



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

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

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.**

AUTOR: SILVA VITERI, XAVIER ALEJANDRO

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

DIRECTORA: ING. PULLOQUINGA, MARICELA

CODIRECTORA: ING. PARREÑO, VERÓNICA

LATACUNGA, DICIEMBRE 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
CERTIFICADO

ING. PULLOQUINGA, MARICELA (DIRECTORA)

ING. PARREÑO, VERÓNICA (CODIRECTORA)

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CENTRO HISTÓRICO, PARA ESTABLECER UN CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL COMO EJE DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI** realizado por **XAVIER ALEJANDRO SILVA VITERI**, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a la calidad del contenido y su aporte a la teoría y práctica de la actividad turística, debido a que el trabajo de investigación ha permitido profundizar los conocimientos teóricos y prácticos, además de su contenido tiene relevancia en el desarrollo de futuros proyectos, y por tanto se considera que dicha investigación sea una guía investigativa, tomada como fuente bibliográfica, se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Xavier Alejandro Silva Viteri que lo entregue a Ing., Geovanny Acosta, en su calidad de Director de la Carrera.

Latacunga, Diciembre 2014

ING. PULLOQUINGA, MARICELA
DIRECTORA

ING. PARREÑO, VERÓNICA
CODIRECTORA

**UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

SILVA VITERI XAVIER ALEJANDRO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CENTRO HISTÓRICO, PARA ESTABLECER UN CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL COMO EJE DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Latacunga, Diciembre 2014

SILVA VITERI XAVIER ALEJANDRO

C.C.: 0502143332

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **XAVIER ALEJANDRO SILVA VITERI**

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CENTRO HISTÓRICO, PARA ESTABLECER UN CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL COMO EJE DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

Latacunga, Diciembre 2014

SILVA VITERI XAVIER ALEJANDRO

C.C.: 0502143332

DEDICATORIA

Mi título profesional y todo el proceso que éste conllevo es una meta cumplida, mi proyecto de tesis quiero dedicar a una persona muy especial, a esa gran mujer, MI MADRE, que me ha enseñado a ser un luchador, a levantarme por mas caídas que tenga y seguir en el camino, se lo dedico por su apoyo incondicional, además quiero aprovechar ésta oportunidad para decir que admiro su fortaleza por seguir adelante, sin importarle los obstáculos que en su vida ha tenido y a pesar de eso me ha formado como un hombre de bien.

AGRADECIMIENTO

Por la colaboración recibida para la consecución del presente proyecto agradezco:

Primero a Dios por darme la vida, y las bendiciones para cumplir con la aspirada propuesta.

Dar unas infinitas gracias a mi Madre por todo el tiempo y esfuerzo que me ha dedicado.

A mi directora de tesis por ser un pilar fundamental, con sus consejos que me han ayudado a seguir adelante.

A mi codirectora por la paciencia, ayuda y aporte de sus conocimientos.

A mi primo Jhimmy Silva y su Familia.

A mis tíos y primos, en especial a Jorge Silva (+), Padre Edmundo Viteri, Rosana Viteri y Diego Acosta.

A Marco Karolys Baca por el sabio aporte con el conocimiento de la Ciudad.

A todos mis amigos, en especial a Pamela G., Andrea V., y Alexis Z.

A todos quienes han sido mis profesores, y

Por último pero no por eso menos importante agradecer a la ciudad de Latacunga que me vio nacer, me está viendo crecer y me permitió realizar este proyecto que servirá de aporte para su engrandecimiento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	ii
CERTIFICADO	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
RESUMEN	xviii
SUMARY.....	xviii
ANTECEDENTES	xx
INTRODUCCIÓN	xx
JUSTIFICACIÓN	xxi
OBJETIVOS.....	xxii
OBJETIVO GENERAL	xxii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxii
HIPÓTESIS	xxii
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	xxii
VARIABLE INDEPENDIENTE	xxii
VARIABLE DEPENDIENTE.....	xxii
ANTECEDENTES	xxiii
CAPÍTULO I.....	.1

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1. Sistema Turístico	1
1.1.1. Demanda.....	1
1.1.2. Oferta.....	2
1.1.3. Competencia Turística.....	3
1.1.4. Tendencias Turísticas	3
1.1.5. Planificación Del Espacio Turístico	3
a) Espacio Turístico	3
b) Componentes Del Espacio Turístico	4
1.1.6. Operadores Turísticos.....	8
1.2. Potencial Turístico.....	9
1.2.1. Conceptualización	9
1.2.2. Metodología.....	9
1.3. Dinamización Turística	10
1.4. Marco legal.....	11
1.4.1. Proceso para Declarar como Patrimonio Cultural de la Nación, al Centro Histórico de Latacunga	11
a) Comunicado Oficial como Parte del Proceso para Llegar a su Consecución	11
b) Resolución de la Dirección del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.....	15
1.4.2. Histórico Cultural	17
1.4.3. Patrimonio Cultural	18
1.4.4. Análisis Plandetur 2020 - Dinamización Turística del Ecuador	19
1.5. Latacunga	21
1.5.1. Reseña Histórica	21

1.5.2.	Extensión	22
1.5.3.	Ubicación y Límites	22
1.5.4.	Clima	23
1.5.5.	Parroquias Urbanas.....	23
1.5.6.	Aspecto social.....	23
1.5.7.	Aspecto Económico.....	25
1.5.8.	Aspecto Turístico.....	25
1.5.9.	Centro Histórico	26
1.5.10.	Edificaciones Patrimoniales	26
CAPÍTULO II.		28
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA.....		28
2.1.	Análisis de la Oferta	28
2.1.1.	Atractivos Turísticos	28
2.1.2.	Planta Turística.....	31
a)	Alojamiento	32
b)	Comidas Y Bebidas.....	34
c)	Recreación	35
d)	Transporte Turístico.	35
e)	Otros	36
2.1.3.	Presentación de Resultados Zona de Primer Orden	36
a)	Alojamiento	37
b)	Comidas y Bebidas	49
c)	Agencias de Viajes.	59
2.1.4.	Infraestructura.....	69
a)	Infraestructuras y Servicios Disponibles	69

2.1.5.	Superestructura	70
a)	Organizaciones Turísticas Locales	70
b)	Comercialización Turística.....	74
2.2.	Análisis de la demanda.....	74
2.2.1.	Demanda Receptora.....	74
a)	Demanda Histórica	74
b)	Demanda Futura	75
2.2.2.	Demanda Interna	77
A)	Demanda Histórica	77
B)	Demanda Futura	78
2.2.3.	Demanda Potencial.....	80
2.2.4.	Perfil del Turista.....	81
A)	Análisis Cuantitativo	83
B)	Análisis Cualitativo	84
2.3.	Análisis de la Competencia	91
2.3.1.	Estrategia Inspirarse en la Competencia.....	95
2.4.	Análisis Tendencias.....	96
2.4.1	Métodos Análisis de Tendencias	96
CAPÍTULO III.....		101
DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL		100
3.1.	Diagnóstico De Los Puntos Fuertes Y Débiles	100
3.1.1.	Diagnóstico Según El Punto De Vista De Los Expertos.....	101
3.2.	Diagnóstico de las oportunidades y los riesgos.....	112
CAPÍTULO IV		114
PROPUESTA CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL.....		114

4.1.	Definición de Aspectos Generales del Circuito.....	114
4.2.	Identificación De Recursos Turísticos Históricos-Culturales	115
4.2.1.	Selección de Atractivos a Utilizar	115
4.3.	Definición del Recorrido	117
4.3.1.	Diseño del Circuito.....	118
4.4.	Recopilación de Información y Reconocimiento del Circuito	118
4.4.1.	Fichas de los Atractivos.....	118
4.4.2.	Planteamiento de Guion	119
4.4.3.	Costeo del Circuito	143
4.5.	Prueba del Circuito Propuesto.	144
4.5.1.	Medición de Tiempos	144
4.5.2.	Evaluación de Facilitación Turística	148
CAPÍTULO V.....		150
GESTIÓN DE MARKETING		150
5.1.	Plan de Gestión del Circuito.....	150
5.1.1.	Misión.....	150
5.1.2.	Visión	150
5.1.3.	Objetivo	151
5.1.4.	Política de Calidad.....	151
5.1.5.	Análisis de la Gestión de Recursos Turísticos Presentes en el Circuito	151
5.1.6.	Contribución del Plan en los Atractivos Turísticos.	154
CONCLUSIONES.....		155
RECOMENDACIONES.....		158
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		160

ANEXOS.....161

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1	Actividades Productivas de Cotopaxi.....	25
TTTabla 2.1.	Lista de atractivos turísticos categoría manifestación cultural.....	28
Tabla 2.2.	Listado de establecimientos de alojamiento en Latacunga.....	32
Tabla 2.3.	Listado de establecimientos de comidas y bebidas en latacunga.	34
Tabla 2.4.	Lista de establecimientos de recreación en Latacunga.....	35
Tabla 2.5.	Lista de establecimientos de transporte turístico en Latacunga.	35
Tabla 2.6.	Lista de establecimientos de agencias de viajes en Latacunga.....	36
Tabla 2.7	Categoría de establecimientos de alojamiento zona de primer orden.	37
Tabla 2.8	Datos generales de establecimientos de alojamiento zona de primer orden	39
Tabla 2.9.	Disponibilidad en establecimientos de alojamiento zona de primer orden.	40
Tabla 2.9.1.	Disponibilidad de plazas en establecimientos de alojamiento zona de primer orden.....	41
Tabla 2.9.2.	Total de habitaciones y plazas en establecimientos de alojamiento zona de primer orden	41
Tabla 2.10.	Servicios que ofertan establecimientos de alojamiento zona de primer orden	42
Tabla 2.11.	Descripción del turista que pernocta en establecimientos de alojamiento zona de primer orden.	43
Tabla 2.12.	Estacionalidad que marca la temporada en establecimientos de alojamiento zona de primer orden	44
Tabla 2.13.	Porcentaje de ocupación de turistas que pernocta en establecimientos de alojamiento zona de primer orden.....	45

Tabla 2.14.	Talento humano que trabaja en establecimientos de alojamiento zona de primer orden	47
Tabla 2.15.	Categoría de establecimientos de comidas y bebidas en la zona de primer orden	49
Tabla 2.16.	Disponibilidad en establecimientos de comidas y bebidas en la zona de primer orden	51
Tabla 2.17.	Datos generales de establecimientos de comidas y bebidas en la zona de primer orden.	52
Tabla 2.18.	Servicios que ofertan los establecimientos de comidas y bebidas en la zona de primer orden.	53
Tabla 2.19.	Descripción del turista y estacionalidad para establecimientos de comidas y bebidas en la zona de primer orden.....	54
Tabla 2.20.	Porcentaje de ocupación establecimientos de comidas y bebidas zona de primer orden	55
Tabla 2.21.	Talento humano que trabaja en establecimientos de comidas y bebidas en la zona de primer orden	57
Tabla 2.22.	Categoría de agencias de viajes zona de primer orden.....	59
Tabla 2.23.	Datos generales de agencias de viajes zona de primer orden.....	59
Tabla 2.24.	Parqueadero horario de atención en agencias de viajes zona de primer orden	60
Tabla 2.25.	Servicios agencias de viajes operadoras zona de primer orden.....	61
Tabla 2.26.	Porcentaje de ocupación de agencias de viajes zona de primer orden.	62
Tabla 2.27.	Estacionalidad que marca la temporada en establecimientos de agencias de viajes zona de primer orden	63
Tabla 2.28.	Paquetes ofertados de agencias de viajes zona de primer orden	64
Tabla 2.29.	Talento humano de agencias de viajes zona de primer orden.	65
Tabla 2.30.	Convalidación de la oferta turística en la zona de primer orden	67

Tabla 2.31.	Prestadores de servicios no registrados en el ministerio de turismo.....	68
Tabla 2.32.	Servicios básicos Latacunga.....	69
Tabla 2.33.	Comercios y servicios.....	70
Tabla 2.36	Proyección de la demanda futura de turistas extranjeros	77
Tabla 2.39	Proyección futura de la demanda de turistas nacionales	80
Tabla 2.40.	Demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros	80
Tabla 2.41.	Porcentaje de turistas en la provincia de cotopaxi año 2012 / motivación cultura.	81
Tabla 2.42.	Tamaño de muestra para nacionales y extranjeros.	82
Tabla 3.1.	Puntos fuertes y débiles del centro histórico de la ciudad de Latacunga.	101
Tabla 3.2.	Ponderación de puntos fuertes.....	104
Tabla 3.3.	Ponderación de puntos débiles.	106
Tabla 3.4.	Puntos fuertes opinión de expertos.....	108
Tabla 3.5.	Puntos débiles opinión de expertos.	110
Tabla 3.6.	Resumen de ponderación de puntos fuertes.	111
Tabla 3.7.	Resumen de ponderación de puntos débiles.	112
Tabla 3.8.	Oportunidades.....	113
Tabla 3.9.	Riesgos.	113
Tabla 4.1.	Ponderación de resultados de la pregunta cuáles de estos lugares le interesaría visitar dentro de un Centro Histórico.....	116
Tabla 4.2.	Atractivos seleccionados.	116
Tabla 4.3.	Disponibilidad de gasto.	144
Tabla 4.4.	Descripción del costeo.....	144
Tabla 4.5.	Disponibilidad de tiempo.	145

Tabla 4.6.	Descripción (tiempo y distancia).....	146
Tabla 4.7.	Descripción de división del circuito.	147
Tabla 4.8.	Facilitación turística.	148
Tabla 5.1.	Análisis f.o.d.a.	151

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Diagrama del circuito histórico cultural paseo del mashca.....	118
---	-----

RESUMEN

El presente trabajo se divide en preliminares y cinco capítulos, en los mismos se realiza el estudio del marco teórico, el análisis de la situación turística, el diagnóstico del potencial turístico local, la propuesta de un circuito histórico cultural, y la gestión de marketing del circuito. El primer capítulo contiene la fundamentación teórica, términos y conceptos que se requieren para proceder con la evaluación del potencial turístico, y con la elaboración del circuito turístico, a continuación se citan algunos temas de los conceptos que ahí se encuentran: dinamización turística, potencial turístico, patrimonio cultural, centro histórico, histórico cultural, entre otros. En el segundo capítulo se encuentra un análisis completo de la zona de primer orden del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, basado en: oferta distribuido entre atractivos, servicios, infraestructura y superestructura; demanda; competencia y tendencias. El tercer capítulo trata sobre los puntos fuertes y débiles, para esto la metodología señala que deben ser analizados desde el criterio de los expertos, las oportunidades y riesgos que tiene la zona de estudio, el siguiente capítulo se realiza la definición de aspectos generales del circuito, la identificación de recursos turísticos culturales, la selección de los atractivos a utilizar, se define el recorrido, se diseña el circuito, se recopila la información para el planteamiento de guiones, se realiza la prueba del circuito propuesto a través de la medición de tiempos y evaluación de facilitación turística. Y en el último capítulo se elabora el plan de gestión para el circuito, el mismo que contiene misión, visión, objetivos, política de calidad, análisis de la gestión de recursos turísticos, se presenta un análisis F.O.D.A. y una matriz estratégica para el plan del circuito histórico cultural.

PALABRAS CLAVE:

- **LATACUNGA – CIRCUITO TURÍSTICO.**
- **LATACUNGA - POTENCIAL TURÍSTICO.**
- **LATACUNGA - CENTRO HISTÓRICO.**
- **LATACUNGA – RECURSO TURÍSTICO CULTURAL.**
- **LATACUNGA - GUION TURÍSTICO.**

SUMARY

The present job is divide in preliminary and five chapters, in this touch theoretical topics, the analysis of the tourist situation, the diagnostic of local potential tourism, the preposition of a culture historic circle, and the conduct of circle marketing. First chapter theoretical fundamentation is, terms and conceptions that request to proceeded with the evaluation of tourism potential, and with the elaboration of tourist circle, to continue we touch some subjects of the conceptions that we encounter: Touristic dynamics, tourist potential, culture patrimony, historic center, historic culture and any others. Second chapter, we encounter a complete analysis of the first zone of historic center order of Latacunga city, base on: Offer, divide between attractives, services, underframe and super underframe; demand; competitions and tendency. Third chapter Treat some strong and weak topics, for this the methodologist namely that this have analyze from the criterion of the experts, the opportunities and risk that the study zone has. Next chapter touching the definition of generals aspects of the circle, the identification of cultures touristic recourse, the selection of the attractives to used, predefines the trip, designee the circle, keeping the information for the guide elaboration, test time of the circle exposed and the touristic evaluation. And the last chapter to cover the elaboration of the conducts for the circle, this has mission, vision and objectives, the quality political, analyze of the touristic recourse step, present an analyze F.O.D.A and a matrix strategy for the plan of the cultural historic circle.

KEYWORDS:

- **LATACUNGA - TOURIST CIRCLE.**
- **LATACUNGA - TOURIST POTENTIAL.**
- **LATACUNGA - HISTORICAL CENTER.**
- **LATACUNGA - CULTURAL TOURISM RESOURCE.**
- **LATACUNGA – GUIDE.**

ANTECEDENTES

INTRODUCCIÓN

Por el momento el manejo del Centro Histórico no cuenta con una línea base que determine los ejes en los cuales pueda ser desarrollado el turismo, por lo que es necesaria la determinación de la misma para generar dinamismo en el sector.

Los recursos del centro Histórico no presentan una oferta compacta asociada, estos se comercializan de una forma individual, lo que no permite dar a conocer el valor real de su potencial en conjunto, no se puede pasar por alto que sí existen esfuerzos por reconocer el potencial de lugares específicos como Santo Domingo, Casa de los Marqueses, que son iconos de nuestra ciudad, pero al no conjugarlos como un todo dentro de un centro histórico desconoce su potencial.

La falta de preocupación por parte de los actores del sector ha creado un vacío en este tema, que provoca el desconocimiento de sus atractivos que deben ser dirigidos y enfocados en líneas de aprovechamiento adecuadas para que puedan ser desarrollados de forma adecuada, de esta manera mejorara la oferta por ende aumentara el flujo de turistas.

Entre los documentos de información turística, la ciudad de Latacunga no ha sido evaluada, por lo tanto solo se conoce el valor de su potencial de una forma empírica y por observación, por lo que en la presente investigación se demostrará de una manera técnica el valor del potencial turístico que posee su Centro Histórico.

Al no existir la evaluación del potencial turístico del Centro Histórico es claro que no se emprende con un proceso para dinamizar una zona turística en la ciudad de Latacunga, el mismo proceso diseña una línea base de desarrollo que sirva como la principal guía para proponer un eje de dinamización turística.

A lo anterior se adhiere una propuesta funcional de un circuito turístico que pueda ser ofertado a los turistas que optan por visitar la ciudad de Latacunga.

JUSTIFICACIÓN

Para la ciudad de Latacunga que posee uno de los centros históricos patrimoniales del Ecuador, es de gran importancia contar con una propuesta que demuestre el verdadero valor de su potencial turístico, puesto que en la actualidad no existe un respaldo donde se pueda encontrar datos relevantes sobre el estado turístico de la ciudad.

Así como también no existe una propuesta funcional de un circuito turístico Histórico-Cultural que pueda ser ofertado a los turistas que optan por visitar la ciudad de Latacunga.

Los beneficiarios de la presente investigación serán: los habitantes de la ciudad de Latacunga ya que ellos conocerán el potencial turístico que su centro histórico posee. Las empresas tanto públicas como privadas serán participes también del beneficio de la evaluación del potencial, y basándose en el estudio del área podrán diseñar la prestación de servicios turísticos y hoteleros.

Los turistas y visitantes también serán beneficiarios debido a que se dará a conocer de manera adecuada la información sobre el Centro Histórico además para la presentación de la propuesta del circuito se generara un mapa en el cual se encuentre una descripción del mismo que sea fácil de interpretar.

Adicionalmente podemos acotar que los pobladores del Centro Histórico se beneficiaran con la evaluación debido a que se pretende con la misma dar a conocer su valor Histórico, por lo cual los actores responsables como Ministerio de Cultura, Ministerio de Patrimonio deberán dar mayor impulso para la conservación de edificaciones que se consideren patrimoniales.

OBJETIVOS

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, Provincia de Cotopaxi.

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 e inclusión social 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

Las variables a ser utilizadas serán:

Variable Independiente

- La evaluación del potencial turístico del Centro Histórico.

Variable Dependiente

- Diseño de un circuito histórico-cultural.

ANTECEDENTES

El presente proyecto pretende evaluar el potencial turístico del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, por lo que se procedió a analizar tesis que permitan guiar de mejor manera dicho proyecto; es así que se procede a revisar la tesis titulada: Análisis situacional del potencial turístico del cantón Caluma y propuesta de desarrollo local, cuyo objetivo es realizar un análisis situacional del potencial turístico del cantón Caluma, que fue realizado por el autor, (Erazo Zambrano, 2012), de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, el autor de la tesis, quien cita para la realización del documento a: Grajales G., T. y Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P.; la metodología a aplicarse consta de tres tipos de investigación: la investigación documental, guiada en escritos, tales como constituciones, planes municipales y otras publicaciones, que la propone Grajales G.; La investigación de campo; y la investigación que hace referencia a la necesidad de búsqueda de aquellas características y perfiles de los sujetos o grupos de actores directos que intervendrían en la propuesta. Para esta investigación se utilizó una muestra de 81 personas, 15 negocios, al Alcalde y al Profesional encargada de turismo, como resultado, se puede concluir que los actores involucrados están conscientes que Caluma tiene gran potencial turístico, que se deben tomar en cuenta otros ámbitos como la necesidad de contar con mayor información, y por último se indica que es preciso y prioritario volver los ojos hacia el turismo, fundamentalmente al turismo comunitario y al ecoturismo, rubros muy poco desarrollados, porque Caluma cuenta con lo más importante y preciado: la materia prima, y el don (calidad humana). Al conseguir que las autoridades den el impulso que esta actividad requiere, haciendo hincapié en que la primera fase debería consistir en difusión por medios que están al alcance de miles de potenciales turistas, se logrará conseguir una gran satisfacción para sus habitantes, por mejorar sus ingresos, insistiendo en que se debe desarrollarlo turísticamente.

De la misma manera ahora se revisara la tesis cuyo objetivo es diseñar un circuito turístico que integre las iglesias que concentran la mayor cantidad de feligreses en los cantones de la zona centro-sur de Manabí, realizada por los autores: (Cumbicus Montesdeoca & Ferrín Ortiz, 2013), de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria

de Manabí, para la investigación fue necesario guiarse en la metodología de Abel Canga, José Fernando en la que se siguen los siguientes pasos: selección o cribado de las ideas, desarrollo y test del concepto de producto, diseño de la estrategia marketing, desarrollo del mercado de producto, lanzamiento y comercialización del producto, para la ejecución de su tesis utilizaron un tamaño de muestra de 384 encuestas, obteniendo como resultado de la encuesta se pudo observar que la población de estudio distribuye el gasto del viaje de manera que un 35% corresponde a transporte, mientras que 33% alimentación, 22% alojamiento, 6% corresponde artesanías y el 4% a otros gastos, lo que indica que la mayoría de los turistas distribuyen la mayor parte del gasto a transporte, alimentación y alojamiento. Y con esto se concluyó que la propuesta de un diseño metodológico satisface los requerimientos de la demanda turística, siendo el concepto de la propuesta elaborar un producto turístico basado en un circuito turístico religioso, el nombre de este es Tierra Santa Manabita, el recorrido cuenta con visitas a sitios culturales, históricos y religiosos, además el turista podrá probar la gastronomía manabita y conocer las artesanías que se elaboran en la zona, teniendo en cuenta que la promoción y comercialización del circuito turístico de las iglesias se realizara mediante estrategias de publicidad por medio de los Gobierno Autónomos Descentralizados de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, mediante trípticos y pancartas en las que se especifica las características del circuito.

Ecuador es un país pluricultural, multiétnico, plurinacional y mega diverso, el cual ofrece a sus visitantes tanto nacionales como extranjeros, propuestas de Turismo Cultural, que promueve el Ministerio de Turismo a través de su PLANDETUR 2020. Al hacer referencia de los productos turísticos que se desarrollan en el país se menciona como ejemplo al análisis situacional del potencial turístico del cantón Caluma, propuesta de desarrollo local, y también al diseño de un circuito turístico que integre las iglesias que concentran la mayor cantidad de feligreses en los cantones de la zona centro-sur de Manabí, los que anteponen un antecedente a la EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CENTRO HISTÓRICO, PARA ESTABLECER UN CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL COMO EJE DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, los proyectos

señalan que el análisis situacional del potencial turístico de un cantón se debe realizar mediante la recolección de información por distintos métodos de investigación, tomando un tamaño de muestra necesario y la aplicación de encuestas a personas estratégicamente seleccionadas, esta investigación además indica los gustos y preferencias del turista es decir, cuál es el perfil del turista, después de beneficiarse de un antecedente sobre la situación del potencial turístico, es necesario también, señalar que para el diseño de un circuito turístico es necesario utilizar una metodología, la cual indicara si sus resultados satisfacen los requerimientos de un producto turístico, entendiéndose esto de tal manera que un circuito turístico por si solo es un eje de dinamización de una ciudad.

El Centro Histórico de la ciudad de Latacunga cuenta con edificaciones que han marcado la historia de la Ciudad las cuales serán estudiadas para resaltar su verdadero valor tanto Histórico, como Cultural. Es importante mencionar que el 25 de Mayo de 1.982 se suscribió la Declaratoria del Centro Histórico de Latacunga como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, lo cual indica el valor que posee.

.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Sistema Turístico

1.1.1. Demanda

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 1998) en su libro *Introducción al Turismo* indica que el concepto de demanda está íntimamente relacionado con la toma de decisiones que los individuos el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no solo económicos, sino también, psicológicos, físicos y éticos.

Para (Boullón C., 1999), se puede definir a la demanda turística de dos formas: la primera se refiere al total de turistas que concurren en una región, país, zona, o atractivo cualquiera y a los ingresos que genera, y la segunda establece, para cada una de las unidades especiales anteriores, la distribución de los consumos entre toda la gama de servicios que ofrecen en esas mismas unidades.

La Secretaría de Turismo Mexicana (SECTUR, 2006) enuncia que la demanda de servicios turísticos es generada por las personas tanto nacionales como internacionales que visitan una determinada localidad con el objeto de disfrutar sus atractivos turísticos y/o realizar actividades recreativas.

La demanda está determinada por el perfil de los turistas, en donde se reflejan sus gustos y preferencias, los cuales además son influenciados por factores externos derivados de las grandes tendencias del turismo mundial.

Demanda turística se define entonces como la cantidad de personas que concurren en un determinado tiempo a un espacio geográfico común, para realizar diferentes actividades las cuales conllevan el uso o consumo de atractivos turísticos,

alojamiento, restauración, etc.; estas actividades generan una dinamización de la economía.

Al analizar el sistema turístico se debe seguir un orden, debido a que se conoce que existe una necesidad por consumir un producto o servicio, se debe continuar con tratar de encontrar, con qué se puede satisfacer esa demanda.

1.1.2. Oferta

Oferta descrita por la (OMT, 1998) es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo

La (SECTUR, 2006) explica de una manera amplia pero a la vez más cómoda la conceptualización de oferta turística. En la conformación de la oferta turística participan el medio ambiente y tres grupos de actores, que en términos generales son los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de los tres niveles de gobierno.

El medio ambiente provee los recursos naturales; cada región o localidad puede brindar una gran variedad de recursos dependiendo de sus condiciones geográficas. Por su parte, los prestadores de servicios ofrecen las instalaciones de alojamiento, alimentación, esparcimiento y recreación; es decir, proporcionan los servicios turísticos básicos y los atractivos artificiales. Los habitantes de las localidades tienen un doble papel: aportan la riqueza cultural y los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos. Finalmente, la actuación de las autoridades de los tres niveles de gobierno establece un marco general para el desarrollo de las actividades turísticas, a través de la construcción de infraestructura básica de servicios, así como del marco legal para garantizar la seguridad de los turistas y el clima de negocios apropiado.

Se puede afirmar que la oferta turística no es más que el conjunto de la sumas de los prestadores de alojamiento, alimentación, transporte, recreación, compras, otros, que son puestos en el mercado para que los turistas tanto nacionales como extranjeros puedan consumirlos.

Una vez analizados los criterios de oferta y demanda se debe conocer también el lugar donde se realizaran las actividades es decir el espacio turístico

1.1.3. Competencia Turística

La competencia para (Zimmer & Grassmann, 2004) son los territorios competidores existentes y potenciales, que se encuentran en una misma región.

1.1.4. Tendencias Turísticas

(Zimmer & Grassmann, 2004) indican claramente que las tendencias, afectan al comportamiento de los consumidores: se trata, en efecto, de anticiparse a las oportunidades y los riesgos ligados a las nuevas expectativas de las diferentes clientelas, con el fin de poder elaborar nuevos productos turísticos adaptados a la evolución de los elementos turísticos.

1.1.5. Planificación Del Espacio Turístico

a) Espacio Turístico

En su libro planificación del espacio turístico (Boullón C., 1999) comparte el concepto, la y enlista los componentes de espacio turístico de la siguiente manera.

El hombre vive en dos mundos el de las plantas y el de los animales, no obstante ambos mundos no están separados, se mezclan en todas partes, con excepción de aquellas, áreas muy reducidas, de la corteza terrestre en que aún quedan vestigios de naturaleza virgen, y aquellas otras en las que los hombres construyeron sus ciudades.

En las primeras el mundo natural está solo, mientras que en las segundas la naturaleza ha sido desplazada para dar lugar a un tipo especial de espacio.

Dentro del espacio turístico no se puede dejar de lado el estudio de sus componentes que a continuación revisaremos.

b) Componentes Del Espacio Turístico

Zona Turística

(Boullón C., 1999) Conceptualiza a la zona turística como la unidad de mayor análisis y estructuración del universo turístico de un país, su superficie es variable, pues depende de la extensión total de cada territorio nacional y de la forma de distribución de los atractivos turísticos que son los elementos básicos a tomar en cuenta para su delimitación. Su dimensión mínima es inmediatamente mayor que la máxima que alcance un complejo.

Para que exista una zona turística se debe contar con un número mínimo de 10 atractivos turísticos contiguos, de categorías y jerarquías variables. Por lo general dependientes de uno o varios centros turísticos y debe estar provista además de una infraestructura de transporte y comunicación que relacione a los principales elementos turísticos que la integran. Una zona turística puede contar con un equipamiento y servicios turísticos potenciales.

Área Turística

(Boullón C., 1999) Es una superficie de extensión menor que la de las zonas, dotada de atractivos turísticos contiguos, en número también menor que los de la zona y provista de una infraestructura de transporte que relación entre sí a todos los elementos turísticos que la integran, las áreas son las partes en que se puede dividir una zona y como ellas si carecen de equipamiento y servicios turísticos deben registrarse como potenciales.

Centro Turístico

Para (Boullón C., 1999) es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia (1 hora distancia- tiempo), con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente como para motivar un viaje turístico. Además, deben reunir las siguientes condiciones:

Contar con equipamiento turístico suficiente de las siguientes categorías y tipos:

Alojamiento.

Alineamiento.

Esparcimiento.

Agencia de viajes de acción local.

Información turística.

Comercios turísticos.

Cambio de moneda.

Oficina de teléfonos, correos, telégrafos, Télex, etc.

Poseer una infraestructura de transporte interno y externo.

Estar conectado a la red nacional e internacional de transporte y comunicaciones.

Unidad Turística

Denominada por (Boullón C., 1999) que es una instalación turística realizada para explotar uno o varios atractivos turísticos muy próximos. Implica la concentración en un punto del equipamiento turístico necesario para permitir un uso intensivo del recurso. En algunos casos las unidades turísticas pueden ubicarse en sitios que carecen de atractivos turísticos suficientes, lo que se suplanta por equipamiento especializado (deporte, piscinas, etc.).

Núcleo Turístico

Refiere (Boullón C., 1999) a todos los grupos menores de 10 atractivos turísticos aislados o agrupados en un territorio de diferentes jerarquías, que tienen una función turística rudimentaria o carecen de ella dado su grado de incomunicación.

Conjunto Turístico

(Boullón C., 1999) afirma que es un núcleo perfectamente conectado al resto del espacio turístico, después de relacionarse con el resto del sistema, los antiguos núcleos deben consolidar su funcionamiento como conjuntos mediante la construcción de una planta turística acorde con la naturaleza y jerarquía de sus atractivos.

Atractivo Turístico

El concepto de atractivo turístico (Calderón Rivera , 2009) se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

Corredor Turístico

Según (Boullón C., 1999) son las vías de conexión entre centros, zonas, áreas, unidades y atractivos turísticos que sirven para unir unos con otros y forman la estructura del espacio turístico; según su función puede ser: corredores turísticos de traslado o corredores turísticos de estadía.

Corredores Turísticos de Traslado.- Son las conexiones entre los diferentes elementos que forman el espacio turístico a través de rutas seleccionadas entre

aquellas que pasan por los mejores paisajes y de ser posible cuenten con una mayor distribución lineal de atractivos ubicados sobre las mismas o fácilmente conectados en ellas de manera que mediante cortos desplazamientos se puede acceder a ellos para visitas de corta duración. El equipamiento de un corredor turístico se limita al servicio de ruta para vehículos y pasajeros.

Corredor Turístico de Estadía.- Son superficies alargadas por lo general paralelo a las costas de mares ríos o lagos; de un largo variable y un ancho que no supera los 15 kilómetros. Según su extensión pueden contener uno o varios centros turísticos y necesariamente suficientes atractivos en número y jerarquía como motivar una estadía. Su estructura lineal, depende de una carretera principal; que debe contar con servicios de transporte y comunicación que relacionen los principales elementos que lo integra.

Además un corredor de estadía debe estar provisto de una planta de producción turística, en caso contrario será potencial; asimismo, al igual que los corredores de traslado sirven para pasar de un elemento a otro de los que componen el espacio turístico.

Este criterio no será prioridad en el desarrollo de la Evaluación del Potencial Turístico del Centro Histórico para establecer un circuito Histórico-Cultural como eje de dinamización turística de la ciudad de Latacunga, debido a que los corredores turísticos de estadía son los que desarrollan el turismo en el área de la costa, sin embargo es adecuado mencionarlo para tener conocimiento completo en cuanto a corredor turístico se refiere.

Circuito Turístico

En su obra (Chan, 2005) advierte que el circuito turístico es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Desde el programa simple como puede ser una visita guiada a un museo hasta los complejos paquetes temáticos

o especializados que brinda el armazón físico sobre el cual se van a ir incorporando servicios y actividades.

Como se conoce sobre demanda, oferta, y espacio ahora es necesario conocer la forma como va a ser comercializado es decir cómo va a llegar hacia el cliente, para lo que tenemos los operadores turísticos.

1.1.6. Operadores Turísticos

La (OMT, 1998) publica que los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el Consumidor final (el turista, la demanda turística), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento...).

De acuerdo con el documento vigente (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.) Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido.

Tener claro el concepto de potencial turístico es parte fundamental del objetivo de la fundamentación teórica requerida para la consecución de este documento.

1.2. Potencial Turístico

1.2.1. Conceptualización

La secretaria de turismo (SECTUR, 2006) menciona que el potencial turístico de una región o municipio se debe evaluar en forma integral, considerando los factores determinantes tanto de la oferta de servicios turísticos prevaletientes localmente, como de los que definen la demanda actual y esperada de los posibles visitantes de esa región. De esta manera podemos establecer que el potencial turístico de una región o municipio está determinado por la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular. En consecuencia, toda región o municipio con la intención de crear o fortalecer su actividad turística debe evaluar cuidadosamente los componentes de su oferta, así como el perfil y las tendencias de la demanda actual y futura. Esta evaluación integral permitirá definir su vocación turística específica y dimensionar su potencial.

1.2.2. Metodología

(Zimmer & Grassmann, 2004) Menciona que evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

El proceso a utilizarse en la consecución de este proyecto está dada en la metodología para evaluar el potencial turístico de un territorio la cual fue escrita por los autores antes mencionados que señalan dos fases principales:

En la fase del análisis de la situación actual se levantará información sobre la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

La fase de diagnóstico permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

De igual manera que la conceptualización de potencial turístico, la dinamización es uno de los principales temas que se deben tener en cuenta, ya que con la explicación de la misma se entenderá cual es uno de los principales objetivos que se persiguen con el presente proyecto.

1.3. Dinamización Turística

La autora (BARVERÁ, 2006) sostiene que los Planes de Dinamización Turística son una iniciativa de la Administración de los Estados, que para el efecto han creado la Subdirección General de Calidad e Innovación Turística de la Secretaría General de Turismo.

Los Planes de Dinamización están dirigidos a destinos que se encuentran en fase de desarrollo turístico, que cuentan con una infraestructura básica y que quieren asegurar un crecimiento sostenible, competitivo y solvente.

En su tesis, Identificación y dinamización del Corredor Turístico Cultura Y Tradición, sector Loja (MATAMOROS ASANZA , 2012), cita a Collado 2002 enuncian que los planes de dinamización turística, están dirigidos a destinos que se encuentran aún en fase de desarrollo turístico y cuyo objetivo es acelerar el crecimiento y asegurar su sostenibilidad, por lo que con la aplicación de este plan de dinamización, se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino.
- Mejora el medio urbano y natural.
- Ampliación y mejora de los espacios de uso público.
- Aumento, diversificación y mejora de la oferta complementaria.
- Puesta en valor de los recursos turísticos
- Creación de nuevos productos
- Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad.

La dinamización busca ante todo un efecto de activación del conjunto del destino lanzando un mensaje al empresariado y buscando la participación y movilización del conjunto de la población local y de otras administraciones no implicadas.

A continuación se tendrá en cuenta el criterio legal que indica el camino que debemos seguir para que el presente proyecto se articule con la normativa legal vigente

1.4. Marco Legal.

1.4.1. Proceso para declarar como Patrimonio Cultural de la Nación, al Centro Histórico de Latacunga

a) Comunicado oficial como parte del proceso para llegar a su consecución

Las gestiones para que el Centro Histórico de Latacunga alcance el reconocimiento de Ciudad Patrimonial, el 18 de junio del año 1982 fueron varias, entre las efectivas tenemos escritos y manifiestos de Leonardo Tejada, Eduardo Meythaler, Leonardo Barriga, Franklin Barriga, Carlos Villacis, Sócrates Hernández, etc., miembros del grupo Galaxia a excepción de Tejada.

También se debe mencionar el enviado por la Casa de la Cultura, el 21 de Julio de 1.970, siendo suscrito por el Presidente del Núcleo Leonardo Barriga López y Director del Departamento de Artes Plásticas Eduardo Meythaler Quevedo.

A continuación se presenta el texto auténtico del comunicado disponible en (GALLARDO SARSOZA, 2012).

Dice:

“Of. No 98 CCENC

Julio, 21 de 1970

Sr. Don.

Luigi Ripalda B.

Alcalde Cantonal

Ciudad.-

Señor Alcalde:

La Casa de la cultura Ecuatoriana- Núcleo de Cotopaxi, por resolución de su Directorio, tiene a bien dirigirse a Ud. Y por su digno intermedio al I. Consejo, confiando en el interés demostrando por los personeros de esa Municipalidad por la ciudad de Latacunga, a convencida, además de que esta cordial solicitud que a continuación exponemos tendrá la debida acogida puesto que sobre toda consideración, sea del orden que sea, están los grandes intereses de la ciudad.

Si no tomamos conciencia de esta grave responsabilidad, y procedemos de acuerdo con ella no tendremos temor al juicio de las generaciones venideras.

Es el caso señor Alcalde y señores Concejales, que de un tiempo a esta parte: más concretamente, desde la puesta en vigencia del Actual Plan Regulador de la ciudad de Latacunga, vemos con profunda tristeza la completa destrucción de su ambiente urbanístico, una verdadera aniquilación de su personalidad, ante, hay que confesarlo con sinceridad no exenta de culpa, la complicidad del silencio, salvando esporádicas voces de alerta que no han sido escuchadas.

El actual Plan Regulador fue concebido en una época en que estuvo de moda en el campo arquitectónico y urbanístico arrasar con todo vestigio del pasado, moda extendida en todas las ciudades latinoamericanas, con pequeñas excepciones como la ciudad de Guanajuato en México, Bahía en el Brasil, Cuzco en el Perú, y en otras, Nuestros países fueron invadidos por cierto “complejo” de inferioridad por el desarrollo del maquinismo en Europa y Norteamérica, creyendo que debíamos estar “a tono”, por lo tanto, por lo menos en lo que se refiere a permitir el paso a velocidad de los automotores, confeccionando “avenidas”, “viaductos” a costa de cortar bárbaramente las callejuelas, ante la mirada atónita del derrocado concepto estético.

Este fenómeno general a los países latinoamericanos fue detenido casi a tiempo por la República Mexicana, aunque lamentablemente daños irreversibles, y después ha sido imitado por otros países, hasta que hoy es tesis general, ya aún más existen organismos, internacionales para lograrlo, que se preserven, no solo las obras individuales de Patrimonio Artístico, sino los ambientes urbanísticos que tengan personalidad y valor plástico.

El criterio errado en Latinoamérica no medito en que la Municipalidad de Atenas nunca hubiera permitido una avenida atravesando la Acrópolis, el pueblo de París no permitiría destruir el Arco del Triunfo para facilitar el tráfico, o que se construya un “moderno” Centro Cívico en la Plaza de San Marcos, para que Venecia se ufane de situarse en el desarrollo maquinista del siglo. No, no medito en esto el “técnico” criollo de esa época, que regresaba deslumbrado a su país después de breves cursos en el exterior, cursos en los que no asimilaba el aspecto integral del conocimiento.

Este grave error hizo que, concretamente en nuestro país, cauce el aniquilamiento de las ciudades ecuatorianas en el campo urbanístico, lo que ha desembocado en la penosa realidad de que solamente se conserven pequeños espacios susceptibles de salvación, como son una parte de la ciudad de Quito, gran parte de Cuenca, la ciudad de Zaruma, y felizmente para nosotros, un buen porcentaje de la ciudad de Latacunga.

No vamos a citar lo malo que se ha hecho hasta la fecha en la ciudad, sino unos pequeños ejemplos como son: destrucción de la Capilla, parte del templo de la Compañía, que se levantaba hasta hace pocos años en el interior del Colegio “Vicente León”; ampliación de la calle de Santa Teresa, permitiendo además la construcción de un edificio sobre la bóveda de la Iglesia que existió en el mismo sitio, cubierta a consecuencia de uno de los fenómenos geológicos que con frecuencia nos han azotado edificio perteneciente hoy a la Cámara de Comercio; la destrucción de la casa de la familia Barriga León, de valor colonial; y tantos otros ejemplos de los que pueden dar razón todos los latacungueños.

No somos, los únicos que opinamos de ese modo, Señor Alcalde y señores concejales, pues habrá quien diga que tenemos un criterio tradicionalista y de retroceso.

No nos encerremos más en criterios bastantes cerrados, por decir lo manos, y asumimos la responsabilidad histórica de esta generación; no se puede abordar el progreso futuro sobre las ruinas de nuestros valores pasados, porque en ese momento no nos estaríamos ubicando en ninguna época, no tendríamos personalidad propia, sino incoloros, recordaríamos que pudimos hacer algo para impedir semejante destrucción, y no lo hicimos

Tenemos mucho que construir, pues el proceso de crecimiento es incontenible; allí sí, empleemos toda nuestra imaginación: hagamos grandes avenidas, edifiquemos rascacielos, empleemos el hierro, el acero, el vidrio, luego de pocos años, estructuras de materiales plásticos para la vivienda orgánica, pero por favor, no enajenemos algo que no nos pertenece; una Latacunga, como ambiente urbano, que puede ser fuente de atracción turística, pues al extranjero no le va a llamar la atención lo que tiene de sobra todos los días en su metrópolis: observemos que quien llega, recorre plácidamente sus calles, va a los Molinos de Monserrat, va a la Casa Cuna, sin que les ocurra nunca visitar el edificio del Obispo, por ejemplo, y que irónicamente, recibió un premio al ornato, solo por su tamaño.

Alguien dirá que mencionamos la Acrópolis, el Arco del Triunfo, etc. y que en donde tenemos edificios semejantes y tendrá razón; pero no nos referimos a obras individuales sino a un conjunto urbano en su totalidad. Para no cansar la atención de la I. Corporación Edilicia, no vamos a extendernos más en esta ocasión, sino a pedir comedidamente que se medite en este problema trascendental, y se resuelva hacer una revisión del Plan Regulador, en forma total, pues no es justo que se sigan ensanchando por sí las calles de la ciudad, y construyendo ridículos cajones iguales, sin que existan reglamentaciones especiales para las futuras edificaciones.

Por la atención que se sirva dar a la presente, le anticipamos nuestros debidos agradecimientos.

Firman:

Leonardo Barriga López
 Presidente de la Casa de la
 Cultura Núcleo de Cotopaxi

Eduardo Meythaler Q.
 Director del Departamento
 AA. PP. C. Cultura- Núcleo
 de Cotopaxi.

FUENTE: Archivos del Arq. Eduardo Meythaler.

Como consecuencia de estas gestiones se obtiene una resolución positiva.

b) Resolución de la Dirección del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

De igual manera que el comunicado oficial anterior la resolución también fue extraída del mismo documento (GALLARDO SARSOZA, 2012):

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el Artículo 7º de la Ley de la materia:
CONSIDERANDO:

QUE: La ciudad de San Vicente Mártir de Latacunga, fundada por los españoles el 27 de Octubre de 1584, tiene un ancestro histórico y cultural de importancia en el contexto de Capitales Provinciales del Ecuador.

QUE: El Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, en nuestro callejón interandino, constituye fundamentalmente una importante muestra de la arquitectura colonial y republicana.

QUE: Este legado cultural, tanto en el campo religioso como en lo civil, a más de su valor histórico, posee características de gran calidad artística como conjunto urbano,

y un entorno paisajístico invaluable que deben ser preservados, conservados, restaurados y revalorizados para ponerlos en función social.

QUE: El interés de este Instituto por el rescate del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, coincide con el interés demostrado por las Instituciones más representativas de la ciudad como el Ilustre Cabildo, la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Cotopaxi y el Colegio de Arquitectos de esta Provincia.

ACUERDA:

ARTICULO 1º.- Declarar Bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, al Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, delimitado como Área de Primer orden en el plano y documento habilitante que se acompaña a la presente declaratoria.

ARTICULO 2º.- Declarar como Zona de Influencia y Respeto, el área periférica del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, cuya delimitación consta en el mismo plano y documento habilitante citado en el Artículo 1º.

ARTICULO 3º.- Incorporar bajo el régimen de la Ley de Patrimonio Cultural el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga. Esta zona urbana de Primer Orden estará amparada además, por la correspondiente Ordenanza Municipal de Protección que se expedirá con el asesoramiento y Visto bueno del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

ARTICULO 4º.- Proteger la Zona de influencia y Respeto que se delimita en el Artículo 2º; de esta Resolución, mediante la misma u otra Ordenanza Municipal, que se expedirá con el Visto Bueno del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, la que contendrá especificaciones concretas para su tratamiento, y cuya aplicación estará a cargo de la Comisión Municipal del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.

ARTICULO 5º.- Delegar de acuerdo con el Artículo 42º de la Ley de Patrimonio Cultural las atribuciones del control y cumplimiento de dicha Ley en la Zona

declarada como centro Histórico, a la Comisión Municipal del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, la misma que estará conformada por tres señores Concejales, un Representante del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, el Director de Obras Públicas Municipales, el Director de Planificación Urbana del Municipio, un representante de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi y un Delegado del Colegio de Arquitectos de la misma Provincia, siendo atribución de dicha Comisión el conocer y resolver. Dentro del marco de la Ley de Patrimonio Cultural y la Ordenanza respectiva, sobre todas las intervinientes arquitectónicas y urbanas que el Estado, la misma Municipalidad, Instituciones públicas o privadas y ciudadanos en general intenten realizar en el área protegida. Intervenciones que no podrán ser ejecutadas sin la aprobación previa y expresa de dicha Comisión.

ARTICULO 6°.-La misma Comisión velara por la correcta aplicación de la Ordenanza de Protección de la zona de influencia y Respeto; hasta que dicha Ordenanza entre en vigor, esta zona queda amparada por la Ley de Patrimonio Cultural.

ARTICULO 7°.- Delegar las funciones de control encomendadas a la Comisión del Centro Histórico en los Artículos 5° y 6° de la presente Declaratoria, al Señor Alcalde de Latacunga, hasta que se constituya y entre en funcionamiento dicha Comisión.

Dado en Quito, a los veinte y cinco días del mes de Mayo del mil novecientos ochenta y dos.

1.4.2. Histórico Cultural

Para (Carrion, 2000) el tema que logra impulsar a los centros históricos y aglutinar a otros es el histórico-cultural. Nace desde ciertas elites locales que ven cómo la modernización de la ciudad –introducida por la industrialización y la urbanización– produce cambios notables que dejan atrás épocas y momentos de la historia de sus ciudades.

Inicialmente, la noción de centro histórico está impregnada de una reconstrucción idílica del pasado, a través de dos manifestaciones: la una, en términos de una remembranza al estilo de que "todo tiempo pasado fue mejor" y la otra, bajo la modalidad de memoria cultural, de testigo de un pasado que debe protegerse. Es la época del patrimonio llamado artístico y cultural, de la arquitectura vista como arte y del edificio como escultura o pintura. Allí residen los atributos culturales de los monumentos o en otras palabras, de la concepción monumetalista.

Pero, por otro lado, lo histórico-cultural pierde peso en relación, por ejemplo, al avance de las preocupaciones económicas. Las reivindicaciones de lo cultural son vistas como líricas y no sostenibles desde la perspectiva de la justificación económica nacida de los estudios de pre factibilidad del autofinanciamiento.

El conocimiento del concepto histórico cultural sirve para delimitar de manera más precisa el sentido de idea del recorrido para el circuito que se propondrá después de generar la evaluación del potencial.

1.4.3. Patrimonio Cultural

(García Feraud & Vera Manzo, 2010) Conceptualiza al patrimonio cultural como el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad.

Así, el pueblo ecuatoriano posee un riquísimo patrimonio cultural que se remonta a la época prehispánica, pasa por el legado de los 300 años de Colonia y continúa con los logros del período independentista, hasta nuestros días. Conocer claramente la definición de Patrimonio Cultural servirá en el momento del estudio de oferta ya que así se podrá delimitar cuáles son los atractivos que se cataloguen como Manifestaciones Culturales.

1.4.4. Análisis PLANDETUR 2020 - Dinamización Turística del Ecuador

Dentro del plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR2020, 2007), el segundo de sus objetivos generales es: Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía Ecuatoriana, mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país, para lo cual propone una secuencia lógica de procesos para que de forma articulada alcancen el fin.

Como consecuencia el documento tiene objetivos, políticas y estrategias que se conjugan entre sí para alcanzar las metas.

El primer objetivo estratégico del PLANDETUR 2020 es: Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país, para alcanzar el objetivo se plantea algunas políticas entre ellas:

- El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos, mediante la dinamización de las cadenas de valor integrado.

Una vez conocidos los objetivos y políticas en la línea de dinamización se plantea la estrategia que es: Establecimiento de mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos, mecanismos financieros y no financieros, sistemas de micro

crédito y de dinamización empresarial adecuados que permitan viabilizar la ejecución del financiamiento.

Las estrategia en si genera un programa llamado desarrollo de destinos turísticos, el mismo que plantea dos grandes objetivos.

- Fomentar el desarrollo de nuevos destinos y productos de turismo sostenible en el ámbito local, regional y nacional.
- Fortalecer y dinamizar la cadena de valor turística de los destinos locales, que han surgido en las distintas regiones del país.

La serie de procesos, para llegar al objetivo deseado, se conjuga en un proyecto llamado ejecución de planes cantonales de dinamización turística. Esto indica que el MINTUR cuenta con planes de dinamización turística para los municipios descentralizados.

De la misma manera otro proyecto a desarrollarse es la consolidación de la Cadena de valor para el Turismo Sostenible, en la cual se busca la identificación de la cadena de valor del turismo en los sitios de patrimonio turístico natural y cultural, además de las iniciativas de turismo comunitario que tienen potencial de mercado, mediante la generación de acciones para fortalecer su imagen y cualificar la oferta de servicios.

La presente investigación se vincula directamente con los planes cantonales de dinamización turística para los municipios descentralizados los mismos que coordinará con los gobiernos municipales. La evaluación del potencial turístico del Centro Histórico y un circuito Histórico-Cultural de la ciudad de Latacunga deberá ser articulada con cadenas de valor para el Turismo Sostenible, la cual se identifica con la cadena de valor del turismo en los sitios de patrimonio turístico y cultural. Como último de los criterios para conseguir la fundamentación teórica se realizara una pequeña reseña sobre los datos relevantes del Cantón.

1.5. Latacunga

1.5.1. Reseña Histórica

En la dirección web de la Ciudad de Latacunga (AME, 2010) relata la historia señalando que en 1539, Gonzalo Pizarro, aumentó el número de pobladores y finalmente la fundación definitiva y oficial la efectuó el Capitán Antonio Clavijo en 1584, con el título de Corregimiento. Habitaban 30.000 indígenas y 30 españoles hombres. El 11 de noviembre de 1811 es elevado a la categoría de villa.

Iniciada la Colonia, empezó el reparto del territorio entre los conquistadores, El reparto de tierras se lo realizó desde Quito,

Los jesuitas instalaron la primera escuela en 1643 hasta su expulsión en 1653. La educación posterior corrió a cargo de los Franciscanos, Dominicos y Agustinos. Los ricos reforzaban allí la formación de sus hijos. Así surgieron los grandes políticos y escritores.

En diciembre de 1808, los marqueses se reunieron en Tilipulo y Salache para preparar el grito de la independencia del 10 de agosto de 1809. El 80% de los miembros de la Junta de Gobierno eran cotopaxenses.

Después de haber contribuido con armas, pólvora, alimentos, hombres y dinero a la gesta libertaria del 9 de octubre de 1820; los patriotas de Latacunga, se organizaron durante los primeros días de noviembre para buscar la libertad. Es así como atacan el cuartel realista Fernando Sáenz de Viteri y Felipe Barba y varios hombres; mientras Lizardo Ruiz y Calixto González del Pino con jóvenes Latacungueños, toman la fábrica de pólvora y luego acometen contra el convento de Santo Domingo, donde se encontraba el comandante Miguel Morales con una parte del Batallón Los Andes.

Los realistas se encontraban ubicados en el techo, desde allí podían fácilmente fusilar a los patriotas, pero ellos con valor y audacia los atacan y Juan José Linares

dio muerte al comandante, logrando la rendición de los soldados españoles. Y así los patriotas fueron quienes consolidaron el triunfo, proclamando la independencia de Latacunga, el 11 de noviembre de 1820.

El 29 de Noviembre de 1822 el Libertador Simón Bolívar entró por primera vez en Latacunga.

Con la oposición de los quiteños, el 6 de marzo de 1851 los legisladores aprobaron la creación de la Provincia de León, con los cantones Latacunga y Ambato. Objetado por el Presidente Diego Noboa, el decreto retornó al Congreso, que el 18 de marzo confirmó su decisión publicada el 26 de mayo de 1851. Primer gobernador fue el Doctor Miguel Carrión. El 9 de octubre del mismo año, el Presidente José María Urbina, ratificó la creación de la provincia pero con el nombre de "León", en homenaje a su ilustrísimo hijo, Vicente León. Así bautizada se robusteció con la constitución en 1852, que anexó el cantón Pujilí con sus parroquias Zapotal y Quevedo. En 1861 se separaron Latacunga y Ambato que se constituyó en provincia.

1.5.2. Extensión

Latacunga es poseedora de 6,160 km cuadrados.

1.5.3. Ubicación Y Límites

La historia de Latacunga se ha escrito desde cuando constituía un tambo incaico hasta el día de hoy; proceso histórico que conlleva sucesos, leyendas, nombres, hombres y mujeres que han forjado el concepto de Latacungueñidad, como el conjunto vivo de tradiciones y costumbres, heredadas bajo el brazo de la simpatía, hospitalidad, amabilidad y trabajo mancomunado.

Dicho cuento poético, hace de la ciudad que se levanta a 2.750 Metros sobre el nivel del mar, hija del coloso Cotopaxi, un espacio vivo de costumbres y leyendas

propias de cada calle y piedra; plaza o convento; casas y solariegos pasos entre lúgubres luces y voces solitarias de ensueño.

Historia que trasluce sentimientos de Vicente León, La Mama Negra o Capitanía, Santo Domingo y sus siete cruces, aquel 11 de noviembre y de todas sus otras fechas memorables, que hacen de cada habitante de esta hidalga ciudad un heredero eterno de lucha y constancia.

Colinda al norte con la provincia de Pichincha al sur con el cantón Salcedo al este con la provincia de Napo al oeste con los cantones Sigchos, Saquisilí y Pujilí.

1.5.4. Clima

La temperatura promedio en la ciudad de Latacunga debido a que se encuentra en la región andina, determina un clima templado y en ocasiones frío, también podemos decir que Latacunga es una ciudad ventosa y seca. Por lo general la ciudad se mantiene en un temperatura de 6 a 19 grados centígrados.

1.5.5. Parroquias Urbanas

El cantón Latacunga cuenta con cinco parroquias urbanas que son: La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo, San Buenaventura y 10 rurales que son: Pastocalle, Toacaso, Mulaló, Tanicuchi, Guaytacama, Aláquez, Joséguango Bajo, Poaló, 11 de Noviembre y Belisario Quevedo.

1.5.6. Aspecto Social.

Población.

La población de la ciudad de Latacunga es de 170.489 habitantes, en la zona urbana existen 63.842 mientras que en la rural 106.647. Estos datos son tomados del (INEC, 2010) Instituto Nacional de Estadística y Censos según el censo realizado en

el año 2010. La población económicamente activa está dada en una forma provincial por parte de (INEC, 2010) según el censo realizado en el año 2010 que señala que el 46% de la población de la provincia está dentro de la PEA.

Educativo.

Según datos del último censo (INEC, 2010) que indica cifras a nivel provincial se obtiene el dato como referencia en el que se observa que el nivel de analfabetismo es de 13,6 %, bajo a comparación con el de años anteriores. Teniendo en cuenta que para el año de 1990 fue el 23.7% y para el año 2001, 17.6%. Se considera analfabetismo a las personas de 15 años y más, que no saben leer ni escribir.

Seguridad.

El Consejo Cantonal de Seguridad Ciudadana creado mediante ordenanza tiene el objetivo de velar y garantizar la seguridad de los moradores de los sectores urbano y rural del cantón ante los efectos de la delincuencia y de los desastres naturales, con énfasis en la prevención.

Para la seguridad ciudadana, la ciudad de Latacunga se ha articulado al programa nacional ECU 911 el cual ha distribuido un total de 35 cámaras de seguridad alrededor de todo el Cantón.

Salud.

En cuanto a salud y seguridad social los datos indican que en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están asegurados entre seguro general, seguro campesino y seguro voluntario el 25.8% de la población de Cotopaxenses, el Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas 1,5% Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional 0,6%, y que el porcentaje de jubilado del IESS/ISSFA/ISSP es de 0,6, mientras que se ignora el 70.5%.

1.5.7. Aspecto Económico.

La principal fuentes de trabajo para la Provincia de Cotopaxi es la agricultura y el turismo en cuanto a actividades de alojamiento y servicios de comidas en el quinto lugar.

Las actividades productivas de la provincia son:

Tabla 1.1
Actividades Productivas de Cotopaxi.

Orden	Sector	Productos
1	Manufacturero	Elaboración de productos de alimentos y bebidas.
		Fabricación de prendas de vestir, adobo de y teñido de piel.
		Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano.
		Producción de madera y fabricación de productos de madera, corcho excepto muebles.
		Fabricación de papel y de productos de papel.
		Fabricación de productos de caucho y de plástico.
		Fabricación de metales comunes.
2	Agropecuario	Fabricación de productos elaborados de metal excepto maquinaria y equipo.
		Cultivos de hortalizas, legumbres, cereales, hierbas aromáticas
		Ganadería en producción de leche.
3	Servicios	Hoteles y restaurantes.
		Transporte, almacenamiento.
		Comunicaciones.

FUENTE: Agendas para la Transformación Productiva Territorial/2011

1.5.8. Aspecto Turístico

Dentro del material de promoción de la ciudad que presenta la municipalidad encontramos que Latacunga es una ciudad con un alto potencial gastronómico: oferta principalmente chugchucaras, hallullas y queso de hoja, su fiesta sobresaliente es la Mama Negra tanto la del mes de septiembre por ser tradicional, como la de noviembre que connota un sentido más comercial, Otro ítem importante del turismo en Latacunga es la línea férrea en sus dos rutas Quito-Latacunga o Latacunga-Ambato.

1.5.9. Centro Histórico

Límites del Centro Histórico.

La ORDENANZA MUNICIPAL PARA PROTECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA que fue discutida y aprobada en sesiones de 18 y 25 de agosto de 1983, (ver anexo 1), proporcionan el marco legal en el cual encontramos los límites establecidos por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Área de primer orden

NORTE: Calle Juan Abel Echeverría.

SUR: Hermanas Páez.

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.

1.5.10. Edificaciones Patrimoniales

A continuación se enlistan las edificaciones patrimoniales, consideradas por el G.A.D. del Cantón Latacunga.

- Iglesia la Catedral.
- Iglesia el Salto.
- Iglesia la Merced.

- Iglesia San Agustín.
- Iglesia San Francisco.
- Iglesia San Sebastián.
- Iglesia San Felipe.
- Iglesia Santo Domingo.
- Molinos de Monserrat.
- Palacio municipal.
- Casa de los Marqueses de Miraflores.
- Edificio ESPE.
- Hospital Hermanas Páez.
- Ex Quinta Aranjuez.
- Colegio Vicente león.

Este listado servirá como referencia para definir las edificaciones patrimoniales que se visitarán en el circuito Histórico-Cultural.

Después de revisar la fundamentación teórica y tener claros los conceptos necesarios para el proceso que conlleva ésta investigación se procede al análisis de la situación turística de Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, el cual permitirá conocer de manera muy cercana la realidad de la zona de estudio.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

2.1. Análisis de la Oferta

2.1.1. Atractivos Turísticos

A continuación se cita la lista de atractivos turísticos de categoría Manifestación Cultural del Centro histórico de la ciudad de Latacunga, en la zona de primer orden. El inventario de atractivos turísticos de la Provincia de Cotopaxi tiene su última actualización en el año 2005.

Tabla 2.1.

Lista de Atractivos Turísticos categoría manifestación cultural

ATRATIVOS TURÍSTICOS CATEGORÍA MANIFESTACIÓN CULTURAL			
N°	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 Y Científicas Contemporánea

Resumen de Atractivos Turísticos

Atractivos Culturales en la siguiente clasificación:

Históricos

Construcciones de arquitectura civil cinco, edificaciones de arquitectura Religiosa cinco, una zona histórica y un museo.

Etnográficas

Una manifestación religiosa, tradiciones y creencias populares, y un atractivo de comida y bebida típica que es la gastronomía de Latacunga.

Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas

Una obra técnica.

Los datos obtenidos que se encuentran a continuación son extraídos de las fichas técnicas, también son el resultado de un proceso de observación que permitió formar una descripción de los atractivos.

El Ministerio de Turismo en su actualización de atractivos de la provincia de Cotopaxi difunde que dentro del estado de conservación de los atractivos

- El 50% se encuentra alterado básicamente por las avalanchas que destruyeron la ciudad. Las mismas que una y otra vez han obligado a reconstruir la ciudad así como también la cantidad de temblores que soporta la región interandina.
- Esto de una u otra manera obliga a la ciudad a construir edificaciones modernas y con otro tipo de materiales
- El 45% se mantiene en estado de conservación, y un 5 % está en proceso de alteración.

En referencia al análisis se menciona que la ciudad de Latacunga, especialmente su Centro Histórico, posee edificaciones de arquitectura colonial, las que en conjunto

presenta calles angostas y empedradas manteniéndose hasta la actualidad el toque de ciudad apacible para los ciudadanos Latacungueños y visitantes.

Desde el punto de vista urbanístico el Centro Histórico muestra unificación entre la parte Española y la autóctona, así como también su lado antiguo y su cara moderna.

Uno de los puntos que no se puede dejar pasar, es el hecho de las destrucciones de edificaciones por causas de la naturaleza que tuvo el Centro Histórico, la gran mayoría de construcciones se ha reconstruido, sin embargo al recorrer sus calles y ver los atractivos turísticos de manifestación cultural se puede imaginar con facilidad como fueron esas mismas construcciones en sus mejores años y remontarnos a ese tiempo. Una de las principales causas del estado de deterioro de los atractivos fue la actividad sísmica del sector, esto ha provocado que aproximadamente la mitad de los atractivos no puedan ser conservado, eso en lo referente a atractivos turísticos, el resto de la ciudad se ha construido con edificaciones contemporáneas que exigen las necesidades de la actualidad.

Los atractivos presentados anteriormente invitan a ser desarrollados turísticamente de una manera conjunta por su alto valor tanto Histórico como Cultura. Al hablar de valor Histórico se relaciona directamente con el proceso de independencia de Latacunga, representándose en la Plazas y Calles de la ciudad. Principalmente en la plazoleta de Santo Domingo donde se efectuó el acto de independencia el 11 de noviembre de 1820.

El valor cultural refiere dentro de los atractivos a las manifestaciones culturales que principalmente es la arquitectura. Otra de las características de similitud que sobresale en todo el conglomerado arquitectónico en la zona de primer orden es su material de construcción, piedra pómez.

Dentro de los atractivos tenemos que remarcar que la ciudad de Latacunga cuenta con una de las edificaciones más grandes construidas completamente con este material; el edificio de la Municipalidad de Latacunga.

La diversidad de atractivos turísticos en una misma zona es un medidor utilizado para delimitar cuál es el potencial turístico de esta Zona, contando fundamentalmente con el beneficio de su ubicación geográfica.

La zona de primer orden del Centro Histórico es un conjunto de 24 manzanas, la difusión de atractivos según el inventario de Cotopaxi indica que existe un porcentaje de difusión nacional e internacional de un 42 % de los atractivos; 11% Nacional, y 47% Internacional.

2.1.2. Planta Turística

La recolección de datos de los prestadores de servicios de la ciudad de Latacunga se realiza en base a datos del Ministerio de Turismo, el catastro de prestadores de servicios turísticos del año 2014 y la jerarquización de los mismos es delimitada por el Ministerio.

Este punto se lo dividirá en dos tamaños de estudio, de lo macro a lo micro es decir se realizará una convalidación de todo el Cantón y luego se procederá al análisis del área de respeto del Centro Histórico.

a) Alojamiento

Tabla 2.2.

Listado de establecimientos de Alojamiento en Latacunga.

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
	Segunda	0		Segunda	0	
	Tercera	3		Tercera	0	
	Cuarta	1		Cuarta	0	
Hostal	Primera	3	22	Primera	2	12
	Segunda	4		Segunda	4	
	Tercera	14		Tercera	5	
	Cuarta	1		Cuarta	1	
Hostal Residencia	Primera	0	10	Primera	0	7
	Segunda	3		Segunda	3	
	Tercera	6		Tercera	3	
	Cuarta	1		Cuarta	1	
Pensión	Primera	0	2	Primera	0	2
	Segunda	0		Segunda	0	
	Tercera	2		Tercera	2	
	Cuarta	0		Cuarta	0	
Hostería	Primera	9	13			
	Segunda	4				
	Tercera	0				
	Cuarta	0				
Motel	Primera	1	7			
	Segunda	1				
	Tercera	5				
	Cuarta	0				
Refugio	Primera	0	3			
	Segunda	2				
	Tercera	1				
	Cuarta	0				
Complejo Vacacional	Primera	0	1			
	Segunda	0				
	Tercera	1				
	Cuarta	0				
Cabaña	Primera	0	3			
	Segunda	1				
	Tercera	2				
	Cuarta	0				
	Total		69	Total		23

FUENTE: Ministerio de Turismo Consolidado Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos 2014

Latacunga

En todo el Cantón existe 69 establecimientos entre ellos están hoteles, hostales, hostales residencia, pensiones, hosterías, moteles, refugios, complejos vacacionales, y cabañas.

Área de Respeto del Centro Histórico

- Hotel

El porcentaje de hoteles en el Centro Histórico es bajo en comparación con los demás tipos de alojamiento, con apenas dos establecimientos de primera categoría.

- Hostales

Los hostales por otro lado brindan una mayor posibilidad de elección de esta opción de alojamiento, ya que en su haber cuentan con dos de primera, cuatro de segunda, cinco de tercera y uno de cuarta categoría.

- Hostales Residencia

En este caso posee establecimientos en dos categorías, segunda y tercera, las mismas que ofertan tres por cada categoría.

- Pensiones

Estos establecimientos al igual que los hoteles tienen dos opciones, con la diferencia que las pensiones ofertan establecimientos de tercera categoría.

b) **Comidas Y Bebidas.**

Tabla 2.3.

Listado de establecimientos de Comidas y Bebidas en Latacunga.

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

FUENTE: Ministerio de Turismo Consolidado Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos 2014

Latacunga

En cuanto a alimentación posee 98 establecimientos los que están distribuidos entre restaurantes, fuentes de soda, cafetería y bares.

Área de Respeto del Centro Histórico

- **Restaurantes**

La mayor gama de la oferta en cuanto a comida y bebida son los restaurantes, ofreciendo un total de 45 establecimientos, que se subdividen en uno de primera, siete de segunda veinte y uno de tercera y dieciséis de cuarta.

- **Fuentes de soda**

Existen seis fuentes de soda catastrados, brindando tres opciones en segunda categoría y tres de tercera categoría.

- Cafetería

Las cafeterías además de ser pocas, son de categoría baja es así que existe una de segunda y cuatro de tercera.

- Bares

Existe un bar de tercera categoría.

c) **Recreación**

Tabla 2.4.

Lista de establecimientos de Recreación en Latacunga

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

FUENTE: Ministerio de Turismo Consolidado Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos 2014

Latacunga

En el cantón existen dos discotecas de segunda categoría y una sala de recepciones y banquetes de igual categoría.

d) **Transporte turístico.**

Tabla 2.5.

Lista de establecimientos de Transporte Turístico en Latacunga.

Establecimientos / Transporte Turístico en Latacunga			
Actividad Turística	Tipo de Actividad	Cantidad	Sub. Total
TRANSPORTE TURÍSTICO	Transporte Terrestre	2	2
Total		2	2

FUENTE: Ministerio de Turismo Consolidado Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos 2014

Latacunga

Para satisfacer la necesidad de transporte cuenta con dos compañías de transporte turístico.

e) Otros

Tabla 2.6.

Lista de establecimientos de Agencias de Viajes en Latacunga.

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	Internacional	3	9
		Dual	1		Dual	0	
		Operadoras	12		Operadoras	6	
Total				16	9		

FUENTE: Ministerio de Turismo Consolidado Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos 2014

Latacunga

En lo que a agencia de viajes se refiere cuenta con 16, las que están distribuidas entre Internacionales, duales, y operadoras.

Área de Respeto del Centro Histórico

Existen 9 agencias entre ellas 6 operadoras y 3 internacionales.

Al revisar la ubicación de los prestadores de servicio de recreación, diversión, esparcimiento y transporte turístico, se encuentra que ninguno de estos establecimientos está ubicado dentro de la zona del Área de Respeto del Centro Histórico por lo cual se procede a revisarlos solamente de manera general.

2.1.3. Presentación de resultados Zona de Primer Orden

El análisis se lo realizó mediante el levantamiento de fichas técnicas que se las puede encontrar en el (Anexo 3).

a) Alojamiento

Tabla 2.7

Categoría de establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden.

		Categoría / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden															
N u m e r o	Nombre del establecimie nto	Nombre del propietario	Información de Establecimiento							Información según Ministerio de Turismo							
			Alojamiento			Categoriz ación				Alojamiento				Categoriz ación			
			H o t e l e t l e t a	H o s t e l e t e r o	H o s t e l e t e r o	P r i m e r o r d e n	S e g u n d o o r d e n	S e r v i c i o s e n t r a	T e r c e r o o r d e n	C a t e g o r i a	H o t e l e t l e t a	H o s t e l e t e r o	H o s t e l e t e r o	P r i m e r o r d e n	P r i m e r o o r d e n	S e g u n d o o r d e n	T e r c e r o o r d e n
1	Gran Hotel Julio San Pedro	Jessica Sampedro	x						x			X				x	
2	Domus	Dalton Vasigalupo	x							x		x				x	
3	Villa de Tacunga	Nelson Chanatasig		x					x			x				x	
4	Central	Viola Abedrabo	x							X		x				X	
5	Rosin y Rodelu	Juan Rocha	x							X		x				X	
6	Santiago	Gilma Venegas	x							x		x				x	
7	Endamo	Enrique Naranjo	x							x		x				x	
8	Café Tiana	Verónica Rubio	x							x		x				x	
9	Cotopaxi	Marcelo Simón		X						X		X				X	

ELABORADO POR: SILVA, X.

En distribución de establecimientos por categorías contamos en la Zona de Primer Orden con nueve prestadores de Alojamiento divididos de la siguiente manera:

Un Hotel de primera, siete hostales: dos de primera, dos de segunda y tres de tercera categoría y un Hostal Residencia de segunda.

Se revisa dos establecimientos registrados como hostales en el Catastro de prestadores de servicios, se promocionan de forma diferente en su categoría, elevándose a Hoteles. En resumen en la Zona de Primer Orden del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga la mayor cantidad de establecimientos para hospedarse son Hostales, entre primera segunda y tercera categoría.

En la zona analizada se determina que no existen ningún otro tipo de alojamiento que no sea hoteles, hostales, hostales residencia, y categorías no menores a la de tercera, en cuanto a rotulación y a calificación se observa la publicidad mal enfocada ya que la categoría y clasificación de algunos prestadores no responde a la realidad con la cual se encuentran registradas.

Tabla 2.8.

Datos generales de establecimientos de alojamiento Zona de Primer Orden

Datos generales / Establecimientos de alojamiento Zona de Primer Orden																	
Nombre del establecimiento	Ubicación	Ubicación referencial	Años del mercado	Construcción		Parqueadero				Horario de atención							
				Colonial	Moderna	Interno	Externo	No	Permanente	Temporal	L	M	X	J	V	S	D
Gran Hotel Julio San Pedro	Belisario Quevedo y Juan Abel Echeverría	Belisario Quevedo y Juan Abel Echeverría	5		1	1				1		1	1	1	1	1	1
Domus	Belisario Quevedo y General Maldonado	Diagonal CNT	3		1	1				1		1	1	1	1	1	1
Villa de Tacunga Central	Sánchez De Orellana y Guayaquil	Plaza Santo Domingo	7	1			1			1		1	1	1	1	1	1
Rosin y Rodelu	Sánchez De Orellana y Padre Salcedo	Diagonal SRI	40	1				1		1		1	1	1	1	1	1
Santiago	Quito y Padre Salcedo	Parque Vicente León	15	1			1			1		1	1	1	1	1	1
Santiago	Dos de Mayo y Guayaquil	Diagonal a "La española"	20		1		1			1		1	1	1	1	1	1
Endamo	Dos de Mayo y General Maldonado	Diagonal a la Filantropía	5		1	1				1		1	1	1	1	1	1
Café Tiana	Luis F. Vivero y Sánchez de Orellana	Pasaje Luis F. Vivero	3	1			1			1		1	1	1	1	1	1
Cotopaxi	Padre Salcedo y Sánchez de Orellana	Parque Vicente León	40	1				1		1		1	1	1	1	1	1

Dos establecimientos prestan sus servicios durante 40 años en la ciudad de Latacunga tiempo suficiente para forjar la experiencia necesaria en prestación de servicios de alojamiento, también existen establecimientos jóvenes, que no por no tener experiencia restan la calidad en el servicio que brindan a sus turistas, los establecimientos de construcciones coloniales son cinco, construcciones modernas cuatro, tres establecimientos tienen parqueadero interno, cuatro tienen parqueadero externo y dos no poseen parqueadero, el horario de atención es permanente los 7 días de la semana.

Tabla 2.9.

Disponibilidad en establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden.

Disponibilidad / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden										
Establecimiento	Hab.		Tipo de ocupación				Mesas		Tarifa	Descuentos
	N.	Plazas	Simpl e	Dobl e	Tripl e	Suit e	N.	Plazas		
Gran Hotel Julio San Pedro	33	56	12	18	2	0	0	0	11 a 20	20 pax - 1 gratuidad/ 40 pax 1 gratuidad más 10% descuento
Domus	13	22	6	4	2	0	1	58	21 a 30	Clientes Fijos / según el Nuero de Grupo
Villa de Tacunga	14	35	3	6	2	3	2	100	51 a 60	Por temporada/número de noches
Central	17	30	10	8	2	0	2	8	21 a 30	Según el Grupo 20%
Rosin y Rodelu	18	36	10	6	2	0	1	52	21 a 30	-
Santiago	18	30	10	3	3	2	1	44	21 a 30	Cada 10 % de descuento
Endamo	16	31	8	4	3	1	1	40	11 a 20	10% en grupos o desayuno
Café Tiana	12	30	4	1	4	0	6	24	1 a 10	Si se realiza reserva por hotel gol
Cotopaxi	18	34	11	8	2	0	4	16	21 a 30	-

El valor de la tarifaria promedio para hospedarse en hoteles es de a USD \$ 11 a 20, el valor en hostales de USD \$ 11 a 51, y en hostales residencia es de USD \$ 21 a 30, siendo un promedio el de USD \$ 21 a 30 par noche.

A continuación se detallara el número total de habitaciones simples, dobles, triples y suites existentes dentro de los diferentes establecimientos que conforman la planta hotelera del centro histórico de la ciudad de Latacunga.

Tabla 2.9.1.

Disponibilidad de plazas en establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden

Disponibilidad de Plazas / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden				
Establecimiento	Simple	Dobles	Triples	Suite
Hotel	12	18	2	0
Hostal	51	32	18	6
Hostal residencial	11	8	2	0
Pensión	0	0	0	0
TOTAL	74	58	22	6

Hoteles: 12 habitaciones simples, 18 habitaciones dobles, dos habitaciones triples.

Hostales: 51 habitaciones simples, 32 habitaciones dobles, 15 habitaciones triples, seis suites.

Tabla 2.9.2.

Total de Habitaciones y plazas en establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden

Número de Habitaciones y Plazas / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden		
Establecimiento	N. de habitaciones	N. plazas camas
Hotel	33	56
Hostal	108	214
Hostal residencial	18	34
TOTAL	159	304

El total de habitaciones en Hoteles, hostales, Hostal residencial y Pensiones en la Zona de primer orden del Centro Histórico es de 159 con un total de 304 plazas.

Tabla 2.10.

Servicios que ofertan establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden

Nombre Del Establecimiento	Servicios / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden															
	Pisos	Co med or	Tele fóni co	Unifor mado	Registro de clientes	Pisci na	Trans porte	Otr o	Custodi a de dinero	Lav ande ría	Asisten cia médica	Protecc ión contra incendi os	Rece pción	Gi m na si o	Zon a wifi	Idiomas
Gran Hotel Julio San Pedro	1	1	1		1							1	1		1	Inglés
Domus	1	1	1	1	1					1		1	1		1	
Villa de Tacunga	1	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1		1	Inglés
Central	1	1	1		1		1			1	1	1	1		1	
Rosim y Rodelu	1	1	1	1	1		1					1	1		1	
Santiago	1			1	1	1			1		1	1	1		1	
Endamo	1	1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	
Café Tiana	1	1	1	1	1		1		1		1	1	1		1	Inglés
Cotopaxi	1		1		1		1			1	1	1	1		1	

Los servicios ofertados en un 100% dentro de la empresa de alojamiento son el servicio de pisos, registro de clientes, protección contra incendios, recepción y cuentan con zona wifi, solamente un establecimiento cuenta con el servicio de piscina que es hostel Santiago. En cuanto a idiomas se cuenta con tres establecimientos que tienen personal que hablan inglés, antes de continuar con el análisis de los establecimientos es necesario conocer a qué se considera temporada alta y a qué se considera temporada baja.

Temporada alta se denomina a la época del año en la que existe gran cantidad de demanda hacia los ofertantes; Temporada baja es considerada cuando existe una cantidad mínima o nula de demandantes en el mercado.

Tabla 2.11.

**Descripción del turista que pernocta en establecimientos de Alojamiento
Zona de Primer Orden.**

Descripción del turista / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden													
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Pernoctaciones Temporada Alta						Pernoctaciones Temporada Baja						
	Numero de Noches						Numero de Noches						
	1	2	3	4	5	6 o mas	1	2	3	4	5	6 o mas	
Gran Hotel Julio San Pedro						X		X					
Domus			x					X					
Villa de Tacunga				X					X				
Central						X				X			
Rosim y Rodelu			x										
Santiago				X						X			
Endamo			x					x					
Café Tiana						X							X
Cotopaxi						X				X			

Cuatro establecimientos indican que los turistas pernoctan en temporada alta durante seis o más noches y tres establecimientos en temporada baja de dos a cuatro noches, es necesario aclarar que los datos obtenidos son por parte de los prestadores entrevistados, los mismos que señalaron como observación, que los turistas nacionales que llegan a los establecimientos en su mayoría son por negocios.

Tabla 2.12.

**Estacionalidad que marca la temporada en establecimientos de Alojamiento
Zona de Primer Orden**

Estacionalidad / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden												
Establecimiento	I Trimestre			Estacionalidad II			Estacionalidad III			Estacionalidad IV		
	Ene ro	Febr ero	Mar zo	Ab ril	Ma yo	Jun io	Jul io	Ago sto	Septie mbre	Octu bre	Novie mbre	Diciem bre
Gran Hotel Julio San Pedro	Baja	Alta			Baja	Alta	Baja		Alta	Alta	Alta	Alta
Domus		Alta	Baja		Alta	Baja		Baja	Alta		Alta	Baja
Villa de Tacunga Central						Alta			Alta		Alta	
Rosim y Rodelu Santiago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endamo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Café Tiana	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Cotopaxi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Los meses que proyectan claramente ser temporada alta son: febrero, septiembre y noviembre y los meses con temporada baja son: enero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, octubre y diciembre.

Para el Hostal Endamo considera que existe en todo el año temporada media en su establecimiento.

Tabla 2.13.

Porcentaje de ocupación de turistas que pernocta en establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden

Porcentaje de ocupación / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden																	
Nombre Del Establecimiento	Nacionales %						Extranjeros %						Total Nacionales y Extranjeros				
	T I	T G	A	B	C	B	T N	Total I	Total G	A	B	C		B	T E		
	Individuales	Grupales					=(T I+T G)		Individuales	Grupales					=(T I+T G)		
		=(A+B+C+D)	2 a 3	4 a 6	7 a 10	11 o mas	Total		=(A+B+C+D)	2 a 3	4 a 6	7 a 10		11 o mas	Total		
Gran Hotel Julio San Pedro	90	6	3	2	1	0	96	1	3	1	2	0	0	4	100		
Domus	0	20	10	10	0	0	20	60	20	10	5	5	0	80	100		
Villa de Tacunga Central	24	1	1	0	0	0	25	25	50	0	0	25	25	75	100		
Rosim y Rodelu Santiago	0	0	0	0	0	0	0	30	70	50	20	0	0	100	100		
Endamo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Café Tiana	69	30	5	23	1	1	99	0	1	1	0	0	0	1	100		
Cotopaxi	60	10	9	1	0	0	70	20	10	10	0	0	0	30	100		
Porcentual	0	0	0	0	0	0	0	30	70	15	35	20	0	100	100		
	0	0	0	0	0	0	0	30	70	50	20	0	0	100	100		
	30.4	8.4	3.5	4.5	0.3	0,1	38.8	24.5	36.8	17.1	10.3	6.3	3.1	61.2			

De los datos de ocupación obtenemos que el mayor porcentaje es de grupos de turistas extranjeros, estos grupos son divididos con los porcentajes siguientes de 2 a 3 turistas llegan el 17.1%, grupos de 4 a 6 turistas el 10.3%, grupos de 7 a 10 representa el 6,3% y 3.1% grupos de 11 en adelante.

Para el Gran Hotel Julio San Pedro el porcentaje de llegada de turistas Nacionales es el siguiente el 1% en grupos de 7 a 10 personas, el 2% en grupos de 4 a 6 personas, el 3% en grupos de 2 a 3 personas, teniendo un sub total de 6% en turistas grupales. Los turistas individualmente en un porcentaje de 90%, al sumar la cantidad de turistas tanto grupales como individuales tenemos un total de 96%.

La llegada de turistas extranjeros es el siguiente el 2% en grupos de 4 a 6 personas y el 1% en grupos de 2 a 3 personas, teniendo un sub total de 3% en turistas grupales. Los turistas individualmente en un porcentaje de 1%. Sumando los turistas grupales e individuales tenemos un total de turistas extranjeros de 4%.

Para el Hostal Central el porcentaje de llegada de turistas Nacionales es el 0% son nacionales. Y la llegada de turistas extranjeros es el siguiente el 20% en grupos de 4 a 6 personas y el 50% en grupos de 2 a 3 personas teniendo un sub total de 70% en turistas grupales. Los turistas individualmente en un porcentaje de 30%. Sumando los turistas grupales e individuales tenemos un total de que al establecimiento llega un porcentaje de 100% turistas extranjeros.

Para el Hostal Villa de Tacunga el porcentaje de llegada de turistas Nacionales es de 1% en grupos de 2 a 3, y turistas individualmente en un porcentaje de 24%, al sumar la cantidad de turistas tanto grupales como individuales tenemos el total de 25%.

La llegada de turistas extranjeros es el siguiente el 25% en grupos de 7 a 10 personas y el 25% en grupos de 11 en adelante teniendo un sub total de 50% en turistas grupales. Los turistas individualmente en un porcentaje de 25%. Sumando los turistas grupales e individuales tenemos un total de turistas extranjeros de 75%.

Tabla 2.14.**Talento Humano que Trabaja en establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden**

Talento Humano / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden									
Establecimiento	Gerente	Administrador	Dpto. de Recepción	Dpto. de RRHH	Dpto. de A y B	Dpto. de ventas	Dpto. de pisos	Dpto. financiero	Total
Gran Hotel Julio San Pedro	1	0	1	0	4	0	1	0	7
Domus	1	0	1	0	1		1	0	4
Villa de Tacunga	1	0	2	0	4	0	1	0	8
Central	1	0	1	0	0	0	1	0	3
Rosin y Rodelu	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Santiago	1	0	2	0	0	0	0	0	3
Endamo	1	0	1	0	1	1		1	5
Café Tiana	1	0	1	0	1	0	1	0	4
Cotopaxi	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Total	7	0	9	0	11	1	5	1	49

La tabla anterior permite conocer que existe un total de 49 personas que trabajan en establecimientos de Alojamiento en la Zona de Primer Orden, y también indica cómo se distribuyen en las diferentes áreas de cada uno de los establecimientos.

Al comparar entre los establecimiento que tiene más empleados con el que menos tiene obtenemos que existe una brecha de 5 trabajadores.

Resultados Alojamiento

En la Zona de Primer Orden se cuenta con nueve establecimientos categorizados de esta manera: un hotel, siete hostales y un hostel residencia los mismos que cuentan con 304 plazas en 159 habitaciones, la distribución de las habitaciones es la siguiente: 74 simples, 58 dobles, 22 triples, y 6 suites. Para el servicio de comidas y bebidas el sector de alojamiento posee 342 plazas en mesas con 77 mesas. Cuentan con una experiencia promedio de 19 años, los tipos de construcción de los establecimientos son cinco de tipo colonial y cuatro modernas, el costo para hospedarse varía de 11 hasta 60 dólares, en cuanto a parqueaderos tres establecimientos los poseen internamente, cuatro son externos y dos no poseen parqueadero, todos los establecimientos abren sus puertas en horario permanente de

24H00; nueve establecimientos cuentan con servicio de pisos, siete con servicio de comedor, ocho con servicio telefónico, seis con personal uniformado, nueve llevan registro de sus clientes, uno cuenta con piscina, cinco con servicio de transporte, cuatro con servicio de custodia de dinero, cinco con servicio de lavandería, seis con asistencia médica, nueve poseen prevención contra incendios, nueve con servicio de recepción, uno cuenta con gimnasio. Nueve tienen zona wifi y tres establecimientos con personal que habla inglés.

El porcentaje de pernoctaciones de turistas es el siguiente: los turistas se hospedan por 6 o más noches en temporada alta y en temporada baja de 2 a 4 noches, haciendo la aclaración que la mayoría de personas nacionales que se hospedan, lo hacen por motivos de negocios. Para los establecimientos estudiados se considera temporada alta a febrero, septiembre y noviembre y los meses con temporada baja son enero, de marzo hasta agosto, octubre y diciembre. En el área de alojamiento existen 49 personas laborando en los diferentes departamentos. El porcentaje de turistas que pernoctan en los establecimientos de alojamiento es la siguiente: grupos extranjeros 36.8%; nacionales individuales 30.4%; extranjeros individuales 38.8%; y grupales nacionales 8.4%.

b) Comidas y bebidas

Tabla 2.15.

Categoría de establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden

Categoría / Establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden																	
Número	Nombre del establecimiento	Nombre del propietario	Información de Establecimiento							Información Ministerio de Turismo							
			Comidas y Bebidas				Categorización			Comidas y Bebidas				Categorización			
			Restaurante	Fuente de sodas	Cafetería	Bar	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Restaurante	Fuente de sodas	Cafetería	Bar	Primera	Segunda	Tercera
1	Tradiciones	Dalton Bacigalupo	X				x				X				x		
2	La Española	German Ruiz	X					X			x					X	
3	Chifa Dragón II	Ruiting Liu	X						x		x						x
4	Guadalajara Grill	Laura Mauteu	X							x	x						x
5	Punto de Encuentro	Monica Granda	X							x	x						x
6	El Faraón	Hernán Montoya	X						x		x						x
7	Helados de Paila Cotopaxi	Marcos Borja		X					x		X					X	
8	NiceCream	Diana Rodríguez			X			X			X					X	
9	Pingüino	Fusto Hervas			X			X			X					X	
10	Break	Byron Rivadeneira		X					x		X						x
11	Gelateria la Fornace	Santiago Ramos			X			X				x				X	
12	El Templario	José Buña			X				X			x					x
Chugchucaras																	
1	Mama negra	Edison López	X				x				x					X	
2	Don Goyo	Beatriz Borja	X						x		x						x
3	Charito	Eugenia Masapanta	X							x	x						X
4	Anita	Anita Pantusi	X							x	x						X
5	Don Pancho	Blanca Salazar	X							x	x						X
6	Don Guaita	María Guaita	X							x	x						X

Dentro del área de estudio la Zona de Primer Orden se encuentran seis restaurantes, uno de primera, uno de segunda, uno de tercera, tres de cuarta categoría, cuatro fuentes de sodas, tres de segunda y uno de tercera categoría, y dos cafeterías una de segunda y una de tercera categoría.

Dos establecimientos que están categorizados como Fuente de soda se promocionan como Cafeterías y un Restaurante de cuarta que se promociona como de tercera.

En el análisis anterior sobre atractivos turísticos se encuentra que uno de los atractivos de la Ciudad son las Chugchucaras, por lo que es necesario estudiar estos establecimientos que tienen incidencia en el mercado, al realizar la investigación se fija que existen seis establecimientos de expendio de chugchucaras, estando categorizados como restaurantes de segunda tercera y cuarta categoría.

Tabla 2.16.

Disponibilidad en establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden

Disponibilidad / Establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden					
Nombre del establecimiento	Años del mercado	Mesas		Tarifa Promedio	Descuentos
		N. de mesas	N. plazas		
Tradiciones	-	7	50	6 a 8	Ninguno
La Española	10	15	65	9 a 11	Ninguno
Chifa Dragón II	15	15	90	3 a 5	10 % en todo
Guadalajara Grill	4	10	40	6 a 8	Feriados 5%
Punto de Encuentro	8	10	40	1 a 2	Ninguno
El Faraón	5	10	48	1 a 2	Ninguno
Helados de Paila Cotopaxi	34	6	20	1 a 2	Ninguno
NiceCream	8	18	70	6 a 8	Ninguno
Pingüino	38	8	48	20 o mas	Ninguno
Break	-	5	20		-
Gelateria la Fornace	-	8	32	-	-
El Templario	-	9	36	6 a 8	Ninguno
Chugchucaras					
Mama negra	14	30	140	6 a 8	Ninguno
Don Goyo	40	8	40	6 a 8	Ninguno
Charito	40	7	42	6 a 8	Ninguno
Anita	48	8	48	9 a 11	Ninguno
Don Pancho	62	12	48	6 a 8	Ninguno
Don Guaita	-	7	28	-	-

El establecimiento que más experiencia tiene en el mercado es la fuente de sodas Pingüino que funciona hace ya 38 años; la que sigue en experiencia es la fuente de soda Helados de paila Cotopaxi funcionando 34 años. Los restaurantes tienen una permanencia en el mercado de 10 años promedio.

Los restaurantes de Comida Típica (las chugchucaras) tienen una experiencia de 42 años promedio, siendo Chugchucaras Don Pancho la más antigua con 62 años, en comparación con Chugchucaras Mama Negra con 14 años. Al sumar las plazas de mesas nos dan como resultado 905 distribuidas es 193 mesas.

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. Chifa Dragón II presenta un descuento del 10% en todos los consumos y Guadalajara Grill el 5% en feriados.

Tabla 2.17.

Datos generales de establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden.

Datos generales / Establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden														
Nombre del establecimiento	Construcción		Parqueadero				Horario de atención							
	Colonial	Moderna	Interno	Externo	No	Permanente	Temporal	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Tradiciones		1	1				07H00-13H00	1	1	1	1	1	1	1
La Española		1			1		12H00-21H00	1	1	1	1	1	1	
Chifa Dragón II		1			1		10H00-22H00							
Guadalajara Grill	1			1				1	1	1	1	1	1	
Punto de Encuentro		1			1	1								
El Faraón		1			1		07H00-16H00							
Helados de Paila Cotopaxi	1				1	1								
NiceCream	1			1		1								
Pingüino	1				1		09H00-20H00							
Break	1				1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gelatería la Fornace		1			1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Templario	1				1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chugchucaras														
Mama negra		1			1	-	-		1	1	1	1	1	1
Don Goyo		1			1		10H00-17H00							
Charito	1				1		08H00-20H00							
Chugchucaras Anita		1			1		08H00-18H00							
Don Pancho		1			1		10H00-16H00							
Don Guaita		1			1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	7	11	1	2	15	3		3	4	4	4	4	4	2

En cuanto al tipo de construcción se puede ver que existe en mayor cantidad los de estructura moderna once y siete de estructura colonial. El estacionamiento genera un gran problema para los establecimientos de Comidas y bebidas en la

Zona de Primer Orden ya que quince de los dieciocho establecimientos no tienen parqueadero, dos tienen convenios con parqueaderos externos y uno tiene parqueadero interno. Los horarios varían de acuerdo a cada establecimiento.

Tabla 2.18.

Servicios que ofertan los establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden.

Servicios / Establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden												
Nombre del establecimiento	Tipo de reservas							Servicios				
	Convencional	Celular	web	GDS	Cafetería	Telefónico	Uniformes	Idioma	Recepción	Contra incendios	Asistencia médica	Regis. de clientes
Tradiciones	1	1	1		1		1		1	1	1	1
La Española	1									1	1	
Chifa Dragón II	1						1	1	1	1	1	1
Guadalajara Grill	1	1	1			1	1	Inglés	1	1	1	1
Punto de Encuentro					1		1			1	1	1
El Faraón	1	1			1		1			1		1
Helados de Paila Cotopaxi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NiceCream	-	-	-	-	1		1			1	1	1
Pingüino					1		1			1	1	
Break	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gelateria La Fornace	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Templario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chugchucaras												
Mama negra	1	1					1		1	1	1	
Don Goyo	1									1	1	
Charito	1	1							1	1	1	
Anita	1						1			1	1	
Don Pancho	1									1	1	
Don Guaita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Dentro de los locales, trece de ellos tiene protección contra incendios, trece pueden asistir médicamente a los clientes, el servicio telefónico solo lo proporciona Guadalajara grill, nueve establecimientos presentan personal uniformado.

Tabla 2.19.

Descripción del turista y estacionalidad para establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden

Descripción del turista - Estacionalidad / Establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden																
Nombre del establecimiento	Clientes por día				I Trimestre			II Trimestre			III Trimestre			IV Trimestre		
	Mañana	Medio Día	Tarde	Noche	Mes			Mes			Mes			Mes		
					Enero	febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	noviembre	diciembre
Tradiciones	X	X			Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
La Española		X	X											Baja	Baja	Alta
Chifa Dragón II		X	X		Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Baja	Alta	Baja	Baja	Baja	Alta	Baja
Guadalajara Grill		X	X	X	Baja	Alta		Baja		Alta	Alta		Baja	Baja		Alta
Punto de Encuentro		X			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Faraón	X	X			Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta
Helados de Paila C.			X			Alta						Baja				
NiceCream	X	X	X	X	Alta	Alta	Baja	Alta	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Baja	Baja	Baja
Pingüino			X	X	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Break	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
G. Fornace	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Templario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chughucaras																
Mama negra		X	X		Alta	Alta	Baja	Alta			Baja		Alta	Baja	Alta	
Don Goyo		X	X		Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Alta
Charito		X			Alta	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja
Anita		X			Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Baja	Alta	Baja	Alta	Baja	Alta	Alta
Don Pancho	X	X	X		Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Baja	Baja	Alta	Alta
Don Guaita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ELABORADO POR: SILVA, X.

Enero, febrero, mayo, noviembre y diciembre son los meses que considerados temporada alta, y los demás meses baja.

Tabla 2.20.

Porcentaje de ocupación establecimientos de Comidas y bebidas Zona de Primer Orden

Porcentaje de Ocupación / Establecimientos de Comidas Y Bebidas en la Zona de Primer Orden														
Nombre Del Establecimiento	Nacionales %							Extranjeros %						
	TI	TG	A	B	C	B	TN	TI	ToG	A	B	C	D	TE
	Indiv duales	Grupales					=(T I+ T G) Total	Indiv duales	Grupales					=(T I+T G) Total
	=(A+ B+C+ D)	2 a 3	4 a 6	7 a 10	11 o mas			=(A+ B+C+ D)	2 a 3	4 a 6	7 a 10	11 o mas		
Tradiciones	60	10	4	3	3	0	70	0	30	15	15	0	0	30
La Española	5	93	90	1	1	1	98	0	2	1	1	0	0	2
Chifa Dragón	20	60	20	25	10	5	80	15	5	1	3	1	0	20
Guadalajara Grill	25	25	10	5	5	5	50	25	25	10	5	5	5	50
Punto de Encuentro	20	70	30	30	10	0	90	0	10	4	4	2	0	10
El Faraón	30	60	40	20	0	0	90	0	10	5	5	0	0	10
Helados de Paila Cotopaxi	70	10	10	0	0	0	80	15	5	1	0	4	0	20
NiceCream	60	20	15	4	1	0	80	15	5	2	1	1	1	20
Pingüino	40	40	10	30	0	0	80	15	5	5	0	0	0	20
Break	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gelateria la Fornace	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Templario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chugchucaras														
Mama negra	20	30	20	5	5	0	50	25	25	5	15	5	0	50
Don Goyo	15	75	30	45	0	0	90	3	7	5	2		0	10
Charito	70	20	10	5	4	1	90	9	1	1	0		0	10
Anita	40	40	20	8	8	4	80	15	5	2	2		1	20
Don Pancho	20	60	15	15	30	0	80	10	10	1	1	8	0	20
Don Guaita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total %	35.4	43.8	23.1	14	5.5	1.1	79.1	10.5	10.4	4.1	3.9	1.9	0,4	20.9

ELABORADO POR: SILVA, X.

De los datos de porcentaje de ocupación obtenemos que el mayor porcentaje es de grupos de turistas nacionales, estos grupos son divididos con los porcentajes siguientes de 2 a 3 turistas llegan el 23.1%, grupos de 4 a 6 turistas el 14%, grupos de 7 a 10 representa el 5.5% y 1.1% grupos de 11 en adelante.

Para el restaurante La española el porcentaje de llegada de turistas Nacionales es el siguiente el 1% en grupos de 11 o en adelante, el 1% en grupos 7 a 10 personas, el 1% en grupos de 4 a 6 personas, el 90 % en grupos de 2 a 3 personas, teniendo un sub total de 93% en turistas grupales. Los turistas individualmente en un porcentaje de 5%, al sumar la cantidad de turistas tanto grupales como individuales tenemos que dé, el total los turistas el 98% son nacionales, la llegada de turistas extranjeros es el siguiente: el 1% en grupos de 4 a 6 personas y el 1% en grupos de 2 a 3 personas teniendo un sub total de 2% en turistas grupales. Sumando los turistas grupales e individuales llegamos a un total de 2% turistas extranjeros.

El restaurante Guadalajara Grill la llegada de turistas Nacionales es el 50% son nacionales fragmentados en 25% individuales y 25% grupales, que se dividen en 5% en grupos de 11 o en adelante, el 5% en grupos 7 a 10 personas, el 5% en grupos de 4 a 6 personas, el 10 % en grupos de 2 a 3 personas. Y la llegada de turistas extranjeros es los siguientes 25% individuales y 25% grupales, que se dividen en 5% en grupos de 11 o en adelante, el 5% en grupos 7 a 10 personas, el 5% en grupos de 4 a 6 personas, el 10 % en grupos de 2 a 3 personas teniendo un sub total de 50%.

Tabla 2.21.

Talento Humano que trabaja en establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden

Talento Humano / Establecimientos de Comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden									
Nombre Del Establecimiento	Gerente	Administrador	Dpto. de Recepción	Dpto. de RRHH	Dpto. de alimentos y bebidas	Dpto. de ventas	Dpto. de pisos	Dpto. financiero	Total
Tradiciones	1		1		1		1		4
La Española		1	3	1		1			6
Chifa Dragón		1	2		4			1	8
Guadalajara Grill		1			2				2
Punto de Encuentro	1				1				2
El Faraón		1	2						3
Helados de Paila Cotopaxi	1								1
NiceCream	1	1			1		1		4
Pingüino	1	1			1			1	4
Break	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Gelateria la Fornace	-	-	-	-	-	-	-	-	4
El Templario	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Chughucaras									
Mama negra	1		1	1				1	4
Don Goyo	1				1			1	3
Charito		1			3			1	5
Anita	1				2			1	4
Don Pancho	1	1			1			1	4
Don Guaita	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	9	8	9	2	17	1	2	7	62

El cuadro anterior señala que existe un total de 62 personas que trabajan en establecimientos de comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden, y también indica cómo se distribuyen en las diferentes áreas de cada uno los establecimientos, al dividir la cantidad total de talento humano para el número de establecimientos tenemos como resultado de cuatro personas laborando por establecimiento.

Resultados de Comidas y bebidas.

Los establecimientos de comidas y bebidas en la Zona de Primer Orden comprenden un total de dieciocho, categorizados en seis restaurantes

convencionales, seis restaurantes de comida típica, cuatro fuentes de soda, dos Cafeterías, contando los mismos con una experiencia promedio de 25 años, los turistas gastan en promedio la cantidad de 6 a 8 dólares.

Cuenta con una capacidad de 905 plazas en 193 mesas. siete de estos establecimientos tienen construcción Colonial y once moderna, un establecimiento cuenta con parqueadero interno, dos con parqueadero externo y quince no poseen parqueadero, 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.

Cinco establecimientos ofrecen servicio de cafetería, un establecimiento servicio telefónico, nueve cuentan con personal uniformado, un establecimiento cuenta con personal que habla Inglés, cinco con servicio de recepción, trece poseen sistemas de protección contra incendios, doce establecimientos brindan asistencia médica y seis registran a sus clientes. Para los establecimientos de comida y bebida los meses de enero, febrero, mayo, noviembre y diciembre se consideran temporada alta y los demás temporada baja.

La relación de porcentaje de turistas que obtienen los establecimientos de comidas y bebidas son grupos extranjeros 10.5%; extranjeros individuales 10.4%; nacionales individuales 35.4%; y grupales nacionales 43.8%. En el área de Comidas y Bebidas tenemos a 62 personas distribuidas en las diferentes áreas.

c) **Agencias de Viajes.****Tabla 2.22.****Categoría de Agencias de Viajes Zona de Primer Orden**

Categoría / Agencias de Viajes Zona de Primer Orden						
Numero	Nombre del establecimiento	Nombre del propietario	Categoría			
			Internacional	Operadora	Dual	
1	Adaztour	Sonia Vásconez - Hernán Vásconez	X			
2	MetropolitanTouring	Metropolitan Turing CIA. LTDA.	X			
3	ExpeditVolcano Rute	Ramiro Viteri		X		
4	Greivag Turismo y Aventura	Iván Guerrero		X		
5	Selvanieve Expediciones	Enrique Pineda		X		
6	NeigesEcuadorian Tours	Pablo Parreño		X		
7	Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.	Guillermo Berrazueta		X		
8	Tobar Expeditions	Tobar Expeditions CIA LTDA.		X		

En la Zona de primer Orden se encuentran ocho Agencias de Viajes dos operadoras y dos Internacionales.

Tabla 2.23.**Datos generales de Agencias de Viajes Zona de Primer Orden**

Generalidades / Agencias de Viajes Zona de Primer Orden							
Nombre del establecimiento	Años del mercado	Tarifa Promedio	Descuentos	Contactos			
				Convencional	Celular	email	Página web
Adaztour	18	70 o mas	Según número de Grupos	2811465	995316435	adaztour@adaztour.com.ec	www.adaztour.com
MetropolitanTouring	17	70 o mas	Según el paquete	2802985	-	mltga@andina.net.net	www.etropolitantouring.com
ExpeditVolcano Rute	15	41-50	Ninguna	2812452	992984655	volcanrute@gmail.com	
Greivag Turismo y Aventura	7	41-50	Pago efectivo-Según precio-Grupo de 30 gratuidad	281 0510	98647308		www.greivagturismo.com
Selvanieve Expediciones	14	51 a 60	Ninguna	2802689	997360468	selvanieve@hotmail.com	www.selvanieve.com
NeigesEcuadorian Tours	15	70 o mas	En grupos de 7 a 10	2811199	998265567	neigestours@gmail.com	
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.	8	70 o mas	Grupo de 4 - USD \$10		995378461	tierrazerotours@hotmail.com	
Tobar Expeditions	-	-	-	-	-	-	-

Las agencias de viajes tienen un tiempo promedio en el mercado de 12 años, Adaztour es la mayor permanencia en el mercado prestando sus servicios durante 18 años y la más temprana es Greivag Turismo y Aventura con 7 años. Como se puede

apreciar en la tabla anterior 5 de las 8 Agencias tiene similitud en sus años de experiencia.

Cada agencia independientemente de su categoría brinda diferentes tipos de descuentos, tomado el ejemplo de Greivag Turismo y Aventura ofrece descuentos en pago en efectivo, depende también del valor del Paquete y en grupo de 30 se presenta una gratuidad competa. También se conoce que la agencia Selvanieve Expediciones y la agencia ExpeditVolcano Rute no presentan descuentos en sus productos.

Tabla 2.24.
Parqueadero horario de atención en Agencias de Viajes Zona de Primer Orden

Parqueadero - Horario atención/ Agencias de Viajes Zona de Primer Orden												
Nombre del establecimiento	Parqueadero			Horario de atención								
	Interno	Externo	No	Permanente	Temporal	L	M	X	J	V	S	D
Adaztour			X		08H30-12H30 14H30-18H00	x	x	x	x	x	x	
MetropolitanTouring			X		09H00-18H00	x	x	x	x	x		
ExpeditVolcano Rute			X			x	x	x	x	x	x	X
GreivagTurismo y Aventura			X		08H30-19H30	x	x	x	x	x	x	
Selvanieve Expediciones			X	x								
NeigesEcuadorian Tours			X	x								
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.			X		10H00-13H00 15H00-17H00	x	x	x	x	x		
Tobar Expeditions			X	-	-	-	-	-	-	-	-	-

El 100% de las agencias de viajes no tienen parqueadero para sus clientes. Las Agencias Selvanieve Expediciones y Neiges Ecuadorian Tours trabajan en un horario permanente, los días de atención de agencias operadoras son generalmente es de lunes a jueves, debido a que los días viernes, sábado y domingo es cuando operan los tours.

Tabla 2.25.

Servicios agencias de Viajes Operadoras Zona de Primer Orden

Servicios / Agencias de Viajes Operadoras Zona de Primer Orden								
Nombre del establecimiento	Vende Paquetes turísticos	La reserva, adquisición y venta de Boletos	Vende o intermedia pólizas de seguros - turísticas.	Operadoras Comercialización		La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico	Alquiler de útiles y equipos deportivos	Flete de medios de transporte
				Al usuario	AA VV			
ExpeditVolcano Rute	X			x	x		X	
Greivag Turismo y Aventura	X	X	X	x	x	x	X	X
Selvanieve Expediciones	X			x			X	
NeigesEcuadorian Tours	X	X		x		x	X	
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.	X	X	X	x	x	x	X	X
Tobar Expeditions	-	-	-	-	-	-	-	-

El 100% de las agencias de viajes venden y comercializan sus paquetes directamente con el usuario y alquilan equipos para la práctica de deportivos. Las operadoras Greivag Turismo y Aventura, y Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA. Cumplen con el 100% de los servicios encuestados.

Tabla 2.26.

Porcentaje de ocupación de Agencias de Viajes Zona de Primer Orden.

Porcentaje de ocupación / Agencias de Viajes Zona de Primer Orden															
Nombre del establecimiento	Nacionales							Extranjeros							
	TI	TG	A	B	C	D	TN	TI	Total G	A	B	C	D	TE	
	Individuales		Grupales				=(T I+ T G)	Individuales		Grupales				=(T I+ T G)	
			=(A+B+C+D)	2 a 3	4 a 6	7 a 10	11 o mas	Total			=(A+B+C+D)	2 a 3	4 a 6	7 a 10	11 o mas
Adaztour	50	30	0	0	0	30	80	20	0	0	0	0	0	20	
MetropolitanTouring	60	20	5	5	5	15	90	10	0	0	0	0	0	10	
Sub Total AAVV Inter	55	30	2,5	2,5	2,5	22,5	85	15	0	0	0	0	0	15	
ExpeditVolcano Rute	20	10	0	0	0	10	30	20	50	0	25	25	0	70	
Greivag Turismo y Aventura	10	30	0	0	0	0	40	10	50	25	25	0	0	60	
Selvanieve Expediciones	0	1	0	1	0	0	1	1	98	85	10	2	1	99	
NeigesEcuadorian Tours	15	5	0	0	0	5	20	20	60	0	30	30	0	80	
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.	1	4	2	0	1	1	5	20	75	0	45	30	0	95	
Tobar Expeditions	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Sub Total AAVV Ope.	9,2	10	0,4	0,2	0,2	9,2	19,2	14,2	66,6	22	27	17,4	0,2	80,8	

La investigación demuestra que existe una mayor afluencia de turistas nacionales a las Agencias internacionales y a las Agencias Operadoras en mayor cantidad turistas extranjeros. Para las Agencias Internacionales su mercado principal son los turistas individuales nacionales ya que ellos representan 55% del mercado.

El mercado para las Agencias operadoras son los grupos de turistas internacionales ya que constituyen el 66.6% divididos en grupos de 11 o en adelante el 0.2%, en grupos 7 a 10 personas el 17.4%, en grupos de 4 a 6 personas el 27% y en grupos de 2 a 3 personas el 22%.

Tabla 2.27.

Estacionalidad que marca la temporada en establecimientos de agencias de Viajes Zona de Primer Orden

Estacionalidad / Establecimientos de Alojamiento Zona de Primer Orden												
Nombre Del Establecimiento	I Trimestre			Estacionalidad II			Estacionalidad III			Estacionalidad IV		
	enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	junio	Julio	Agosto	septiembre	Octubre	noviembre	Diciembre
Adztour	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
MetropolitanTouring	Baja	Baja	Baja	Alta	Alta	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Baja	Alta
ExpeditVolcano Rute	Baja	Baja			Baja	Alta			Alta	Alta	Baja	Alta
Greivag Turismo y Aventura			Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta			
Selva nieve Expediciones							Alta	Alta	Alta	Alta		Alta
NeigesEcuadorian Tours				Alta	Alta	Alta			Baja	Baja		
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Tobar Expeditions	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y noviembre representan temporada baja para las Agencias de Viaje de la zona de primer orden y los demás meses son temporada alta.

Tabla 2.28.

Paquetes Ofertados de Agencias de Viajes Zona de Primer Orden

Nombre del establecimiento	Paquetes que ofertados / Agencias de Viajes Zona de Primer Orden						
	Full Day	Dos días una noche	Tres días dos noches	Cuáles son los destinos que más vende	Nacional Vende circuitos turísticos en el Centro Histórico de Latacunga/si no porque	Estaría dispuesto a comercializar un circuito turístico Histórico Cultural/si no porque	Internacional Cuáles son los destinos que más vende
Adaztour	Cotopaxi-Quilotoa	Cotopaxi-Baños-Quilotoa	Cuenca Ibarra	Guayaquil-Baños-Cotopaxi-Quilotoa	No/Porque la ciudad no tiene un atractivo para que el Turista lo visite	Si/porque hay que apoyar a la ciudad para impulsar al turismo	Cotopaxi
Metropolitan Touring	Cotopaxi	Baños Cotopaxi	Costa	Costa	No/porque no existe.	Si / por Apoyo al sector	Cotopaxi
ExpediVolcano Rute	Cotopaxi	Cotopaxi		Cotopaxi	No/No hay que mostrar	Si	Cotopaxi-Quilotoa
Greivag Turismo y Aventura		Amazonia-Costa		Costa	No/Solo es un plus al adquirir otro paquete	Si	Cotopaxi Extremo-Quilotoa
Selvanieve Expediciones	Cotopaxi-Quilotoa-Ilinizas	Cotopaxi-Quilotoa		Cotopaxi-Quilotoa	No/No hay que mostrar	No/No hay que mostrar	Cotopaxi-Quilotoa
NeigesEcuadorian Tours	Cotopaxi	Quilotoa	Quilindaña	Cotopaxi-Quilotoa-Ilinizas-Quilindaña	No/Las ordenanzas no están bien establecidas a la vez no hay colaboración	Si/Por la acogida de Turistas lo que contribuirá al desarrollo	Cotopaxi-Quilotoa-Ilinizas-Quilindaña
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.	Cotopaxi-Quilotoa-Ilinizas	Cotopaxi extremo	Cotopaxi	Cotopaxi	No/No dispone de guías dispuestos a trabajar en el sector	Si/Hay que dar a conocer la Ciudad Culturalmente	Cotopaxi
Tobar Expeditions	-	-	-	-	-	-	-

Al realizar una recopilación de cuáles son los paquetes más vendidos por las Agencias tenemos visitas tipo full day, que comercializan atractivos como Cotopaxi, Ilinizas y Quilotoa; en tours de dos días y una noche al Cotopaxi, Ilinizas, Quilotoa, Baños, Amazonia; y en tours de tres días dos noches, Cotopaxi, Quilindaña, Cuenca Ibarra y Costa.

Destinos que tienen el porcentaje más alto en comercialización son Cotopaxi, Quilotoa, Ilinizas, Guayaquil, Baños, la Región costa y Amazonia, entendiéndose que el principal atractivo es Cotopaxi, la oferta para los turistas internacionales de igual manera es el Cotopaxi.

Ninguna de las Agencias de la Zona de Primer Orden vende circuitos históricos culturales, el principal motivo que aducen es la falta de atractivos.

El 87.5% de las Agencias está de acuerdo en vender un Circuito Histórico Cultural dentro del Centro Histórico señalando que esto contribuirá al desarrollo de la ciudad.

Cuatro agencias de viajes señalan que el principal tipo de turismo es el de aventura y tres que es el ecoturismo.

Tabla 2.29.

Talento Humano de Agencias de Viajes Zona de Primer Orden.

Talento Humano / Agencias de Viajes Zona de Primer Orden								
Nombre del establecimiento	Administrador	Dpto. de counter	Dpto. Guías	Dpto. planificación	Dpto. de ventas	Dpto. financiero	Total	Idiomas que maneja la AAVV
Adztour		3	5		2	2	13	Inglés
Metropolitan Touring							4	Inglés
Expedi Volcano Rute							2	Inglés Francés
Greivag Turismo y Aventura		1	10	Temporales			2 F 10 T	Inglés Alemán
Selvanieve Expediciones							1	
Neiges Ecuadorian Tours	1					1	1	3 Inglés Francés
Berrazueta y Berrazueta CIA. LTDA.			20				21	Inglés Alemán Francés
Tobar Expeditions	-	-	-	-	-	-	-	-

La tabla anterior permite conocer que existe un total de 46 personas fijas y 10 temporales que trabajan en Agencias de Viaje en la Zona de Primer Orden, y también

indica cómo se distribuyen en las diferentes áreas de cada uno de los establecimientos.

Resultados de Agencias de Viaje.

La Zona de Primer Orden oferta ocho agencias de las cuales seis son operadoras y dos internacionales, con una experiencia promedio de 12 años, ninguna tiene parqueadero. 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 los demás meses son temporada alta. El porcentaje de turistas que acuden a las Agencias Internacionales es: extranjeros individuales 15%; nacionales individuales 55%; y grupales nacionales 30%. El porcentaje de turistas que obtienen las Agencias Operadoras es: grupos extranjeros 66.6%; extranjeros individuales 14.2%; nacionales individuales 9.2%; y grupales nacionales 10%. En los establecimientos de Agencia de viajes laboran 46 personas fijas y 10 guías temporales.

Tabla 2.30.

Convalidación de la oferta Turística en la Zona de Primer Orden

Convalidación de la Oferta Turística / Servicios Zona de Primer Orden													
		TIPO					SUBTIPO				Can		
Manifestaciones Culturales	HISTÓRICOS	Arquitectura Civil					Arquitectura Religiosa		5		15		
									5		1		
									1		1		
									1		1		
									1		1		
									1		1		
									1		1		
									1		1		
									1		1		
									1		1		
ETNOGRAFIA		Comidas y bebidas típicas					1		1				
REALIZACIONES TECNICAS Y CIENTIFICAS CONTEMPORANEAS		Obras técnicas					1		1				
Establecimientos		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							
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	

En resumen la oferta turística de la Zona de Primer Orden del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga ofrece quince Atractivos turísticos de tipo Manifestación Cultural. En el mercado de prestadores de servicios existen 35 establecimientos entre nueve establecimientos alojamiento, dieciocho establecimientos de comidas y bebidas y ocho Agencias de Viajes, de los cuales cuatro poseen un parqueadero

interno, seis externos y veinte y cinco no tienen parqueadero. En los establecimientos estudiados se cuenta con un talento humano de 157 trabajadores de planta y 10 temporales. Para el hospedaje se ofrece 304 plazas en 194 habitaciones. Para alimentación se cuenta con 1247 puestos en 270 mesas. El tipo de construcción en establecimientos se cuenta con 19 Coloniales 16 modernas, el porcentaje de turistas extranjeros es de 52% y 48% nacionales.

La Zona de Primer Orden además de los establecimientos antes mencionados también cuenta con establecimientos que no están registrados por el Ministerio de Turismo, al no estar catastrados por la institución no han sido objetos de estudio para esta investigación. Ya que si se colocan estos establecimientos de una manera errónea afectarían al proceso de Evaluación del Potencial Turístico.

Existen establecimientos que no constan en el catastro de prestadores del Ministerio de Turismo sin embargo se los enlista.

Tabla 2.31.

Prestadores de Servicios no Registrados en el Ministerio de Turismo.

Establecimientos no registrados					
Núm.	Establecimiento	Núm.	Establecimiento	Núm.	Establecimiento
	Restaurantes	20	q' Vida		Cafeterías
1	Rey	21	Sabor y Sabor	1	El gallo de lata
2	Sagardi	22	d'Angelo	2	Kia
3	la casa del sabor	23	Club Cotopaxi	3	Shaguarma
4	Patricio Rose	24	mama miche	4	Sal y Dulce
5	Nely's	25	Buona Grill	5	Pepas
6	restauran sin nombre c.c.colonial	26	BuonGiorno	6	san francisco
7	Shaddai	27	Quins	7	Sin nombres san francisco
8	sin nombre hotel sanmpedro	28	TioPame	8	sin nombre pasaje
9	restauran frente ex casa preguntar nombre	29	Restaurante sin nombre sanfrancisco	9	el abuelo
10	doña Nelly	30	Restaurante sin nombre cuito	10	El pasaje
11	sal y pimienta	31	Megan	11	lucho candlas
12	Magma	32	Pollo	12	Panceroti
13	Colonial	33	los arupos		Fuentes de Soda
14	Super pollo	34	santa cosina	1	Fratelo
15	Tenedor libre	35	restauran sin nombre Juan avel	2	Pailin
16	el gringo y la gorda	36	Sabor mixto	3	le frut's
17	Pique y pase				Bares
18	Brocolini			1	Michita
19	Bugambilla			2	Nefertaris

Los establecimientos no registrados son treinta y seis restaurantes, tres fuentes de soda, doce cafeterías y dos bares.

2.1.4. Infraestructura

a) Infraestructuras y Servicios Disponibles

Servicios básicos

A continuación se presenta el porcentaje de los servicios básicos con los que cuenta la ciudad de Latacunga en todo el cantón.

Tabla 2.32.
Servicios Básicos 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

Accesos

Terrestre

- 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.

Aéreo

La ciudad de Latacunga cuenta con el Aeropuerto Internacional el mismo que ya se encuentra en funcionamiento con vuelos nacionales y funciona también como alterno de la ciudad Capital.

Tabla 2.33.
Comercios y servicios

Comercios y servicios	
Comercios / servicios	Cantidad
Panaderías	17
Centros comerciales	3
Tiendas	36
Cooperativas/	15
Taxis	4
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

Observar la tabla anterior nos permite concluir que el Centro Histórico de Latacunga oferta para los turistas una cantidad adecuada de comercios y servicios complementarios, los mismos que de ser necesarios podrían mejorar su estancia.

2.1.5. Superestructura

a) Organizaciones Turísticas Locales

Para el análisis de la Superestructura del Centro Histórico de Primer Orden de la Ciudad de Latacunga se realizó una entrevista a las Organizaciones Turísticas locales tanto Gubernamentales como no Gubernamentales.

Las entrevistas se presentan a continuación.

FICHA DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICAS LOCALES GAD (MUNICIPAL)

Nombre de la Organización Turística

Jefatura de Turismo

Qué competencias tienen y cuáles son sus campos de actividad.

Elaboración de Planes y Proyectos que promuevan la Actividad Turística

Quienes trabajan en ellas. En concepto de qué.

Jefe de Turismo

Inspector

Promotor

Secretaria

Con qué presupuesto cuentan

\$12.675.00 USD

Qué actividades tienen previstas

1. Inspección a Prestadores Turísticos
2. Inspección a Atractivos Turísticos

Que medios de comunicación Utilizan

Afiches y despleables

Qué estrategias de comercialización tienen previstas

Publicidad Impresa

Afiches

Despleables

Formación y turismo

Conociendo que existen 142 empleados fijos y 10 temporales (guías)

Qué nivel de cualificación tienen las personas que trabajan en el turismo

Decadente, porque no existe colaboración entre prestadores de servicios turísticos

Qué posibilidades de formación profesional, inicial y permanente tienen, a niveles local y regional

Capacitación en diferentes Temas

Qué programas de formación les hacen falta pero no están disponibles a nivel local

Guías de Museos

Concursos

¿Existen concursos en el ámbito del turismo en los que sería interesante participar?

No existen

**FICHA DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICAS LOCALES (CÁMARA
PROVINCIAL DE TURISMO)**

Nombre de la Organización Turística

Cámara de Turismo CAPTUR Cotopaxi

Qué competencias tienen y cuáles son sus campos de actividad

Difusión y Promoción de prestadores de servicios turísticos de Cotopaxi

Quiénes trabajan en ellas, En concepto de qué

Presidente

Secretaria-Recaudadora

Con qué presupuesto cuentan

Aporte de los Socios

Qué actividades tienen previstas

1. Promocionar
2. Capacitar
3. Mejoramiento de estructura
4. Certificación de Competencias Laborales

Qué estrategias de comercialización Turísticas tienen previstas

Alianzas estratégicas Sector Público-Privado

Alianzas con Organizaciones internacionales

Alianzas con los Socios

Formación y turismo

Conociendo que existen 142 empleados fijos y 10 temporales (guías)

Qué nivel de cualificación tienen las personas que trabajan en el turismo

Debilidad en que la mayoría son ocasionales, sin formación académica o capacitación que rotan de empleo en empleo, desperdiciando la capacitación invertida por parte de los prestadores.

Qué carencias tienen en materia de formación

Falta de capacitación en qué es Centro Histórico

Mejorar infraestructura de prestadores

Recuperación de desayuno típico

Qué posibilidades de formación profesional, inicial y permanente tienen, a niveles local y regional

Capacitación en CAPACITUR una vez al año

Capacitación en SETEC dos veces al año

Qué programas de formación les hacen falta pero no están disponibles a nivel local

Certificación de Competencias Laborales

Cooperación entre operadores turísticos locales.

Qué tipo de cooperación existe a nivel local (encuentros periódicos entre hosteleros, etc.)

Existen reuniones Ordinarias que se realizan según la necesidad de tratar temas específicos y reuniones extraordinarias que se dan 2 al año para analizar el funcionamiento de la Cámara de Turismo.

Concursos

Existen concursos en el ámbito del turismo en los que sería interesante participar

Se realizan Ferias Ciudadanas

b) Comercialización Turística

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 despleables.

2.2. Análisis de la Demanda.

2.2.1. Demanda Receptora

La Demanda Receptiva es medida por el número de Turistas Extranjeros que llegan al Ecuador. Para una investigación precisa se ha tomado el dato del número de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi recabado de la Dirección Nacional de Áreas Naturales y Vida Silvestre, Registro de visitantes, del año 2003 al año 2012, del Ministerio del Medio Ambiente considerando que este es el segundo atractivo más visitado a nivel Nacional, es considerado también por su cercanía a la Zona de investigación.

a) Demanda Histórica

Los datos que se han obtenido para determinar la demanda Histórica sirven para conocer el número de turistas que han llegado al Atractivo turístico determinado; en base a estos datos se proyectara la demanda futura y así se realizara una estimación de la demanda potencial

Tabla 2.34**Demanda Histórica de Turistas Extranjeros**

Demanda Histórica / Extranjeros	
AÑO	Número de Turistas
2003	26944
2004	27414
2005	33125
2006	36678
2007	41842
2008	40683
2009	42369
2010	46951
2011	49095
2012	46018

FUENTE: Dirección Nacional de Áreas Naturales y Vida Silvestre, Registro de visitantes, del año 2003 al año 2012, del Ministerio del Medio Ambiente

b) Demanda Futura

Para determinar la demanda futura es necesario determinar dos constantes las mismas que se aplicaran en la ecuación de proyección. Las constantes son determinadas en base a los datos de la demanda histórica. A continuación se presentan los datos y las ecuaciones.

Tabla 2.35**Datos para determinar demanda futura de turistas Extranjeros**

Datos para determinar demanda futura / Extranjeros				
AÑO	X	Y	X*Y	X*X
2003	-4,5	26944	-121248	20,25
2004	-3,5	27414	-95949	12,25
2005	-2,5	33125	-82812,5	6,25
2006	-1,5	36678	-62763	2,25
2007	-0,5	41842	-27634	0,25
2008	0,5	40683	20341,5	0,25
2009	1,5	42369	63553,5	2,25
2010	2,5	46951	117377,5	6,25
2011	3,5	49095	171832,5	12,25
2012	4,5	46018	207081	20,25
Total	0	391119	189779,5	82,5

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

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

Dónde:

“a” y “b” son constantes

$$\sum y = 391119$$

$$n = 10$$

$$\sum x = 0$$

$$\sum xy = 189780$$

$$\sum x^2 = 82.5$$

Determinar la constante “a” en ecuación “1”

$$391119 = 10a + 0$$

$$a = \frac{391119}{10}$$

$$a = 39111.9$$

Determinar la constante “b” en ecuación “2”

$$189780 = 0 + 83b$$

$$b = \frac{189780}{82.5}$$

$$b = 2300.3$$

Aplicamos la fórmula de proyección con las constantes “a” y “b”

$$y = a + bx$$

Tabla 2.36**Proyección de la demanda futura de Turistas Extranjeros**

Proyección Futura / Turistas Extranjeros		
Años	X	y=a+bx
2013	5,5	51764
2014	6,5	54064
2015	7,5	56365
2016	8,5	58665
2017	9,5	60965
2018	10,5	63266
2019	11,5	65566
2020	12,5	67866

Los datos antes determinados darán el suficiente argumento para poder calcular la demanda potencial.

2.2.2. Demanda Interna

La demanda interna es medida por el número de Turistas Nacionales. La forma de obtención de información fue la misma que la demanda externa.

a) Demanda Histórica

Los datos que se han obtenido para determinar la demanda Histórica sirven para conocer el número de turistas que han llegado a un atractivo turístico determinado; en base a estos datos se proyectara la demanda futura y así se realizara una estimación de la demanda potencial

Tabla 2.37

Demanda Histórica de Turistas Nacionales

Demanda Histórica / Nacionales	
AÑO	Número de Turistas
2003	24712
2004	45882
2005	54014
2006	53851
2007	55268
2008	52327
2009	59513
2010	49021
2011	104516
2012	122481
Total	621585

FUENTE: Dirección Nacional de Áreas Naturales y Vida Silvestre, Registro de visitantes, del año 2003 al año 2012, del Ministerio del Medio Ambiente

b) Demanda Futura

Para determinar la demanda futura es necesario determinar dos constantes las mismas que se aplicaran en la ecuación de proyección. Las constantes son determinadas en base a los datos de la demanda histórica. A continuación se presentan los datos y las ecuaciones.

Tabla 2.38

Datos para determinar demanda futura de turistas Nacionales

Datos para determinar demanda futura / Nacionales				
AÑO	X	Y	X*Y	X*X
2003	-4,5	24712	-111204	20,25
2004	-3,5	45882	-160587	12,25
2005	-2,5	54014	-135035	6,25
2006	-1,5	53851	-80776,5	2,25
2007	-0,5	55268	-27634	0,25
2008	0,5	52327	26163,5	0,25
2009	1,5	59513	89269,5	2,25
2010	2,5	49021	122552,5	6,25
2011	3,5	104516	365806	12,25
2012	4,5	122481	551164,5	20,25
Total	0	621585	639719,5	82,5

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

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

Donde

“a” y “b” son constantes

$$\sum y = 621585$$

$$n = 10$$

$$\sum x = 0$$

$$\sum xy = 639719.5$$

$$\sum x^2 = 82.5$$

Determinar la constante “a” en ecuación “1”

$$621585 = 10a + 0$$

$$a = \frac{621585}{10}$$

$$a = 62158.5$$

Determinar la constante “b” en ecuación “2”

$$639719.5 = 0 + 82.5b$$

$$b = \frac{639719.5}{82.5}$$

$$b = 7754.1$$

Aplicamos la fórmula de proyección con las constantes “a” y “b”

$$y = a + bx$$

Tabla 2.39**Proyección futura de la demanda de Turistas Nacionales**

Proyección Futura / Turistas Nacionales		
Años	X	y=a+bx
2013	5,5	104806
2014	6,5	112561
2015	7,5	120315
2016	8,5	128069
2017	9,5	135823
2018	10,5	143577
2019	11,5	151332
2020	12,5	159086

2.2.3. Demanda Potencial

Los datos de demanda potencial son obtenidos mediante la multiplicación del porcentaje de la motivación de viaje, tanto de los turistas nacionales como extranjeros que visitan el País, por la motivación de turismo cultural, dato conseguido en la balanza de turismo 2012, y los datos de la proyección de la demanda Futura.

Tabla 2.40.**Demanda Potencial de Turistas Nacionales y extranjeros**

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

2.2.4. Perfil Del Turista

El perfil del turista es un punto clave en el análisis de la demanda, para que el análisis sea completo, es necesario determinar el tamaño de la muestra y realizar una investigación primaria a través de una herramienta, este caso una encuesta, a continuación se forjara el resultado del tamaño de la muestra.

La encuesta será realizada bajo la experiencia del encuestador, a través de la técnica proyectiva.

Tamaño de Muestra.

El tamaño de la muestra se determina a partir del tamaño del tamaño de la demanda histórica del año 2012 del total de turistas nacionales y extranjeros multiplicados por el porcentaje de motivación.

Tabla 2.41.

Porcentaje de turistas en la provincia de Cotopaxi año 2012 / motivación cultura.

Porcentaje de turistas en la provincia de Cotopaxi año 2012 / motivación cultura				
Turistas	2012	porcentaje motivación cultura	Turistas por cultura	porcentaje entre nacionales y extranjeros
NACIONALES	122481	26%	31845,06	48,39%
EXTRANJEROS	46018	73,80%	33961,28	51,61%
TOTAL	168499		65806,34	100%

Ecuación

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

Dónde:

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= Será el tamaño de la muestra, es decir el número de personas que serán encuestadas

$$n = \frac{65806 * 0.5^2 * 1.96^2}{0.5^2 * (65806 - 1) + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{63200,41278}{165,47376}$$

$$n = 382$$

Al resultado de “n” multiplicamos los resultados de porcentajes 48.39% de nacionales y 51.6 de extranjeros obteniendo así:

Tabla 2.42.

Tamaño de muestra para nacionales y extranjeros.

Tamaño de muestra	
Nacionales	185
Extranjeros	197
Total	382

El modelo de encuesta se encuentra en (ver Anexo3)

El análisis de cada pregunta de la encuesta aplicada a los turistas se encuentra en el (ver Anexo 4)

a) Análisis Cuantitativo

Turista Extranjero

El género de los turistas extranjeros no varía entre sí, sin embargo el género masculino (56.3%) representa la mayor parte de encuestados, los turistas se desplazan generalmente de forma individual (54.8%) o en grupos de dos a cuatro personas (28.4%), habitualmente los turistas están en un rango de edad de 21 a 40 (53.3%) años, empleado privado (24.4%), empleado público (21.8%) y estudiante universitario (20.3%) son las principales ocupaciones de los turistas que arriban a la ciudad, el servicio de transporte público (65.0%) es el más utilizado, en cuanto a conocimiento de otros centros históricos en la zona de influencia se ha obtenido desconocimiento (71.6%) por el conglomerado de turistas, pero Alauís (14.7%) es el preferido dentro del conglomerado que tienen conocimiento de los Centros Históricos, los restaurantes de comida típica (74.1%) con la principal opción al momento de elegir un establecimiento para alimentarse, de igual manera los hoteles (39.6%) son su principal opción al momento de alojarse, el (48.8%) de los turistas disponen 1 a 3 horas para la realización del circuito y su promedio de gasto para el mismo es de 1 a 15 dólares representando el (43.8%).

Turista Nacional

El género masculino (50.8%) tiene mayor representatividad entre los de encuestados, los turistas nacionales se desplazan generalmente en grupos grandes de 13 o más personas (43.8%), habitualmente los turistas están en un rango de edad de 21 a 50 años (64.9%), empleado privado (31.9%) y empleado público (20.5%) son las principales ocupaciones de los turistas nacionales que arriban a la ciudad, el servicio de transporte público (69.7%) es el más utilizado, en cuanto a conocimiento de otros centros históricos en la zona de influencia se ha obtenido que Riobamba (30.8%) es el más conocido, los restaurantes de comida típica (54.6%) son la principal opción al momento de elegir un establecimiento para alimentarse, de igual manera los hoteles (55.7%) son su principal opción al momento de alojarse, el

(54.0%) de turistas disponen 1 a 3 horas para la realización del circuito y su promedio de gasto para el mismo es de 1 a 15 dólares representado en el (60.3%).

b) Análisis Cualitativo

Turista Extranjero

La nacionalidad de los turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Latacunga en su mayoría son Colombianos (29.7%), los turistas extranjeros señalan que sus principales opciones de visita son atractivos de arquitectura Civil (10.8%), arquitectura Religiosa (10.6%), lugares donde comprar artesanías (10.2%), y también sería de su agrado visitar museos (9.8%), el estilo de preferencia para los turistas es la construcción colonial representa por el (74.1%) al momento de adquirir un servicio turístico, las páginas web (46.2%) son el medio de comunicación por el cual los turistas extranjeros se enteraron del Centro histórico de la Ciudad de Latacunga, el (61.4%) de turistas si adquirirían un circuito Histórico Cultural, la falta de tiempo (39.5%) es la primera razón por la que no adquirirían el circuito.

Turista Nacional.

Los turistas Quiteños (23.2%) son la cantidad más representativa del total de viajeros nacionales que recibe la ciudad de Latacunga, los atractivos que seleccionan los turistas nacionales son primordialmente las edificaciones de arquitectura religiosa (13.0%), arquitectura civil (12.4%) y museos (12.4%), el estilo de construcción colonial representa el (71.4%) y es el que predomina al momento de adquirir un servicio turístico, la sugerencia de un amigo o familiar (77.3%) fue por la que los turistas se enteraron del Centro histórico de la Ciudad de Latacunga, el (68.1%) de turistas si adquirirían un circuito Histórico Cultural, el principal motivo por el cual no lo adquirirían es porque consideran a la ciudad, como ciudad de paso (35.6%).

Tablas de contingencia

Encuestas Extranjeros

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.

El 28.4% representan los grupos de 2 a 3 personas, dentro de los cuales Colombia constituye el 25.0%, España el 19.6% y Estados Unidos el 17.9%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.1.).

Edad –De los siguientes Centros Históricos señale cuál es más llamativo a su criterio.

El desconocimiento predomina en los turistas con un 71.6 %, seguido de Alauís con el 14.7%, el rango de edad entre 21 y 40 años, y 60 o más representan el 24.1% cada rango, y 51 a 60 años el 17.2%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.2.).

Profesión - Medio de Transporte en el cual se desplaza

Al ser el transporte público el medio más utilizado para la movilización de los turistas el mismo indica un porcentaje de 65%, según su profesión el 18.0% son estudiantes universitarios, el 21.1% empleados privados y el 25% empleados públicos que utilizan este transporte. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.3.).

Circuito – Alojamiento

El 61.4% claramente señala que la mayoría de turistas adquirirían un circuito histórico cultural, dentro del conglomerado el 43.0% de turistas preferiría un hotel y el 31.4% un hostel. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.4.).

Circuito – Construcción

El 61.4% claramente señala que la mayoría de turistas adquirirían un circuito histórico cultural, el 77.7% prefiere visitar establecimientos con arquitectura colonial. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.5.).

Género – Alimentación

La elección de los turistas por comidas típicas representan el 74.1%, y el género masculino representa el 54.8%, mientras que el porcentaje del género femenino es el 45.2% del conglomerado dentro de la elección de comidas típicas. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.6.).

Grupo – Alimentación

Los turistas en un 54.8% viajan solos, los hoteles son la representación masiva en cuanto al consumo de establecimientos de alojamiento con el 43.5% y los hostales el 32.4%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.7.).

Procedencia – Comunicación

Las páginas web, el navegar en internet constituye 46.2%, los turistas de los países que en mayor porcentaje se enteraron de la ciudad de Latacunga son Estados Unidos con el 54.2% Colombia el 20.9% y España el 15.4%, el siguiente medio de comunicación es folletería representado por el 24%, de igual manera los países que se informaron mediante este medio son Colombia con 37.3% y España con 14.9%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.8.).

Competencia – Circuito

De igual manera el 61.4% indica que el porcentaje mayoritario es de turistas que 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 Alauís con el 19.8%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.9.).

Edad – Construcción

El Tipo de construcción colonial es el favorito de los turistas esto se demuestra con un 74.1%, los rangos de edad que indican esta opción de construcción son de 21 a 30 el 27.4%, de 31 a 40 el 26.0%, y de 41 a 50 el 14.4%.(Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.10.).

Comunicación – Motivo

Los turistas señalan que el principal motivo por el cual no visitan la ciudad de Latacunga es la falta de tiempo 39.5%, también se debe a la escasa información en medios de comunicación, esto demuestra que el 46.7% de los turistas indagan páginas web, el 33.3 % se informó por folletería y el 20.0% por sugerencias de amigos o familiares. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.11.).

Profesión – Gasto

El promedio de gasto para un circuito histórico cultural es de 1 a 15 dólares, según la profesión el porcentaje más altos que eligió esta opción es la de empleado público el 35.8%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.12.).

Transporte – Tiempo

La forma común de movilización de los turistas es mediante transporte público con el 62.0%,el tiempo que disponen para realizar un circuito es de 1 a 3 horas el 60.0%, un día el 18.7%, de 4 a 6 horas el 16.0% y dos días una noche el 5.3%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.13.).

Edad – Lugares

El rango de edad de los turistas que visita la ciudad de Latacunga en mayor cantidad esta entre 21 y 30 años, esto representa el 28.4%, en este rango las infraestructuras de arquitectura civil representan 16.1% y las de arquitectura religiosa representan 12.5%, el rango de edad de 31 a 40 años representa el 24.9%, en este rango las infraestructuras de arquitectura civil representan el 26.5% y las colinas el 16.3%, el rango de edad de 41 a 50 años representa el 14.2%, dentro de este los riachuelos y arquitectura civil representan 14.3% cada una, y el rango de edad de 51 a 60 años representa el 11.2%, dentro del rango los sectores históricos representan el 22.7% (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.1.14.).

Encuestas Nacionales.

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. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.1.).

Edad – Competencia

La edad de los turistas que visitan la ciudad de Latacunga se encuentra dentro del rango de 41 a 50 años, dentro de este rango los encuestados señalan que los centros históricos que prefieren son Riobamba con un 41.7%, Colta un 27.1% y Alauís el 22.9%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.2.).

Profesión - Transporte

El Transporte Publico representa 69.7% como el medio de movilización que utilizan los turistas. Dentro de este porcentaje tenemos que los empleados privados

representan el 29.5% los empleados públicos 23.3% y estudiantes universitarios el 14.7%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.3.).

Circuito – Alojamiento

Dentro del 68.1% que representa el porcentaje de turistas que estarían dispuestos a adquirir el circuito encontramos que el 56.3% de turistas prefiere alojarse en un hotel, el 29.4% en un hostel y el 14.3% en un hostel residencia. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.4.).

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. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.5.).

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. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.6.).

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%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.7.).

Ciudad– Comunicación

El 77.3% del conglomerado de turistas nacionales se enteró de la ciudad de Latacunga mediante sugerencias de amigos o familiares, dentro de este medio las

ciudades que representan la llegada de turistas son Quito el 26.6%, Baños el 23.8% y Ambato el 15.4%. A esto le sigue Folletería con el 8.1%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.8.).

Competencia – Circuito

El 68.1% de turistas adquiriría un circuito histórico cultural, este grupo señala que le llama la atención el Centro histórico de Alauís el 29.4% y Colta con Riobamba el 27.0% cada uno. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.9.).

Edad – Construcción

La construcción colonial predomina en todos los rangos de edad con una representación del 71.4%, los rangos que tienen una mayor representación son de 41 a 50 años el 27.3%, de 31 a 40 el 19.7%, de 21 a 30 el 18.2%, y de 60 o más el 15.2%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.10.).

Comunicación – Motivo

Las personas que no adquirirían el circuito aducen que no lo harían por considerar a Latacunga como una ciudad de paso siendo este motivo el 40.9%, la falta de tiempo el 25.0% y poco interés el 22.7%, todo esto se asume que es transmitido por las sugerencias de familiares o amigos que representa el 74.6%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.11.).

Profesión – Gasto

Los empleados privados es la ocupación que representa con mayoría en la cantidad de gasto de un circuito histórico, representado por el 34.9% de turistas, el gasto que se están dispuestos a pagar es de 1 a 15 dólares el 61.4% y de 16 a 30 dólares el 34.1%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.12.).

Transporte – Tiempo

Los turistas que ocupan el transporte público constituyen el 70.6%, de este medio de transporte se obtiene que el 53.9% preferiría un tiempo para el circuito de 1 a 3 horas de 1 a 3 horas, el 21.3% un tiempo de 4 a 6 horas el 12.4% un día y el 12.4% dos días una noche. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.13.).

Edad – Lugares

El rango de edad que predomina es el de 41 a 50 años representando el 25.9%, en este rango se determina que los lugares escogidos son arquitectura civil 29.2% y arquitectura religiosa 20.8%; el rango de edad de 31 a 40 años representa el 22.2%. En este rango se determina que los lugares escogidos son arquitectura civil y arquitectura religiosa con el 24.4% cada una, y el rango de edad de 21 a 30 años representa el 16.8%, los lugares seleccionados son ferias y congresos y arquitectura religiosa con el 16.1%. (Ver en Anexo 5 Tabla 7.5.2.14.).

2.3. Análisis De La Competencia

Para obtener la información necesaria para realizar el análisis de la competencia la metodología de evaluación del potencial turístico de un territorio asume como suficiente una búsqueda de información secundaria en folleterías y artículos que hagan relación a la competencia.

La metodología recomienda indagar las siguientes cuestiones y con la información requerida es necesario contestar ciertas preguntas.

¿Cuáles son los principales territorios de la competencia?

La principal competencia son los Centros Históricos declarados Patrimonio Cultural del Estado que se encuentran en el eje vial que comunica a la Zona estudio, estos son los Centros Históricos de Riobamba y Quito.

✓ **Centro Histórico de Riobamba**

El centro histórico de Riobamba genera dinamización a través de enclaves turísticos

Primer Enclave

Comprende el Parque Maldonado, el Parque La Libertad, y los atractivos culturales que encontramos en sus alrededores.

Segundo Enclave

El enclave dos comprende el entorno de la Plaza Roja.

Tercer Enclave

El enclave tres comprende el entorno del Parque Sucre.

Cuarto Enclave

El enclave cuatro comprende la estación del Ferrocarril y sus alrededores.

Quinto Enclave

El enclave quinto comprende principalmente el parque 21 de Abril, la iglesia de San Antonio de Padua y sus alrededores

Oferta

Existen 42 bienes patrimoniales en el centro Histórico de Riobamba de los cuales, 14 son de Jerarquía III, 24 son de Jerarquía II y solo 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.

Fortalezas

Dispone de óptimos servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, transporte público, recolección de basura y seguridad)

El centro Histórico es un sector altamente comercial con una amplia y variada oferta turística.

Numerosos bienes patrimoniales inventariados por el INPC, ubicados dentro del centro histórico de la ciudad de Riobamba.

Debilidades

Congestionamiento vehicular en horas pico. La gran cantidad de zanjas abiertas en la ciudad especialmente en zonas donde se ha cambiado el alcantarillado y la tubería del agua potable.

Horarios de atención deficientes en negocios y establecimientos turísticos. Falta de una cultura en atención al turista.

Deterioro del patrimonio por abandono y mal uso de las edificaciones. Poca predisposición y coordinación de autoridades públicas y eclesiásticas para la apertura y mantenimiento de bienes patrimoniales. Intervención en bienes patrimoniales de la ciudad, por remodelación. (CALDERÓN DELLI , 2013)

✓ 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” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

Más del 40% de turistas extranjeros que llegan al país visitan la ciudad. 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. El Centro Histórico y La Mariscal son las zonas con mayor concentración hotelera.

Centro Histórico. Casi todos los visitantes nacionales y extranjeros acuden a esta zona, cuya arquitectura alberga un gran valor histórico, arquitectónico y cultural. Esta zona posee la mayor cantidad de museos de la ciudad y la más reconocida colección de arte barroco del continente.

La Mariscal. Concentra la mayoría de establecimientos turísticos. Es considerada la zona rosa y cosmopolita de la ciudad. La vida nocturna y la oferta gastronómica se combinan con una serie de edificaciones modernas y otras de valor patrimonial.

Miradores. Tanto la zona urbana de Quito como sus parroquias rurales poseen decenas de miradores naturales. Quito turismo promueve la visita a nueve de éstos en función de la accesibilidad y de los servicios que ofrecen. Éstos son: Cruz Loma, Guápulo, Parque Itchimbia, Parque Metropolitano del norte, Yaku Museo del Agua, El Panecillo, Cima de La Libertad, San Juan y el mirador de Lloa.

Barrios. Entre los barrios más representativos de Quito están Bellavista (con el museo La Capilla del Hombre y el parque Metropolitano), Chimbacalle (con la estación del ferrocarril), Cumbayá (con espacios para ciclismo y caminatas), Guápulo (barrio bohemio), La Carolina (parque recreacional y área financiera y comercial de la ciudad). Fiestas. Los principales festejos de la ciudad incluyen diversas tradiciones. Además se organizan presentaciones artísticas y eventos gastronómicos. En diciembre, también existen las celebraciones por navidad y cambio de año, se organizan las fiestas en honor de la ciudad.

Todos estos atractivos son sustentados con servicios turísticos. Según datos publicados por la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad en la guía

práctica para hacer negocios en la ciudad de Quito, en el 2010 la ciudad contaba con 484 agencias de viajes, 463 establecimientos de alojamiento (que suman 11 142 habitaciones), 1 664 locales de comidas y bebidas, y 88 sitios de recreación, diversión y esparcimiento. (Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo , 2011).

Quito, además de poseer desde hace 33 años el título de Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en septiembre del 2010, Quito fue declarada como Capital Americana de la Cultura por el Buró Internacional de Capitales Culturales.

Uno de ellos es el Centro Histórico, que en 320 hectáreas, reúne a 130 edificaciones monumentales y 5.000 inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales, siendo así el más grande, menos alterado y mejor preservado de América.

Se encuentra asentada entre volcanes andinos, a 2.800 metros sobre el nivel del mar, convirtiéndose en el más grande de América” (Tamayo Gallegos, 2013)

Al revisar la principal competencia del Centro Histórico de la Ciudad de la competencia. Asumimos la estrategia de inspirarnos en la competencia.

2.3.1. Estrategia Inspirarse en la Competencia

Claramente asumimos al Centro Histórico de Quito como el competidor en el que Latacunga se va a inspirar por la similitud que tienen los dos Centros Históricos, aprovechando su experiencia y manejo en el desarrollo del área.

En el estudio de mercado que se encuentra anteriormente obtenemos que los turistas que llegan a Latacunga tienen una gran motivación por visitar atractivos arquitectónicos ya sean religiosos o civiles, este es otro indicador que señala la similitud.

Estableciendo un circuito Histórico – Cultural como eje de dinamización Turística, que sirva también para el fortalecimiento de planta turística de la Centro Histórico.

2.4. Análisis de las Tendencias

2.4.1 Métodos para el Análisis de la Tendencia

Según la metodología que se está aplicando para la evaluación del potencial turístico de un territorio, existen dos métodos para determinar las tendencias de turismo, el primero es realizar un estudio de gran envergadura acerca de las tendencias del turismo, éste está representado por un capital económico considerable, el segundo método es investigar en estudios ya realizados, la metodología advierte que es muy poco probable que se encuentre información a nivel local, por esta razón utilizar la información nacional es lo adecuado, para el análisis de las tendencias del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga se utiliza el segundo método que no por ser menos ambicioso es menos útil.

La República del Ecuador declara como política prioritaria de estado el desarrollo del turismo, de acuerdo a la Constitución vigente es responsabilidad de todos los ecuatorianos respetar los derechos de la naturaleza preservando un ambiente sano y utilizando los recursos de una manera sustentable y sostenible, para entender el concepto de turismo sostenible es necesario fundamentar el criterio de desarrollo sostenible “Desarrollo Sostenible: Aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.”

El Ministerio de Turismo crea como herramienta el Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020 que busca generar condiciones para insertar al turismo sostenible en la política de Estado.

A continuación se realizará un análisis las tendencias que plantea Ecuador para el turismo a través de sus herramientas.

Dentro del portafolio de productos turísticos del país señala que el turismo cultural es una línea de producto, esta línea conlleva una serie de sub líneas, una de ellas es el patrimonio cultural.

La visión de nacional del turismo marca claramente las tendencias a las cuales apunta Ecuador para el 2020. Ecuador busca estar posicionado como un destino turístico sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional.

Garantizar la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo.

Uno de los objetivos generales es atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.

Las políticas para la ejecución de los objetivos señalan que:

Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.

Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

Las estrategias marcan la transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y cultural.

Los objetivos de mercado dentro del PLANDETUR son:

Alcanzar un nivel de base sostenible de visitantes internacionales y mantenerlos en el tiempo.

Generar un aumento de los ingresos por turismo internacional más que proporcional al aumento de llegadas de visitantes.

Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado y su evolución en el tiempo.

Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, muestra una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, a aquel turista denominado alocéntrico y casi alocéntrico (el bien viajado aventurero que gasta bastante por la experiencia más que el confort), abriéndose un nicho para el Ecuador que puede ocupar si practica un modelo de turismo sostenible.

Del análisis se puede concluir que Ecuador tiene como prioridad el desarrollo de un turismo sostenible, al relacionar esta tendencia con la propuesta que se generara en los siguientes capítulos se debe concretar temas culturales para lo cual se establece una definición de desarrollo turístico cultural sostenible como aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes utilizando los atractivos turísticos que sean considerados patrimonio cultural del Ecuador, sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.

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.

Conocer la información del estado actual sobre la oferta, la demanda, las tendencias y las competencias, de la zona de Primer Orden del Centro Histórico de la ciudad del Latacunga sirve como punto de partida para el diagnóstico de la situación que se lo realizara en el próximo capítulo en el cuál se determinaran los puntos fuertes, débiles, oportunidades y riesgos.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL

3.1. Diagnóstico de los Puntos Fuertes y Débiles

Se realiza un cotejo de los análisis de oferta, demanda, competencia y tendencias, información presente en los capítulos anteriores, marco teórico y análisis de la situación turística.

Los resultados de la investigación de la situación turística son los que mayor aporte tienen para la determinación de los puntos fuertes, los puntos débiles se delimitan desde el criterio del investigador, enmarcados en el criterio del análisis situacional.

A continuación se citará los puntos para crear un criterio de justificación que anteceda y explique de donde se generó la información.

En el Capítulo marco teórico se encuentra el proceso para declarar como Patrimonio Cultural de la Nación, al Centro Histórico de Latacunga, de ahí se obtiene que el “Centro Histórico está considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, delimitado como Área de Primer Orden”.

De la Convalidación de la oferta Turística en la Zona de Primer Orden, obtenemos los puntos: 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), gastronomía, plato típico (chugchucas - hallullas) motivación para llegada de turistas.

La inexistencia de un producto turístico posicionado en el mercado, es evidente por lo cual se determina como un punto débil, así como también el 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.

Tabla 3.1.

Puntos fuertes y débiles del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga.

Puntos fuertes y débiles	
Puntos Fuertes	Puntos Débiles
Centro Histórico considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, delimitado como Área de Primer Orden.	Inexistencia de un producto turístico posicionado en el mercado.
Oferta de establecimientos de alojamiento variados.(alimentos y bebidas, y agencias de viaje)	Tráfico de la ciudad
Poseer una de las festividades más grandes del centro del país (La Mama Negra)	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.
El tamaño de la ciudad la hace accesible en corto tiempo.	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.
Espacios (plazas, plazuela) para realización de actividades culturales	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.)
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.	Mano de obra no capacitada, rotación constante del personal

Los puntos fuertes se centran básicamente en los atractivos culturales que posee el Centro Histórico, la oferta de prestadores turísticos especialmente alojamiento y alimentación complementan los puntos fuertes. Es importante tomar en cuenta que el criterio de ciudad pequeña permite acceder con facilidad a los atractivos convirtiéndose en un punto fuerte, esto indica también que se puede generar un circuito por la cercanía de atractivos, los puntos débiles se centran al manejo del desarrollo turístico del Centro Histórico, involucrando directamente a las autoridades encargadas del mismo.

3.1.1. Diagnóstico según el Punto de Vista de los Expertos

Para ejecutar el diagnóstico desde el punto de vista de los expertos la metodología utilizada señala que primero debemos realizar un cotejo de los análisis de la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias que se presenta en el análisis de la situación, este cotejo se lo realizó ya en el punto anterior “**Diagnóstico de los puntos fuertes y débiles**”.

Desde el punto de vista del investigador, el método acertado para el levantamiento de esta información es el planteo de un modelo de encuesta, se toma esta herramienta debido a las siguientes razones:

- La encuesta es una serie de preguntas previamente estructuradas que se realizan a personas o instituciones, estas nos permiten llegar a valorar de manera estadística (cualitativa y cuantitativa) sus respuestas.
- Permite medir la relación entre las variables presentadas.
- Realiza aproximaciones o probabilidades sobre el tema que se está investigando
- Pueden usarse para evaluar las opiniones acerca de asuntos varios y para agregar credibilidad a las investigaciones.
- Las encuestas son la fuente primaria de información.
- No exige de mayor inversión para la aplicación de la misma.
- Recaba información exacta de lo que se está investigando.
- Rapidez en la producción de datos.

Por lo que para la ejecución de diagnóstico según el punto de vista de los expertos se plantea una encuesta en el anexo 6 en la que los principales actores de Turismo en la ciudad aporten con una calificación y su criterio para los puntos fuertes y débiles del Centro Histórico de Latacunga.

Los actores locales encuestados son:

Sector Público.

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga, Comisión de Centro Histórico, Concejal, Licenciada Rafaela Holguín.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga, Comisión de Cultura, Concejal, Licenciada Gladys Vaca
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga, Departamento de Turismo, Directora Ingeniera Ximena Matute.

- Asamblea Nacional, Asesor Nivel 1 de Asambleísta, Ingeniero Xavier Iza (Experto Externo).

Sector Privado.

- Cámara de Turismo de Cotopaxi, Presidente Ingeniero Alfonso Prieto
- Agencia de Viajes Operadora Greivag turismo y aventura Licenciado Iván Guerrero.
- Agencia de Viajes Operadora COPTUR (Centro de Operaciones Turísticas) Ingeniera Emilia Jiménez

La encuesta se presenta en dos fases:

La primera, que es la ponderación de los puntos fuertes y débiles en la cual los actores involucrados deberán señalar la aceptación de los puntos.

Y la segunda que es una pregunta abierta en la cual se pide a los expertos que desde su marco de acción aporten un criterio propio sobre que considera puntos fuertes y débiles.

La ponderación se realiza multiplicando el número de expertos que eligieron la opción por la escala ponderada. Para la ponderación se utiliza la escala de -2 para la opción de total desacuerdo, -1 para la opción de desacuerdo, 0 para la opción de indiferente, 1 para la opción de acuerdo y 2 para la opción de total acuerdo.

Los resultados de la encuesta serán ponderados en las siguientes tablas.

Tabla 3.2.

Ponderación de puntos fuertes.

Puntos Fuertes	Ponderación Puntos Fuertes					RESULTADO	Observaciones
	Ponderación						
	-2	-1	0	1	2		
Total Desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Total Acuerdo			
Centro Histórico considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, delimitado como Área de Primer orden.	1	1		3	2	4	Para que se considere como área de Primer orden es necesario ejercer actividades desde las autoridades de la ciudad.
Existen grupos de profesionales en diversas ramas que se preocupan y están interesados en aportar para el desarrollo de la ciudad		1	1	4	1	5	En la actualidad se manifiesta cierta preocupación por el Centro Histórico, hacen falta más acciones de las autoridades y la empresa privada.
Poseer una de las festividades más grandes del centro del país (La Mama Negra)				2	5	12	La fiesta de la Mama Negra es la más importante en la Sierra Centro y debe aprovecharse de mejor manera
El tamaño de la ciudad la hace accesible en corto tiempo.			1	3	3	9	Una gran ventaja para dar a conocer varios atractivos debido a la cercanía en la que se encuentran
Espacios (Plazas, Plazoleta) para realización de actividades culturales		1		3	3	8	El aprovechamiento es mínimo lo cual genera una gran oportunidad de desarrollo de estos sitios.
Oferta de establecimientos de alojamiento variados.(alimentos y bebidas, y agencias de viaje)			1	6		6	La oferta si es variada, hace falta que los propietarios adquieran una cultura turística para brindar una excelente atención al turista
Gastronomía, Plato típico (chugchucaras - hallullas) motivación para llegada de turistas.				3	4	11	La gastronomía de la ciudad es una fortaleza para captar turistas. Este es un elemento que se debe aprovechar para cambiar el criterio de que la ciudad es solo de paso.

La ponderación es el resultado de multiplicar el número de personas que seleccionaron la opción, por el valor de ponderación, revisando el caso “poseer una de las festividades más grandes del centro del país (la mama negra)”, se multiplica 2 que es el número de personas que eligieron la opción de acuerdo por 1 que es el valor de la ponderación de esa opción, más la multiplicación de 5 que es el número de personas que eligieron la opción de total acuerdo por 2 que es el valor de la ponderación, dando un total de 12.

Poseer una de las festividades más grandes del centro del país (La Mama Negra) es el punto fuerte que obtiene más ponderación con un total de 12. La gastronomía de la ciudad es una fortaleza para captar turistas. Este es un elemento que se debe aprovechar para cambiar el criterio de que la ciudad es solo de paso, obtuvo una ponderación de 11 mientras que la opción Centro Histórico considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, delimitado como Área de Primer orden, obtuvo ponderación de 4. Claramente se puede observar que los expertos proporcionan la ponderación de los puntos fuertes a atractivos complementarios del Centro Histórico y no a los bienes inmuebles como edificaciones patrimoniales y al conjunto en sí del Centro Histórico.

Tabla 3.3.

Ponderación de puntos débiles.

Puntos Débiles	Ponderación Puntos Débiles					RESULTADO	Observaciones
	Ponderación						
	-2	-1	0	1	2		
Total Desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Total Acuerdo			
Inexistencia de producto turístico posicionado en el mercado.	1			3	3	8	
Baja autoestima turística de la ciudadanía que provoca una desvalorización de todo lo referente con la ciudad (Recursos culturales, patrimoniales, históricos, etc.)			1	5	1	7	Es necesario crear conciencia de la riqueza que cada atractivo posee. Primero hacer conocer los atractivos a los habitantes para que y así el patrimonio pueda ser valorado.
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.	1	1		2	3	7	Se debe tomar en cuenta que la promoción también se da con mayor interés en el Volcán Cotopaxi, restando importancia a 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.				5	2	9	Existen personas que valoran la riqueza del Centro Histórico y están preocupadas por el mejoramiento de la zona, estas mismas personas son las que proponen ideas, las que no son tomadas en cuenta.
Trafico de la ciudad			1	4	2	8	Dificultad debido al tránsito, debe existir algún sistema de manejo para regular este problema en el centro histórico
Mano de obra no capacitada, rotación constantemente de personal				4	3	10	La actividad turística debe realizarse por profesionales y no de manera empírica solo por obtener réditos económicos.

La ponderación es el resultado de multiplicar el número de personas que seleccionaron la opción, por el valor de ponderación, revisando el caso “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”, se multiplica 5 que es el número de personas que eligieron la opción de acuerdo por 1 que es el valor de la ponderación de esa opción, más la multiplicación de 2 que es el número de personas que eligieron la opción de total acuerdo por 2 que es el valor de la ponderación, dando un total de 12.

Mano de obra no capacitada, rotación constantemente de personales el punto débil que obtiene más ponderación con un total de 10, el punto 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 con ponderación de 9.

Baja autoestima turístico de la ciudadanía que provoca una desvalorización de todo lo referente con la ciudad (Recursos culturales, patrimoniales, históricos, etc.), y, 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 con resultado de ponderación de este punto es de 7, en este caso no se observa una mayor dispersión de datos entre la mayor y menor ponderación.

Tabla 3.4.

Puntos fuertes opinión de expertos.

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 latacungeñas 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		

Los puntos fuertes que sobresalen del criterio por parte de los expertos son: las calles representadas en el trazado de la ciudad, el valor de los atractivos culturales, el fácil acceso al Centro Histórico, disponibilidad de atractivos debido a su cercanía, el valor que se le pueda dar a las plazoletas para que se generen actividades de dinamización.

Así como también los atractivos Culturales representados básicamente en edificaciones patrimoniales, y los atractivos que generan mayor atracción de visitantes la gastronomía con el plato de Chugchucaras y la fiesta de la Mama Negra.

Tabla 3.5.

Puntos débiles opinión de expertos.

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	de 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 perdida 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	

Los puntos débiles que sobresalen del criterio por parte de los expertos desde su marco de acción son: la falta de un plan turístico, inexistencia de propuestas que presenten incentivo para conservar viviendas antiguas, falta de mantenimiento de atractivos turísticos de la zona, no se puede acceder a las iglesias que son los principales atractivos turísticos que llaman la atención de un Centro Histórico y veredas pequeñas.

Tabla 3.6.
Resumen de ponderación de puntos fuertes.

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 interesados 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 histórico 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

Como se puede observar en el cuadro anterior, el principal punto fuerte del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, es el valor que tiene, en sus atractivos culturales, incorporando a esto no solo el valor arquitectónico de cada atractivo, sino, todo el conglomerado de sus cualidades, el valor histórico y el patrimonio intangible de los demás atractivos que tiene la Ciudad.

Tabla 3.7.**Resumen de ponderación de puntos débiles.**

Puntos Débiles		
	Fases de la encuesta	
	Ponderación/14	Opinión de expertos
Mano de obra no capacitada, rotación constantemente de personal	10	
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.	9	
Inexistencia de producto turístico posicionado en el mercado.	8	
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.)	7	
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

Los Puntos débiles son representados en la falta de valorización por parte de los ciudadanos hacia los atractivos que posee el Centro Histórico y la falta de un producto turístico que sirva como atracción para que los turistas lleguen a la ciudad de Latacunga.

En la investigación realizada a la encuestas de puntos fuertes y débiles desde el punto de vista de los expertos se observa claramente que en la parte de calificación se le da un valor elevado a la fiesta de la Mama Negra y bajo al valor patrimonial del centro histórico, mientras que en las preguntas abiertas se revierten los resultados dando mayor importancia al conjunto de elementos de valor patrimonial del Centro Histórico.

3.2. Diagnóstico de las Oportunidades y los Riesgos.

Para el diagnóstico de las oportunidades y riesgos la metodología plantea que se debe realizar un análisis de los datos sobre la competencia, la demanda y las tendencias.

Tabla 3.8.
Oportunidades

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.

Tabla 3.9.
Riesgos.

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 Históricas son propensos a convertirse en focos de problemas sociales como delincuencia, alcoholismo, drogadicción, etc.
La pérdida de categoría declaración de ciudad Patrimonial

Finalmente se concluyó con la Evaluación del Potencial Turístico de la ciudad de Latacunga, instrumento que permitió conocer de una manera técnica cual es el verdadero valor del potencial que posee el Centro Histórico, el mismo será puesto en valor mediante un Circuito Histórico Cultural que se proyecta en el siguiente Capítulo, para que de esta manera se pueda dar a conocer y sea comercializado, la evaluación también puede servir como una guía para inversionistas que deseen poner en marcha su negocio de prestación de servicios turísticos y hoteleros en la ciudad.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA CIRCUITO HISTÓRICO-CULTURAL.

4.1. Definición de Aspectos Generales del Circuito

- Nombre: Paseo del Mashca
- Localización: Centro Histórico del Cantón Latacunga.
- Línea: Histórico – Cultural.
- Se presenta un circuito que pueda subdividirse según la edad de los turistas y también del tiempo que dispongan.
- Los resultados arrojados por la encuesta serán tomados en cuenta para determinar los aspectos del Circuito.
- La preferencia para la alimentación es en restaurantes de comida típica
- La preferencia para Alojarse es en hoteles.
- Las construcciones de tipo colonial son las que llaman la atención de los turistas al momento de elegir un establecimiento de servicios turísticos.
- Como los números de turistas varían en cada grupo se toma una estimación de 7 personas por grupo.
- 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.

Hace relevancia a ilustres personajes Latacungueños, sus viviendas o legados y obras entregados a la ciudad de forma material o inmaterial.

Línea 2.**El valor Cultural.**

Realza la importancia de los atractivos arquitectónicos de la ciudad basado en su trazado, edificaciones y usos actuales

Línea 3.**La Mama Negra.**

Se fomenta la promoción de lugares que son puntos base durante el recorrido y actividades propias de la festividad. El principal atractivo por el cual llegan los turistas a la ciudad. Elemento que se considera valor agregado para el circuito.

4.2. Identificación de Recursos Turísticos Históricos-Culturales

La identificación de los atractivos turísticos culturales se encuentra en el Capítulo II/ Análisis de la oferta / Atractivos Turísticos / Culturales página 35.

4.2.1. Selección De Atractivos A Utilizar

Para la elección de atractivos se toma en cuenta los resultados que se obtuvieron en la pregunta número 8 de la encuesta de perfil del turista: “Cuál de éstos lugares le interesaría visitar dentro de un Centro Histórico”.

Tabla 4.1.
Ponderación de resultados de la pregunta cuáles de estos lugares le interesaría visitar dentro de un Centro Histórico.

Ponderación de resultados de la pregunta 8 de la encuesta Perfil del turista	
NONBRE ATRACTIVO	CANTIDAD
Arquitectura Religiosa	114
Arquitectura Civil	112
Museos	107
Artesanías	105
Sectores Históricos	86
Manifestaciones Religiosas, Tradicionales y Creencias Populares	84
Comidas Típicas	69
Bibliotecas	64
Colinas	58
Lagunas	42
Ferias y congresos	41
Obras Técnicas	39
Riachuelos	29
Colecciones Particulares	26

En función de la tabla anterior los atractivos seleccionados son:

Tabla 4.2.
Atractivos seleccionados.

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

Existen atractivos que no están en la tabla pero si serán visitados como por ejemplo los museos que son parte de la Casa de los Marqueses, las artesanías que se

visita un local de las mismas, comidas típicas se realizara, con la degustación de hallullas y la opción de chugchucaras.

4.3. Definición del Recorrido

Se inicia el recorrido en la parte sur oeste del área delimitada como Zona de Primer Orden del Centro Histórico la Iglesia de San Agustín, se continua en dirección oeste hacia el Hospital Hermanas Páez, Parque la Filantropía, prosigue al norte con dirección al Colegio Vicente León, seguidamente se realiza la degustación de la gastronomía (hallullas), se reanuda el circuito al Parque Vicente León (su entorno) que representa geográficamente el centro de la Zona de Primer Orden, la dirección del circuito sigue por el Este al Palacio Municipal, Iglesia De San Francisco, se toma rumbo norte hacia el pasaje Luis F. Vivero donde se encuentra el local de artesanías, proseguimos al norte hasta llegar a la Iglesia de Santo Domingo, se visita la casa de los Marqueses, se prosigue hasta la parte noreste de la Zona, la Iglesia de La Merced, después de este punto el circuito se sale de los límites de la Zona de Primer Orden para dirigirse al Este donde está el Mirador el Calvario se retorna a la Casa de Artes y Oficio Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE para quienes desean degustar de la Gastronomía (Chugchucaras).

4.3.1. Diseño del Circuito

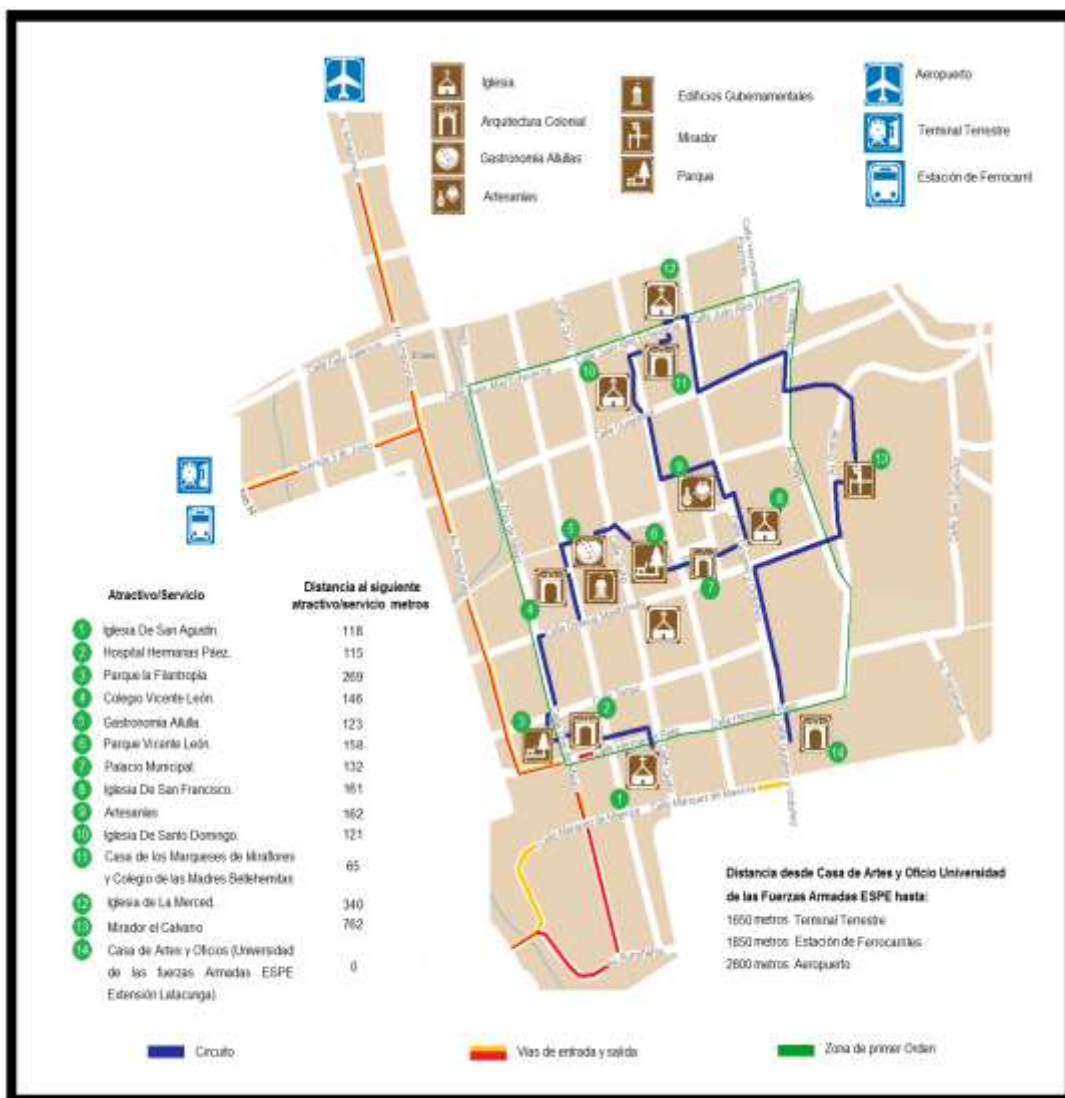


FIGURA 4.1. Diagrama del Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca.
ELABORADO POR: SILVA, X.

4.4. Recopilación de Información y Reconocimiento del Circuito

4.4.1. Fichas de los Atractivos

Se actualiza el inventario, se encuentran en el Anexo 7

4.4.2. Planteamiento de Guion

Al ser está una investigación seria, el contenido histórico que tiene el guion del circuito Paseo del Mashca, fue recabada desde una fuente primaria el Historiador Latacungueño Marco Karolys Baca, uno de los grandes historiadores, quien ha dedicado toda su vida al estudio de la ciudad, el mismo que cedió muy comedidamente la información necesaria para el circuito.

San Agustín

La Iglesia de San Agustín, se ubica en las calles Hermanas Páez entre las calles Quito y Belisario Quevedo, los agustinos llegan a la ciudad el 12 de agosto de 1779, siendo la octava orden religiosa que llega a la Latacunga, Esta Orden tenía a su cargo el adoctrinamiento de los indígenas de la zona, a la Orden se le adjudico grandes propiedades territoriales en Zumbahua al Oeste de la provincia de Cotopaxi, San Agustín del Callo en las faldas del volcán Cotopaxi y Salache ubicado en el sector Sur Oeste del Cantón Latacunga, en las que se establecieron conventos y obrajes. El templo fue destruido en el terremoto de 1757.

El templo actual se comenzó a construir en 1780 y fue diseñado por el entonces Rector del colegio Vicente León Doctor José Antonio Cornejo. Su construcción se basó en dos cúpulas, la puerta conforma un arco de medio punto, franquea cuatro columnas de estilo dórico, en el segundo cuerpo está el símbolo de la orden agustina y se encuentra escrita la frase en Latín “tollelege, tollelege” (Toma y lee, Toma y lee).

En el cuerpo principal, la cubierta es una estructura a dos aguas, cubierta de tejas que corre regular y continua desde tras las torres hasta la ojival cúpula, siendo esta el elemento sobresaliente de la construcción.

La cúpula se halla asentada en el crucero que también tiene un sistema de dos aguas cubiertas de teja, la planta corre en dirección de norte a sur.

Al interior encontramos:

En retablo, cubierto de pan de oro, que fue realizado por el artista latacungueño Vicente Tejada Zambrano, y el púlpito, construido de piedra pómez y cubierto de pintura, en el cual a predicó del fray Manuel Salcedo, orador sagrado de la orden agustina, la escultura, tallada en madera, de San José, atribuida a Manuel Chili “Caspicara”.

El púlpito se encuentra al lado derecho con referencia a la puerta de entrada, el coro de la Iglesia está provisto de un órgano de tubos.

También se puede observar al interior del templo en el altar mayor la réplica de Santa Mónica en el lado izquierdo; de la Virgen del Quinche en el centro, y San Agustín Patrono del Santuario al lado derecho, de autores anónimos, en el crucero Oeste se encuentra ubicada la escultura del Señor de los Desamparados de autor Anónimo, en una estructura de 6 pilares, de estilo dórico, con un vitral superior abovedado.

El crucero Este se encuentra ubicada la escultura de Jesús El señor de la Buena esperanza de autor anónimo, con una estructura de 6 pilares de arte dórico con abovedado circunferencial y un vitral de diversos colores.

Al interior de la edificación encontramos el monasterio construido en piedra, con un jardín clásico de la época colonial, una pileta en la mitad. La construcción está conformada por 24 arcos de medio punto, escalinata de piedra circular que da acceso al jardín. El edificio es de dos plantas y está destinado a aulas de catecismo.

Una cuadra hacia el oeste siguiendo la calle hermanas Páez.

Hospital Hermanas Páez.

Ubicado en las calles Belisario Quevedo, entre las calles Hermanas Páez y Tarqui, la calle Hermanas Páez lleva su nombre debido al gran aporte que hicieron dichas hermanas a la ciudad, especialmente ésta edificación.

Las Hermanas Mercedes y Ana Páez, ante el Escribano Público lo que hoy se conoce como Notario, en 1.863, otorgan un testamento mediante el cual disponen que sus bienes (una hacienda en Cusubamba) sirvan para la construcción de una casa asistencial en Latacunga. En la presidencia de García Moreno, se funda el 10 de octubre de 1863 por decreto el establecimiento de la Casa Asistencial “Caridad” esto fue objetado por el presidente, pero gracias a Legisladores de la Provincia de León hoy Cotopaxi la objeción fue reconsiderada y se creó la Casa Asistencial.

La inauguración del Hospital se la realizó en el año de 1869, siendo administrado por Felipe Sarrade. El diseño de la parte oriental de la edificación, es de donde parten las construcciones adyacentes que completan la manzana, donde se encuentra la capilla de San Vicente de Paúl (patrón de todas las asociaciones de caridad), esto es obra del Doctor José Antonio Cornejo.

La fachada de la capilla está diseñada en forma de media luna, que se levanta al pie de un atrio de piedra negra. Tiene un frontispicio, en cuyo centro se ubica la puerta de entrada, enmarcada por un arco de medio punto, y con hojas de finas molduras, trabajadas en madera. Flanquean la puerta seis columnas de estilo jónico. Toda la fachada está protegida por dos pequeñas torres, adornadas por dos nichos de corte conopial, hechas de piedra pómez y pintadas con colores naturales, que representan a Santa Luisa de Marillac quien reformó en la antigua Francia la atención que se proveía en los casas de asistenciales de salud hospitales, asilos, hogares de adopción, orfanatos, entre otros y a San Francisco de Sales que obtuvo el título de Doctor de la Iglesia, patrono de la Familia Salesiana y patrono de los escritores y periodistas.

En la entrada principal en la Calle Belisario Quevedo, se encuentran dos puertas de acceso a los patios. Sobre toda la estructura se eleva un remate triangular, donde se encuentra ubicada una escultura de tamaño natural, tallado en piedra pómez de San Vicente de Paúl, que protege a dos niños, ubicados a su derecha y en brazos.

La Capilla, posee un relicario trabajado realizado por el artista Ricardo Vásquez, quien también restauró los interiores durante la primera mitad del siglo XX. Antiguamente la capilla era abierta al público para ofrecer la Santa misa. La capilla se ubica en el centro del conjunto, el mismo que se abre al exterior con una fachada cóncava, creándose a sus lados dos pequeños patios rectangulares, por detrás de estos se abren otros dos patios con el doble de dimensiones, en donde en la actualidad funcionan dependencias del Ministerio de Salud; en estos la edificación presentan bloques dos pisos. La fachada de la calle Dos de Mayo, es de estilo republicano y neoclásico. Cruzar por en medio de la edificación.

Parque la Filantropía

Ubicado entre las calles Hermanas Páez, 2 de Mayo, Tarqui y Avenida Amazonas

Calle 2 de Mayo. La calle tiene representación Histórica, cuando el General Antonio José de Sucre pasa por Latacunga el 2 de mayo de 1822, la ciudad tenía una población aproximada de 1500 habitantes, el batallón de Sucre llega con alrededor de 3000 personas que se quedaron 10 días asistidos con vivienda, comida, y tranquilidad de ahí su nombre de Latacunga ciudad hospitalaria.

Se ubican en la gobernación, en el colegio Vicente León (antiguamente la casa de la Familia Montes y Rivas), en los conventos de San Agustín, Santo Domingo, y en la plaza mayor se levanta una especie de chozas y los caballos se ubicaron en la plaza chile (el Salto) cerca del río.

Es un parque de corte español dentro del cual convergen ocho calles que delimitan una serie de jardineras las cuales mantienen un colorido primaveral a lo

largo de todo el año. En el interior se encuentra el busto del prestigioso alcalde Rafael Cajiao Enríquez quien ocupó el cargo de alcalde de la Ciudad por 5 ocasiones.

La extensión del parque fue expropiada a la familia Iturralde Darquea en la época de alcaldía del señor Leónidas Salgado Subía (1989-1961). El nombre de filantropía se hace relación con su gente al albergar al Ejército de Sucre, la ayuda a la ciudad por parte de Vicente León, Luisa Sayas Galindo quien dona a los jesuitas la hacienda de Tiobamba, en 1673, y una casa para un Centro de Educación Juvenil, las Hermanas Páez con su aporte para el hospital entre otros.

Es un parque de corte español que dentro del cual convergen ocho calles que delimitan una serie de jardineras las cuales mantienen un colorido primaveral a lo largo de todo el año. En el interior se encuentra el busto del prestigioso alcalde Rafael Cajiao Enríquez. Siguiendo por la calle Dos de Mayo, hasta la calle General Maldonado, y al norte en la calle Belisario Quevedo.

Colegio Vicente León.

Ubicado en la calle Belisario Quevedo, entre General Maldonado y Padre Salcedo. Belisario Quevedo fue uno de los Primeros sociólogos nacido en Latacunga el 6 Noviembre de 1.883.

Realizó los estudios primarios y secundarios en Latacunga graduándose de bachiller en el Colegio Vicente León para luego matricularse en la Facultad de Derecho a la Universidad Central, dedicándose también al comercio de granos. Escritor de revistas importantes de la época.

Fue Secretario del presidente Eloy Alfaro, además fue profesor de Filosofía en el Instituto Nacional Mejía, pasó a ser Diputado por la provincia de León. Años después ingreso nuevamente como profesor del Colegio Mejía seguidamente tuvo un ascenso llegando a ser Vicerrector del Colegio Mejía.

En 1.918 tuvo a su cargo el rectorado del “Colegio Vicente León”, al culminar su carrera arribo al convencimiento socialista.

Falleció en Latacunga, el 11 de noviembre de 1.921, de 38 años. Filántropo que dejó su herencia (una Biblioteca) a la Sociedad Jurídica Literaria en la ciudad de Quito, biblioteca que lleva su nombre.

Para hablar del Colegio primero se debe conocer un breve antecedente de la Iglesia y convento de la Compañía, que se ubicó donde hoy funciona el Colegio.

La iglesia y el convento estaban ubicados en la calle del mismo nombre “La Compañía”, actual Calle Padre Salcedo entre las calles Dos de Mayo y Belisario Quevedo.

La denominación de la Compañía de Jesús es de los tiempos de la Colonia, esta orden construyó un templo de 3 naves con dirección sur-norte, donde actualmente se halla el patio de recreo del Instituto. Al sur se adosaba el noviciado lo único que queda actualmente con los jardines del colegio, y al norte se deja ver el frontis decorado y tallado en piedra que daba a una pequeña plaza, este templo se destruyó por el terremoto de febrero de 1757 día martes de carnaval a las 5:30 de la tarde.

El noviciado permanece hasta la expulsión de los jesuitas, el Barón de Carondelet (Presidente de la Real Audiencia de Quito) hace el remate de los bienes de los Jesuitas en 1805, lo adquiere la familia Montes y Rivas para posterior venta y construcción de Colegio Vicente León.

Existen dos etapas de construcción del noviciado la primera conforma el primer piso abovedado, que se mantiene hasta la actualidad, el segundo piso fue construido en la poca liberal a comienzos del siglo XIX, y la segunda etapa que son los patios de estilo republicano neoclásico.

El Colegio fue fundado por el Presidente Juan José Flores, el 7 de mayo de 1840, y empezó a funcionar en el año 1842, con el Nombre de “San Vicente de Latacunga”. En los claustros de esta reliquia colonial de Latacunga, educaron ilustres hombres, muchos de ellos dirigieron los destinos del país: Ignacio de Veintimilla, Antonio Flores Jijón, General Alberto Enríquez Gallo, doctor Camilo Ponce Enríquez, General Guillermo Rodríguez Lara, Luìs Felipe Borja, el ilustre Juan Montalvo, Belisario Quevedo, Marco Tulio Varea, Luìs Femando Ruiz, Manuel Pallares, Juan Sáenz de Viten, Luciano Moral, Juan Abel Echeverría, doctor Rafael Quevedo, Rafael Cajiao, etc.

En el Templete que se inauguró el 24 de mayo de 1977, siendo Rector el Lcdo. Oswaldo Rivera Villavicencio, se guardan las cenizas del Patrono del establecimiento.

Dirección norte hasta el pasaje peatonal Padre Salcedo.

Degustación plato típico hallullas.

Las hallullas eran comercializadas en algunas tiendas de la ciudad, la más conocida hasta la actualidad es la de la señorita Rosario Razo. La palabra viene del ARABE hallñum, bollo de fiesta y del HEBREO hallàh torta de pan ácimo consumido en pascua.

La familia Galarza Carrillo era una de las primeras en elaborar las sabrosas hallullas que primero eran comercializadas en la avenida Amazonas para luego pasar a la calle Hermas Pazmiño.

Las hallullas básicamente son una especie de pan duro hecho en base de harina de trigo, generalmente son acompañadas de un pequeño pedazo de queso de hoja. La forma de preparación es disolver la levadura en agua tibia juntamente con sal, se añade un poco de harina, se mezcla bien y se deja leudar en un sitio abrigado hasta que haga burbujas.

Aparte se pone el resto de la harina en un tazón, se añade la manteca y se mezcla con tenedor, luego se agrega la levadura leudada. Se deja leudar en un sitio abrigado hasta que la maza se esponje, se vacía en una tabla, se amasa, y se porcina en bolas que se atachan con la mano.

Se colocan en latas para hornear, se realiza un agujero en la mitad con un palillo, o muchos con un tenedor, se deja reposar en un lugar abrigado por última vez un tiempo de 10 minutos y se hornea de 10 a 20 minutos a una temperatura de 275 grados Centígrados.

Los ingredientes de este plato típico son harina de trigo, manteca de cerdo, agua Tibia (Agua de Latacunga). Levadura de Pasta, sal.

Parque Vicente León.

El parque se encuentra situado entre las calles Quito, General Maldonado, Padre salcedo y Sánchez de Orellana.

A la Calle Quito antiguamente se la conocía como calle de Los Judíos aunque no se tiene claro el porqué del nombre se puede asumir que al existir comerciantes extranjeros entre ellos Libaneses, los ciudadanos asociaron a estos comerciantes con los judíos.

La calle Sánchez de Orellana tenía el nombre de calle de comercio, que era un tramo de la calle real (calle de entrada y salida de la Ciudad).

Otra de las reliquias coloniales que guarda secular grandeza en la historia de Cotopaxi es el Parque Vicente León, de forma octogonal, fue la plaza de armas de la ciudad, donde se desarrollaron las campañas libertadoras. Su trazado es clásico urbanístico castellano que se puede apreciar por las calles rectas del centro histórico.

Una vez creado el asentamiento español de Latacunga, se efectuó el trazado urbano, como era usual en aquellos tiempos, se comenzó con el diseño de la Plaza Mayor o Plaza Central. En sus alrededores, habrían de ubicarse el templo de La Matriz y las casas de las familias nobiliarias, algunas de ellas emparentadas con los opulentos caciques de la jurisdicción, además el edificio del poder político.

En esta plaza, todos los sábados, se realizaban las ferias al aire libre, con una pintoresca distribución de las ventas, en torno a la pila de agua, que quedaba en el sitio donde ahora se ubica el monumento a Vicente León, se expedían productos lácteos, especias, harinas o polvos y raspadura; en el lado Norte, frente al actual pasaje Tovar, se situaban las “comideras” con las ventas de platos típicos, y frente a lo que hoy es el hotel Cotopaxi, estaba el comercio de la carne faenada; en el lado Sur, frente al templo de La Matriz, se alineaban las ventas de utensilios de cerámica, instrumentos metálicos, trabajos en madera, pieles de animales curtidas y procesadas, los instrumentos para el trabajo agrícola y los aperos del arado; el lado Occidental, frente a lo que hoy es el edificio de la Gobernación, estaban ubicadas telas, ropas, y los “mercachifles”, muchos de estos comerciantes provenían del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

El parque Vicente León lleva el nombre del Ilustre benefactor Latacungueño de extraordinario patriotismo, quien honradamente hizo fortuna, la misma que ofrendó a su ciudad natal, para que en ella se establezca un colegio. El parque también simboliza la representación de los clásicos poderes hispanoamericanos, vinculados en el núcleo de la disposición dameral de las ciudades coloniales.

A los lados norte y sur del centro del parque, sobre un pedestal de mármol, están las estatuas del FILÁNTROPO Vicente León, LEY y en medio de estas se levanta una columna de granito sobre la cual se ubica grupo alegórico con algunas figuras entre ellas Munificencia (Generosidad extrema), con un manajo de ramas de olivo en una mano acariciando a un infante, el Estudio y el Trabajo representado por un obrero que sostiene el martillo y el piñón. Este monumento fue elaborado por el escultor Carlos Mayer y su inauguración se realizó el 10 de agosto de 1925.

Al Oeste el Edificio que es sede del Gobierno Ejecutivo seccional.

Edificio de estilo republicano con amplias arquerías y bóvedas. Es de tipo de cubertería continua, la forman arcos de medio punto, tomando el nombre de bóveda de cañón, que fueron trabajados en la Colonia. En los albores de la independencia de Latacunga, fue propietaria Baltazára Terán Garzón prócer en la independencia de la Ciudad e 11 de noviembre de 1820, siendo en aquel entonces propiedad de una sola planta, siendo expropiado en 1898 por el General Miguel Aristizábal, el mismo que gestionó fondos para la reconstrucción y adecuación de la segunda planta que fue realizada bajo la dirección del ingeniero Luis Krausas, su construcción de dos plantas es sobria y en ella se ha utilizado ampliamente el material volcánico (piedra pómez). El edificio fue inaugurado durante la época liberal el 9 de agosto de 1.901.

La puerta principal fue diseñada por el consultor Carlos Mayer y los trabajos forjados en bronce por Italianos Blas Bartelotti y Humbeto Orrico Andrade.

Al Sur Iglesia La Catedral

Llamada antiguamente iglesia Matriz, fue afectada por varios terremotos el 22 de febrero 1757 ocurrió un terremoto que devasto los templos, dejándolos en escombros; el 16 de octubre 1849 siendo presidente Ramón Roca comienza la construcción sobre las ruinas del templo, después del terremoto del 5 agosto de 1949 se realizaron reconstrucciones estructurales por el Ingeniero Alfonso Velasco Villegas.

El 25 marzo 1975 el monseñor Mario Ruiz Navas Obispo de Latacunga con la planificación de Carlos Velasco y Jorge Sandoval y gracias al aporte General de Guillermo Rodríguez Lara se realiza la entrega del templo a la ciudad.

La planta de la Iglesia es de cruz latina que corre de Oeste a Este, conforma una sola nave con crucero y una capillas, el conjunto está cubierto por una cúpula que se levanta sobre el crucero y por una bóveda de cañón que corre a lo largo del cuerpo

principal, como también por los ámbitos de la crucería y presbiterio, se deja notar una singular expresión formal en la parte exterior de la cúpula que, acortada, descansa sobre una tambor octogonal

El torreón adquiere el municipio de Latacunga a mediados del siglo XVIII. La construcción se realiza desde el 24 de Marzo de 1862 hasta el 1880. El 10 julio 1882 importó de París el reloj el Señor Daniel Cadena; presentaba tres tipos de arcos: Románico, Gótico y Mudéjar (De Abajo hacia arriba). Ahora son arcos de medio punto, manteniéndose en la fachada de un lado de la calle Quito en la parte superior una estructura Mudéjar.

La iglesia presenta un estilo Románico en su estructura de reconstrucción. La fachada del templo y torreón de la calle Quito está limpia de elementos decorativos. Se observa pórticos invertidos de escudería, amarrados en su parte superior por dos estribos que corren a lo largo de la nave principal a fin de contrarrestar los empujes de la bóveda, en el costado sur occidental se ha construido un cripta para que reposen los restos de quienes se han distinguido en su servicio a Cotopaxi, una puerta de hierro copia de la que ya existe en la capilla del Santísimo da acceso al Cripta.

Palacio Municipal.

En el lugar donde está ubicado el actual Municipio existió una casa de planta baja en la cual nació el Sr. Cayetano Ramírez Fita quien fue Clérigo, prócer de la independencia de Manabí. En el lugar se comenzó la construcción del palacio municipal en 1.910 durante el gobierno de Eloy Alfaro Delgado.

Fue diseñado por el Arquitecto portugués Raúl María Pereira, construcción de estilo neoclásico, e influencia renacentista portuguesa, atractivo monumento a la pómez, material propio del lugar, donde se aprecian columnas de estilo corintio y jónicas, con un frontis rico en detalles, y con la alegoría de la abundancia coronada por dos Atlas. La inauguración del primer tramo se realizó en la presidencia de Alfredo Baquerizo Moreno el 24 de mayo de 1.918.

En la década de 1930 inicia la construcción de la segunda etapa siguiendo las características arquitectónicas de la primera, los trabajos de consolidación a su estructura, estuvieron a cargo del ingeniero Alfonso Velasco Villegas. En dirección Este atravesamos el Palacio Municipal.

San Francisco.

Ubicada entre las calles General Maldonado y Quijano y Ordoñez, Fue la primera orden en llegar a la ciudad de Latacunga. El tramo de la calle General Maldonado que sube desde San Francisco al Calvario era conocido como la calle de Pilancon (tierra blanca) llamada así porque en ese lugar existía una cascada del mismo nombre por la cual bajaba agua para las pilas de San Francisco y Plaza Mayor.

El templo de San Francisco fue construido a partir del siglo XVII la construcción concluyó hacia 1620, el templo y la capilla se vinieron abajo por causa del terremoto de 1698 quedando en pie los cimientos originales y la cúpula reconstruida, 250 años después. Es testimonio de la fundación de la ciudad, está ubicado a 100 metros al oriente del Parque Central de Latacunga. De su construcción primitiva solo quedó su cúpula ovalada, restaurada en la década de los 60 del siglo XX. Se construyó su nueva nave y fachada principal trabajada en piedra pómez tallada, material de origen volcánico, con un atractivo campanario con dinteles que descansan sobre pilares escalonados desde su base hasta la tercera parte de su estructura, donde está a la vista una gran campana de bronce antigua. La estructura reconstruida presenta un frontispicio de piedra de medianas dimensiones con una pequeña puerta de madera de doble hoja, apoyada en dos columnas sólidas de roca, construidas con bloques transversales; una bóveda abierta y en la parte superior sustenta una torre de pequeñas dimensiones con una bóveda circular y una serie de pequeñas ventanas. A un lado del templo está una capilla que corre con dirección hacia la plaza, en la que se venera la imagen de Jesús del Gran Poder. A los Franciscanos se les delegó la evangelización en Tacunga, Mulalò, Pujilí, San Miguel, Saquisilí, Sigchos, Toacaso y Alaques. Los clérigos recibieron como ayuda cuerdas de terreno aledañas al sitio

del convento. Se establecieron obrajes en Mulalò, Toacaso y Sigchos en los que se elaboraba telas y bayetas a partir de lana de borrego y en algunos casos de algodón traído de zonas más calientes. Posteriormente se construyó el convento con estructura de piedra pómez. La casa conventual estaba atendida por tres miembros de la orden. El famoso cacique "Don Sancho Jacho de Velazco" al interior del convento construyó una capilla en la cual, con su esposa doña Francisca Sinigchi y sus hijos escuchaba los oficios religiosos. En su testamento elaborado en 1587 pidió ser sepultado en San Francisco.

Cuenta la leyenda que en la parte occidental de la plaza existía hace muchos años la familia Guijarro esta familia cuando moría un de sus miembros no lo enterraban sino lo mantenían con ellos con una especie de momificación, los bañaban, los vestían, los sacaban a la terraza a tomar el sol, e incluso una de las mujeres de la familia siempre cargaba un bulto el cual se presumía que era el cadáver de un bebe. El recorrido continúa para el norte hasta la calle Luis F. Vivero.

Artesanías.

Ubicado en el Pasaje Peatonal Luis Felipe Vivero, calle antiguamente llamada Santa Teresa toma este nombre debido que existió el Monasterio de las Carmelitas destruido en el terremoto de 1757. (Aquí se puede incluir información acerca de la fiesta de la Mama Negra) En dirección oeste tomar la calle Sánchez de Orellana hasta la Guayaquil

La iglesia de Santo Domingo.

Al tomar la calle Sánchez de Orellana encontramos con dos importantes edificaciones una es la Casa donde Vivió el Marques de Miraflores Ignacio Flores de Vergara presidente de los charcas murió prisionero como en argentina, fue pacificador del Perú después de acontecimientos de asesinato de Túpac Maru, reprimió los levantamientos de indígenas de Patutan y san Felipe Imprenta Industria Gráfica. Y la casa de Manuel Tomas Maldonado Guayaquileño casado con Latacungueña Rafaela Izurieta Iturralde, General el Ejército ecuatoriano ejecutado

por García Moreno en la plaza de Santo Domingo en Quito. (Hotel Villa Tacunga) también lleva su nombre de una calle del Centro de la ciudad.

La Iglesia está ubicada en la calle Guayaquil entre la calle Quito y Sánchez de Orellana. Los terrenos pertenecían al Cacique Don Gaspar Sarapatín Quinatoa, el primer padre dominico fue el padre Alfonso Muñoz, quien adquirió los terrenos para construir el convento, compareciendo ante el Corregidor el 16 de agosto de 1608 Don Francisco Gutiérrez Flores para dar inicio al convento de Santo Domingo con la vocación de san Jacinto.

De acuerdo a documentos historiográficos del siglo XVII el templo fue construido en forma de cruz latina con una sola torre en forma de giraldina y dos capillas dirigidas al norte y una tercera capilla transversal dedicada a la Virgen del Rosario el antiguo templo fue destruido el 22 de febrero de 1757, quedando como recuerdo el sitio de la Iglesia, Convento y Plaza de Santo Domingo.

La iglesia ha tendido varias transformaciones la última fue a partir del terremoto de julio de 1931, el incendio del interior de 1932 y el terremoto de 1949. En la primera se asentaron dos torres y se realizan algunos cambios en la fachada de la Iglesia que probablemente fue por influencia del padre Lazarista Pedro Brunin.

Después del incendio, se dejó en pie solo el pulpito de la Iglesia, los trabajos de restauración lo hizo el pintor dominico Fray Enrique Mideros con sus murales historiográficos de la orden de Predicadores Dominicos.

En el templo vivieron Álvaro Valladares fundador de la ciudad del Puyo, Fray Alberto Semanate Valladares Científico, Geólogo y Maestro de La Universidad Politécnica Nacional.

El convento no solo es importante por sus aspectos religiosos y artísticos, sino por lo histórico. En 1820 estuvo ocupado por fuerzas españolas, sirviendo de cuartel a una fracción del batallón "Los Andes". En este lugar se concretó la independencia

de nuestra ciudad el 11 de noviembre de 1820, comandados por nuestros Patriotas, fraguaron la voz independentista cuyo timbre no ha podido ni podrá ser silenciado.

La edificación data del siglo XVII, modificada en su forma original a causa de diferentes sismos ocurridos en la ciudad, tiene una fachada de columnas dóricas de fuste, el templo está construido sobre un plano de cruz latina que corre en dirección Sur Norte, con su estilo románico, que destaca su estructura por la nave central y los brazos abovedados. El cuerpo superior de la nave tiene columnas de capitel jónico. El basamento es de piedra corrida, tienen una buena armonía entre las proporciones de altura y espacio, el templo en conjunto es un delirio de arte, al exterior existen dos torres campanarios con remate cupular.

Al interior de la edificación se proyecta el bloque del convento de dos pisos dispuestos en un cuadro con una pila y jardines al centro. Se continúa hacia la siguiente esquina Norte en la calle Sánchez de Orellana.

Casa de los Marqueses.

Fue propiedad Señora Margarita Camino quien dejó la propiedad a su único heredero el Señor Elicio Viteri inmueble que paso por deuda a manos del colegio Vicente León. En el rectorado del Señor Belisario Quevedo Izurieta del Colegio Vicente León en compromiso con el Municipio de Latacunga se estableció un Asilo para huérfanos y madres trabajadoras de escasos recursos, administrados por la Junta de Beneficencia Cantonal para luego ser Administrado por el Municipio como CASA CUNA, fue en la administración del alcalde Gonzalo Zúñiga que se comenzó a restaurar la casa que se la llamo Casa de los Marqueses.

El material de los muros, mampostería, columnas y arcos, son de piedra pómez. Esta edificación arquitectónica consta de dos plantas, una primera frontal que es cruzada por tres juegos de columnas y pasillos y una segunda que conduce a un patio, en ésta se encuentra la pinacoteca y los museos de Filatelia, Numismática, Industrial de finales del siglo XIX, Salón Amarillo, que consta de algunas piezas

entre las que están muebles, pinturas y esculturas, etc. En la parte posterior está la Biblioteca "Diario El Comercio" y la Hemeroteca.

Los museos respectivamente utilizan una sola planta de aproximadamente 64m² de área y la exposición de los objetos se hace a partir de urnas de cristal en unos casos y sobre pedestales de madera en otros, el área que corresponde a la sección del arte colonial, tiene a su vez dos salas con un área total de aproximadamente 120 cuadrados. La muestra si bien es representativa, es de tamaño reducido y consta de 70 cuadros de diversos autores la mayoría Latacungueños. El área museográfica, o Salón Amarillo, tiene 132 piezas entre esculturas, muebles, etc.

La Biblioteca "Diario el Comercio" cuenta con un fondo de aproximadamente 6000 libros para uso general. Adicionalmente existe un Salón de uso múltiple para los diversos eventos locales y una sala de música. En esta casa tuvieron lugar actos patrióticos, previo a los sucesos de la Independencia, se brindó apoyo a científicos como Von Humboldt.

El lugar mantiene salones que sirven para que los visitantes conozcan a actores históricos, también salones donde se representan elementos culturales de la ciudad. Actualmente el Municipio de Latacunga administra el recurso turístico. Al atravesar por la casa de los Marqueses por la salida posterior, se llega a

Iglesia de La Merced.

La Comunidad Mercedaria, llegó a Latacunga, bajo la autoridad del Provincial, Fray José Maldonado, para establecer una HOSPEDERÍA. Adquirió los solares donde levantaría el templo y la casa conventual, la cual ya no existe por los conocidos sismos que ha tenido la ciudad.

El templo actual fue diseñado por el lazarista Alemán Pedro Brüning y el apoyo inicial del señor Pablo Barba, comenzó a ser construido durante la década de 1910,

con el levantamiento de la fachada principal con su torre, la fachada lateral que da a la plazoleta y cubierta grande.

Después del terremoto del 5 de agosto de 1949, que deterioró las estructuras y produjo la caída de la torre grande, se procedió a la reconstrucción. La planta del templo forma una cruz latina, con un aspecto exterior donde se observan los ornamentos y detalles, probablemente más ricos de la arquitectura religiosa Latacungueña.

En el frontis se destaca la puerta de la entrada, con un pórtico románico, compuesto por tres arcos de medio punto. Alrededor de la nave principal se encuentran diez columnas 5 a cada lado adornadas con pedestal y capitel de estilo bizantino. Sobre el primer arco se encuentra, en alto relieve, el escudo de la Orden Militar Mercedaria, engalanado de símbolos sacros. Cosa igual sucede en los arcos interiores. La torre actual es más pequeña que la torre original desplomada por causa del terremoto de 1949, en la parte alta se pueden ver seis ventanas de medio punto y un remate diseñado como una corona. Al interior de la torre, cuelgan las campanas.

En la fachada lateral, que da hacia la plazoleta, se despliegan dos murales linealmente adornados: el uno, más ancho, tiene dos ventanas de arco conopial y el otro, una sola del mismo estilo. Les divide la llamada PUERTA DEL PERDÓN, sobriamente moldurado con un hermoso retablo tallado en piedra pómez, lleno de columnas, pedestales, concha, ángeles y querubines, con buena geometría y simbolismo. La puerta de entrada está enmarcada por un arco que luce en la cima una espléndida concha y a los lados cuatro columnas que sobresalen con sus órdenes corintias y adosadas a sus respectivos pedestales.

Definitivamente es la representación de la manifestación de fe católica en la ciudad de Latacunga. Elemento de gran importancia religiosa durante los procesos eruptivos del volcán entre los siglos XVIII y XIX.

La ruta al Calvario es: tomar la calle Quijano y Ordoñez en sentido Sur, virar en dirección Este en la calle Guayaquil, tomar dirección Sur en la calle Napo, a 20 metros se puede ver las escalinatas las cuales se deben subir hasta llegar al mirador.

Mirador el Calvario.

El mirador se encuentra a 2826 m.s.n.m., no presenta una morfología relevante, pero suficiente para permitir el avistamiento del Centro Histórico. Se encuentra el Monumento a la Virgen de las Mercedes que se colocó el 11 noviembre 1.967, la iniciativa salió desde moradores del Barrio “La Merced” y del Padre Superior Mercedario Fray Pedro Nolasco Cevallos, la construcción estuvo a cargo del Honorable Consejo Provincial de Cotopaxi, en la administración del señor Gonzalo Albán Rumazo, en noviembre de 1.966, la obra consistía en construir una ermita o monumento a la Virgen de las Mercedes para la colina de El Calvario, dicha obra fue tallada en mármol de Cuenca, por el artista azuayo Manuel Villa Enderica.

Este mirador permite observar parte de la ciudad de Latacunga así como también permite dar una explicación de las edificaciones que conforman el centro Histórico. En este lugar se rinden honores a la Virgen de Mercedes por los fieles que participan en la fiesta de la Mama Negra de septiembre. Tiempo de descanso y para tomar fotos.

Tomando la ruta de la cascada Pilancon hasta llegar a la Plazoleta de san francisco, se toma la calle Quijano y Ordoñez en dirección sur.

Casa de Artes y Oficios.

Sobre los vestigios de la fábrica de pólvora que distribuía su mercadería a territorios que hoy se conoce como Perú, se comienza a construir el primero de enero de 1888 a cargo de la entidad militar los talleres de la escuela de artes y oficios siendo inaugurados el 24 de mayo de 1906. El edificio en que funcionaba antiguamente la fábrica de Pólvora del estado es donado a la Curia Diocesana, para

luego y por razones económicas, ser adjudicada al Municipio de Latacunga, que por su cuenta propia e impuestos creados por el Gobierno Nacional, se da paso al derrocamiento del viejo edificio colonial y se comienza la construcción de la casa de artes y oficios.

Su estilo republicano con varios elementos en sus arcos de medio punto, conforma para los entendidos, un estilo Románico, llama la atención su solemne cúpula octogonal con ventanas circulares en cada lado, escaleras de caracol, capilla con tres naves y azoteas caprichosas, los planos y trabajos fueron encargados al Ingeniero alemán Francisco Smith.

En el cual funcionaron algunas instituciones educativas:

En la presidencia en la presidencia del general Eloy Alfaro Delgado se inaugura los talleres de artes y oficios el 24 de mayo de 1906 con las especialidades de mecánica, sastrería, Zapatería y Carpintería.

En 1.908, la Escuela Central.

De 1.915 a 1.925, la Escuela de los Hermanos Cristianos.

En 1.937, un proyecto de fábrica de cerámica bajo la administración del Colegio “Vicente León”, que no tuvo éxito.

De 1.950 a 1.956, la Escuela Práctica de Agricultura, auspiciada por el Gobierno de Galo Plaza.

A principios de la década de 1.960, el Colegio Bilingüe,

Funcionaron varios centros de formación militar y profesional como la escuela de trasmisión desde 1960. El centro militar de aprendizaje industrial “CEMAI” que funciono desde 1963 hasta la creación del instituto Tecnológico Superior de las

Fuerzas Armadas ITSFFAA. Del que devino la actual Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga.

Chugchucaras.

La palabra viene del vocablo compuesto ente CHUGCHU, pecho, y CARA, piel, cuero, es parte de piel del pecho del chanco, se presenta en dos tiempos el primero es un plato que se compone de mote con Chuso fritada, y el segundo considerado como plato fuerte, al compendio de las chugchucaras con los demás ingredientes.

Existen varios establecimientos donde se puede consumir este plato típico, la mayor oferta de estos establecimientos en la calle Quijano y Ordoñez y Calle Márquez de Maenza, también conocida como calle de las Chugchucaras.

La preparación consiste en poner en una paila de bronce agua con sal en grano y se introduce los pedazos de cerdo cortados, continuamente se bate con una pala de madera, cuando empieza a cocinarse la carne se la conoce como fritada, se agrega cebolla paiteña picada, tozos de cebolla blanca y bastante ajo, en la misma manteca extraída del cerdo se fríen los demás productos: Cuero reventado, papas, maíz, plátano maduro, y las empanadas con excepción del canguil.

La Chuzo fritada es el residuo que se queda en la paila, para obtener esto, es necesario cernir la manteca líquida de la paila.

Las empanadas se elaboran con harina de trigo, agua, huevo y jugo de naranjilla, manteca y sal, el condumio o relleno es elaborado con queso tierno y azúcar. Para el cuero reventado se ocupa la piel del cerdo menos la de la cara, patas, panza y pecho, cortada en trozos, se raspa la piel para sacar la grasa y las cerdas, se mezclan con sal durante tres o cuatro meses. De igual manera que las Chugchucaras, esta se cocina en una paila con aceite y se tiempla con palos para que se agrande.

La preparación del ají se realiza moliéndolo en una piedra con sal en grano, luego se adiciona el jugo de tomate de árbol, cebolla patena y los chochos.

Los ingredientes que se necesitan para la elaboración son: mote; carne de cerdo; plátano maduro; canguil; papas cocinadas y fritas; tostado; ají.

Mama Negra.

Existen dos fiestas de la Mama Negra una en septiembre que es la tradicional y religiosa y la de Noviembre que tiene un carácter de festejo de la independencia de la ciudad.

Leyendas de la fiesta de Septiembre.

El milagro de la Virgen del Volcán.

Jesuita Alemán Teodoro Wolf:“...En Latacunga –dice- ...El Día veintiuno recorrió por las calles una grande y muy triste procesión, reclamando auxilio a la VIRGEN DE LAS MERCEDES, exigiéndola como su protectora contra el enemigo...“.

Leyenda rescatada de la novena de nuestra señora de la Merced, bajo el título de nuestra Señora del Volcán 1599 escrita por Fray Luis Octavio Proaño Borja: En una de erupciones pasadas del volcán Cotopaxi, los moradores de la ciudad en medio de la confusión decidieron sacar la virgen de la merced y llevarla al calvario, donde la Virgen obro el milagro de parar la erupción del volcán, por esta razón los ciudadanos juraron mediante acto solemne realizar una fiesta anual en honor a la virgen.

La Mama Negra era cocinera de la virgen:

Según la leyenda popular, la Mama Negra era la cocinera de la virgen y el marido de la Mama Negra era el Taita negro o Ashangero quien llevaba la comida para el festín después de la fiesta.

Es un legado cultural de carácter folclórico, establecido y consolidado por la iniciativa creadora de muchas generaciones, que presenta las características de un ceremonial, aquella forma dramática, que triunfo sobre la del teatro clásico español, relacionado siempre con el tema eucarístico.

En cuanto a la denominación de Santísima Tragedia, por si sola patentiza la calidad religiosa del ceremonial y la existencia de formas dramáticas, la calidad de contenido cristiano y las formas, se vinculan para expresar el comportamiento poblacional frente a la Virgen.

La fiesta se la conoce a nivel nacional y se lleva a cabo cada 23 y 24 de septiembre los comerciantes de la plaza de la Merced y los días domingo y lunes más cercanos a las fechas anteriores los comerciantes de la plaza el Salto, fecha que corresponde a los días de la Virgen de la Merced.

Bajo igual criterio en septiembre se realizan 4 ocasiones una por día, dos son realizadas por los comerciantes de la plaza de la Merced y dos días los comerciantes de la plaza el Salto.

En noviembre mantiene el mismo tinte pintoresco de la fiesta de Septiembre, se realiza el primer sábado de noviembre, en homenaje a la independencia de Latacunga, la fiesta en realidad comienza casi un mes antes de la fecha prevista, con la elección de los distintos personajes principales de la fiesta, así como a las instituciones que acompañaran a cada uno de ellos.

Se denomina prioste mayor al Alcalde de la ciudad., la selección de los personajes principales lo realiza el Comité de Mama Negra del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga.

El 24 de septiembre, a las 7 de la mañana, el Capitán al frente de una banda de músicos, visita los hogares de los participantes invitados a seguirlo, el primero en recibir la visita es la Mama Negra, concentrados en la casa del capitán preparan la primera entrada que se realiza entre 09H00 y 10H00 acompañada por la música de la banda.

La figura central de la celebración es la Mama Negra representada por un hombre disfrazado de mujer, este personaje lleva una muñeca negra elegantemente vestida que representa a su hija, y al son del tambor cabalga durante la procesión hasta llegar desde la iglesia de la Merced hasta el mirador el Calvario donde se realizan honores a la Virgen en agradecimiento a favores recibidos. El dicho personaje se encuentra el Capitán, Rey Moro, Abanderado, Ángel de la Estrella

La fiesta de la Mama Negra, hoy en día, se festeja tanto en septiembre como en noviembre, pero la primera es una celebración con matices religiosos llevada a cabo por el pueblo en honor a la Virgen de las Mercedes, y la segunda, si bien intenta conservar las características originales, es una fiesta enfocada a la promoción turística de la ciudad

Personajes Primarios

Mama Negra, Rey Moro, Capitán, Abanderado, Ángel de la estrella

Personajes Secundarios

Loeros, Huacos, Camisonas, Cholas Ofrenderas, Ashangeros, Palafreneros, Guiadores, Urcuyaya

El significado mayor del ceremonial de septiembre esta propuesto al cumplimiento de una finalidad religiosa, claramente definida “venerar a la Virgen de Mercedes”,

La finalidad como es obvio, dimensiona la exclusividad del hecho folclórico a la veneración de la Virgen, por ello, La Mama Negra, propiamente folclórica, es esa que celebra nuestro pueblo llano, ayer el procedente de las comunidades campesinas del entorno Latacungueño y ahora los pequeños mercaderes de la ciudad, la mayoría de ellos de extracción campesina venera exclusivamente a la Virgen de las Mercedes, Subrayando la advocación al Volcán.

Mientras que la finalidad de la de noviembre tiene un tinte de relevancia a la independencia de la ciudad.

La magnitud de esta fiesta es tan grande por lo que constituye uno de los documentos folklóricos vivos más importante del mestizaje cultural del país. Su importancia y fama han trascendido fronteras.

La festividad es un claro ejemplo del dinámico cambio cultural. Por su forma de constituir el evento durante todo el año esta tradición se mantiene viva, sin embargo ha sufrido un cambio cualitativo desde su origen hasta el presente. La festividad contemporánea ha pasado a ser una eminente fiesta mestiza en la cual los personajes importantes de la ciudad la conducen.

Latacunga

Ciudad cabecera de la Provincia de Cotopaxi, al norte se encuentra la Provincia de Pichincha al Sur el Cantón Salcedo, al Este la Provincia de Napo y al Oeste los Cantones de Pujili y Saquisilí.

La fecha de independencia es el 11 de noviembre de 1820.

El Centro Histórico se encuentra ubicado en la parroquia urbana La Matriz, a una altura promedio de 2780 (m.s.n.m.) metros sobre el nivel del mar. El proceso de declaratoria que define al Centro Histórico de la ciudad de Latacunga como: BIEN PERTENECIENTE AL PATRIMONIO CULTURAL DEL ESTADO. Otorgado por

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, se da de mayo de 1982. Delimitando a la Zona de primer orden al área que corresponde al Norte Calle Juan Abel Echeverría, al Sur Hermanas Páez, al Este Calle Napo, al Oeste Calle dos de Mayo.

Las primeras referencias del nombre Latacunga, las encontramos en el atacameño: LATACUNQUI, LATACONQUE y TACONGUE, que significan “ahí cabo de hacha” y “cabo de hacha”. En quichua hallamos el nombre TAJCUNGA o “el asiento del nuevo Comedero”. En quichua y según González Suárez que dice el Inca Huaynacápac luego de conquistar nuestra comarca asentó en ella un grupo de Mitimaes diciendo a la entrega de la tierra “Llactatacunani”. Los indios –dice- al lugar en donde encontraban abundancia de agua, o, por lo menos, vertientes, ríos, lo llamaban Kun Tina o Tiana, de donde, sin duda alguna, debe venir Kundina o Kuendina, en el fértil y lozano valle de los Chillos, en la provincia de Pichincha, ¿Por esto mismo dejaron el nombre de Kun, en el Sur de Colombia, en el volcán Kunwal, ahora Cumbal, o altura del dios Kun? Al llegar a Latacunga, lugar demasadamente rodeado de aguas, así mismo, no pudieron menos que exclamar ¡LlactaKunKa! Patria o morada del dios Kun, porque el Ka o ga en Quichua, colocado como sufijo, no tiene otro significado que el Enim o Etiam latinos”.

El Circuito Turístico Paseo del Mashca permite conocer la ciudad desde tres aspectos diferentes el primero es representado por Personajes Ilustres, historias, leyendas de la ciudad, el segundo representado en el valor arquitectónico de las edificaciones, al ser las monumentos reconstruíos presentan un gran valor histórico, y el tercero que simboliza la identidad Cultural representada en las Fiestas de la Mama Negra y la gastronomía.

4.4.3. Costeo del Circuito

El coste del tour es el proceso para determinar el valor a pagar por el servicio, se lo realiza de acuerdo a la capacidad de gasto que tienen los turistas que llegan a la ciudad de Latacunga.

Para esto se utiliza la respuesta de la pregunta número 15 de la encuesta perfil del turista que indaga “Cuánto estaría dispuesto a gastar en una visita a la ciudad de Latacunga”.

Tabla 4.3.
Disponibilidad de gasto.

Disponibilidad de gasto	
Dólares Americanos	Porcentaje
de 1 a 15	52,23%
de 16 a 30	35,22%
de 31 a 45	7,29%
46 en adelante	5,26%
Total	100%

La respuesta de la pregunta sirve para tener una estimación de cuál puede ser el precio a pagar por el Circuito. En este caso el mayor porcentaje 52.23% representa el valor de 1 a 15 dólares americanos.

Tabla 4.4.
Descripción del Costeo.

Costeo		
	Dólares Americanos	Observaciones
Costo guianza	4.28	Precio promedio en el Centro Histórico
Costo Transporte	2.85	Buseta de 10 personas.
Costo Alimentación	8.00	Valor de Chugchucara
Suvenir	1	Valor estimado
Degustación de Hallullas	1.00	Funda pequeña con hallullas
Total	17,13	Por persona

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

4.5. Prueba del Circuito Propuesto.

4.5.1. Medición De Tiempos

La respuesta de la encuesta perfil del turista, a la pregunta número 14 que indaga cuánto tiempo dispondría para realizar un Circuito Histórico Cultural en el Centro

Histórico de la ciudad de Latacunga, es utiliza para tener una estimación del tiempo en el cual se puede proponer el circuito.

Tabla 4.5.
Disponibilidad de Tiempo.

Disponibilidad de Tiempo para el Circuito	
Duración	Porcentaje
de 1 a 3 Horas	51,42%
de 4 a 6 Horas	25,51%
1 día	13,77%
Dos días Una Noche	9,31%
Total	100%

Como se observa en el cuadro anterior el Circuito Histórico Cultural no se puede exceder en tiempo 3 horas que es el tiempo que nos señala la Investigación de mercado.

Tabla 4.6.
Descripción (Tiempo y Distancia)

Orden	Atractivo/ Servicio	Descripción de Tiempos			Parte del recorrido o en vehículo metros	Tiempo de traslado al siguiente atractivo en vehículo /minutos
		Tiempo de traslado al siguiente atractivo caminando	Tiempo de visita minuto	Distancia al siguiente atractivo metros		
1	Iglesia de San Agustín.	3´	5´	118m		
2	Hospital Hermanas Páez.	1´	5´	115m		
3	Parque la Filantropía.	5´	5´	269m		
4	Colegio Vicente León.	2´	5´	146m		
5	Gastronomía Hallullas Pasaje peatonal Padre Salcedo	3´	10´	123m		
6	Parque Vicente León, entorno(Iglesia La Catedral, Edificio Gobernación de Latacunga)	2´	5´	158m		
7	Palacio Municipal.	2´	5´	132m		
8	Iglesia de San Francisco.	1´	5´	161m		
9	Artesanías Pasaje peatonal Luis F, Vivero	4´	15´	162m		
10	Iglesia de Santo Domingo.	3´	5´	121m		
11	Casa de los Marqueses de Miraflores. Colegio de las Betlehemitas	2´	20´	65m		
12	Iglesia de La Merced.	15´	5´	340m	929m	5´
13	Mirador el Calvario	15´	10´	762m	1166m	5´
14	Gastronomía Chugchucarás (Casa de Artes y Oficio Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE)	7´	40´	408m		
15	Parque Vicente León.	0	5´	0		
		65´	145´	3080m	2095m	10´

El tiempo que toma el recorrido completo es de 210 minutos equivalentes a 3 Horas con 30 minutos, que de acuerdo al rango se encuentra dentro de los límites disponibles de tiempo que tienen los turistas. En una distancia de 3.0Km recorridos a pie. Si los visitantes desean hacer parte del recorrido en vehículo el tiempo estimado es de 3 horas con 10 minutos; una distancia recorrida a pie de 2.0km y de 2.0 km en vehículo.

Distancia desde Casa de Artes y Oficio hasta:

Terminal Terrestre.	1650Km	6 minutos
Estación de Ferrocarriles	1850Km	7 minutos
Aeropuerto	2800Km	11 minutos

Tabla 4.7.
Descripción de división del circuito.

Descripción de división del circuito.									
Circuito	Transporte		Alimentación	Termina en			Distancia		Tiempo / minutos
	a Pie	Vehículo		Parque Vicente León	Chugchucas	Iglesia La Merced	a Pie	Vehículo	
1	Si	No	Si	Si			3,0 Km		210´
2	Si	Si	Si	Si			2,0 Km	2,0 Km	190´
3	Si	Si	No	Si			2,0 Km	2,0 Km	150´
4	Si	No	No	Si			3,0 Km		170´
5	Si	No	Si		Si		2,7 Km		210´
6	Si	Si	Si		Si		1,6 Km	2,0 Km	190´
7	Si	Si	No		Si		1,6 Km	2,0 Km	150´
8	Si	No	No		Si		2,7 Km		170´
9	Si	No	No			Si	1,6 Km		128´

El circuito como anterior mente fue explicado se puede dividir según la necesidad del visitante, para una explicación acertada en el cuadro anterior se exponen las distancias, el transporte y el tiempo; los circuito 1 y 2 son considerado como circuitos completos con un tiempo de 3 horas con 30 minutos, todo el recorrido a pie, con 3 horas y 10 minutos 2 kilómetros recorridos a pie y 2 kilómetros recorridos en vehículo respectivamente.

4.5.2. Evaluación de Facilitación Turística

Tabla 4.8.
Facilitación Turística.

Facilitación Turística												
Atractivo / Facilidad	Día								Horario		24 Horas	Observación
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Feriado	de:	a:		
Iglesia de San Agustín.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Hospital Hermanas Páez.	X	X	X	X	x	-	-	-	07H00	16H00		Accesibilidad al atractivo
Parque la Filantropía.	X	X	X	X	x	X	X	X	07H00	19H00		Accesibilidad al atractivo
Colegio Vicente León.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Gastronomía hallullas	X	X	X	X	x	X			10H00	19H00		Degustación
Parque Vicente León.	X	X	X	X	x	X	X	X	07H00	19H00		Accesibilidad al atractivo
Palacio Municipal.	X	X	X	X	x				07H00	16H00		Accesibilidad al atractivo
Iglesia La Catedral.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Edificio Gobernación de Latacunga.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Iglesia de San Francisco.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Artesanías	X	X	X	X	x	X	X	X	10H00 15H00	13H00 21H00		Entrega de suvenir
Iglesia de Santo Domingo.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Casa de los Marqueses de Miraflores	X	X	X	X	x				07H00	16H00		Accesibilidad al atractivo
Iglesia de La Merced.	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera
Mirador el Calvario	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Accesibilidad al atractivo
Gastronomía Chugchucaras	X	X	X	X	x	X	X	X	10H00	16H00		Alimentación
Casa de Artes y Oficio	X	X	X	X	x	X	X	X			X	Se observa el atractivo desde afuera

ELABORADO POR: SILVA, X.

Como se puede observar en la tabla de facilitación turística no todos los días son accesibles para la generación óptima del circuito, sin embargo, esto no es un limitante para generar el Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca, los días óptimos son de lunes a viernes en horario de 10H00 a 16H00.

Una vez terminado el Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca y conociendo cuál es su factibilidad, es necesario elaborar la gestión de marketing, la misma que será generada a través de un plan de gestión del circuito, este beneficiara a los atractivos involucrados en la área de primer orden y también aportara con el dinamismo de la zona en el cual se desarrolle el Circuito todo esto se presenta en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO V

GESTIÓN DE MARKETING

5.1. Plan de Gestión del Circuito

5.1.1. Misión

Ofrecer el Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca a través de atractivos del Centro Histórico, haciendo énfasis en el valor Histórico, el valor de arquitectónico, y la fiesta de La Mama Negra como valor agregado para que cumpla con las expectativas del turista, el mismo que también genere dinamismo en el Centro Histórico e incite la valoración del patrimonio cultural de la Ciudad de Latacunga.

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

5.1.2. Visión

En el 2019 el circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca es un producto turístico sostenible y competitivo para el centro del país, dirigido hacia los Turistas nacionales y extranjeros que visiten la provincia de Cotopaxi por motivaciones culturales, la colaboración de los prestadores y la acción de las entidades que regulan el sector turístico será el principal soporte para alcanzar la meta planteada.

“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”

5.1.3. 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.

5.1.4. Política de Calidad

El circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca comprometido a lograr la satisfacción de Turistas nacionales y extranjeros que visiten la provincia de Cotopaxi por motivaciones culturales. Se lo va a realizar proporcionando servicios que sean entregados con calidad. Esto se logrará manteniendo una tasa de satisfacción por encima del 90%. Para ello la empresa optimizará periódicamente el proceso de entrega del circuito basándose en el criterio de mejora continua.

5.1.5. Análisis de la Gestión de Recursos Turísticos Presentes En El Circuito

Análisis Situacional

Tabla 5.1.

Análisis F.O.D.A.

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
Producto Nuevo. Aceptación por parte de las Agencias de viajes para vender el Circuito.	Gran nicho de mercado interesado en adquirir un circuito Histórico Cultural. Demanda extranjera que puede ser captada por medios electrónicos.
Debilidades	Amenazas
Accesibilidad reducida a los ingreso de atractivos. Tráfico vehicular y peatonal.	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.

MARKETING MIX

✓ **Producto**

Circuito Histórico Cultural “Paseo del Mashca”

✓ **Precio**

Para establecer los precios del Circuito Histórico Cultural a promocionar, se toma en cuenta el presupuesto que se obtuvo de la investigación de mercado en la encuesta que es un valor de 17,13 dólares americanos todo incluido y 9.13 dólares americanos sin alimentación

✓ **Plaza**

Centro Histórico del Cantón Latacunga

✓ **Promoción**

El producto turístico debe contar con medios impresos ya que son muy importantes para el desarrollo publicitario Circuito Histórico Cultural Paseo del Mashca, este medio de comunicación llega fácilmente al segmento de mercado, en ellos se incluye un mapa turístico del Cantón, servicios y empresas disponibles, vías de acceso y los atractivos Culturales.

Matriz estratégica del plan del Circuito Histórico Cultural Paseo del Masaka												
Nombre de la Actividad	Estrategia	Descripción de la estrategia	Proceso de implementación	Recurso	Descripción del Recurso	Valor	Responsables	Sector	Fecha			
Producto	Presentación en una forma novedosa de los atractivos turísticos del Centro Histórico	Recuperación mantenimiento y conservación del atractivo	Mantenimiento principalmente del Atractivo Casa de los Marqueses de Miraflores	Técnico/Tecnológico	Proyecto de rehabilitación y mantenimiento	15.000 Dólares Americanos	GAD Latacunga - Comisioñ de Centro Histórico	Privado	01-mar-15 01-sep-15			
		Adecuación de miradores turísticos.	Creación de un mapa que sirva como material didáctico para que pueda explicarse el Centro Histórico desde el sector del Caballero	Técnico/Tecnológico	Proyecto "Mapa y explicativa del mirador el valor Cultural de la Ciudad. Departamento de Turismo del GAD Latacunga	3.500 Dólares Americanos	GAD Latacunga - Departamento de Turismo	-	01-jun-15 01-sep-15			
		Satización del circuito Histórico Cultural de los atractivos con información del recurso que allí se está visitado.	Inversión para la adecuación de podestales en cada atractivo, con información de lo que se está visitando, datos generales, ubicación, atractivos cercanos y fotografías.	Humano	Personal técnico del Departamento de Turismo del GAD Latacunga	Humano	Guía de Satización	10.000 Dólares Americanos	GAD del cantón Latacunga - Departamento de Turismo	-	01-agr-15 01-dic-15	
		Concientización de los moradores a mantener el Centro Histórico Limpio y en buen estado.	Conferencias y trabajo de grupo de profesionales en diversas zonas que estén interesado concientizar a los moradores a mantener el Centro Histórico limpio y en buen estado.	Humano	Personas interesadas en capacitación sobre el valor Cultural de la Ciudad. Departamento de Turismo del GAD del cantón Latacunga	Humano	Autofinanciamiento. Departamento de Turismo	5.000 Dólares Americanos	GAD Latacunga - Departamento de Turismo	-	01-mar-15 Continuo	
		Accesibilidad a atractivos.	Gestión para apertura de atractivos Turísticos.	Humano	Personas interesadas en capacitación sobre el valor Cultural de la Ciudad. Departamento de Turismo del GAD del cantón Latacunga	Humano	Plan de rehabilitación Cultural	Continuo	Habitantes del Centro Histórico.	-	01-mar-15 Continuo	
		Plaza	Gestionar la accesibilidad a atractivos turísticos.	Peronización del centro histórico en la Zona de primer Orden y adecuación de zonas de parqueo	Ampliación de las veredas, creación de pasajes peatonales, creación de parqueaderos subterráneos y mejoramiento de los parqueaderos existentes.	Técnico/Tecnológico	Proyecto de peronización	Continuo	GAD Latacunga - Comisión de Centro Histórico	-	Continuo	
				Apertura, accesibilidad a los parques	Creación de Policía Turística. Pólicías turísticas que mantengan los parques abiertos de 7:00 a 22:00, 360 días del año	Humano	Departamento de planificación del GAD Latacunga	Continuo	GAD Latacunga - Dirección de Planificación	-	01-mar-15 Continuo	
				Incluir a diferentes prestadores en el Circuito	Estimación de precios que incluyan en el circuito	Humano	Proyecto de Creación de Policía Turística	Humano	Asignar el presupuesto	GAD del cantón Latacunga - Departamento	-	Incluir una vez aprobado el Continuo
				Presentar un producto innovador y diferenciado.	Presentación de un producto innovador y diferenciado.	Técnico/Tecnológico	Proyecto de Creación de Policía Turística	Humano	Asignar el presupuesto	GAD Latacunga - Departamento de Turismo	-	01-mar-15 Continuo
		Precio	Fijación de Precios	Incluir a diferentes prestadores en el Circuito	Estimación de precios que incluyan en el circuito	Humano	Establecimientos, precio de ganancia transporte alimentación, suvenir (artesanía), degustación de hallallas	17.13 Dólares Americanos	GAD Latacunga - Departamento de Turismo	Agencia de viajes y otros establecimientos de turismo	01-mar-15 Continuo	
El producto turístico debe contar con medios impresos ya que son muy importantes para el desarrollo del turismo en la Zona de primer Orden Cultural Paseo del Masaka, ese medio de comunicación llega fácilmente al segmento de mercado, en ellos se incluye un mapa turístico del Cantón, servicios y empresas, direcciones, vías de acceso y los atractivos Culturales.	Creación de una plataforma digital, coordinación con unidad de marketing de la Universidad de Latacunga. Elaboración de un blog con información de Centro Histórico.			Humano	Gestionar la Publicidad	Humano	Apoye económico para el Blog y Guía	3.000 Dólares Americanos	Unidad de marketing ESP-EL Carera Hostelería y Turismo ESP-EL	01-dic-15		
Promoción	Articulación de entidades capaces de impulsar los cambios que se requieren	Reunión de los principales representantes de la actividad turística de la ciudad.	Mesa de Cantonal de Turismo que genere compromisos con las autoridades para realizar cambios necesarios en la gestión de atractivos	Técnico/Tecnológico	Actores involucrados en turismo especialmente Centro Histórico	Continuo	GAD Latacunga	Presidentes de servicios Turísticos	01-mar-15 Continuo			
		Reunión de los principales representantes de la actividad turística de la ciudad.	Mesa de Cantonal de Turismo que genere compromisos con las autoridades para realizar cambios necesarios en la gestión de atractivos	Humano	Actores involucrados en turismo especialmente Centro Histórico	Continuo	GAD Latacunga	Presidentes de servicios Turísticos	01-mar-15 Continuo			

5.1.6. Contribución del Plan en los Atractivos Turísticos.

El plan generara en los atractivos un modelo de manejo sostenible permitiendo aprovechar los recursos sin comprometerlos para generaciones futuras, mediante las estrategias, planes y proyectos plantados anteriormente, esto generara un compromiso directo con las entidades encargadas de cada uno de ellos ya sean públicas o privadas, con los habitantes y con los turistas que llegan a la ciudad, a mantener de los atractivos turísticos en estado de conservación óptima

El plan contribuye a la sostenibilidad del circuito, el mismo que genera por si dinamización del Centro Histórico.

El circuito genera fuentes de trabajo para guías turísticos y artesanos de la Zona.

De esta manera concluimos con la gestión de marketing, la puesta en marcha de los planes antes mencionados aportaran a la dinamización del Centro Histórico de la Ciudad en la Zona de Primer Orden.

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 representados principalmente en edificaciones religiosas y civiles, la gastronomía, la Chugchucara y su principal manifestación religiosa en la Mama Negra, el estado de la planta turística indicó que la cantidad de prestadores turísticos (9 de alojamiento, 18 de alimentación y bebida y 8 agencias de viajes), estos establecimientos se encuentran adecuados para recibir de un flujo constante de turistas; la demanda determinada es de 72879 visitantes para el 2015, el perfil del turista determinó las características de los visitantes de la ciudad, también 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; la súper estructura señala la función de las autoridades locales de turismo y genera pautas para la implementación de elementos de gestión; y sobre la competencia, Quito y Riobamba en la cual nos inspiramos para la propuesta del circuito, todo este análisis proporcionó información del estado actual del Centro Histórico.
- 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.
 - Puntos fuertes: Centro Histórico considerado como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado; Poseer una de las festividades más grandes del centro del país (La Mama Negra) y una oferta conglomerada de Atractivos Turísticos

- Puntos débiles: Mano de obra no capacitada y rotación constantemente de personal; 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 e Inexistencia de un plan turístico
- 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; La generación de una ordenanza con fines turísticos que aporte para el beneficio de las iglesias así como también para el desarrollo turismo, y que las agencias de viajes están dispuestas a impulsar el desarrollo del Centro Histórico a través de la intermediación para la venta de un circuito turístico.
- Riesgos: 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 y a la falta de actividades y facilidades que no permiten el desarrollado turístico del sector y los Centro Históricos son propensos a convertirse en focos de problemas sociales como delincuencia, alcoholismo, drogadicción, etc.
- 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

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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AME. (4 de Febrero de 2010). *G.A.D. Latacunga*. Recuperado el 11 de Febrero de 2014, de sitio web de Latacunga: <http://www.latacunga.gob.ec/latacunga/index.php/latacunga1>
- BARVERÁ, S. (2006). *Dinamización Turística*. Valencia: Universidad politécnica de Valencia.
- Boullón C., R. (1999). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas.
- CALDERÓN DELLI, M. D. (2013). *Plan de Marketing para el Producto Turístico el Centro Histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba - Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES.
- Calderón Rivera, S. R. (8 de Mayo de 2009). *Estudios del Turismo*. Recuperado el 17 de Febrero de 2014, de Estudios del Turismo: <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Carrion, F. (2000). *DESARROLLO CULTURAL Y GESTIÓN EN CENTROS HISTÓRICOS*. Ecuador: FLACSO.
- Chan, N. (2005). *Circuitos Turísticos Programación y Cotización*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.
- Cumbicus Montesdeoca, H. J., & Ferrín Ortiz, L. E. (2013). *CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS IGLESIAS DE LOS CANTONES DE LA ZONA CENTRO-SUR DE MANABÍ*. Calceta: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ.
- Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (27 de Enero de 2011). *Conozca por qué Quito es el centro turístico del país*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de Noticias Quito Turismo: http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/conozca_por_que_quito_es_el_centro_turistico_del_pais--2422
- Erazo Zambrano, F. I. (2012). *Análisis situacional del potencial turístico del cantón Caluma*. Guayaquil: Universidad Católica De Santiago Guayaquil.
- GALLARDO SARSOZA, V. (2012). *Reingeniería de procesos para la protección del patrimonio cultural del departamento de cultura del Ilustre municipio de Latacunga que fortalezcan las políticas de protección de los*

recursos culturales de la ciudad. Lataunga, Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

- García Feraud, G., & Vera Manzo, E. (s.f.). *DÍA DEL PATRIMONIO CULTURAL*. Recuperado el 11 de febrero de 2014, de <http://www.efemerides.ec/1/junio/patri1.htm>
- INEC. (2010). Recuperado el 1 de Enero de 2014, de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/cotopaxi.pdf
- MATAMOROS ASANZA , L. (2012). Identificación y dinamización del Corredor Turístico Cultura Y Tradición, sector Loja. Loja, Loja, Ecuad: Universidad Nacional de Loja.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2008). *Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito*. Quito-Ecuador.
- OMT, O. (1998). *Introducción al Turismo*. Mejico: Organización Mundial del Turismo.
- PLANDETUR2020. (26 de Septiembre de 2007). DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR. Euador: MINISTERIO DE TURÍSMO.
- REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS. (s.f.). Ecuador.
- SECTUR. (2006). Potencial Turístico. *Identificación de potencialidades turísticas en regiones o municipios*. Mexico.
- Tamayo Gallegos, D. M. (2013). *Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito*. Quito - Ecuador: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
- Zimmer , P., & Grassmann, S. (s.f.). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. Extremadura, España.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1:ORDENANZA MUNICIPAL PARA PROTECCIÓN DEL CENTROHISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

ANEXO 2: FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO ZONA DE PRIMER ORDEN

ANEXO 3:ENCUESTA PERFIL DEL VISITANTE

ANEXO 4:PERFIL DEL TURISTA

ANEXO 5: TABLAS DE CONTINGENCIA

ANEXO 6:ENCUESTA PARA LA EJECUCIÓN DE DIAGNÓSTICO SEGÚN EL PUNTO DE VISTA DE LOS EXPERTOS.

ANEXO 7:ACTUALIZACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO