bajo: Es la calificación que se da aquellos factores que se consideran aislados y que no generan una implicación mayor dentro de la funcionalidad del Centro Histórico de Latacunga.

A continuación se presenta dos matrices que llevan por nombre la inicial que representa a cada uno de los factores estudiados correspondiendo a “matriz F” si son Fortalezas, y “matriz D” corresponde a Debilidades.

Tabla 37

Matriz “F”

No.	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
F1	Los estudiantes del cantón Latacunga conocen el Centro Histórico.			X
F2	El Centro Histórico de Latacunga es determinado como potencial turístico desde el punto de vista de los estudiantes.	X		
F3	La demanda potencial está dispuesta a visitar los atractivos del Centro Histórico en compañía de su familia o amigos.		X	
F4	Se presenta un gran interés por visitar iglesias, parques históricos y museos dentro del Centro Histórico de Latacunga.	X		
F5	El enriquecimiento cultural es una motivación que presentan los niños y adolescentes para realizar visitas turísticas.	X		
F6	Los visitantes se movilizan dentro del Centro Histórico caminando		X	
F7	Existe accesibilidad al Centro Histórico de Latacunga mediante rutas de primer orden.	X		
F8	Los visitantes pueden movilizarse por medio de 15 rutas de transporte público.			X
F9	Los centros de atención hospitalaria brindan servicios las 24 horas del día, tanto públicos como privados, los mismos que se encuentran a los alrededores de las rutas.		X	
F10	Se cuenta con seguridad por parte de la policía municipal en cada uno de los atractivos y edificios patrimoniales del Centro Histórico.		X	

No.	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
F11	La ciudad de Latacunga posee servicios básicos en su totalidad dentro del área urbana.			X
F12	Proyectos que ayudan a fomentar el turismo cultural en la provincia de Cotopaxi.		X	
F13	El GAD de Latacunga cuenta con un inventario de edificaciones patrimoniales de conocimiento público.		X	
F14	Existencia de ordenanzas municipales que promueven la movilidad peatonal dentro de la ciudad de Latacunga.	X		
F15	Ley de régimen municipal que fomenta e incentiva el turismo en la ciudad de Latacunga.		X	
F16	El sector turístico se considera como parte de la matriz productiva del país.	X		
F17	El municipio de Latacunga es el encargado de la limpieza y ornamento del Centro Histórico de Latacunga.		X	
F18	Existencia del “Consejo cantonal de Turismo”.			X
F19	Se puede recorrer el Centro Histórico en poco tiempo debido a su tamaño.	X		
F20	Existen más de veinte atractivos turísticos culturales dentro del Centro Histórico de Latacunga.		X	
F21	Varias leyendas entorno a algunos atractivos turísticos culturales.	X		
F22	Se encuentra buena accesibilidad para visitar los atractivos turísticos durante el día.		X	
F23	Latacunga es una ciudad que data de la época Colonial.	X		
F24	La ciudad de Latacunga conserva su trazado “dameral”.			X
F25	El Centro Histórico pertenece al Patrimonio Cultural del Estado			X
F26	Los atractivos turísticos se encuentran inventariados dentro de la base de datos del INPC.			X
F27	Existe gran variedad de establecimientos turísticos dentro del Centro Histórico.			X

No.	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
F28	Gran parte de los establecimientos de Alimentos y Bebidas se encuentran dentro de edificaciones históricas.	X		
F29	La fachada de la mayoría de los establecimientos que forman la planta turística armoniza con todo el Centro Histórico.		X	
F30	Los establecimientos que brindan servicios turísticos cuentan con procesos de bioseguridad.	X		
F31	No existe un producto turístico definido dentro del Centro Histórico	X		
F32	Planta turística es accesible de acuerdo con la capacidad adquisitiva de la población.			X
F33	Establecimientos de alojamiento categorizados de acuerdo con los servicios que ofertan.			X
F34	Existencia de un gran número de plazas dentro de toda la planta turística.			X

Nota. En esta tabla se muestran las fortalezas identificadas en el estudio del entorno del sistema turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Tabla 38

Matriz "D"

No.	DEBILIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
D1	En su mayoría los estudiantes visitan atractivos turísticos una vez al mes.			X
D2	Los estudiantes no cuentan con un presupuesto establecido para recreación y movilidad.	X		
D3	Es necesario que exista una persona que sea la responsable directa de los menores dentro de cada una de las rutas.	X		
D4	Se necesita personal de apoyo para realizar visitas guiadas.	X		

No.	DEBILIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
D5	Perdida de acceso a la demanda por cierre temporal de centros educativos en modalidad presencial debido a la emergencia sanitaria.	X		
D6	Las vías que se encuentran dentro del Centro Histórico mantienen un gran tráfico de personas en horas pico.	X		
D7	Existe poco espacio entre las aceras y vías que conectan los atractivos turísticos del Centro Histórico de Latacunga.	X		
D8	La promoción turística de los atractivos es inadvertida o en ciertos casos es inexistente.			X
D9	Desvalorización del potencial turístico del Centro Histórico.			X
D10	Desconocimiento de la importancia de la ciudad durante la época Colonial.		X	
D11	Las personas encargadas del mantenimiento de estos atractivos no están capacitadas para realizar los arreglos adecuados.	X		
D12	No se aplican correctamente las leyes de conservación del patrimonio.	X		
D13	No hay flexibilidad en los horarios de visita en los distintos atractivos.	X		
D14	Inexistencia de señalética turística	X		
D15	Inexistencia de un mapa turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.	X		
D16	Existencia de vandalismo en las fachadas de las edificaciones que componen el Centro Histórico.	X		
D17	La mayoría de los establecimientos de alojamiento poseen edificios semi-modernos.			X
D18	La temática interna de muchos establecimientos de Alimentos y Bebidas se considera moderna.			X
D19	Poca accesibilidad por limitaciones de carga turística en lugares cerrados.			X

Nota. En esta tabla se muestran las fortalezas identificadas en el estudio del entorno del sistema turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Se toman las fortalezas y debilidades que tienen alto impacto dentro de la funcionalidad armoniosa del Centro Histórico, recalcando que todos estos datos se obtienen del diagnóstico realizado previamente en los distintos componentes del entorno del sistema turístico del Centro Histórico, lo cual ayudará a determinar y formular un producto turístico acorde a los resultados obtenidos del diagnóstico que se presentarán como Fortalezas y Debilidades.

Fortalezas y debilidades

Al analizar los resultados de acuerdo con el impacto que tienen cada uno de los ítems de las matrices realizadas anteriormente, se puede decir que existe un gran número de fortalezas y debilidades, lo que se expresa como aprovechables y manejables cada una respectivamente, las cuales deberán ser tomadas en cuenta al momento de realizar el producto turístico cultural.

Cabe recalcar que no es necesario que exista una fortaleza para una debilidad, ya que son indiferentes una de la otra, ninguna depende de la otra.

Fortalezas.

- Se puede recorrer el Centro Histórico en poco tiempo debido a su tamaño.
- Varias leyendas en torno a algunos atractivos turísticos culturales.
- Latacunga es una ciudad que data de la época Colonial.

- Gran parte de los establecimientos de Alimentos y Bebidas se encuentran dentro de edificaciones históricas.
- Los establecimientos que brindan servicios turísticos cuentan con procesos de bioseguridad.
- No existe un producto turístico definido dentro del Centro Histórico.
- El Centro Histórico de Latacunga es determinado como potencial turístico desde el punto de vista de los estudiantes.
- Se presenta un gran interés por visitar iglesias, parques históricos y museos dentro del Centro Histórico de Latacunga.
- El enriquecimiento cultural es una motivación que presentan los niños y adolescentes para realizar visitas turísticas.
- Existe accesibilidad al Centro Histórico de Latacunga mediante rutas de primer orden.
- Existencia de ordenanzas municipales que promueven la movilidad peatonal dentro de la ciudad de Latacunga.
- El sector turístico se considera como parte de la matriz productiva del país.

Debilidades.

- Las personas encargadas del mantenimiento de estos atractivos no están capacitadas para realizar los arreglos adecuados.
- No se aplican correctamente las leyes de conservación del patrimonio.
- No hay flexibilidad en los horarios de visita en los distintos atractivos.
- Inexistencia de señalética turística

- Inexistencia de un mapa turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.
- Existencia de vandalismo en las fachadas de las edificaciones que componen el Centro Histórico.
- Los estudiantes no cuentan con un presupuesto establecido para recreación y movilidad.
- Es necesario que exista una persona que sea la responsable directa de los menores dentro de cada una de las rutas.
- Se necesita personal de apoyo para realizar visitas guiadas.
- Pérdida de acceso a la demanda por cierre temporal de centros educativos en modalidad presencial debido a la emergencia sanitaria.
- Las vías que se encuentran dentro del Centro Histórico mantienen un gran tráfico de personas en horas pico.
- Existe poco espacio entre las aceras y vías que conectan los atractivos turísticos del Centro Histórico de Latacunga.

De acuerdo con las fortalezas y debilidades encontradas se determina y considera que los productos turísticos culturales a diseñar son rutas turísticas ya que no se tiene un producto competencia, los visitantes manifiestan posibilidad de recorrer las rutas caminando, los atractivos turísticos son suficientes para diseñar e integrarlos dentro de varias rutas, posee información histórica, entre otros.

Propuesta

Elaboración de la propuesta

Diseñar un producto de turismo cultural para el fortalecimiento de la identidad en los niños y jóvenes de educación básica media, básica superior y bachillerato en el cantón Latacunga.

Descripción del producto turístico

El producto turístico se concibe como, rutas turística de índole histórico - cultural la cual a su vez sirve como una guía para que las personas puedan estar al tanto de lo que se puede realizar y visitar en el Centro Histórico de la ciudad debido a que durante el recorrido de las rutas se puede encontrar con varios lugares que proporcionan diversos servicios turísticos como Alimentos y Bebidas, Hospedaje, entre otros, lo cual ayudará a todas las personas que se encuentran involucradas en la actividad turística.

Justificación del producto turístico

Como se ha podido evidenciar con anterioridad el turismo y la educación van de la mano ya que al realizar una actividad turística se adquiere conocimientos, por lo cual existe una rama del turismo identificada como turismo educativo el cual se desarrolla con fines netos de aprendizaje para las personas que optan por esta modalidad satisfaciendo, las necesidades del turista tanto en información como en orientación alimentando su necesidad de adquirir conocimiento, por esta razón al constituirse las

rutas turísticas se emplean herramientas que proporcionan información real acerca de los atractivos turísticos, la distancia existente entre un atractivo y otro, etc.

La necesidad de construir una ruta turística en el Centro Histórico de Latacunga surge con la finalidad de que los estudiantes de niveles mencionados con anterioridad obtengan información histórica y cultural de la ciudad, en donde nacieron o residen y consecuentemente estudian buscando alimentar el conocimiento e identidad con respecto a la ciudad de Latacunga y su población.

Importancia del producto turístico

Actualmente el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga no cuenta con una ruta turística definida que se encuentre en operación, siendo así que se puede identificar que la mayoría de atractivos turísticos no son visitados con el afán de conocerlos y realizar turismo, así se evidencia en los estudiantes del sistema educativo proporcionado por el Ministerio de Educación de esta ciudad, por lo cual surge la necesidad de crear rutas turísticas que incluyan estos atractivos.

Por lo mismo se hace importante y relevante el desarrollo de rutas estipuladas las cuales contarán con un guion estipulado con información verídica y locuaz, también se hace meritorio introducir leyendas propias de la ciudad alimentando la inventiva de las personas y conocimiento fundamental de cómo se formó y creció esta ciudad, de igual manera se incluyen los personajes que aportaron a este proceso.

Objetivos del producto turístico

Objetivo general

- Proponer el diseño de tres rutas turísticas que abarquen los atractivos turísticos del Centro Histórico para proporcionar conocimiento histórico –cultural dentro del sistema educativo comprendido como Básica media, Básica superior y Bachillerato de la ciudad.

Objetivos específicos

- Estructurar tres rutas turísticas para proporcionar conocimiento histórico–cultural al sistema educativo.
- Determinar y seleccionar los atractivos y servicios que van a formar parte de las rutas propuestas a fin de incluir los más importantes y que aporten al conocimiento y educación.
- Establecer una propuesta estratégica que servirá para promover la información histórico-cultural de los atractivos que comprenden cada una de las rutas.

Generalidades del producto turístico

Zona: Centro Histórico de la ciudad de Latacunga

Nombre de las Rutas: Emprendimiento Latacungueño, Latacunga Cultural y Pasos Libertarios

Movilización: Caminata

Selección de atractivos por ruta**Ruta 1: Emprendimiento Latacungueño.**

- Casa de la Cultura “Molinos de Monserrat”
- Parque La Filantropía
- Hospital Hermanas Páez
- Plaza de San Agustín
- Iglesia y Convento de San Agustín
- Casa del Emprendimiento
- Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas
- Museo Isidro Ayora

Ruta 2: Latacunga Cultural.

- Mirador el Calvario

- Barrio San Sebastián
- Iglesia San Sebastián
- Plaza San Sebastián
- Colegio Cesar Viera
- Barrio La Merced
- Iglesia La Merced
- Mercado Pichincha
- Fiesta de la Mama Negra
- Museo de la casa de los Marqueses de Miraflores

Ruta 3: Pasos Libertarios.

- Plaza El Salto
- Iglesia de Nuestra Señora del Salto
- Calle Dos de Mayo
- Plaza Santo Domingo
- Convento e Iglesia Santo Domingo
- Colegio Sagrado Corazón de Jesús
- Parque Vicente León
- La Catedral
- Edificio de La Gobernación
- Edificio Municipal
- Plaza e Iglesia de San Francisco
- Museo Zoológico Rafael Betancourt

Definición del recorrido

A continuación, se presenta cada una de las rutas con su respectiva descripción, mapa de recorrido, itinerario propuesto y guion a partir de la selección de atractivos para cada una de estas antes mencionados.

Ruta 1: Emprendimiento Latacungueño.

Se inicia el recorrido en la parte noreste del área delimitada como Centro Histórico con la Casa de la Cultural “Molinos de Monserrat”, se continua en dirección sur oeste hacia el Parque La Filantropía, Hospital Hermanas Páez, prosigue al sur a la Plaza e Iglesia de San Agustín se retoma la calle Belisario Quevedo con dirección al sur para avanzar a la Casa del Emprendimiento en donde se puede adquirir productos de la provincia de Cotopaxi, así como artesanías de las diferentes parroquias, a continuación se retoma la calle Marqués de Maenza en sentido noroeste para llegar al actual edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas posteriormente se avanza en sentido norte por la calle Quijano y Ordoñez para llegar al Museo Isidro Ayora fin de recorrido.

Figura 18

Diseño de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño del recorrido de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”.

Itinerario.

Tabla 39

Itinerario de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”

**EMPRENDIMIENTO LATACUNGUEÑO
Cotopaxi-Latacunga-Centro Histórico**



EMPRENDIMIENTO LATACUNGUÑO
Cotopaxi-Latacunga-Centro Histórico

	Punto más alto:	Dificultad:	Actividad:
Duración: ½ día	2.785 m.		Turismo religioso
Tiempo de ruta:	Temperatura:	baja	Arte y arquitectura
3 horas con 30 minutos	12 - 20 °C	media	Manifestaciones Culturales
		alta	Turismo
			Comunitario
			Otros: _____
Distancia de ruta:	Desnivel +:		
1, 5 km	2.785 m.		

ITINERARIO

08h00: Encuentro en las afueras de Casa de la Cultura “Molinos de Monserrat”

08h10: Casa de la Cultura “Molinos de Monserrat”

08h40: Parque La Filantropía

09h00: Hospital Hermanas Páez

09h10: Plaza de San Agustín

09h20: Iglesia y Convento de San Agustín

09h50: Casa del Emprendimiento

10h20: Edificio de la Universidad de las Fuerzas Armadas

10h45: Museo Isidro Ayora

11h30: fin del recorrido

RECOMENDACIONES

- **Hora recomendada de inicio 08h10**
- **Hora aproximada de fin 11h30**
- **Gorra, bloqueador y gafas**

Nota. En esta tabla se muestra el itinerario correspondiente a la Ruta 1

“Emprendimiento Latacungueño”.

Ruta 2: Latacunga Cultural.

El recorrido inicia al oeste del Centro Histórico en el mirador El Calvario se toma la calle Oriente con dirección al barrio San Sebastián llegando a la plaza e iglesia del mismo nombre, dando una breve explicación del Colegio Cesar Viera, continuando por la calle Napo al Barrio la Merced en donde se encuentra el Mercado Pichincha, Iglesia La Merced en donde se puede apreciar su arquitectura e historia para posteriormente dirigirse en sentido este al Museo Casa de los Marqueses de Miraflores, fin del recorrido.

Figura 19

Diseño de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño del recorrido de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”.

Itinerario.

Tabla 40

*Itinerario de la Ruta 2 "Latacunga Cultural"***LATACUNGA CULTURAL****Cotopaxi-Latacunga-Centro Histórico**

	Punto más alto:	Dificultad:	Actividad:
Duración: ½ día	2.798 m.		Turismo religioso
Tiempo de ruta:		baja	Arte y arquitectura
3 horas con 30 minutos	Temperatura:	media	Manifestaciones Culturales
	12 – 20 °C	alta	Turismo
Distancia de ruta:	Desnivel +:		Comunitario
1,3 km	2.816 m.		Otros: _____

ITINERARIO

08h00: Encuentro en el Mirador el Calvario
08h30: Barrio San Sebastián
08h45: Iglesia San Sebastián
09h00: Plaza San Sebastián
09h15: Colegio Cesar Viera
09h35: Barrio La Merced
09h45: Iglesia La Merced
10h10: Mercado Pichincha
10h30: Explicación fiesta Mama Negra

LATACUNGA CULTURAL**Cotopaxi-Latacunga-Centro Histórico****10h50: Museo de la casa de los Marqueses de Miraflores****11h30: Fin del recorrido****RECOMENDACIONES**

- **Hora recomendada de inicio 08h00**
- **Hora aproximada de fin 11h30**
- **Gorra, bloqueador y gafas**

Nota. En esta tabla se muestra el itinerario correspondiente a la Ruta 2 “Latacunga Cultural”.

Ruta 3: Pasos Libertarios.

Se da inicio al recorrido en la Plaza El Salto y La iglesia de Nuestra Señora del Salto al norte del Centro Histórico, avanzando por la calle 2 de Mayo en la cual se relata una explicación histórica de la misma, posteriormente se avanza en sentido oeste por la calle Guayaquil para llegar a la plaza, convento e iglesia de Santo Domingo donde se realiza una descripción arquitectónica e histórica de los mismos, incluyendo la Unidad educativa Sagrados Corazones de Jesús, se avanza en sentido sur por la calle Fernando Sánchez de Orellana hacia el Parque Vicente León lugar en el que se encuentran ubicados La Catedral, Edificio de la Gobernación de Cotopaxi y El Edificio Municipal en los cuales se realizara la visita acompañada de su descripción respectivamente, posteriormente se toma la calle General Maldonado hasta llegar a La Plaza de San Francisco conjuntamente con la Iglesia y Convento que lleva su mismo nombre, continuando en sentido noreste hacia el museo Rafael Betancourt, fin del recorrido.

Figura 20

Diseño de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño del recorrido de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”.

Itinerario.

Tabla 41

Itinerario de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”

PASOS LIBERTARIOS Cotopaxi-Latacunga-Centro Histórico



PASOS LIBERTARIOS
Cotopaxi-Latacunga-Centro Histórico

	Punto más alto:	Dificultad:	Actividad:
Duración: ½ día	2.786 m.		Turismo religioso
Tiempo de ruta: 4 horas con 30 minutos	Temperatura: 12 - 20 °C	baja	Arte y arquitectura
Distancia de ruta: 1,5 km	Desnivel +: 2.786 m.	media	Manifestaciones Culturales
		alta	Turismo
			Comunitario
			Otros: _____

ITINERARIO

08h00: Encuentro en la Plaza El Salto
08h10: Plaza El Salto
08h20: Iglesia de Nuestra Señora del Salto
08h45: Calle dos de mayo
09h10: Plaza Santo Domingo
09h15: Convento e Iglesia Santo Domingo
09h35: Colegio Sagrado Corazón de Jesús
10h00: Parque Vicente León
10h20: La Catedral
10h45: Edificio de la Gobernación
11h00: Edificio Municipal
11h25: Plaza e Iglesia de San Francisco
11h55: Museo Zoológico Rafael Betancourt
12h30: Fin del Recorrido

RECOMENDACIONES

- Hora recomendada de inicio 08h10
- Hora aproximada de fin 12h30
- Gorra, bloqueador y gafas

Nota. En esta tabla se muestra el itinerario correspondiente a la Ruta 3 "Pasos Libertarios".

Comercialización

Propuesta de comercialización

Los productos denominados como rutas turísticas de carácter cultural están dirigidos a estudiantes de educación básica media, básica superior y bachillerato por lo cual se realiza diversas propuestas de comercialización recordando que la finalidad de estos productos es aportar a la educación y la identidad de cada uno de los participantes, cubriendo estas necesidades y aportando reconocimiento al Centro Histórico de Latacunga como un atractivo turístico importante y valorado ya que aporta a la identidad del pueblo latacungueño, cotopaxense y ecuatoriano; a continuación se presentan propuestas que se consideran idóneas para la alcanzar este fin.

- Se propone plantear acuerdos entre la academia y organismos gubernamentales como GAD's, Ministerios de Educación y Turismo, entre otros ya que se busca que los guías designados para estas rutas sean estudiantes que se forman en la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga con la finalidad de que presenten un servicio a los interesados a cambio de que se les reconozca horas de prácticas preprofesionales en el área de guianza.
- Para comercializar estos productos mediante un precio real se considera que el único gasto que se haría por parte de los participantes dentro de lo que conlleva estas rutas sería el pago por servicios de guianza ofertados por un guía profesional. Se presenta una cotización por número de PAX, para cada una de las rutas.

Tabla 42*Precios de las rutas turísticas*

Servicio	Precio del servicio	Precio unitario desde 15 PAX
Servicio de logística	14,00 por día	0,93
Servicio de guianza	50,00 por día	3,33
Costo total		4,26
	5,63% de utilidad o ganancia	4,50

Nota. En esta tabla se muestra el precio propuesto de comercialización de las rutas turísticas por número de PAX.

El costo final por PAX para cada una de las rutas es de \$4,50 con una utilidad del 5,63%, se recalca que la finalidad de estas rutas no se basa en generar utilidades.

Creación de la imagen del producto

Al crear un producto turístico, es primordial que este posea una imagen como parte de su identidad la misma que ayudará a que el consumidor lo identifique y distinga de los demás productos. Se entiende que parte fundamental de la imagen de un producto es el logotipo, slogan, colores y elementos para crear el branding o imagen.

Ruta 1.

Emprendimiento Latacungueño: Debido a la gran capacidad de producción y abundancia de recursos de la ciudad Latacunga y sus alrededores, la misma que no ha menguado desde la antigüedad y la capacidad el latacungueño de utilizar estos

recursos para crear, producir y vender cada uno de estos productos que denotan cultura y tradición.

Color Marrón: Se toma este color debido a que pertenece a la gama de colores tierra en representación de la producción y de uno de los productos más representativos de la ciudad como es la machica un polvo que resulta de la molienda del trigo.

Mujer Indígena: Representa a la mujer indígena que se encargaba de la molienda de varios granos los mismos que formaban parte de la base económica de la ciudad durante la época colonial simbolizando el trabajo y la producción local.

Esquemmatización.

Figura 21

Esquemmatización de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”



Nota. En el gráfico se puede observar la esquematización de la imagen de identificación de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”.

Ruta 2.

Latacunga Cultural: Representa la unión de los pueblos y culturas en una sola fiesta como lo es La Mama Negra o Santísima Tragedia que se celebra cada año.

Negro: Este color se determina como la mezcla de todos los colores, de tal manera que se puede expresar como la unión de cada uno de los pobladores y sus características, que en sociedad componen la diversidad de la cultura. De igual manera se interpreta como la fuerza espiritual para conectarse consigo mismo, los egipcios lo representaban como crecimiento y los chinos lo asociaban como el rey de los colores.

Mama Negra: Personaje que denota cultura y une a los pueblos durante la celebración que lleva su mismo nombre.

Esquemmatización.

Figura 22

Esquemmatización de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”



Nota. En el gráfico se puede observar la esquematización de la imagen de identificación de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”.

Ruta 3.

Pasos Libertarios: Enmarca la ruta que fue recorrida por muchos de los héroes y heroínas que buscaban la libertad del pueblo.

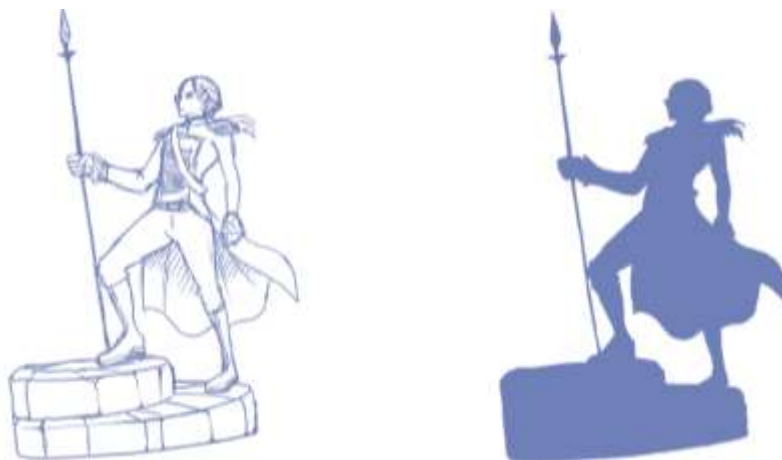
Color Azul: Representa la fuerza y liderazgo del hombre, lo que provocó las gestas libertarias en cada una de las ciudades de lo que se conocía en ese entonces como Real Audiencia de Quito.

Soldado: Representa a las tropas conformadas por hombres y mujeres de distintas partes del territorio que lucharon por la libertad del pueblo ecuatoriano.

Esquemmatización.

Figura 23

Esquematación de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”



Nota. En el gráfico se puede observar la esquematización de la imagen de identificación de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”.

Logotipo

Cabe recalcar que cada una de las rutas posee su propio logotipo de acuerdo con las características mencionadas anteriormente, ya que cada ruta muestra distintas facetas de la cultura e identidad Latacungueña.

Emprendimiento Latacungueño.

Figura 24

Logotipo de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”



Nota. En el gráfico se observa el logotipo distintivo de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”

Latacunga Cultural.

Figura 25

Logotipo de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”



Nota. En el gráfico se observa el logotipo distintivo de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”.

Pasos Libertarios.

Figura 26

Logotipo de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”



Nota. En el gráfico se observa el logotipo distintivo de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”.

Slogan

“Camina por tus calles, conoce tu cultura”

Promoción

La promoción se refiere al medio por el cual se va a difundir el producto obtenido por tal razón se cree conveniente que se lo difunda por medio de folletos mismos que posee toda la información requerida para recorrer cada ruta turística.

Propuesta de diseño

Es necesario mencionar que la propuesta en conjunto toma el nombre de “REVIVE TU IDENTIDAD”, integrando un total de 3 folletos los mismos que poseen toda la información necesaria para desarrollar las rutas turísticas culturales en su totalidad.

Portada.

Está conformada de la siguiente manera, en la parte superior derecha se encuentra la numeración que concuerda con el número de ruta estipulada, después se puede encontrar el título del folleto, debajo de este el Logotipo de la ruta junto a la clasificación del producto el cual determina que es una ruta turística, después de estos se encuentra como parte de un subtítulo el nombre de cada ruta.

Ruta 1: Emprendimiento Latacungueño.

Figura 27

Portada del folleto de la Ruta 1 "Emprendimiento Latacungueño"



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño de la portada correspondiente a la Ruta 1 "Emprendimiento Latacungueño".

Ruta 2: Latacunga Cultural.

Figura 28

Portada del folleto de la Ruta 2 "Latacunga Cultural"



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño de la portada correspondiente a la Ruta 2 "Latacunga Cultural".

Ruta 3: Pasos Libertarios.**Figura 29**

Portada del folleto de la Ruta 3 "Pasos Libertarios"



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño de la portada correspondiente a la Ruta 3 "Pasos Libertarios".

Contenido.

Cada uno de los folletos contiene: definición del recorrido, reseña histórica de la ciudad de Latacunga, itinerario y mapa que corresponden a cada ruta de acuerdo con el

número de folleto, posteriormente se encuentra el guion que posee la descripción de cada uno de los atractivos que forman parte de las rutas.

Ruta 1: Emprendimiento Latacungueño.

Figura 30

Contenido del folleto de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”



Nota. En el gráfico se puede observar el contenido del folleto correspondiente a la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”.

Ruta 2: Latacunga Cultural.

Figura 31

Contenido del folleto de la Ruta 2 “**Latacunga Cultural**”



Nota. En el gráfico se puede observar el contenido del folleto correspondiente a la Ruta 2 “Latacunga Cultural”.

Ruta 3: Pasos Libertarios.

Figura 32

Contenido del folleto de la Ruta 3 “**Pasos Libertarios**”



Nota. En el gráfico se puede observar el contenido del folleto correspondiente a la Ruta 3 “Pasos Libertarios”.

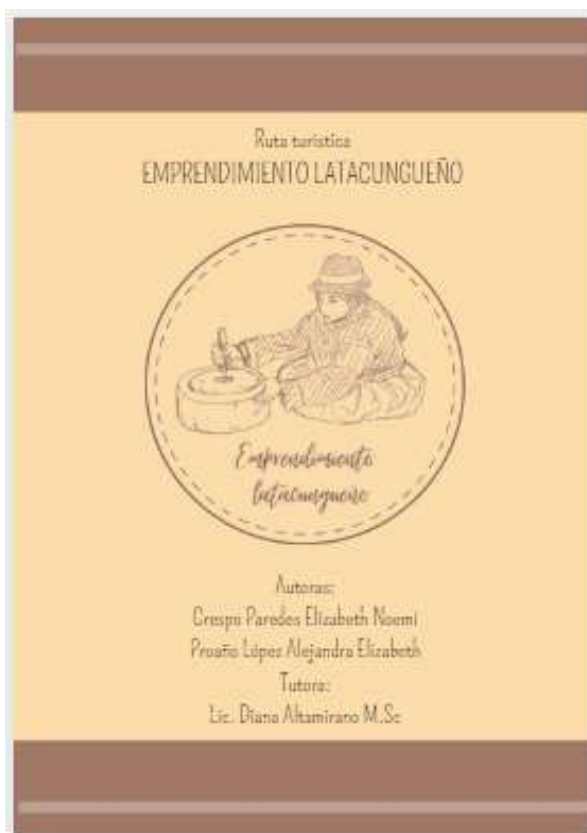
Contraportada.

Detalla los datos de las autoras y tutora, así como el logotipo y el nombre de cada ruta respectivamente.

Ruta 1: Emprendimiento Latacungueño.

Figura 33

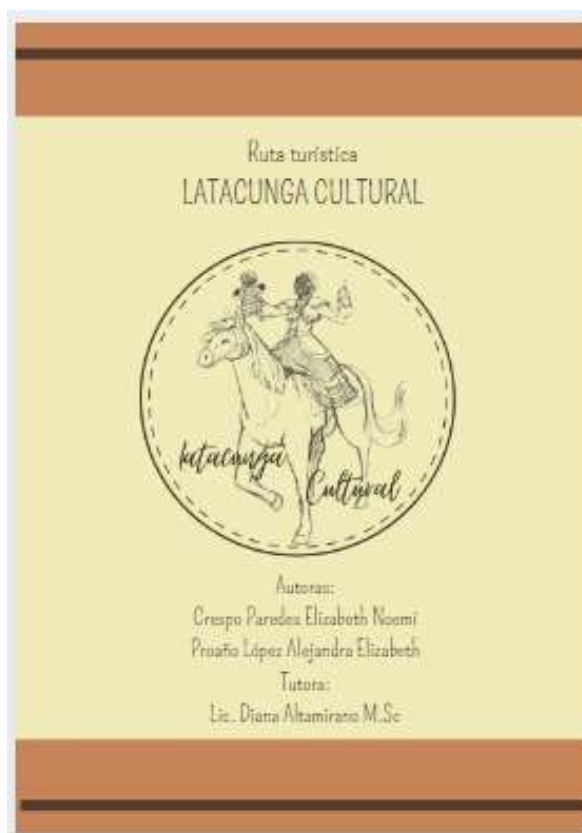
Contraportada del folleto de la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño de la contraportada correspondiente a la Ruta 1 “Emprendimiento Latacungueño”.

Ruta 2: Latacunga Cultural.**Figura 34**

Contraportada del folleto de la Ruta 2 “Latacunga Cultural”

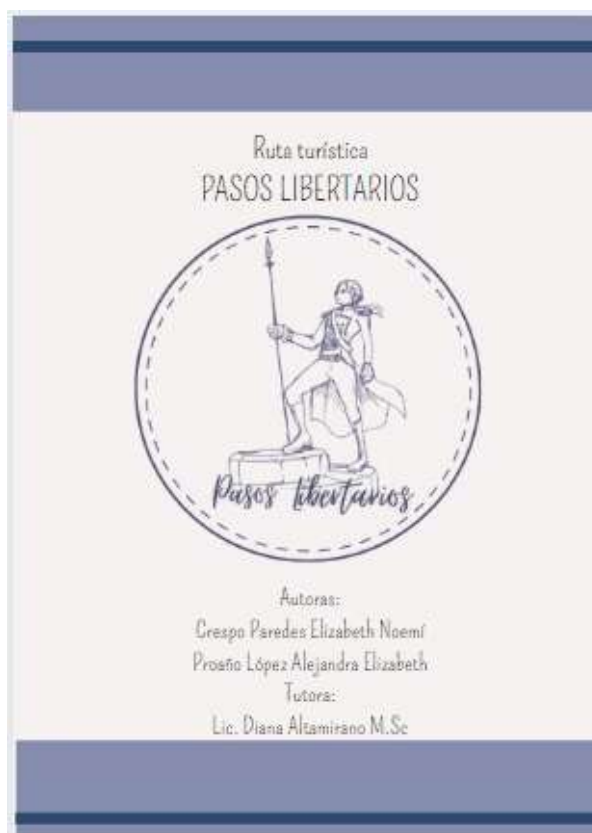


Nota. En el gráfico se puede observar el diseño de la contraportada correspondiente a la Ruta 2 “Latacunga Cultura”.

Ruta 3: Pasos Libertarios.

Figura 35

Contraportada del folleto de la Ruta 3 “Pasos Libertarios”



Nota. En el gráfico se puede observar el diseño de la contraportada correspondiente a la Ruta 3 “Pasos Libertarios”.

Conclusiones

- Fue indispensable determinar en primer lugar la finalidad e importancia del presente trabajo ya que de esta manera se logró identificar como se puede alcanzar el fortalecimiento de la identidad de los niños y jóvenes latacungueños utilizando los recursos patrimoniales existentes en la ciudad de Latacunga.
- Esencialmente se contextualizó la fundamentación teórica a manera de sistema ideado de macro, meso y micro, donde se pudo ir determinando los elementos a desarrollar de forma descriptiva los cuales son la base para identificar los componentes a desarrollar analíticamente en el diagnóstico.
- Se tomó en cuenta distintos criterios a raíz de autores que determinan al turismo cultural como potencial para desarrollar ofertas educativas a base de los recursos patrimoniales de una localidad.
- La caracterización del sistema turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga se realizó mediante el diagnóstico de este el cual permitió encontrar las fortalezas y debilidades existentes.
- Se identificó los atractivos turísticos de la ciudad para posteriormente identificar aquellos que se encontraban en el área de influencia del Centro Histórico de Latacunga.
- Fue necesario hacer un análisis del catastro de establecimientos turísticos de la provincia de Cotopaxi para identificar y analizar los recursos que existen dentro de la planta turística del Centro Histórico de Latacunga.

- Se determinó los bienes patrimoniales del Centro Histórico como un recurso potencial para la realización de propuestas que promuevan la educación por medio del turismo cultural en la ciudad de Latacunga.
- Como propuesta se determina realizar tres rutas turísticas dentro del Centro Histórico de Latacunga, para las cuales se realizó la selección y agrupación de los atractivos culturales dentro del área de influencia.
- Es necesario que cada una de las rutas presenten su mapa, itinerario y guion de forma que sea un instrumento para la educación, por lo que se determina de igual manera que el guion sea de índole histórico - cultural y que incentive a los niños y jóvenes a conocer más sobre su identidad y cultura.
- Se determinan los nombres de cada ruta de acuerdo a las características que presentan, de tal manera que la primera ruta se identifica con el nombre de Emprendimiento Latacungueño gracias a que se puede observar productos que se comercializan en la actualidad y a su vez aquellos que se realizaban en la antigüedad, la segunda ruta lleva el nombre de Latacunga Cultural ya que en ella se representa uno de los atractivos culturales más sobresalientes de la ciudad como es la Fiesta de la Mama Negra, el nombre de Pasos Libertarios se le da a la tercera y última ruta, la cual permite conocer la historia y caminar simbólicamente sobre cada uno de los pasos que nuestros próceres dieron para darnos paso a la tan anhelada libertad.

Recomendaciones

- Es necesario considerar los temas de estudio de los estudiantes para que, por medio de esto se realicen planes de visita a varios de los atractivos patrimoniales que oferta la ciudad de Latacunga ya que expresa la historia de nuestro país y a su vez poder brindar información que aporte a la educación, investigación e identidad por medio de recorridos turísticos culturales.
- Es recomendable realizar convenios entre los entes gubernamentales y la academia para promover los recursos culturales de la ciudad de Latacunga por medio de información turística gratuita accesible para niños y jóvenes los cuales generen conocimiento y fomenten la educación, y de esta forma impulsar el turismo en la ciudad.
- Es fundamental que la información existente de los bienes patrimoniales de la ciudad de Latacunga sea actualizada continuamente de tal manera que se encuentre accesible para la investigación histórica.
- Es primordial que los entes gubernamentales vinculados al turismo promocionen e impulsen propuestas turísticas que se generan desde la academia.

Bibliografía

- Acerenza, M. (13 de Febrero de 2011). *Portal de América*. Obtenido de <https://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/4840-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-viii-turismo-cultural>. Recuperado 13 de diciembre del 2020
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Baños, P., & Aquino, F. (2012). *Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos*. Obtenido de redalyc.org web site: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056010.pdf>. Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México, D.F.: Editorial Trillas.
- Concejo Municipal de Latacunga. (2007). *Reglamento de Ordenanza Protección Centro Histórico*. Latacunga.
- Consejo de la Cultura y las artes. (Enero de 2015). *Guía Metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Recuperado el 1 de Octubre de 2019, de cultura.gob web site: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>. Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Sección Cuarta Cultura y Ciencia. En A. N. Ecuador, *Constitución de la República del Ecuador* (págs. 14-15). Quito: Asamblea Nacional República del Ecuador.
- Cotopaxi Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial. (3 de Julio de 2014). *Cotopaxi Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial*. Obtenido de cotopaxi.gob web

site: <https://www.cotopaxi.gob.ec/index.php/2015-09-20-00-13-36/2015-09-20-00-15-41/latacunga>. Recuperado 13 de noviembre del 2020

Crespi, M., & Planells, M. (2003). *Patrimonio Cultural*. Madrid: Síntesis S.A.

Cuenca, J. (2013). El papel del patrimonio en los centros educativos: hacia la socialización patrimonial. *Universidad de Huelva*, 1-21.

Dannemann, M. (1984). El folklore como cultura. *Revista chilena de humanidades*, 9.

De la Colina, J. (2008). *ucipfg*. Obtenido de ucipfg Web site:

[http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-)

[_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf). Recuperado 13 de noviembre del 2020

Del Reguero, M. (1994). *Ecoturismo: Nuevas Formas de turismo en el espacio rural*. Bosch.

Dias, R. (2006). *Turismo y Patrimonio Cultural: recursos que acompañan el crecimiento de ciudades*. Sao Paulo: Saraiva.

Fabara, S. (2001). *Tierra Mia*. Quito: Imprenta Don Bosco.

Fassler, D. (Octubre de 2013). *ESPOCH*. Obtenido de ESPOCH Web site:

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2970/1/23T0375.pdf>.

Recuperado 13 de noviembre del 2020

Folgado, J., Hernández, J., & Campón, A. (2011). El turismo gastronómico como atractivo innovador del destino: un estudio empírico sobre rutas gastronómicas españolas. *Conference: XIII Seminario Luso-Espanhol de Economía Empresarial, Universidad de Évora*, 1-20.

Garcia, J., & Poyato, M. (2002). *La función social del patrimonio histórico: El turismo cultural*. Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Latacunga*. Obtenido de [latacunga.gob web site: http://latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf](http://latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf). Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Guerrero, P. (2002). *La Cultura*. Quito : Abya Yala.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México,D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Guerrero, P., & Ramos, R. (2014). *Introducción al turismo*. México,D.F.: Patria.
- Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México,D.F.: Trillas.
- Hernández, F. (2012). Sociedad, Patrimonio y Enseñanza. Estrategias para el siglo XXI. *Histodidácta*, 1-11. Recuperado el 12 de julio de 2019
- Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1-12.
- Mantero, J. (2004). *Desarrollo local y actividad turística*.
- Martínez, F., & De Miguel, J. (2000). *La Demanda turística en Galicia: el problema de la concentración*. Recuperado el 20 de Agosto de 2019
- Millet, O. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. Malaga, España: Universidad de Málaga (UMA), Grupo EUMEDNET.
- Ministerio de Cultura del Ecuador. (2013). *Sistema y Política Nacional de Museos*. Recuperado el 08 de Enero de 2019, de <http://www.museos.gob.ec/siem/index.php/política-nacional-de-museos/sistema-y-política-nacional-de-museos>. Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Ministerio de Turismo. (2013). *Resumen de Atractivos Turísticos*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (29 de diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de [turismo.gob web site: https://www.turismo.gob.ec/wp-](https://www.turismo.gob.ec/wp-)

content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf. Recuperado 13 de diciembre del 2020

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 1-16.

Obtenido de

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>

Morrillo, M. (18 de Agosto de 2010). Turismo y producto turístico. Evolución, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, 1-24. Obtenido de

<https://biblat.unam.mx/hevila/Visiongerencial/2011/vol10/no1/10.pdf>. Recuperado 13 de noviembre del 2020

Nicolau, J. (31 de Enero de 2011). *RUA*. Obtenido de Repositorio Institucional de la

Universidad de Alicante: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/16114#vpreview>.

Recuperado 13 de noviembre del 2020

Observatorio Europeo LEADER. (26 de Enero de 2017). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2019, de

asesoresenturismoperu web site:

[https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf?fbclid=IwAR1FY49tmdq1js6eoz6Hp15zKFpU5A0Y0JdWodLW3XD)

[territorio.pdf?fbclid=IwAR1FY49tmdq1js6eoz6Hp15zKFpU5A0Y0JdWodLW3XD](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf?fbclid=IwAR1FY49tmdq1js6eoz6Hp15zKFpU5A0Y0JdWodLW3XD)
C-1axulEpmVm3Qj0. Recuperado 13 de noviembre del 2020

Orduna, G., & Urpi, C. (2010). *Turismo cultural como experiencia educativa de ocio*.

Organización Mundial del Turismo. (1996). *Definiciones de Turismo, Organización Mundial del Turismo*. OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2004). *Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural*. Madrid: Capital Haya.

- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Informe Anual Organización Mundial del Turismo*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Turismo, conceptos y definiciones*. Recuperado el 7 de Junio de 2019, de https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf. Recuperado 13 de diciembre del 2020
- Pack, S. (junio de 2013). *tstrevista*. Obtenido de http://www.tstrevista.com/tstpdf/tst_24/articulo24_07.pdf. Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Palomino, C., & Terán, F. (2019). *Plan de mejora basado en la Normativa "Q calidad" para los hostales*. Quito.
- Pinassi, C. (2016). *La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca*. Bahía Blanca, Argentina: Revista Universitaria de Geografía.
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico. (2020). *Documento pase para el dialogo*. Quito: PLANDETUR.
- Prats, J. (2001). *Valorar el Patrimonio Histórico desde la Educación: Factores para una mejor utilización de los bienes patrimoniales*.
- Quesada, R. (08 de Enero de 2010). *Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=RdrDv_52LmYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Recuperado 13 de diciembre del 2020
- Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE.

- Rengifo, J. (2006). *Rutas culturales y turismo en el contexto español*. España: Universidad de Extradur.
- Rosas, M., & Dávila, E. (Enero de 2010). *Identificación del Modus Vivendi y Expresiones Culturales Ancestrales de la Comiad Afro Ecuatoriana de Borbón, Esmeraldas*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de UIDE Web site:
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/482/1/T-UIDE-0448.pdf>.
Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Ruano, C. (2012). *Diseño de productos y servicios turísticos locales: promoción turística local e información al visitante*. Madrid: IC Editorial.
- Sancho, A. (Septiembre de 2011). *Introducción al Turismo - Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de utntyh web site:
<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>. Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Sandí, J., & Hidalgo, K. (2013). Construcción de nuevos escenarios educativos y pedagógicos a partir del turismo educativo. *Universidad Pontificie Bolivariana*, 1-17.
- Saravia, M. d., & Muro, M. (2016). *Productos Turísticos. Metodología para su elaboración*. Recuperado el 11 de Junio de 2019
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (Noviembre de 2015). *Agenda Zonal, Zona 3 - Centro*. Obtenido de planificacion.gob web site:
<https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>. Recuperado 13 de noviembre del 2020
- Servicio Nacional de Aprendizaje. (2015). *academia.edu*. Obtenido de academia.edu web site:

https://www.academia.edu/32072888/Diseño_de_Rutas_turísticas?fbclid=IwAR0wnC_vQekVbzlj8SEBk76bP-cNyF3xLc5lD5i_mEbV-D_kZ5NJtWk8AHc.

Recuperado 13 de noviembre del 2020

Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano, SIPCE. (2016). *Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura*. INPC.

Tobón, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: fenomeno social y economico.

Turismo y sociedad, 1-13. Obtenido de

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3724/3857>

UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*. México, D. F.

World Tourism Organization. (2013). *UNWTO*. Obtenido de UNWTO Web site:

<https://media.unwto.org>. Recuperado 13 de noviembre del 2020

World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de UNWTO

Web site: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>.

Recuperado 13 de diciembre del 2020

ANEXOS