



**DEFENSA ORAL DEL TEMA: EVALUACIÓN DEL
POTENCIAL TURÍSTICO DEL CENTRO
HISTÓRICO, PARA ESTABLECER UN CIRCUITO
HISTÓRICO-CULTURAL COMO EJE DE
DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE
LATACUNGA.**

AUTOR: SILVA VITERI, XAVIER ALEJANDRO

DIRECTORA: ING. PULLOQUINGA, MARICELA

CODIRECTORA: ING. PARREÑO, VERÓNICA

INTRODUCCIÓN

- Centro Histórico no cuenta con una línea base que determine ejes para desarrollar el turismo.
- La falta de preocupación por parte de los actores.
- No existen estudios sobre una evaluación del Centro Histórico.

JUSTIFICACIÓN

- C.H. debe contar con una propuesta la cual demuestre el verdadero valor de su potencial turístico.
- No existe una propuesta funcional de un circuito turístico.
- Principales beneficiarios:
 - Los habitantes de la ciudad.
 - Las empresas (públicas como privadas)

OBJETIVO GENERAL

- Evaluar el potencial turístico del centro histórico, para establecer un circuito Histórico-Cultural como eje de dinamización turística de la ciudad de Latacunga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un marco teórico que sustente la investigación.
- Determinar la situación turística existente a través de la investigación de oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado.
- Identificar puntos fuertes y débiles del territorio, así como oportunidades y riesgos a través de la comparación de resultados del análisis de situación.
- Diseñar un circuito histórico como una propuesta turística cultural como eje de dinamización local.
- Establecer un plan de desarrollo sostenible de gestión turística para el manejo y operación del circuito.

HIPÓTESIS

- La evaluación del potencial turístico del centro histórico de la ciudad de Latacunga, permitirá establecer un circuito histórico-cultural como eje de dinamización turística?.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

- **Independiente**

La evaluación del potencial turístico del Centro Histórico.

- **Dependiente**

Diseño de un circuito histórico-cultural.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Sistema Turístico

Demanda

Oferta

Competencia Turística

Tendencias Turísticas

Planificación Del Espacio Turístico

Potencial Turístico

Determinación de la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los turistas

Dinamización Turística

Busca ante todo un efecto de activación del conjunto del destino

Marco Legal

25 de mayo de 1982

Histórico Cultural

Patrimonio Cultural

Conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia

Latacunga

Ubicación

Clima

Centro Histórico

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Análisis de la Oferta

Atractivos Turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS CATEGORÍA MANIFESTACIÓN CULTURAL

Nº	NOMBRE ATRACTIVO	SUBTIPO	TIPO	
1	Casa de los Marqueses de Miraflores	Arquitectura Civil	Históricos	
2	Colegio Vicente León			
3	Edificio Gobernación de Latacunga			
4	Hospital Hermanas Páez			
5	Edificio ESPE-EL			
6	Catedral de Latacunga	Arquitectura Religiosa		
7	Iglesia de San Agustín			
8	Iglesia de San Francisco			
9	Iglesia de La Merced			
10	Iglesia de Santo Domingo (Monasterio)			
11	Centro Histórico Latacunga	Zonas Históricas / Sectores Históricos		
12	Museo Vicente León	Museos		
13	La Mama Negra	Manifestaciones Religiosas, Tradiciones Y Creencias Populares		Etnográficos
14	Gastronomía De Latacunga	Comidas Y Bebidas Típicas		
15	Parque Vicente León	Obras Técnicas		Realizaciones Técnicas

- El 50% se encuentran alterados.
- Edificaciones de arquitectura colonial, las que en conjunto presenta calles angostas y empedradas
- La gran mayoría de construcciones se ha reconstruido, sin embargo al recorrer sus calles y ver los edificaciones se puede imaginar con facilidad como fueron esos mismas construcciones en sus mejores años y remontarnos a ese tiempo.

- Los atractivos invitan a ser desarrollados turísticamente de una manera conjunta
- El valor cultural refiere dentro de los atractivos a las manifestaciones culturales que principalmente es la arquitectura.
- Característica de similitud es su material de construcción, piedra pómez.
- Magnitud del edificio de la Municipalidad de Latacunga.
- La diversidad de atractivos turísticos en una misma zona.

Planta Turística

Establecimientos / Alojamiento Latacunga

Tipo de Actividad	Latacunga.			Área de Respeto		
	Categoría	Cantidad.	Sub. Total	Categoría	Cantidad.	Sub. Total
Hotel	Primera	4	8	Primera	2	2
	Tercera	3		Primera	2	12
	Cuarta	1		Segunda	4	
Hostal	Primera	3	22	Tercera	5	
	Segunda	4		Cuarta	1	
	Tercera	14		Segunda	3	7
	Cuarta	1		Tercera	3	
Hostal Residencia	Segunda	3	10	Cuarta	1	
	Tercera	6		Tercera	2	2
	Cuarta	1				
Pensión	Tercera	2	2			
Hostería	Primera	9	13			
	Segunda	4				
Motel	Primera	1	7			
	Segunda	1				
Refugio	Tercera	5				
	Segunda	2	3			
	Tercera	1				
Complejo Vacacional	Tercera	1	1			
Cabaña	Segunda	1	3			
	Tercera	2				
Total			69	Total		23

Establecimientos / Comidas y Bebidas Latacunga

Tipo de Actividad	Latacunga			Área de Respeto		
	Categoría	Cantidad.	Sub. Total	Categoría	Cantidad.	Sub. Total
Restaurante	Primera	10	76	Primera	1	45
	Segunda	14		Segunda	7	
	Tercera	34		Tercera	21	
	Cuarta	18		Cuarta	16	
Fuente de soda	Primera	4	11	Primera	0	6
	Segunda	4		Segunda	3	
	Tercera	3		Tercera	3	
	Cuarta	0		Cuarta	0	
Cafetería	Primera	1	7	Primera	0	5
	Segunda	2		Segunda	1	
	Tercera	4		Tercera	4	
	Cuarta	0		Cuarta	0	
Bar	Primera	0	4	Primera	0	1
	Segunda	1		Segunda	0	
	Tercera	3		Tercera	1	
	Cuarta	0		Cuarta	0	
Total			98			57

Establecimientos / recreación en Latacunga

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Categoría	Cantidad	Sub. Total
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	Discoteca	Primera	0	2
		Segunda	2	
		Tercera	0	
		Cuarta	0	
	Sala De Recepciones Y Banquetes	Primera	0	1
		Segunda	1	
		Tercera	0	
		Cuarta	0	
Total			3	3

Establecimientos / Transporte Turístico en Latacunga

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Cantidad	Sub. Total
TRANSPORTE TURÍSTICO	Transporte Terrestre	2	2
Total		2	2

Establecimientos de Agencias de Viajes en Latacunga

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Latacunga			Área de Respeto		
		Categoría	Cant	Sub. Total	Categoría	Cant	Sub. Total
Agencias De Viaje	Agencias De Viaje	Internacional	3	16	Internacio nal	3	9
		Dual	1		Dual	0	
		Operadoras	12		Operadora s	6	
Total				16	Total		9

ESTABLECIMIENTOS DE LA PLANTA TURÍSTICA

	Latacunga	Área de Respeto	Zona de Primer Orden
Alojamiento	69	23	9
Comidas y Bebidas	98	57	18
Agencias de Viajes	16	9	8
Recreacion	3		
Transporte Turistico	2		

**Presentación de
resultados Zona de
Primer Orden**

Alojamiento

Establecimientos / Alojamiento Latacunga			
Tipo de Actividad	Zona de Primer Orden		
	Categoría	Cantidad.	Sub. Total
Hotel	Primera	1	1
	Segunda	0	
	Tercera	0	
	Cuarta	0	
Hostal	Primera	2	7
	Segunda	2	
	Tercera	3	
	Cuarta	0	
Hostal Residencia	Primera	0	1
	Segunda	1	
	Tercera	0	
	Cuarta	0	

Alojamiento

- Horario de atención es permanente los 7 días de la semana.
- Promedio de USD \$ 21 a 30 para la pernoctación.
- 159 habitaciones con un total de 304 plazas.

Alojamiento

- Los turistas pernoctan en temporada alta durante seis o más noches y en temporada baja de dos a cuatro noches, (**Nota: negocios**).
- Temporada alta: febrero, septiembre y noviembre
- Pernoctaciones
 - Extranjeros: grupales 36,8% e Individuales 24,5%.
 - Individuales nacionales: 30,3% y grupales 8,4%.
- 49 empleados.

Comidas y Bebidas

Tipo de Actividad	Zona de Primer Orden	
	Categoría	Cantidad.
Restaurante	Primera	1
	Segunda	1
	Tercera	1
	Cuarta	3
Fuente de soda	Primera	
	Segunda	3
	Tercera	1
	Cuarta	
Cafetería	Primera	
	Segunda	1
	Tercera	1
	Cuarta	

Comidas y Bebidas

- Es necesario estudiar estos establecimientos con los de expendio de Chugchucaras ya que tienen importante incidencia en el mercado.
- El promedio de gasto en restaurantes de chugchucaras es de USD \$ 6 a 10, y en los otros restaurantes USD \$ 6 a 8 dólares según los establecimientos.
- los horarios de atención cambian de acuerdo a los establecimientos sin embargo la investigación arroja que encontramos establecimientos abiertos desde las 07H00 hasta las 22H00.

Comidas y Bebidas

- 905 puestos distribuidas es 193 mesas.
- Enero, febrero, mayo, noviembre y diciembre son los meses que considerados temporada alta.
- Extranjeros: grupos 10.5% e individuales 10.4%.
- Nacionales: individuales 35.4%; y grupales 43.8%.
- En el área de Comidas y Bebidas tenemos a 62 personas distribuidas en las diferentes áreas.

Agencias de Viajes

Tipo de Actividad	Latacunga	
	Categoría	Cant
Agencias De Viaje	Internacional	2
	Operadoras	6

Agencias de Viajes

- Los horarios de atención cambian de acuerdo a los establecimientos sin embargo la investigación arroja que encontramos establecimientos abiertos desde las 08H00 hasta las 19H00.
- Los meses de enero a mayo y noviembre representan temporada baja.
- Agencias Internacionales:
 - Extranjeros: individuales 15%; Nacionales individuales 55% y grupales 30%.
- Agencias Operadoras:
 - Extranjeros: grupos 66.6% e individuales 14.2%; nacionales individuales 9.2% y grupales 10%.
- En los establecimientos de Agencia de viajes laboran 46 personas fijas y 10 guías temporales.

Agencias de Viajes

- Las agencias de viaje están dispuestas a comercializar un circuito Turístico en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

Resumen

Convalidación de la Oferta Turística / Servicios Zona de Primer Orden

	TIPO	SUBTIPO	Can	
Manifestaciones Culturales	HISTÓRICOS	Arquitectura Civil	5	15
		Arquitectura Religiosa	5	
		Zonas Históricas / Sectores Históricos	1	
		Museos	1	
		Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	1	
		ETNOGRAFIA	Comidas y bebidas típicas	
Establecimientos	REALIZACIONES TECNICAS Y CIENTIFICAS CONTEMPORANEAS	Obras técnicas	1	
	AAVV	Alojamiento	Comidas y bebidas	Total
Núm. de establecimientos	8	9	18	35
Años en el mercado	12	19	25	57
Tarifa promedio	51 a 60	11 a 60	6 a 8	

Establecimientos				AAVV			Alojamiento			Comidas y bebidas		Total
Parqueadero		Interno					3			1		4
		Externo					4			2		5
		No Posee		8			2			15		26
Talento Humano		Fijos		46			49			62		157
		Temporales		10								10
Habitaciones		Plazas					304					304
		Hab.					159					159
Mesas		Plazas					342			905		1247
		Mesas					77			193		270
Tipo de Construcción		Modernas		2			4			11		16
		Coloniales		6			5			7		19

Estacionalidad temporada alta: A temporada baja: B

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
AAVV	B	B	B	B	B	A	A	A	A	A	B	A
Alojamiento	B	A	B	B	B	B	B	B	A	B	A	B
Comidas y bebidas	A	A	B	B	A	B	B	B	B	B	A	A

Infraestructura

- 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. Lo restante es asfaltado.
- Ruta del Tren Quito-Latacunga.

Servicios Básicos	Porcentaje %	
	Posee	No posee
Alcantarillado	69	31
Energía eléctrica	94	6
Agua entubada	63	37
Recolección de basura	57	43
Servicio telefónico	42	58

Servicios Complementarios

Comercios y servicios	
Comercios / servicios	Cantidad
Panaderías	17
Centros comerciales	3
Tiendas	36
Cooperativas/ taxis	15
Alquiler / mantenimiento de bicicletas	3
Oficinas de correo	1
Farmacias	8
Centro de computo	38
Peluquerías	24
Sastrerías	9
Gimnasios	4
Zapaterías	3
Alquiler de disfraces	4

Superestructura

- Jefatura de Turismo Gobierno autónomo descentralizado del Cantón Latacunga
- Cámara de Turismo CAPTUR Cotopaxi

- Las estrategias de comercialización turística que se tienen para la Provincia, explica el presidente de la Cámara de Turismo CAPTUR Cotopaxi son las siguientes:
 - Alianzas estratégicas Sector Público-Privado
 - Alianzas con Organizaciones internacionales
 - Alianzas con los Socios.
- La jefatura de turismo a través del Jefe de Turismo informa que la comercialización se realiza a través de publicidad impresa afiches y desplegados.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Análisis de la Demanda

Datos para determinar demanda futura					
n	AÑO	X	Y	X*Y	X*X
1	2003	-4,5	26944	-121248	20,25
2	2004	-3,5	27414	-95949	12,25

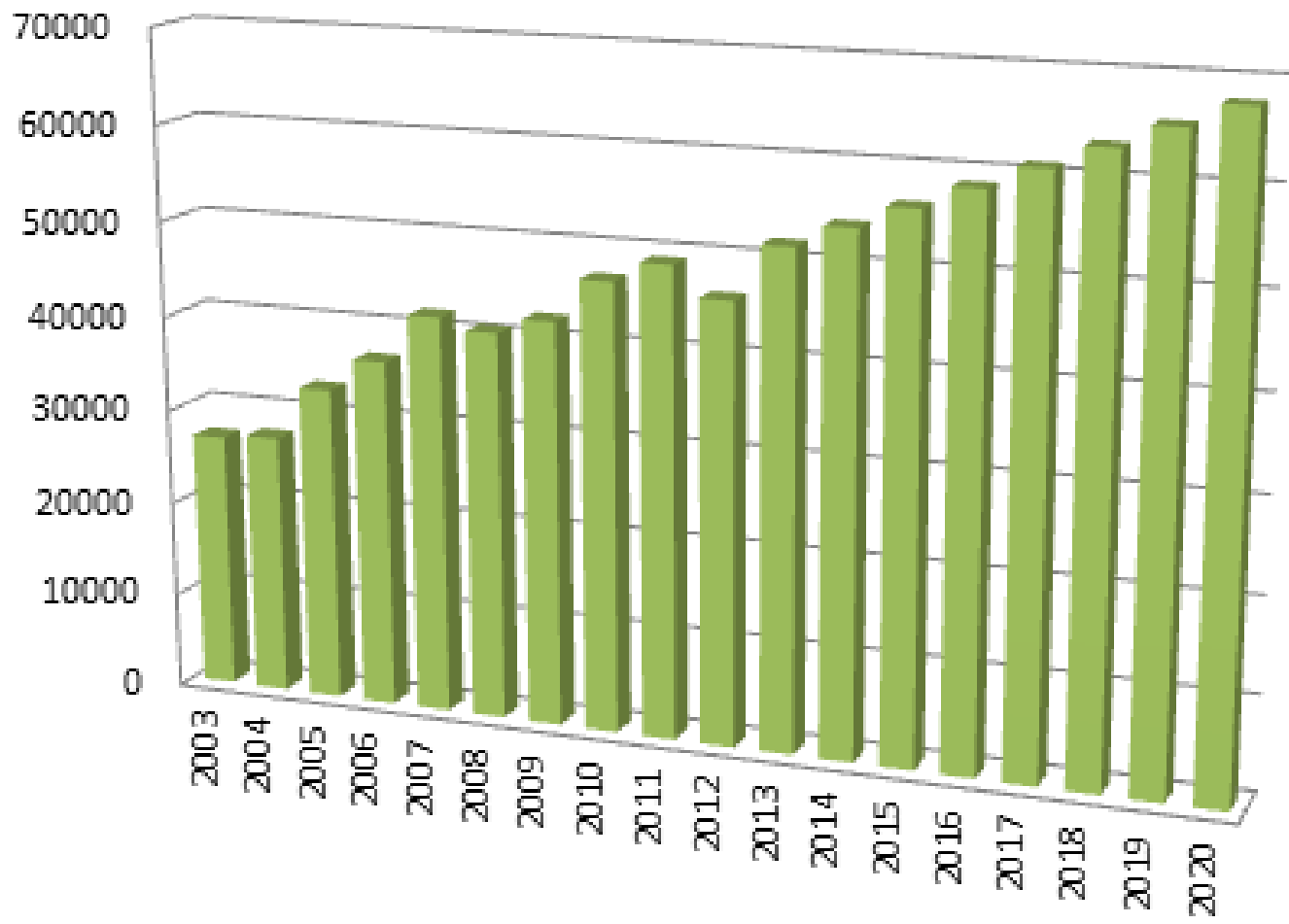
$$1: \sum y = an + b \sum x$$

$$2: \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$y = a + bx$$

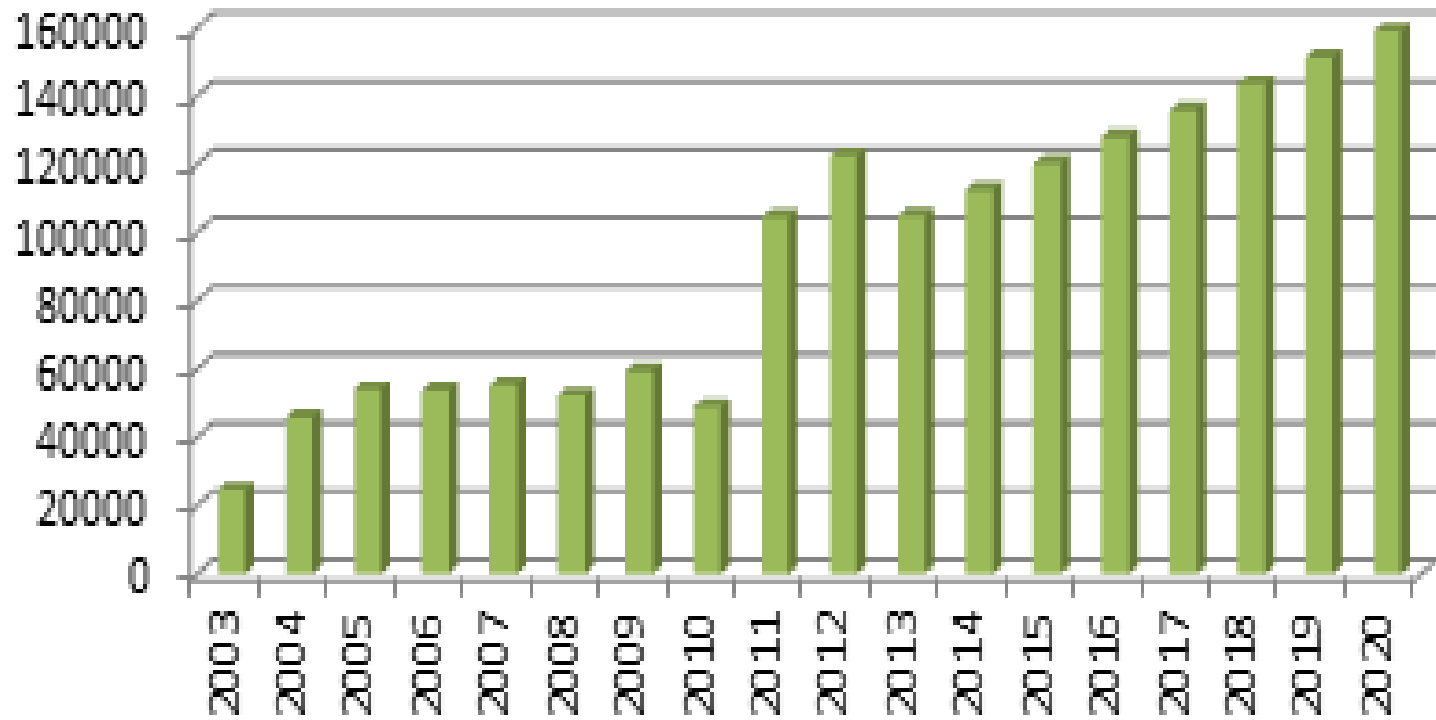
Demanda de Turistas Extranjeros

Demanda Extranjeros			
Años	Turistas	Años	Turistas
2003	26944	2013	51764
2004	27414	2014	54064
2005	33125	2015	56365
2006	36678	2016	58665
2007	41842	2017	60965
2008	40683	2018	63266
2009	42369	2019	65566
2010	46951	2020	67866
2011	49095		
2012	46018		



Demanda de Turistas Nacionales

Demanda Nacionales			
Años	Turistas	Años	Turistas
2003	24712	2013	104806
2004	45882	2014	112561
2005	54014	2015	120315
2006	53851	2016	128069
2007	55268	2017	135823
2008	52327	2018	143577
2009	59513	2019	151332
2010	49021	2020	159086
2011	104516		
2012	122481		



Demanda Potencial de Turistas

Demanda Potencial						
Años	Nacionales			Extranjeros		
	Número de turistas	Porcentaje de motivación de viaje	Proyección	Número de turistas	Porcentaje de motivación de viaje	Proyección
2013	104806	26%	27250	51764	73,80%	38202
2014	112561	26%	29266	54064	73,80%	39899
2015	120315	26%	31282	56365	73,80%	41597
2016	128069	26%	33298	58665	73,80%	43295
2017	135823	26%	35314	60965	73,80%	44992
2018	143577	26%	37330	63266	73,80%	46690
2019	151332	26%	39346	65566	73,80%	48388
2020	159086	26%	41362	67866	73,80%	50085

Tamaño de Muestra.

Ecuación

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

- N= Es el tamaño de la población 65806
- S²= La desviación estándar será de 0.5.
- Z²= Expresa el nivel de confianza con el que trabajaremos 95%, lo que en la tabla Z equivale a 1.959963985 a nivel práctico será 1.96.
- e²= Representa el error que será del 5%, es decir 0.05.
- $n = 382$

Turista Extranjero			
GÉNERO		OCUPACIÓN	
Masculino	56,30%	Estudiante de Colegio	6,10%
Femenino	43,70%	Estudiante universidad	20,30%
INDIVIDUALES O GRUPALES		Empleado Privado	24,40%
Una persona	54,80%	Libre ejercicio de profesión	11,20%
de 2 a	28,40%	Jubilado	10,20%
de 5 a 6	7,10%	Empleado Público	21,80%
de 7 a 9	4,10%	Otros	6,10%
de 10 a 12	3,00%	PREFERENCIA ESTABLECIMIENTO ALIMENTACIÓN	
13 o más	2,50%	Restaurante	25,90%
MEDIO DE TRANSPORTE		Comidas Típicas	74,10%
Auto Rentado	13,20%	PREFERENCIA ESTABLECIMIENTO ALOJAMIENTO	
Transporte Privado	21,80%	Hotel	39,60%
Transporte Público	65%	Hostal	33%
PAÍS DE PROCEDENCIA		Hostal Residencia	27,40%
Estados Unidos	17,30%	MEDIO POR EL CUAL SE ENTERO DE LA CIUDAD	
Colombia	27,90%	Folletería	34%
España	15,20%	Pág. Web	46,20%
Venezuela	11,20%	Sugerencias	19,80%
Canadá	7,60%	PARA UN CIRCUITO HISTÓRICO CULTURAL:	
Alemania	7,60%	DISPONIBILIDAD DE GASTO	
Argentina	7,10%	de 1 a 15	43,80%
Reino Unido	6,10%	de 16 a 30	33,90%
RANGOS DE EDAD		de 31 a 45	13,20%
0 a 20	10,20%	46 en adelante 9,1%	
21 a 30	28,40%	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	
31 a 40	24,90%	de 1 a 3 Horas	48,80%
41 a 50	14,20%	de 4 a 6 Horas	28,90%
51 a 60	11,20%	1 día	15,70%
60 o más	11,20%	Dos días Una Noche	6,60%

TURISTA NACIONALES

GÉNERO		RANGOS DE EDAD	
Masculino	50,80%	0 a 20	9,20%
Femenino	49,20%	21 a 30	16,80%
INDIVIDUALES O GRUPALES		31 a 40	22,20%
Una persona	14,60%	41 a 50	25,90%
de 2 a 4	5,40%	51 a 60	11,90%
de 5 a 6	9,70%	61 o mas	14,10%
de 7 a 9	9,20%	PREFERENCIA ESTABLECIMIENTO ALIMENTACIÓN	
de 10 a 12	17,30%	Restaurante	45,40%
13 o más	43,80%	Comidas Típicas	54,60%
MEDIO DE TRANSPORTE		PREFERENCIA ESTABLECIMIENTO ALOJAMIENTO	
Auto Propio	20%	Hotel	55,70%
Auto Rentado	1,60%	Hostal	29,20%
Transporte Privado	8,60%	Hostal Residencia	15,10%
Transporte Público	69,70%	MEDIO POR EL CUAL SE ENTERO DE LA CIUDAD	
PAÍS DE PROCEDENCIA		Folletería	8,10%
Ambato	18,90%	Pág. Web	13%
Quito	23,20%	Medio de Comunicación	1,60%
Baños	21,10%	Sugerencias	77,30%
Guayaquil	11,40%	PARA UN CIRCUITO HISTÓRICO CULTURAL:	
Cuenca	11,40%	DISPONIBILIDAD DE GASTO	
Riobamba	14,10%	de 1 a 15	60,30%
OCUPACIÓN		de 16 a 30	36,50%
Estudiante de Colegio	8,60%	de 31 a 45	1,60%
Estudiante universidad	15,10%	46 en adelante	1,60%
Empleado Privado	31,90%	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	
Libre ejercicio de profesión	9,20%	de 1 a 3 Horas	54,00%
Jubilado	9,70%	de 4 a 6 Horas	22,20%
Empleado Público	20,50%	1 día	11,90%
Otros	4,90%	Dos días Una Noche	11,90%

Tablas de Contingencia

			Alojamiento			Total
			Hotel	Hostal	Hostal Residencia	
Circuito	Si	Recuento	52	38	31	121
		% dentro de Circuito	43,0%	31,4%	25,6%	100,0%
		% dentro de Alojamiento	66,7%	58,5%	57,4%	61,4%
	No	Recuento	26	27	23	76
		% dentro de Circuito	34,2%	35,5%	30,3%	100,0%
		% dentro de Alojamiento	33,3%	41,5%	42,6%	38,6%
Total		Recuento	78	65	54	197
		% dentro de Circuito	39,6%	33,0%	27,4%	100,0%
		% dentro de Alojamiento	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

El 61.4% de turistas Extranjeros adquirirían un circuito histórico cultural, dentro del conglomerado el 43.0% de turistas preferiría un hotel y el 31.4% un hostal.

Grupo - Procedencia

- El mayor porcentaje de turistas, 54.8%, llegan de manera individual siendo el 31.5% de Colombia, el 16.7% de Estados Unidos y el 13.0% de España.

Circuito – Construcción

- El 61.4% de turistas adquirirían un circuito histórico cultural, el 77.7% prefiere visitar establecimientos con arquitectura colonial.

Género – Alimentación

- La elección de los turistas por comidas típicas representan el 74.1%, dentro de esta, el género masculino representa el 54.8%,

Grupo – Alimentación

- Los turistas en un 54.8% viajan solos, prefieren los hoteles con el 43.5% y los hostales el 32.4%.

Competencia – Circuito

- El 61.4% de turistas si adquirirían el circuito, dentro de estas se observa que el desconocimiento de los centros históricos es por parte del 64.4% y su preferencia dentro de los conocidos es de Alausí con el 19.8%.

- **Grupo – Procedencia**

Los turistas comúnmente se desplazan en grupos de 13 o más personas representado el 43.8%, dentro de este porcentaje las ciudades desde donde arriban los turistas son Baños 25.9%, Cuenca 18.5%, Quito y Guayaquil 17.3% cada ciudad.

- **Circuito – Construcción**

El porcentaje de turistas que prefieren establecimientos de estructura colonial son el 71.4%, de esta cantidad el 68.9% si adquiriría un circuito histórico cultural y el 31.1% no.

- **Género – Alimentación**

Las comidas típicas son el tipo de establecimiento con mayor preferencia de los turistas siendo así el 54.6% de este total el 50.5% refiere al género masculino y el 49.5% al género femenino.

- **Grupo – Alimentación**

Los Hoteles son la principal elección con 55.7%, dentro del mismo 13 o más personas representan el 43.7%, grupos de 12 a 13 personas el 16.5%, y viajan individualmente 12.6%.

- **Competencia – Circuito**

El 68.1% de turistas adquiriría un circuito histórico cultural, este grupo señala que le llama la atención el Centro histórico de Alausí el 29.4% y Colta y Riobamba el 27.0% cada uno.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Análisis de la Competencia

**Cuáles son los principales territorios
de la competencia**

Centro Histórico de Riobamba

- Existen 42 bienes patrimoniales dentro del centro Histórico de Riobamba de los cuales, 14 son de Jerarquía III, 24 son de Jerarquía II y 4 están considerados dentro de jerarquía I.
- Existen 198 servidores turísticos catastrados dentro del Centro Histórico de Riobamba que funcionan óptimamente y tienen la Licencia Única Anual de Funcionamiento LUAF. Entre los cuales 119 son establecimientos de Alimentos y Bebidas, 33 son establecimientos de Hospedaje, 26 son establecimientos de Recreación y Diversión, 16 son Agencias de Viaje y Operadores de Turismo, 2 son establecimientos de Eventos y Catering y 2 son servidores de Transporte Turístico.
- El centro histórico de Riobamba genera dinamización a través de enclaves turísticos

Centro Histórico de Quito

- El Patrimonio del Centro Histórico de Quito está conformado por 40 iglesias y capillas, 16 conventos y monasterios, 17 plazas, plazoletas y atrios, 12 salas capitulares y refectorios, 12 museos y un sinnúmero de residencias legendarias, las cuales mantienen su arquitectura desde el siglo XVI.
- Existen diversos atractivos. Se registran 2.820 establecimientos turísticos, entre agencias de viajes, hoteles, hosterías, bares, restaurantes, sitios de recreación y de transporte. Más de 34.000 personas se encuentran empleadas en este sector.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Análisis de las Tendencias

Ecuador atrae al nicho de turistas internacionales que se preocupan por gastar más por la experiencia que por el confort, una de las políticas para fortalecer el turismo nacional es impulsar el turismo social. Otra de las características que se persiguen es la diferenciación del valor agregado en los productos turísticos, involucrando a prestadores a aplicar un mayor esfuerzo para un bien común, que es el desarrollo turístico del País.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL

Diagnóstico de los Puntos Fuertes y Débiles

Puntos fuertes y débiles

Puntos Fuertes

Centro Histórico considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, delimitado como Área de Primer Orden.

Oferta de establecimientos de alojamiento variados.(alimentos y bebidas, y agencias de viaje)

Poseer una de las festividades más grandes del centro del país (La Mama Negra)

El tamaño de la ciudad la hace accesible en corto tiempo.

Espacios (plazas, plazoleta) para realización de actividades culturales

Existen grupos de profesionales en diversas ramas que se preocupan y están interesados en aportar para el desarrollo de la ciudad

Gastronomía, Plato típico (chugchucaras - hallullas) motivación para la llegada de turistas.

Puntos Débiles

Inexistencia de un producto turístico posicionado en el mercado.

Tráfico de la ciudad

Actividad de promoción turística de la ciudad centrada en los últimos años en Mama Negra no aporta con la debida importancia para los demás atractivos de la ciudad.

Desconocimiento de la ciudadanía de los recursos turísticos actuales disponibles en la ciudad, así como también de la relevancia de la ciudad en la época Colonial.

Baja autoestima de la ciudadanía en torno a la identidad turística provoca una desvalorización de todo lo referente con la ciudad (Recursos culturales, patrimoniales, históricos, etc.)

Mano de obra no capacitada, rotación constante del personal

Puntos fuertes desde la opinión de los expertos							
Puntos Fuertes	Actores locales – Expertos						
	Comisión de Cultura	Comisión de Centro Histórico	Dirección de Turismo	Experto Externo	Cámara de Turismo	Agencia de Viajes	Agencia de Viajes
	Atractivo de las Iglesias	Edificios Patrimoniales	Presente interés por parte de ciertos grupos parroquiales por el desarrollo del turismo	Fácil acceso al centro historio desde cualquier sitio de la ciudad de Latacunga.	Construcciones Coloniales.	Atractivos Turísticos Arquitectónicos	Ciudad pequeña con muchos atractivos
	Calles empedradas	Mantenimiento del trazado de la ciudad	Atractivos turísticos de interés (Reservas ecológicas)	Disponibilidad de iglesias ubicadas estratégicamente para la definición de una ruta.	Trazado de la ciudad		Iglesias en excelente estado
	Fiesta de la Mama Negra	Declaratoria de Patrimonio de la ciudad.	Conservación de artesanías que tienen un reconocimiento de autenticidad		Atractivo-Museos	Gastronomía	Relevancia de atractivos históricos y monumentos religiosos, únicos en su categoría.
	Propiedades que conservan su Arquitectura Colonial	Ordenanzas de regulación	Gastronomía llamativa a los turistas	Plazoletas para efectuar eventos culturales para dinamizar la actividad turística.	Gastronomía típica de la ciudad.	Historia	Una de las primeras ciudades en obtener la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nación
		Ley de Patrimonio	Conservación de manifestaciones culturales en las parroquias.		Cultura	Tranquilidad y Seguridad	Autoridades latacungueñas en las altas esferas del poder público
	Atractivo Parque Central "Vicente León"	Treinta manzanas de primer orden	Creación y gestión de instrumentos de planificación por parte de la Municipalidad.	Historias, leyendas e información de la ciudad y los atractivos turísticos de la ciudad.	Arquitectura Religiosa Iglesias	Amabilidad y cortesía de su gente	Cantidad de agencias de viajes, operadoras turísticas, empresas de hospedaje, alimentación y recreación
Casas con estilo neo Clásico dignas de mantener		Oferta profesional en el ámbito turístico dentro de la ciudad					

Puntos débiles desde la opinión de los expertos.

Actores locales – Expertos

	Comisión de Cultura	Comisión de Centro Histórico	Dirección de Turismo	Experto Externo	Cámara de Turismo	Agencia de Viajes	Agencia de Viajes
Puntos Débiles	Desorganización del territorio	No se ha desarrollado de manera adecuada los atractivos turísticos que posee	Deterioro de estructuras patrimoniales	Mínima cultura turística de la ciudad.	Poca existencia de construcciones coloniales	Cierre de las iglesias todo el día, no permite su visita	Declaratoria de patrimonio desconocida por la ciudadanía No se realizan planes de preservación, conservación y restauración de iglesias, monumentos y edificaciones.
	Centralización de Instituciones principal causante de problemas como el tráfico	No hay un plan turístico atractivo	Deterioro de casas patrimoniales y pérdida de las mismas	No se puede acceder a las iglesias, que son los principales atractivos turísticos del Centro Histórico.	Veredas pequeñas dificultan el tránsito peatonal.	Promoción centralizada en la fiesta de la mama negra	Existe una gran oferta de profesionales en el área turística que se han preparado durante varios años y han adquirido experiencia pero que lamentablemente no son considerados para cargos estratégicos, beneficiando a personas que no tienen ninguna preparación en esta rama y que a su vez no pueden conocer el manejo de la actividad como tal.
	Poca Iluminación para la visita de atractivos por la noche	Conventos y algunos otros atractivos cerrados	Organización del transporte	Atractivos turísticos permanecen cerrados, lo que no genera motivación por visitarlos.	Iglesias cerradas	Falta de un punto de información Turística	
	No hay incentivo para la conservación de edificaciones con valor Patrimonial.	La ciudadanía no adquiere una cultura ni una conciencia turística, la basura y los malos hábitos se reflejan en el ornato de la ciudad.	Las autoridades religiosas no mantienen convenios para que las edificaciones de esta índole puedan ser aperturas al público para su visita.	Pocas personas capacitadas para la prestación de servicios reflejan la calidad de los mismos.	Falta de Difusión de atractivos que posee el Centro Histórico	Capacitación a transportistas	

Puntos Fuertes		
	Fases de la encuesta	
	Ponderación / 14	Opinión de expertos
Poseer una de las festividades más grandes del centro del país (La Mama Negra)	12	
Gastronomía, Plato típico (chugchucaras - hallullas) motivación para llegada de turistas.	11	
El tamaño de la ciudad la hace accesible en corto tiempo.	9	
Espacios (Plazas, Plazoleta) para realización de actividades culturales	8	
Oferta de establecimientos de alojamiento variados.(alimentos y bebidas, y agencias de viaje)	6	
Existen grupos de profesionales en diversas ramas que se preocupan y están interesado en aportar para el desarrollo de la ciudad	5	
Centro Histórico considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, delimitado como Área de Primer orden.	4	
Oferta conglomerada de Atractivos Turísticos		X
Calles empedradas		X
Mantenimiento del trazado de la ciudad		X
Ordenanzas de regulación		X
Ley de Patrimonio		X
Fácil acceso al centro historio desde cualquier sitio de la ciudad de Latacunga.		X
Disponibilidad de iglesias ubicadas estratégicamente para la definición de una ruta.		X
Plazoletas para efectuar eventos culturales para dinamizar la actividad turística.		X
Tranquilidad y Seguridad		X
Amabilidad y cortesía de su gente		X
Relevantes atractivos turísticos, únicos de su categoría en el País.		X

Puntos Débiles

	Fases de la encuesta	
	Ponderación /	Opinión de expertos
Mano de obra no capacitada, rotación constantemente de personal	14	
Desconocimiento de la ciudadanía de los recursos turísticos actuales disponibles en la ciudad así como también de la relevancia de la ciudad en la época Colonial.	10	
Inexistencia de producto turístico posicionado en el mercado.	9	
Trafico de la ciudad	8	
Baja autoestima turístico de la ciudadanía que provoca una desvalorización de todo lo referente con la ciudad (Recursos culturales, patrimoniales, históricos, etc.)	8	
Actividad de promoción turística de la ciudad centrada en los últimos años en Mama negra disminuye los demás atractivos de la ciudad.	7	
Inexistencia de un plan turístico		X
Mal mantenimiento de Atractivos Turísticos		X
Veredas pequeñas		X

Oportunidades

Las políticas Nacionales impulsan el desarrollo del turismo a través de programas de promoción de proyectos como la ruta del tren y avenida de los volcanes que atraviesa la ciudad de Latacunga, generando así un flujo de turistas, el mismo que puede ser captado para la dinamización del Centro Histórico de la Ciudad.

El proceso de recuperación de espacios patrimoniales en la ciudad permite la actuación de iniciativa privada que mejore la oferta turística de estas Zonas.

El aprovechamiento de los atractivos culturales del Centro Histórico, su cercanía, ubicación, pueden ser aprovechados en el emprendimiento de un circuito turístico en el centro histórico.

La generación de una propuesta de cambio para el ordenamiento territorial basado en uso de suelo dirigida al espacio peatonal de plazas y plazoletas que permita la utilización de las mismas con el fin de dinamizar el sector desde el ámbito del turismo.

La generación de una ordenanza que aporte para el beneficio de las iglesias así como también para el desarrollo turismo, ordenanza que permita el uso de las iglesias con fines turísticos.

Las agencias de viajes dispuestas a impulsar el desarrollo del Centro Histórico a través de la intermediación para la venta de un circuito turístico.

Riesgos

Cambio de motivación de los visitantes especialmente extranjeros.

Marco legal y tributario, que no incentiva la inversión dirigida al salvamento de edificaciones antiguas o coloniales

No pernoctación de turistas debido: a la cercanía de atractivos con mayor potencial, la falta de actividades y facilidades que no permiten el desarrollado turístico del sector.

Uso inadecuado de los espacios públicos para estacionamiento.

Los Centro Históricos son propensos a convertirse en focos de problemas sociales como delincuencia, alcoholismo, drogadicción, etc.

La pérdida de categoría declaración de ciudad Patrimonial

CAPÍTULO IV

PROPUESTA CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL

Definición de Aspectos Generales del Circuito

Nombre: Paseo del Mashca

Localización: Centro Histórico del Cantón Latacunga.

Se presenta un circuito que pueda subdividirse según la edad de los turistas y también del tiempo que dispongan.

La unión de atractivos culturales con los servicios turísticos del sector forman un producto real turístico dentro de la ciudad

El diseño del recorrido contiene tres líneas principales de acción:

Línea 1.

El valor Histórico.

Línea 2.

El valor Cultural.

Línea 3.

La Mama Negra.

Atractivos Seleccionados

Subtipo	Nombre del atractivo
Arquitectura Civil	Casa de los Marqueses de Miraflores.
	Colegio Vicente León.
	Edificio Gobernación de Latacunga.
	Gastronomía de Latacunga.
	Hospital Hermanas Páez.
	Palacio Municipal.
Arquitectura Religiosa	Iglesia de La Merced.
	Iglesia de San Agustín.
	Iglesia de San Francisco.
	Iglesia de Santo Domingo.
	Iglesia La Catedral.
Arquitectura Militar	Casa de Artes y Oficios.
Manifestaciones Religiosas, Tradicionales y Creencias Populares	Fiesta Mama Negra
Colinas	Mirador el Calvario
Obras técnicas	Parque la Filantropía.
	Parque Vicente León.

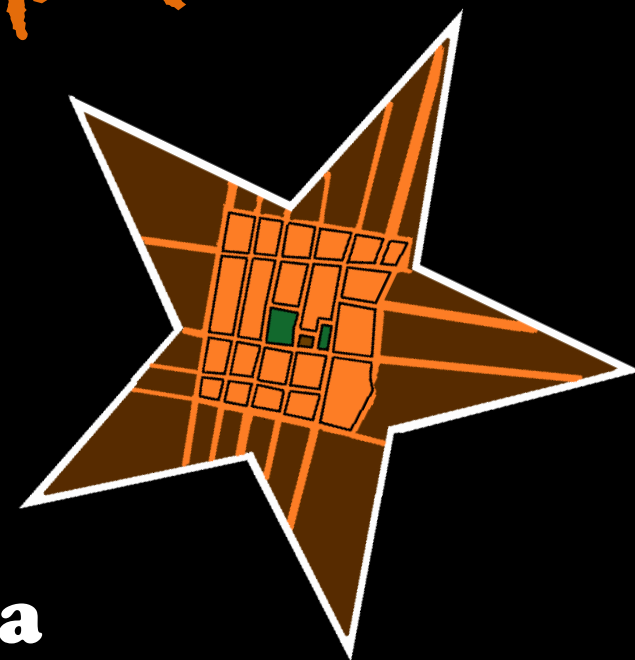
El costo del tour de 17.13 dólares americanos se encuentra dentro del rango aceptado por los turistas.

El tiempo con el que cuentan los turistas para realizar el circuito turístico es de 1 a 3 horas, el circuito Paseo del Mascha tiene una duración de 3 Horas con 30 minutos, se encuentra dentro del rango aceptable para los turistas.



LATACUNGA

Centro Histórico



Circuito Paseo del Mashca



Iglesia



Arquitectura Colonial



Gastronomía Allullas



Artesanías



Edificios Gubernamentales



Mirador



Parque



Aeropuerto



Terminal Terrestre



Estación de Ferrocarril



Atractivo/Servicio

- 1 Iglesia De San Agustín.
- 2 Hospital Hermanas Páez.
- 3 Parque la Filantropía.
- 4 Colegio Vicente León.
- 5 Gastronomía Allulla.
- 6 Parque Vicente León.
- 7 Palacio Municipal.
- 8 Iglesia De San Francisco.
- 9 Artesanías
- 10 Iglesia De Santo Domingo.
- 11 Casa de los Marqueses de Miraflores y Colegio de las Madres Betlehemitas
- 12 Iglesia de La Merced.
- 13 Mirador el Calvario
- 14 Casa de Artes y Oficios (Universidad de las fuerzas Armadas ESPE)
- 15 Iglesia La Catedral
- 16 Edificio Gobernación de Latacunga

Distancia al siguiente atractivo/servicio metros

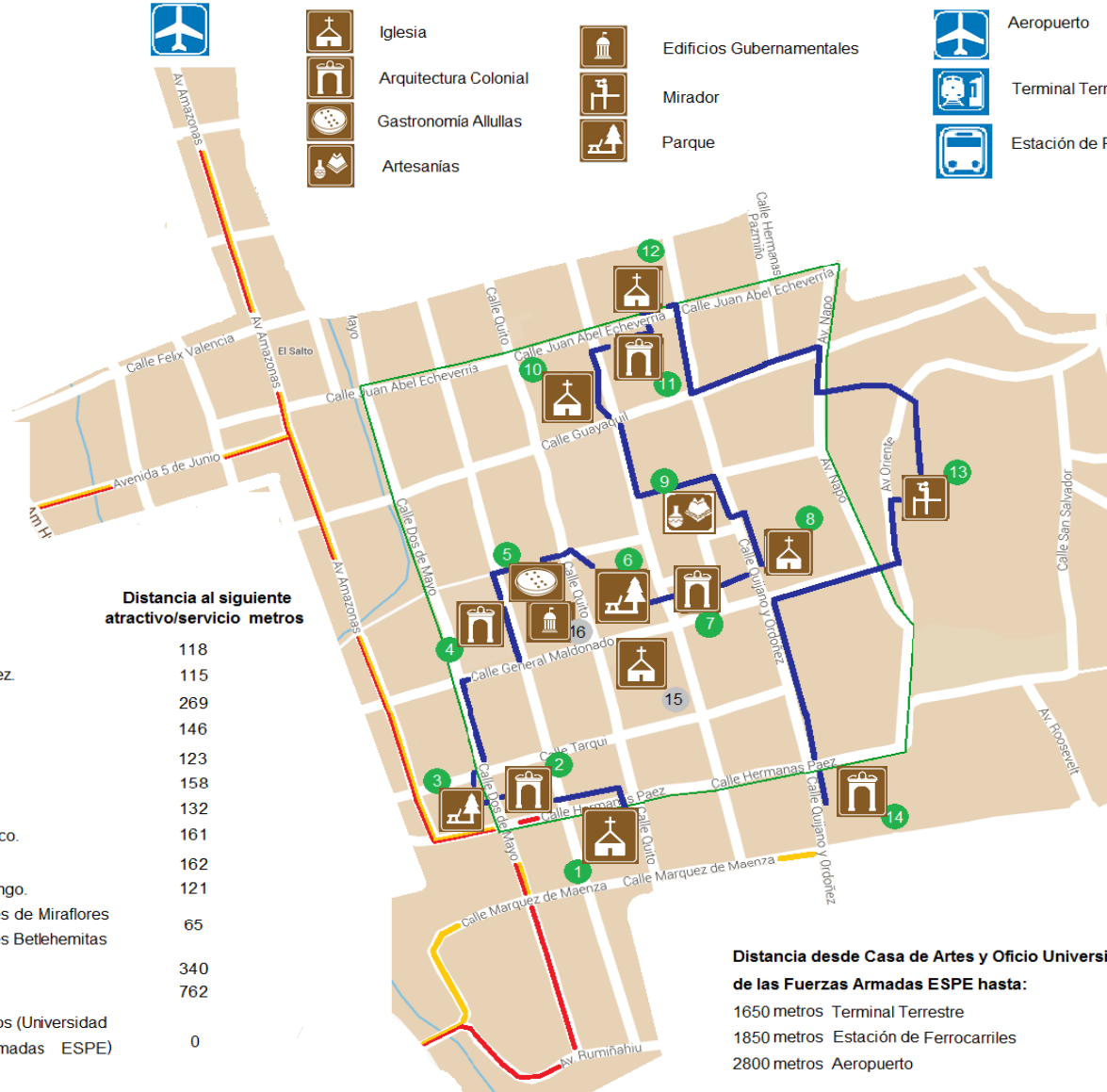
- 118
- 115
- 269
- 146
- 123
- 158
- 132
- 161
- 162
- 121
- 65
- 340
- 762
- 0

Distancia desde Casa de Artes y Oficio Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE hasta:
 1650 metros Terminal Terrestre
 1850 metros Estación de Ferrocarriles
 2800 metros Aeropuerto

Circuito

Vías de entrada y salida

Zona de primer Orden



CAPITULO V

GESTIÓN DE MARKETING

Misión

“Ofrecer el Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca a través del recorrido de atractivos del Centro Histórico”.

Visión

“En el 2019 el circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca es un producto turístico sostenible y competitivo en el centro del país debido a la visita de Turistas nacionales y extranjeros”

Objetivo

Diseñar estrategias utilizando herramientas de marketing, para la promoción, difusión y captación del producto Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca en el Centro Histórico del Cantón Latacunga.

Análisis de la Gestión de Recursos Turísticos Presentes En El Circuito

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">✓ Producto Nuevo.✓ Aceptación por parte de las Agencias de viajes para vender el Circuito.	<ul style="list-style-type: none">✓ Gran nicho de mercado interesado en adquirir un circuito Histórico Cultural.✓ Demanda extranjera que puede ser captada por medios electrónicos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">✓ Accesibilidad reducida a los ingreso de atractivos.✓ Tráfico vehicular y peatonal.	<ul style="list-style-type: none">✓ La disposición de tiempo por parte de los turistas.✓ El circuito óptimo se puede generar los días de lunes a viernes en horario de 10H00 a 16H00.

CONCLUSIONES.

- La delimitación de conceptos permitió crear una base sólida de criterios que ayudaron a la ejecución de la evaluación del potencial turístico del Centro Histórico.
- En la etapa de análisis se obtuvieron resultados importantes sobre la Zona de Primer Orden.
 - Se ofertan 17 atractivos turísticos culturales, la gastronomía la Chugchucara y su principal manifestación religiosa en la Mama Negra.
 - Se ofertan establecimientos: 9 de alojamiento, 18 de alimentación y bebida y 8 agencias de viajes.
 - La demanda determinada es de 72879 visitantes para el 2015.
 - El perfil del turista determinó la aceptación de la creación de un circuito Histórico Cultural, con duración estimado de una a tres horas y el valor del mismo de 1 a 15 dólares.

- El diagnóstico nos permitió conocer los puntos fuertes y débiles de la zona, gracias a la argumentación del análisis de la situación actual, complementando esto con el aporte de calificación y criterio de los expertos, aquí también fueron delimitados las oportunidades y los riesgos que podría tener la zona de primer orden.
- La creación de un producto turístico, la unión de atractivos con facilidades en el Centro Histórico, dio como resultado en un circuito Histórico Cultural, el cual por si solo genera dinamismo en la zona, involucra la visita de atractivos turísticos Culturales de la zona de primer orden y la degustación de la gastronomía de la ciudad, el circuito tiene un tiempo estimado de 3 Horas 30 minutos a un valor de 17.13 dólares americanos.
- El plan de gestión del Circuito Histórico Cultural a través de 5 actividades, 5 estrategias y 10 procesos de implementación, genera en los atractivos un modelo de manejo sostenible, comprometiendo directamente a las entidades encargadas de cada uno de ellos, a los habitantes y a los turistas que llegan a la ciudad, a mantener de los atractivos turísticos en estado de conservación óptima

- Ecuador atrae al nicho de turistas internacionales que se preocupan por gastar más por la experiencia que por el confort, una de las políticas para fortalecer el turismo nacional es impulsar el turismo social. Otra de las características que se persiguen es la diferenciación del valor agregado en los productos turísticos, involucrando a prestadores a aplicar un mayor esfuerzo para un bien común, que es el desarrollo turístico del País.
- El levantamiento de fichas de los establecimientos y atractivos aportó con datos para conocer su estado actual, también ayudaron de manera esencial en el proceso de investigación, ya que con estas se pudo determinar la información requerida tanto para la evaluación del Potencial Turístico como para la elaboración del circuito Histórico Cultural

RECOMENDACIONES.

- Es importante que las autoridades encargadas (Comisión de Centro Histórico, Comisión de Cultura Histórico, Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga y Cámara de Turismo de Cotopaxi) siendo actores responsables revisen el proyecto “Evaluación del Potencial Turístico del Centro Histórico, para Establecer un Circuito Histórico-Cultural como eje de Dinamización Turística de la Ciudad de Latacunga” ya que la puesta en marcha del mismo beneficiara al desarrollo de la Ciudad de Latacunga.
- Es necesario realizar un proceso de vinculación que permita a la carrera de Ingeniería en Administración Turista y Hotelera y agencias de viajes desarrollar el proyecto Centro Histórico paseo del Mashca con estudiantes como guías turísticos para el Circuito.
- Ya que en el levantamiento de las fichas de establecimientos turísticos los responsable de cada una de las agencias de viajes acogió la idea de promocionar un circuito Histórico Cultural en su establecimiento se debe aprovechar este recurso para difundir el circuito Paseo del Mascha en la Ciudad de Latacunga.

- Se recomienda la utilización de la metodología seguida ya que la misma sirvió para cumplir las expectativas requeridas para la evaluación del potencial turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, debiendo aclarar que en la etapa del diagnóstico desde el punto de vista de los expertos, fue necesario realizar una encuesta, la misma que proporcionó un efectivo aporte a la investigación, contribución que se vio reflejada en la obtención de datos precisos en cuanto a puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades y riesgos de la zona de primer orden.
- Conformación de la Mesa de Turismo Cantonal, esta deberá tener articulación con varias entidades capaces de impulsar cambios que requiera la ciudad, podrá desarrollar proyectos, tomar decisiones como el aporte para la puesta en marcha del circuito Paseo del Mashca. La inexistencia de la misma generó incomodidad en la etapa de diagnóstico, ya que de existir se pudo haber realizado un diagnóstico participativo como metodología.
- El ente coordinador del Patrimonio Cultural Nacional ha realizado estudios sobre el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, por lo tanto se recomienda realizar la difusión de dicha investigación para que se pueda potencializar los atractivos de la ciudad mediante la ejecución de proyectos como la Evaluación del Potencial Turístico del Centro Histórico, y además sirva para el engrandecimiento sostenible de la ciudad desde la perspectiva cultural.