



Manifestaciones culturales como producto turístico del barrio Loma Grande y su aporte al desarrollo del Centro Histórico de Quito

Cueva Fernández, Evelyn Ximena y Mendoza Guevara, Joceline Solange

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración Turística y
Hotelera

Chiriboga Barba Danny Fernando PH.D.

05 de agosto del 2022



Final Capitulo I,II,II Mendoza Cueva.pdf

Scanned on: 18:42 August 11, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	471
Words with Minor Changes	220
Paraphrased Words	344
Omitted Words	0



DANNY FERNANDO
CHIRIBOGA BARBA

Chiriboga Barba, Danny Fernando PH.D
Director de tesis
C.C. 1711412989



Website | Education | Businesses



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

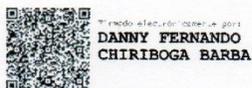
Carrera de Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación, **“Manifestaciones Culturales como producto turístico del barrio Loma Grande y su aporte al desarrollo del Centro Histórico de Quito”** fue realizado por la señoritas **Cueva Fernández, Evelyn Ximena y Mendoza Guevara Joceline Solange** el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 19 de agosto 2022

Firma:



Chiriboga Barba, Danny Fernando, PH. D.

C.C:1711412989



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de autoría

Nosotras, Cueva Fernández, Evelyn Ximena con cédula de ciudadanía 1717539645, y Mendoza Guevara, Joceline Solange, con cédula de ciudadanía 1726084583, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Manifestaciones culturales como producto turístico del barrio Loma Grande y su aporte al desarrollo del Centro Histórico de Quito** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

19 de agosto del 2022

Firma

Cueva Fernández, Evelyn Ximena

C.C.: 1717539645

Firma

Mendoza Guevara, Joceline Solange

C.C: 1726084583



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Autorización de publicación

Nosotras Cueva Fernández, Evelyn Ximena, cédula de ciudadanía 1717539645, y Mendoza Guevara, Joceline Solange cédula de ciudadanía 1726084583, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Manifestaciones culturales como producto turístico del barrio Loma Grande y su aporte al desarrollo del Centro Histórico de Quito** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

19 de Agosto del 2022

Firma

Firma

Cueva Fernández, Evelyn Ximena

C.C.: 1717539645

Mendoza Guevara, Joceline Solange

C.C.: 1726084583

Agradecimiento

Agradezco a Dios por no verme abandonado en mi tempestad transformándome en un ser de fortaleza para poder seguir adelante en cada desafío, iluminando mi camino cumpliendo cada sueño que me he propuesto.

Agradezco también a la familia, amigos que siempre han estado conmigo en la adversidad y felicidad, que no me han abandonado demostrándome lo bendecida que soy al tenerlos en mi vida, ya que formaron parte de este proceso.

Evelyn Cueva F.

Agradezco a Dios por darme vida, salud y felicidad, además permitir que mis padres, mi familia y amigos sigan siendo parte de mi vida. Agradezco a mi madre y padre por ser mi motor principal para salir adelante. Agradezco a Evelyn por brindarme su amistad sincera, por ser una maravillosa compañera dándome ánimo en todo. Doy gracias a mis amistades por aconsejarme, brindarme su apoyo y alegrarse de forma sincera por mi éxito.

Solange Mendoza G.

Dedicatoria

Comenzare con dedicar esta tesis a mi padre Antonio Cueva, que ha hecho posible con su apoyo incondicional que este culminando este proceso profesional, que gracias a su sacrificio hoy estoy cumpliendo una meta más.

A mi madre Marlene Fernández, que no ha dudado en darme una palabra de aliento cada vez que lo necesito, que ha sostenido mi mano en cada adversidad, que ha estado conmigo en todo momento, me ha apoyado mostrándome el amor verdadero de una madre.

También va dedicada a mi hermana Lizbeth y mi sobrina Ayelén, que siempre están conmigo incondicionalmente brindándome confianza, fuerza, ánimos y consejos, que no han dudado en cuidarme y amarme por sobre todas las cosas.

Y para culminar, GRACIAS por ser parte de mi vida, son mi fortaleza esto es para y por ustedes, ya que, lo que soy sin duda alguna es por su amor.

Evelyn Cueva F.

Este trabajo de grado se lo dedico especialmente a mi madre Corina Guevara que con sus palabras de aliento nunca dejo que me rindiera, siendo así mi inspiración para superarme día tras día.

A mi padre Fernando Mendoza que con su esfuerzo, apoyo y enseñanzas de vida me motivo a cumplir mis metas, así también a seguir luchando por mis sueños. A mi hermano y mi pequeño sobrino por darme su amor incondicional. Finalmente a mis peludos de cuatro patas que fueron mi compañía durante varias noches en vela.

Solange Mendoza G.

Índice de contenido

Carátula	1
Similitud de contenido	2
Certificación	3
Responsabilidad de Autoría	3
Autorización de publicación	5
Agradecimiento	6
Dedicatoria	7
Resumen	20
Abstract	21
Introducción.....	22
Planteamiento del problema	22
Objetivos.....	23
Objetivo General	23
Objetivos Específicos.....	23
Capítulo I.....	24
Marco Teórico.....	24
Teorías de soporte	24
Desarrollo Local.....	24

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.....	25
Convenio Andrés Bello	26
Mercosur Cultural	27
Clasificación de la Cultura	28
Manifestaciones Culturales.....	29
Producto Turístico.....	30
Marco Conceptual.....	31
Aculturación.....	31
Atractivo turístico	32
Bien mueble	32
Bien inmueble	32
Bien cultural	32
Centro Histórico	32
Comunidad.....	33
Cultura	33
Demanda Turística	34
Desarrollo Turístico	34
Diversidad cultural	34
Espacio turístico.....	35
Expresiones artísticas.....	35

	10
Gastronomía	35
Identidad cultural.....	35
Infraestructura.....	36
Inventario Turístico	36
Oferta turística.....	36
Patrimonio	36
Patrimonio inmaterial	37
Patrimonio material	37
Planificación	37
Producto Turístico.....	38
Promoción.....	38
Recurso turístico	38
Tradición	38
Marco referencial	39
MARCO LEGAL.....	41
Ministerio de Turismo.....	41
Instituto nacional de patrimonio cultural	42
Universidad de las Fuerzas Armadas de Ecuador - ESPE	43
Capítulo II.....	44
Metodología y diagnóstico del tema de investigación	44

Metodología de la investigación	44
Descripción metodología	44
Tipo de investigación	46
Población y muestra.....	46
Encuesta.....	46
Entrevista	47
2.1.4.2.1 Entrevistados.....	47
Fichas de Inventario y Jerarquización de espacio turísticos del MINTUR.....	47
Diagnostico situacional	48
Macroambiente Centro Histórico de Quito.....	48
Microambiente barrio La Loma Grande	50
Factor Geográfico.....	50
Factor Demográfico.....	50
Factor Social.....	51
Factor Cultural	51
Factor Natural	52
Factor Económico	52
Factor Legal.....	52
Factor Turístico	53
Resultados de las encuestas	53

	12
2.4. RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS.....	72
Fichas de inventario y jerarquización ministerio de turismo.....	74
Jerarquización	74
Capítulo III.....	79
Propuesta.....	79
Introducción.....	79
Perfil del turista	80
Motivación para visitar la loma grande.....	80
Manifestaciones culturales del barrio la Loma Grande.....	81
Descripción de manifestaciones culturales	114
Ruta de Manifestaciones Culturales de la Loma Grande.....	117
Mapa de la Ruta del día 1	118
Descripción Ruta 1	119
Descripción Ruta día 2.....	121
Mejoramiento de los servicios turísticos de la loma grande.	122
Servicios turísticos	122
Alojamiento	122
Alimentos y Bebidas.....	123
Saneamiento	123
Seguridad	123

Conectividad	124
Productos turísticos	124
Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande.....	124
Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas.....	125
Lo que no se contó de la Loma Grande	126
Exposición de Arte fotográfico del barrio la Loma Grande.....	127
Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande.....	128
Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas.....	129
Lo que no se cuenta de la Loma Grande	130
Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande	131
Ruta de manifestaciones culturales La Loma Grande	132
Creación de Redes Sociales	133
Conclusiones	134
Recomendaciones	135
Referencias Bibliográficas	136

Índice de tablas

Tabla 1. Clasificación de Atractivos Turísticos Culturales	29
Tabla 2. Sexo.....	53
Tabla 3. Edad	54
Tabla 4. Nivel de formación	55
Tabla 5. Estado Civil.....	56
Tabla 6. Ocupación	57
Tabla 7. Lugar de procedencia	58
Tabla 8. ¿Qué tipo de turismo practica con mayor frecuencia?	59
Tabla 9. ¿Por qué motivo visita el Centro Histórico?	61
Tabla 10. ¿Cada cuánto visita el Centro Histórico?.....	62
Tabla 11. De los eventos culturales en el Centro Histórico. ¿Cuál es el que más le interesa asistir?.....	63
Tabla 12. De los siguientes barrios tradicionales del Centro Histórico. ¿Cuál más ha visitado?	64
Tabla 13. ¿Considera que las manifestaciones culturales (costumbres y tradiciones) del barrio La Loma Grande pueden aportar en el desarrollo turístico al Centro Histórico?	65
Tabla 14. ¿Cuál cree que sea la principal motivación para visitar el barrio la Loma Grande?	66
Tabla 15. ¿Qué importancia les da a los siguientes servicios durante sus actividades turísticas? En la escala del 1 al 5 siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.	68
Tabla 16. Según su preferencia ordene los siguientes recursos turísticos del barrio La Loma Grande del 1 al 6, siendo 1 el de menor preferencia y 6 el de mayor preferencia.....	69
Tabla 17. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para obtener información sobre la realización de actividades turísticas en el Centro histórico?.....	71
Tabla 18. Resumen de Manifestaciones Culturales del barrio La Loma Grande	75

Tabla 19. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Estación de Bomberos 2	81
Tabla 20. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” El último suspiro Leyenda	83
Tabla 21. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” El Tamalito de La Loma Grande	84
Tabla 22. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” El Diablo de la Calle Francia.....	86
Tabla 23. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” El Cura José Albuja	88
Tabla 24. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Dintel de la Virgen del Rosario	89
Tabla 25. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Capilla de los Naturales	91
Tabla 26. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Biblioteca del Centro Quinatoa	92
Tabla 27. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa	94
Tabla 28. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Rituales de sanación arqueomusicológico centro Quinatoa	96
Tabla 29. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Observación Astronómica Centro Quinatoa.....	97
Tabla 30. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Exaltación a la memoria de José Mejía Lequerica	99
Tabla 31. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Fiesta del Corpus Christi	100
Tabla 32. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Imagen de señor de los milagros.....	102
Tabla 33. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Juana Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad	104
Tabla 34. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” La baronesa de la Loma Grande	105
Tabla 35. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” La beata Café Taller	106
Tabla 36. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” La esencia cafetería.....	108
Tabla 37. Ficha de análisis del barrio “La Virgen del Tomate”	109
Tabla 38. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” María Angélica Idrobo fundadora Del Fernández Madrid	111

Tabla 39. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Mercedes Cotacachi fundadora del Centro Quinatoa.	112
Tabla 40. Ficha de análisis del barrio “La Loma Grande” Mirador de Zaldumbide	113
Tabla 41. Ponderación y Jerarquización de Recursos Turísticos de La Loma Grande	114
Tabla 42. Itinerario de la Ruta día 1	117
Tabla 43. Itinerario de la Ruta día 2	119
Tabla 44. Descripción de producto “Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande”	125
Tabla 45. Descripción de producto “leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas”	126
Tabla 46. Descripción de producto “Lo que no se contó de la Loma Grande”	127
Tabla 47. Descripción de producto “Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande”	127

Índice de figura

Figura 1. Clasificación de Manifestaciones Culturales	28
Figura 2. Clasificación de Manifestaciones Culturales	30
Figura 3. Metodología de la Investigación	44
Figura 4. Datos Censo Nacional de población y Vivienda Ecuador (INEC)	48
Figura 5. Sexo	54
Figura 6. Edad	55
Figura 7. Nivel de formación.....	56
Figura 8. Estado Civil.....	57
Figura 9. Ocupación.....	58
Figura 10. Lugar de procedencia.....	59
Figura 11. ¿Qué tipo de turismo practica con mayor frecuencia?	60
Figura 12. ¿Por qué motivo visita el Centro Histórico?	61
Figura 13. ¿Cada cuánto visita el Centro Histórico?.....	62
Figura 14. De los eventos culturales en el Centro Histórico. ¿Cuál es el que más le interesa asistir?	64
Figura 15. De los siguientes barrios tradicionales del Centro Histórico. ¿Cuál más ha visitado?	65
Figura 16. ¿Considera que las manifestaciones culturales (costumbres y tradiciones) del barrio La Loma Grande pueden aportar en el desarrollo turístico al Centro Histórico?	66
Figura 17. ¿Cuál cree que sea la principal motivación para visitar el barrio la Loma Grande?	67
Figura 18. ¿Qué importancia le da a los siguientes servicios durante sus actividades turísticas? En la escala del 1 al 5 siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.	69
Figura 19. Según su preferencia ordene los siguientes recursos turísticos del barrio La Loma Grande del 1 al 6, siendo 1 el de menor preferencia y 6 el de mayor preferencia	70

Figura 20. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para obtener información sobre la realización de actividades turísticas en el Centro histórico?.....	71
Figura 21. Estación de Bomberos 2.....	81
Figura 22. Leyenda: El último suspiro	82
Figura 23. El Tamalito de La Loma Grande.....	84
Figura 24. El Diablo de la Calle Francia	86
Figura 25. El Cura José Albuja	87
Figura 26. El Dindel de la Virgen del Rosario	89
Figura 27. Capilla de los Naturales.....	91
Figura 28. Biblioteca del Centro Quinatoa	92
Figura 29. Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa.....	94
Figura 30. Rituales de sanación arqueomusicológico centro Quinatoa	95
Figura 31. Observación Astronómica Centro Quinatoa	97
Figura 32. Observación Exaltación a la memoria de José Mejía Lequerica	98
Figura 33. Fiesta del Corpus Christi.....	99
Figura 34. Imagen de señor de los milagros	101
Figura 35. Juana Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad.....	103
Figura 36. La baronesa de la Loma Grande.....	105
Figura 37. La beata Café Taller.....	106
Figura 38. La esencia cafetería.....	107
Figura 39. La Virgen del Tomate	109
Figura 40. María Angélica Idrobo fundadora Del Fernández Madrid	110
Figura 41. Mercedes Cotacachi fundadora del Centro Quinatoa.....	112
Figura 42. Mirador de Zaldumbide	113

Figura 43. Mirador de Zaldumbide	118
Figura 44. Mapa de Ruta día 2	121
Figura 45. Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande.....	128
Figura 46. Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas.....	129
Figura 47. Lo que no se cuenta de la Loma Grande	130
Figura 48. Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande.....	131
Figura 49. Ruta de manifestaciones culturales La Loma Grande	132
Figura 50. Facebook La Loma Grande	133

Resumen

La cultura es un concepto amplio en el ámbito turístico, ya que, con este se permite el desarrollo de actividades que van a depender de la sociedad de que provenga, por ello es importante destacar que cada comunidad es diferente, por su diversidad de costumbres y tradiciones. En el caso de la investigación se desarrolla este concepto, por parte de las manifestaciones culturales que pertenecen al barrio La Loma Grande, gracias a su riqueza cultural que ha prevalecido a lo largo del tiempo como lo son: las leyendas, los centros culturales, las festividades, los eventos culturales y ancestrales, centro de sanación, centro astronómico, biblioteca, entre otros; dando la posibilidad de que este sector tenga potencial en varios ámbitos fortaleciendo principalmente el desarrollo de las actividades turísticas dentro del Centro Histórico de Quito. En definitiva, en la presente investigación da como resultado a la problemática la falta de un inventariado y jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del MINTUR, como tal este incentiva al aprovechamiento de los recursos culturales, para el desarrollo de la comunidad, mediante un reconocimiento del perfil del turista con ellos una promoción, alcanzando un adecuado manejo de los espacios con un impacto menor de los destinos turísticos salvaguardando al barrio vivo, como parte del cuidado al patrimonio cultural.

Palabras clave: cultural, manifestaciones culturales, jerarquización, inventariado, barrio la Loma Grande.

Abstract

Culture is a broad concept in the tourism field, since, with this, the development of activities that will depend on the society from which it comes is allowed, for this reason it is important to emphasize that each community is different, due to its diversity of customs and traditions. In the case of the investigation, this concept is developed by the cultural manifestations that belong to the La Loma Grande neighborhood, thanks to its cultural richness that has prevailed over time, such as: legends, cultural centers, festivities, cultural and ancestral events, healing center, astronomical center, library, among others; giving the possibility that this sector has potential in several areas, mainly strengthening the development of tourist activities within the Historic Center of Quito. In short, in the present investigation the problem results in the lack of an inventory and hierarchy of attractions and generation of tourist spaces of the MINTUR, as such this encourages the use of cultural resources, for the development of the community, through a recognition of the tourist profile with them a promotion, reaching an adequate management of spaces with a lower impact of tourist destinations safeguarding the living neighborhood, as part of the care of cultural heritage.

Key words: cultural, cultural manifestations, hierarchy, inventory, la Loma Grande neighborhood

Introducción

La humanidad siempre se ha caracterizado por un fuerte deseo de conocimiento, y desde hace muchos años se ha dedicado a encontrar nuevas formas de entretenimiento y pasatiempo, así nació la industria del turismo, que ahora se ha implementado a gran escala en todo el mundo.

Cómo es de conocimiento de muchos Ecuador posee un gran potencial turístico, el cual está inmersa en actividades recreacionales y esparcimiento, de manera que se aprovecha la diversidad natural, cultural, folklórica y gastronómica de estos territorios. Sin embargo, aún se realizan este tipo de actividades de manera incipiente sin darle importancia a la conservación de las culturas y a las tradiciones de los diferentes lugares.

El turismo cultural es un elemento importante para los turistas el cual permite aprovechar los recursos culturales propios evidenciando el desarrollo turístico, que puede otorgar conocimientos en las actividades turísticas de una determinada región.

Como es el caso del barrio La Loma Grande donde se centrará el estudio de esta investigación, siendo parte del casco colonial del Centro Histórico de Quito, se ha analizará el aprovechamiento de los manifestaciones culturales de la metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del MINTUR, para un mayor aporte a los productos turísticos de la zona mediante una adecuada planificación y gestión que pueda generar desarrollo local de esta manera ayudar a reconocer al barrio como un lugar turístico.

Planteamiento del problema

En el Distrito Metropolitano de Quito en la zona centro Manuela Sáenz se ubica el barrio La Loma Grande un sitio tradicional que alberga varios ejemplos de patrimonio cultural tanto en el aspecto arquitectónico, pictórico y escultórico. Su relación directa con la declaratoria patrimonial de Quito, dada por la UNESCO en el año 1978, hace de este, un lugar, con gran potencial turístico, sin embargo, muchos

de sus recursos culturales pasan desapercibidos y con el transcurso del tiempo han perdido notoriedad, esto se debe a diferentes factores.

El factor principal es que carece de un inventario y jerarquización de atractivos culturales, que permita conocer en qué situación se encuentran y aprovecharlos en el ámbito turístico, siendo una excelente oportunidad para el desarrollo social y económico de los habitantes de este importante barrio.

Objetivos

Objetivo General

Identificar los atractivos culturales del barrio La Loma Grande utilizando la metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del MINTUR con el propósito de fomentar el desarrollo turístico.

Objetivos Específicos

- a. Indagar por medio de un abordaje teórico, documental, partiendo de principios y elementos referenciales encaminados al turismo cultural, de manera que se establezca alcance y profundidad en la investigación.
- b. Evaluar la potencialidad turística del barrio la Loma Grande por medio de la utilización de la metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del MINTUR.
- c. Determinar el potencial turístico cultural utilizando los resultados del diagnóstico con el fin de proponer productos turísticos culturales que beneficien al barrio la Loma Grande.

Capítulo I

Marco Teórico

Teorías de soporte

Desarrollo Local

El desarrollo local implica un proceso de mejora en cuanto a calidad de vida, en la cual se interactúa dentro del mismo territorio, utilizando recursos locales, humanos y con ellos aumentando la productividad, reduciendo la pobreza (Barroso & Flores, 2010, p.79).

En este sentido el desarrollo local complementa tres dimensiones:

- Político se entiende como un trabajo en conjunto de la comunidad local y las municipalidades para que ambas partes tengan beneficios equitativos, mediante leyes, normas estandarizadas tanto para el sector público como privado.
- Sociocultural se enfoca en generar el mínimo impacto en la cultural local, permitiendo el desarrollo productivo y crecimiento laboral, impulsando la transmisión de conocimientos culturales de manera que se fortalezca los flujos en los actores locales.
- Económico busca la innovación como un plan estratégico para optimizar los recursos de la comunidad con respuestas eficientes que generen fuentes de empleo.

Por lo tanto, esta teoría permite que el presente trabajo de investigación se enfoque en crear programas los cuales tengan como objetivo el desarrollar con responsabilidad planes proyectos para potencializar el turismo dentro del barrio con políticas, para evitar la gentrificación, el turismo de masas, vulneración de derechos de los actores locales, fortaleciendo el crecimiento económico destacando las

capacidades locales evidenciando los saberes culturales particulares del territorio de estudio.

Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural es también conocido como atractivo cultural, por lo que resulta ser el conjunto aquellos bienes tangibles e intangibles que comprenden la identidad y cultura dando un valor significativo a la comunidad, pueblo o civilización a la que pertenece. Se transmite vía oral, sin embargo, esta memoria colectiva permite que el pasado cultural se conserve en el presente (UNESCO, 2012, p.12).

Siendo el cúmulo de historia los cuales contienen bienes materiales e inmateriales, que una comunidad tiene de su pasado, el cual los identifica por su memoria colectiva, llegando de generación en generación transmitiendo sus señas de identidad a generaciones futuras con un valor inigualable convirtiéndose en unas manifestaciones únicas para cada sociedad, ya que muchas veces son representaciones de lo que ellos son (Molano, 2007, p.77).

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura fundada en 1945 (UNESCO) una de sus misiones principales es crear programas que velen por el cuidado del patrimonio fomentando que la cultura tenga un papel central dentro del desarrollo y este a su vez sea sostenible, creativo e impulse la paz (Orjeda, 2018, p.78).

En 1972 se llevó a cabo oficialmente la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, en este documento los miembros declararon la relevancia en promover medidas que prevengan el deterioro de bienes tangibles e intangibles con características de patrimonio mundial, de tal manera, comprometiéndose a salvaguardar los bienes culturales que se vean amenazados por las generaciones futuras (UNESCO, 1972, p. 7).

El potencial de la diversidad cultural puede ampliar las posibilidades del desarrollo moral conservando la cultura o dándole un valor universal evitando la aculturación además permite el desarrollo del capital social dentro de una comunidad ayudando a mantener bienes culturales y naturales, para establecer el turismo viable, competitivo, inclusivo, sostenible, responsable, intelectual, mediante las industrias culturales siendo estos motores poderosos para la reducción de la pobreza, desigualdad, contaminación ambiental, entre otros. (LA UNESCO, 2010, p. 3).

Debido a las grandes convenciones que se han dado a lo largo de los años para conocer el valor patrimonial de las diferentes ciudades, para presentar lo importante que es conservar la historia, así como la convención sobre el patrimonio cultural en 1972 obteniendo un valor a los espacios físicos hechos por el hombre con vista histórica, adicional la convención en México en 1982 sobre el valor de políticas culturales considerando a los artistas juntos a sus obras amplía mucho más el concepto de cuidar la historia (Guerrero, 2017, p.5). Adicional el mismo hecho de pertenecer a una convención de altas magnitudes y tener el reconocimiento de la UNESCO ayuda al turismo de ciudades es por eso que al obtener reconocimiento de la UNESCO por sitios declarados y perteneciendo a una de las organizaciones mundiales más importantes, ayuda al aumento del flujo turístico generando un impacto económico positivo como el incremento de inversión turista dentro de un país (De Madariaga y Asencio, 2018, p.2).

Convenio Andrés Bello

La Organización del Convenio Andrés Bello (CAB) tiene como propósito conservar ciudades con cualidades únicas, las cuales se preocupan por la calidad del producto patrimonial generando habilidades empresariales sostenibles con un valor añadido convirtiendo se en un producto turístico competitivo al mercado turístico (Gómez, 2020, p.120).

Por lo tanto, en la actualidad el patrimonio cultural se encuentra enfrentando disputas al tratar de permanecer en la posteridad tras un proceso de transculturación que está presente en la sociedad, buscando sobrevivir mediante las organizaciones mundiales, programas, políticas públicas que promuevan la inversión de espacios culturales para fomentar la demanda de la diversidad cultural que existe en los países que forman parte del Convenio Andrés Bello. (Martín-Barbero, 2019).

Los ciudadanos latinoamericanos deben medir la dimensión macroeconómica según las manifestaciones culturales como: sitios arqueológicos, monumentos, fachadas arquitectónicas, danzas, esculturas, leyendas, gastronomía, teatro, expresiones artísticas que resaltan de cada país, junto a organismos internacionales impulsando el desarrollo social, cultural y económico que complementan la oferta cultural

Mercosur Cultural

El mercado común del sur (MERCOSUR) desde su creación en el año 1995, la Reunión de Ministros de Cultura del MERCOSUR y sus órganos dependientes (denominado también MERCOSUR Cultural) han construido una agenda temática compleja que incluye programas, proyectos y actividades orientados hacia la promoción y fortalecimiento de la cooperación, la centralidad y transversalidad de la cultura y su impacto en la expansión de las economías del bloque, y la visibilidad de la diversidad cultural de la región, entre otros (Pizzinato, 2019).

Mediante los criterios propuestos por la entidad se consideran la valoración de bienes culturales generando un reconociendo orientado al fortalecimiento, promoción, integración y principios presentes y compartidos de material cultural, al mismo tiempo los elementos históricos como patrimonio cultural más allá de las fronteras, esta unión de países por su identidad cultural regional ha consolidado un

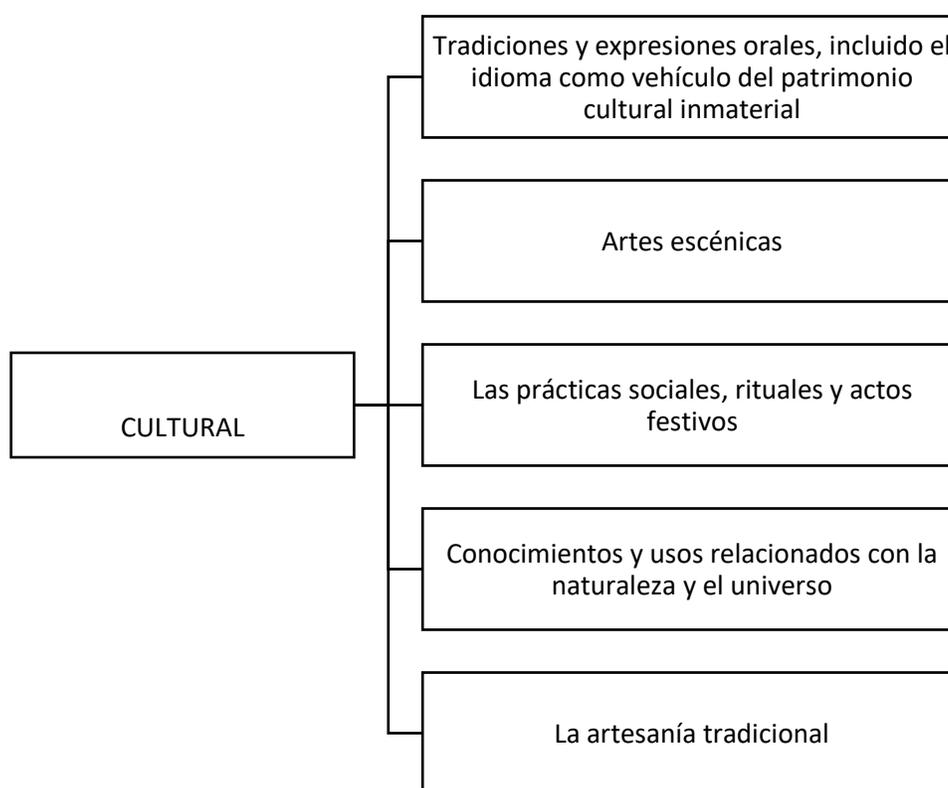
vínculo que favorece las iniciativas de conocimiento, difusión y potenciación de la cultura entre los países miembros y sus asociados.

Clasificación de la Cultura

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) 2003, agrupa en cinco áreas a las manifestaciones denominadas como patrimonio cultural inmaterial:

Figura 1.

Clasificación de Manifestaciones Culturales



Nota. Esta figura representa la clasificación de las manifestaciones culturales, Tomado de Sánchez, 2015.

Las Manifestaciones Culturales dentro del MINTUR tiene 4 tipos que son: Arquitectura, Acervo Cultural y Popular, Realizaciones técnicas y científicas, Acontecimientos programados. Y son 25 subtipos (MINTUR, 2018).

Tabla 1.

Clasificación de Atractivos Turísticos Culturales

CLASIFICACIÓN ATRACTIVOS CULTURALES	
TIPO	SUBTIPO
ARQUITECTURA	Histórica/Vernácula Infraestructura Cultura Infraestructura recreativa Otras infraestructuras de arquitectura Sitio Histórico Área Arqueológica Monumentos Espacio Público
ACERVO CULTURAL Y POPULAR	Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía) Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares Artesanías y artes Medicina ancestral Ferias y Mercados Música y danza Gastronomía
REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	Obras de Ingeniería Centros astronómicos Centros de exhibición de flora y fauna Centros de rescate de fauna silvestre Centros Agropecuarios y pesqueros Centros Industriales
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Eventos Artísticos Convenciones, Ferias (no artesanales) y Congresos Eventos deportivos Eventos Gastronómicos

Nota. La tabla representa la clasificación para inventariado y jerarquización, Tomada de guía Metodológica para el Inventario y Generación de Espacios Turísticos. MINTUR, 2017.

Manifestaciones Culturales

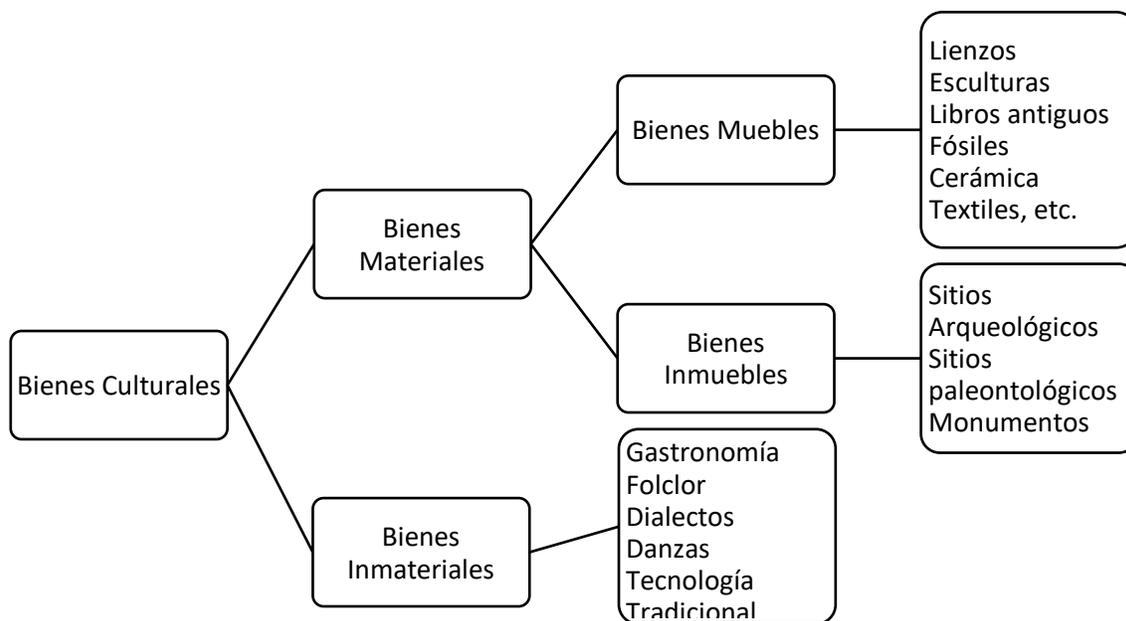
Las manifestaciones culturales son la opinión o forma en que un grupo de personas se expresa a través de exposiciones públicas, con el propósito de mostrar a los demás lo que la población quiere decir

y entender si está de acuerdo o en desacuerdo con las decisiones que se tomarán en la comunidad., participando en los procesos culturales y valorando el patrimonio aportado por los antepasados. Todo ello reflejando las creencias, tradiciones, artes, costumbres y valores de cada individuo, teniendo su propia cultura, cada comunidad o pueblo produce conductas comunicativas diferentes en la colectividad (Zerraga, 2017).

Valorando el Patrimonio Cultural que los antepasados aportaron se establece una clasificación para un mayor entendimiento

Figura 2.

Clasificación de Manifestaciones Culturales



Nota. La clasificación de la manifestaciones culturales, Tomada de UNESCO, 2013.

Producto Turístico

Uno de los desafíos más interesantes para las personas y empresas involucradas en el sector turístico es la creación de nuevos productos turísticos que promuevan ser innovadores, relevantes y

rentables en el vasto espacio de oferta y demanda. Barbosa, M. (2007), afirma que, el producto turístico es el conjunto de los servicios y la accesibilidad de los atractivos turísticos, plantas turísticas, puestos en el mercado para satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas.

En el proceso de creación de productos turísticos no se debe ignorar los impactos positivos o negativos recientes de las actividades turísticas; todo ello con el fin de maximizar el efecto positivo y buscar alternativas para los asociados al sector, un método de creación de productos en el que se unen todos los elementos para crear un producto y ponerlo en el mercado (Barbosa, 2007).

La aparición de nuevos gustos y preferencias, ha formado que el turista tenga nuevas tendencias en su búsqueda, entre ellos está que los productos turísticos que se les presentan deben ser sostenibles, debido a la conciencia ambiental generado en los últimos años de igual manera la personalización de cada producto debe ser único aportando a su conocimiento, caracterizado por su historia, lo cual nos lleva al despunte del turismo cultural en los últimos años, ofertando competitividad al consumidor, generando que este mercado obtenga más estrategias encargándose de poner énfasis en cada país y su variedad cultural, que no es igual al resto de atractivos, lo que se desarrollará en productos turísticos diferenciados por el cuidado a la diversidad cultural patrimonial (Moreno, 2011).

Marco Conceptual

Aculturación

La aculturación, se puede definir como el proceso que ocurre cuando una cultura predomina más que otra entre dos grupos de personas o pueblos, esto puede causar la pérdida de la cultura propia (González González, 2014, p.110)

Atractivo turístico

En el Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del MINTUR sostiene un atractivo turístico son atributos culturales, naturales que con un registro valorado pertenecen al patrimonio, el cual mediante una planificación, ejecución y evaluación del mismo se obtiene una gestión adecuada en la evaluación turística en un determinado territorio (MINTUR, 2018, p.31).

Bien mueble

El inmueble determinado por su estancia en el suelo, enraizados dentro en el suelo, es decir no se pueden mover ya que este cumple un papel fundamental dentro de su entorno y a su vez su entorno hace que este bien tenga un valor fundamental con personalidad propia por el sentido contextual de donde se encuentra ubicado (Santano, Mayordomo, Muñoz, Sánchez y Cortez, 2021, p.15).

Bien inmueble

Los bienes inmuebles son aquellos que pueden ser transportados o trasladados sin que pierda su identidad, valor cultural es más conocido como patrimonio artístico considerando de igual forma artísticos los bienes inmuebles. (Santano, Mayordomo, Muñoz, Sánchez y Cortez, 2021, p.15).

Bien cultural

Lo que se entiende por bienes culturales son establecidos por cada país, estado, según su relevancia dentro de su historia en esto se puede considerar como bienes culturales, el arte, arqueología antigua, la historia contada de generación en generación, la ciencia entre otros (UNESCO, 1970, p.10)

Centro Histórico

Los centros históricos son importantes debido a que estos contienen los patrimonios materiales e inmateriales de una ciudad por lo que es importante conocer el significado del mismo siendo este:

Se llaman Centros Históricos a aquellos asentamientos humanos urbanos, activos, que transmiten en su estructura la expresión más antigua procedente del pasado, concentran gran parte de la historia reflejada en su trama urbana fundacional, con características singulares en su arquitectura; con rasgos propios que atesoran su evolución social, así como son las costumbres y tradiciones de sus habitantes. Por el acervo monumental que contienen tienen un indiscutible valor cultural, social, económico, urbanístico, arquitectónico y simbólico; también representan un potencial competitivo; son parte del patrimonio de sus países y, pertenecen a todos los ciudadanos que lo habitan (Cabeza, 2010, p.11).

Comunidad

Algunos autores concuerdan con que:

El primer elemento de la comunidad es la pertenencia, seguido de la influencia y del refuerzo entendido como integración y cumplimiento de las necesidades, y finalmente la conexión emocional, el compromiso y la historia común de los miembros de la comunidad; el compromiso, por su parte, incluye también sentirse parte de una red de relaciones de apoyo mutuo fácilmente disponible (Martínez, Pino, Pons, Mendoza, López y Acevedo, 2018, p.2).

Cultura

La UNESCO define la cultura como un conjunto de características espirituales, físicas, intelectuales y emocionales distintas que son propias de una sociedad o un grupo social. Además del arte y la literatura, incluye formas de vida, derechos humanos, valores, tradiciones y creencias (Unesco, 2017).

Demanda Turística

Demanda turística es el grupo de servicios y bienes que las empresas proporcionan al mercado el cual satisface las necesidades de ocio, hospedaje, tours, entre otros (Acosta, 2021, p.6). lo cual se entiende por demanda turística a:

Los clientes actuales y futuros que quieren, tienen el poder adquisitivo para adquirirlo dispuestos a disfrutar un grupo de bienes y servicios turísticos generados en un determinado territorio que posea un producto turístico durante un periodo de tiempo siendo este distinto al lugar de residencia (Madrado, 2009, p.6).

Desarrollo Turístico

Una de las principales razones para que se genera un desarrollo es descubrir un promotor, en la mayoría de los casos es socioeconómico, siendo una manera adecuada impulsar el turismo como fuente de trabajo y así generar un progreso turístico con una gestión adecuada la cual sea incluida un proceso integral cultural, ecológico, comunidad y social que son sistemas básicos de la vida (Gonzales, Alvarado, y Ríos, 2021, p,73).

Diversidad cultural

La diversidad cultural se entiende como el tesoro cultural, esto básicamente hace referencia a los recursos inmaterial o espiritual de otras culturas, son expresados de varias maneras por cada individuo, comunidad o países, además la cultura también la transmiten entre ellos (Sarrazin, J. P., 2018).

Espacio turístico

Un espacio turístico es un conjunto de lugares turísticos que se convierte en la unidad territorial básica de la planificación turística, forjada por la localización territorial de los atractivos, planta de servicios, infraestructura turística para la mejor realización de las actividades turísticas (MINTUR, 2018, p.31).

Expresiones artísticas

La expresión artística es definida como la actividad que involucra al arte como vía de comunicación de manera que las personas puedan expresar sus emociones, pensamientos y cultura, permite el desarrollo de las habilidades de las personas (Green, 2013, p.12).

Gastronomía

Analizando los conceptos dentro del turismo se obtiene que la gastronomía se obtiene por una serie de pasos culturales los cuales son obtenidos por conocimientos al pasar del tiempo y son recursos como materiales y herramientas específicas utilizadas para obtener platos los cuales sirven para satisfacer la necesidad de alimentación del ser humano (Pincay, 2022, p.16).

Identidad cultural

Es un conjunto de individuos que transmiten sus hábitos, prácticas, conductas, atributos culturales, religiones, filosofías, valores comunes y se diferencian en que comparten una variedad de costumbres acumuladas a lo largo del tiempo, constituyendo una identidad cultural significativa dentro de su comunidad (Rodríguez, 2019).

Infraestructura

Conjunto de instalaciones físicas y servicios que sustentan el desarrollo de todas las actividades socioeconómicas y, por tanto, pueden impulsar el turismo. Permite la conexión entre los centros emisores y receptores y la mejora de los destinos turísticos, especialmente los servicios básicos, rutas, terminales y comunicaciones (Varisco, y Benseny, 2013, p.68).

Inventario Turístico

Es el conjunto de características propias como bienes materiales, inmateriales, costumbres, tradiciones, naturaleza, leyendas, entre otros que atraen a los turistas por los atributos que posee una zona con oportunidades de desarrollo, contribuyendo operaciones turísticas adicional también se entiende que dentro del inventario está el patrimonio turístico de un territorio (MINTUR, 2017).

Oferta turística

La oferta turística va de la mano con la demanda, sin embargo, por oferta se entiende a la cantidad de turistas que desean visitar un lugar el cual demandan para que tenga un producto turístico dentro del mercado del consumidor el cual tenga un precio competitivo en un determinado periodo (Boullón, 2006, p.37).

Patrimonio

Un Patrimonio para ser considerado como tal debe tener características únicas dentro de la historia, alguno de los atributos son paisajes, símbolos, arte los cuales tienen alto valor para las sociedades debido al aporte que este pueda tener dentro de una zona en torno a las obras o manifestaciones creadas (Pinassi, 2018, p.3)

Se entiende que patrimonio toma en cuenta a bienes materiales e inmateriales sean estos tangibles o no una de sus características es que estos bienes pueden ser heredados como ejemplo son arte, joyas, objetos, casas, valores, fiestas, tradiciones, ideas, obligaciones, entre otros (González, 2019, p.4)

Patrimonio inmaterial

El patrimonio se ha constituido a lo largo de los años conformado por anónimas creaciones las cuales se han otorgado un valor por la sociedad ya que contribuyen a la historia, tradición de la misma, siendo esta una forma de identificarse por su mensaje espiritual de momentos únicos que han vivido dentro de un espacio determinado obteniendo un significado especial a la cultura como un símbolo de la misma (Cabeza, 2010, p.5).

Patrimonio material

En cuanto al patrimonio material este puede tener interés mundial, nacional o local siendo estos centros históricos, paisajismos, los cuales deben cumplir con normas, procesos institucionales para formar parte de la lista de patrimonios dentro de un espacio determinado (Molano, 2007, p.9).

Planificación

Es creado con la finalidad de cumplir objetivos sociales, económicos y culturales en un determinado tiempo, por lo cual anteriormente se obtuvieron acciones las cuales se identificó y delimitó el espacio territorial a estudiar y con tendencia a la conservación de bienes culturales, recursos naturales (Melgarejo, López y Bercial, 2018, p.7).

Producto Turístico

Boullón (2006), resalta que los servicios no son los únicos elementos, ni los más importantes dentro del producto turístico, por el contrario, son sólo un medio que facilita la práctica del turismo; es decir, satisfacer necesidades básicas del turista (dormir, alimentarse, comunicarse o trasladarse) de cara al logro de su verdadero objetivo que no es otro que divertirse, pasear, practicar algún deporte, conocer, entre otras actividades.

Promoción

La finalidad de la promoción turística es que se conozcan los bienes y servicios que tienen para ofertar un lugar determinado empleando medios de comunicación eficaces y relevantes dirigidos a turistas nacionales e internacionales, logrando captar la atención y a su vez generando ingresos económicos para la población local por el desplazamiento turístico, contribuyendo al desarrollo del mismo (Mendoza, 2018, p.24)

Recurso turístico

El Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos, resalta que, un recurso turístico es un área, zona o sitio de índole natural o cultural, que conserva ciertas particularidades, que motivan la visita del turista de forma permanente, pero cabe mencionar que la intervención humana en ellos es mínima (MINTUR, 2018, p.31).

Tradición

La palabra tradición es la transmisión de bienes culturales que trasciende de generación en generación dentro de una comunidad, pueblo o país, es decir, es algo heredado (vestimentas,

costumbres, melodías, fiestas, leyenda, entre otros) que tarda mucho en convertirse en un hábito y considerarse una tradición (Arévalo, 2004, p.926).

Marco referencial

El turismo cultural ha comenzado como un fenómeno social en las últimas décadas, el objetivo es conocer la herencia histórica de los territorios por su importancia en el legado patrimonial que contribuye al desarrollo regional de los poblados. (Pardo, 2011).

En relación con el desarrollo local se comprende que los atractivos turísticos son importantes para un progreso económico y social, es fundamental la gestión adecuada de los mismos, para aprovechar las manifestaciones culturales, evitando su deterioro, así es como denota la investigación realizada en México en el caso del sur del estado de Jalisco lo cual propone un diseño de rutas culturales y realizar actividades como parte del viaje con información real, satisfaciendo las necesidades del turista con servicios de calidad que brinda la misma comunidad, aportando a la valoración del patrimonio cultural, con oportunidad de crecer convirtiéndose en competitivos con destinos consolidados para inversiones futuras (Ochoa, Vega y Tolentino, T. D. M., 2013).

Las manifestaciones culturales incentivan las actividades turísticas, otro aporte para dicha afirmación es la investigación de las comunidades autónomas españolas gracias al análisis, tipificación y evaluación de recursos culturales que aportaron datos tanto a la comunidad como a entes municipales y nacionales, dado que, patrimonio cultural inmaterial como atractivo cultural estimula al desarrollo económico local y tiende a mejorar su valoración y su uso turístico, con ello las rutas e itinerarios culturales impulsan al recurso turístico como producto ya sea porque el patrimonio como producto puede ser mercantilizado o abastecer de valor significativo, pero principalmente por su capacidad de acogida al mismo (Calderón-Puerta et al., 2018).

En cambio, en algunas investigaciones realizadas en Ecuador exponen resultados sobre valorar, jerarquizar y potencializar las manifestaciones culturales, demostrando que estas son un pilar fundamental en su identidad.

De este modo, la comunidad Kichwa Shayaru de la provincia de Sucumbíos demuestra que las manifestaciones culturales son un imprescindible en su identidad, otorgando un valor inigualable la cual se difunde generación en generación, para que esta no se pierda en el tiempo prevaleciendo en los jóvenes. Al fortalecer la gestión que se ha realizado en una comunidad como el difundir, compartir sus prácticas en un turismo comunitario ayuda al desarrollo económico, social y ambiental, buscando así un turismo sostenible.

El revalorizar y revitalizar las manifestaciones turísticas es necesario ya que los jóvenes no tienen interés por conocer la cultura perdiendo paulatinamente sus prácticas ancestrales, por lo cual es necesario como primera instancia aplicar un inventario para conocer mejor la zona, y así encontrar atractivos, jerarquizarlos y concentrarse en aprovechar los mismos, los cuales obtengan mayor interés dentro de la investigación, para realizar una promoción como producto turístico definido, mediante el estudio por encuestas que arrojó información de los gustos y preferencias de los turistas por lo cual se conoce la plaza, el medio de difusión destinado a un grupo en el mercado específico con una buena comercialización del producto turístico que se oferta (Calvache, 2012).

Por otra parte, el cantón de Atahualpa, en la provincia de El Oro, realizó un estudio de potencialidad turística, aplicando la metodología de Jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, identificó atractivos con lugar en el mercado provincial, con condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaces de interesar al visitante por las manifestaciones culturales, pero a través del diagnóstico afirmaron que este potencial no es aprovechado por la falta de interés en hacer planes que tomen en cuenta el desarrollo local y

promuevan las actividades económicas, sociales y turísticas del cantón por parte del gobierno, además de la falta de información, falta de difusión de los atractivos turísticos y por último la falta de infraestructura (González et al., 2020).

En definitiva, estos referentes aportan al estudio diversos criterios para el levantamiento de inventario y jerarquización de atractivos turísticos, entre ellos contribuir a la valoración de manifestaciones culturales propias de cada comunidad, aportando al desarrollo local, económico, mediante una adecuada gestión, planificación y control, por el cual se puede evidenciar la viabilidad de estos como productos turísticos con una oportunidad de crecer competitivamente fortaleciendo el turismo dentro del centro histórico de Quito.

MARCO LEGAL

Ministerio de Turismo

Entidad gubernamental encargada en regular y liderar la actividad turística en el Ecuador, es dirigida por Niels Olsen, ministro de turismo cargo desde el cual gestiona, promueve, planifica, potencia y fomenta los varios tipos de turismo existentes en el territorio ecuatoriano, esto a través de normativas y la elaboración de políticas reguladoras.

La gestión turística del MINTUR establece normas las cuales protegen a la cultura, para así fomentar un turismo sostenible dentro de una zona, con los instrumentos normativos que otorga la institución como el “Manual de inventario de atractivos y generación de espacios turísticos” (MINTUR, 2018) con este plan se fortalece el desarrollo, identificando el nivel de competitividad que tienen los atractivos turísticos dentro de un lugar mejorando escenarios debido a los criterios previamente establecidos.

Actualmente el MINTUR trabaja en conjunto con instituciones especializadas como la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) que opera el turismo cultural enfatizando todas las manifestaciones culturales del país, de manera que resalta las tradiciones,

artesanías, arte, leyendas, ferias, música y danza tanto ancestral como contemporánea, gastronomía, acontecimientos programados y entre otros componentes parte del inventario nacional de atractivos culturales (MINTUR, 2019).

Es así que el manual junto a las instituciones especializadas, ayudan al progreso turístico de una zona específica, la cual busca contribuir responsablemente al desarrollo social, económico y ambiental con la realización de un inventario turístico con la finalidad de favorecer a un sector con los atractivos turísticos más potenciales.

Instituto nacional de patrimonio cultural

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) es la entidad pública que tiene como propósito el desarrollo de la investigación y control técnico del patrimonio cultural del territorio, además con las atribuciones y deberes que le corresponde propone y formula acciones a favor de la cultura siguiendo las políticas públicas del ente rector de la Cultura y Patrimonio.

Dicha gestión se encarga de reconocer los patrimonios dentro de una zona mediante inventario, monitoreo y seguimiento de los mismos el cual es realizado por técnicos, también se establece criterios que necesitan cumplir para que dichos bienes puedan obtener certificados y registros de manifestaciones patrimoniales, los mismos se gestionan responsablemente su información con una adecuada coordinación la cual se encarga el Sistema de Información del Patrimonio Cultural del Ecuador (SIPCE) (INPC, 2022).

En efecto el INPC en el Ecuador a través de inventarios es una herramienta la cual ayudará a identificar, valorar a los bienes materiales e inmateriales que posee el barrio La Loma Grande, con la finalidad de cuidar, conservar, proteger los atractivos turísticos salvaguardando su historia dentro de la comunidad.

Universidad de las Fuerzas Armadas de Ecuador - ESPE

La Universidad de las Fuerzas Armadas con relación a la carrera de Administración Turística y hotelera, contribuye al desarrollo de profesionales que a lo largo de sus estudios forjan los conocimientos para la gestión de proyectos que fortalecen a la identidad cultural, de acuerdo con el plan desarrollo nacional asimismo forman parte de la productividad del país.

Cabe destacar que las investigaciones realizadas por los estudiantes de la carrera Administración turística y hotelera han contribuido al compartir conocimientos de datos importantes dentro de la cultura, como por ejemplo la investigación realizada del perfil sociodemográfico y económico del turista que asiste a la Fiesta Patrimonial de la Mama Negra en Latacunga, Ecuador que fue reconocida por la Casa de la Cultura al recolectar información importante de una de las festividades más destacadas de la cultura ecuatoriana para el beneficio turístico.

Además, cabe destacar que la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, trabajo en conjunto con la Empresa Pública denominada ESPE-Innovativa EP, que auspiciaron un Congreso Internacional de Turismo ITC'18 - X, en de noviembre de 2018, con la temática "La imagen y la sostenibilidad de los destinos turísticos" con este tipo de eventos se fortalece conocimientos para el desarrollo educativo de los estudiantes de la carrera de Administración turística y hotelera.

Capítulo II

Metodología y diagnóstico del tema de investigación

Metodología de la investigación

Figura 3.

Metodología de la Investigación

	METODOLOGÍA	TÉCNICAS	HERRAMIENTAS
CAPÍTULO I	Investigación documental Investigación Descriptiva	Revisión bibliográfica y documental	Investigaciones, Referencias, artículos, revistas bibliográficas, Tesis, Word
CAPÍTULO II	Investigación de Campo Investigación Explicativa	Investigación campo, encuestas, entrevistas, Fichas MINTUR Resultados del levantamiento y jerarquización	Cuestionario validado, entrevistas, Fichas MINTUR, Cámara, Excel.
CAPÍTULO III	Investigación inductiva	Propuesta y defensa	Word, Power Point

Descripción metodología

El presente proceso metodológico es el que se desarrolló en la investigación:

La Investigación Documental se basó en buscar de información mediante libros, archivos digitales, revistas, documentos, entre otros, los ámbitos a investigar fueron económicos, sociales, culturales, naturales, etcétera, posteriormente se seleccionó lo más relevante para solventar el tema.

El método descriptivo utilizado contribuyó en la explicación de las características de los principales recursos turísticos culturales que se encuentran ubicados en el área de investigación, también aportó para poder conocer la realidad social, económica, ambiental, geográfica, que se relacionan a la actividad turística y a la vez en el método explicativo se encontró las causas por las cuales el barrio no ha tenido un amplio desarrollo dentro del sector turístico, al no tener un estudio que denote los recursos turísticos que posee el barrio, con ello se comprendió la utilidad del inventario y de la jerarquización de manera que se descubrió nuevas formas de promover el desarrollo del área de estudio dentro del sector turístico.

En la investigación de campo se visitó el barrio la Loma Grande, para el trabajo In Situ se utilizó como herramientas una cámara de fotos, celular y fichas MINTUR, cabe mencionar que la encuesta se la realizó en las paradas de buses, en locales comerciales, museos y la entrevista fue por vía zoom (Anexo 3). Posteriormente se realizó el análisis, codificación, el análisis de datos y finalmente se presentó resultados.

En el método Inductivo se realizó un diagnóstico integral, logrando analizar de forma concreta lo más significativo del tema de investigación que son las manifestaciones culturales del barrio a partir de la recolección de información se elaboró un análisis con un razonamiento lógico el cual ayudó a clasificar los atractivos dando como resultado la elaboración de un producto turístico basado en los atractivos inventariados.

Las técnicas de investigación que se utilizaron:

La revisión bibliográfica y documental dio a relucir la diferencia que existe entre la información secundaria y la situación actual del lugar que se corroboró con la observación de campo por medio de fichas de levantamiento de atractivos culturales, que a su vez lanzó resultados de inventario y jerarquización permitiendo esclarecer el panorama, para el mejor aprovechamiento de los atractivos.

Herramientas de Investigación que se utilizaron:

En el desarrollo de la tesis se utilizó el repositorio de la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”, mediante fuentes secundarias como: libros, artículos científicos, revistas, estudios similares que se han realizado en otras ciudades o países. Para la realización de las encuestas se utilizó formularios Google, para el análisis de las mismas se utilizó SPSS. El inventario de los atractivos turísticos fue realizado bajo los estándares de las fichas del MINTUR, y para finalizar se tomó los recursos de Office para escribir los resultados de toda la investigación realizada.

Tipo de investigación

El enfoque de la investigación mixta permitió la recopilación, análisis e integración tanto de la parte cuantitativa como cualitativa recopilada por las encuestas, entrevistas y fichas. Por el uso de estos datos la investigación tuvo alto grado de comprensión y profundidad, además en la evaluación se realizó la jerarquización de los atractivos turísticos culturales, así como también se obtuvieron las cifras las cuales fueron tabuladas en Excel y los datos fueron tratados por medio de la estadística descriptiva, que ayudaron a conocer la demanda, el perfil de turista, finalmente realizando un análisis de medición de datos recolectados.

Población y muestra

Para esta investigación se tomó como población de estudio a los habitantes del barrio La Loma Grande, perteneciente a la parroquia del Centro Histórico de Quito; los datos obtenidos según Quito en Cifras la llegada de turistas para el año 2021 es de 280.996 personas, estos datos fueron tomados como número de muestra total. De la misma forma se tomó en cuenta a los moradores que están involucrados en el sector turístico, poniendo en contexto sobre la oferta-demanda actual del barrio.

Encuesta

La encuesta se realizó a los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito (Ver apéndice 2), con la intención de recolectar información sobre el perfil del turista, el potencial turístico y la importancia

del desarrollo del barrio para el Casco Colonial Quiteño, la encuesta fue realizada del 11 al 25 de julio del 2022, por Google forms.

Tamaño de la Población

n =Tamaño de la muestra ocurra

P = Probabilidad de que el evento

ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra d = Error muestral

K = Nivel de confianza 90%=1.65

N = Tamaño poblacional

$$n = \frac{N * K^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + K^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1142) * (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,07)^2 * (1142 - 1) + (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

Entrevista

El acercamiento ya formal con los moradores del barrio se realizó por medio de entrevistas, las cuales proporcionaron una perspectiva más amplia de los recursos turísticos en torno a la cultura de la zona, cada una de las opiniones emitidas por los entrevistados permitió visualizar las fortalezas y las debilidades que mitigan el desarrollo del barrio, las entrevistas fueron realizadas en las siguientes fechas: 15, 20 y 27 de junio 2022, vía zoom. (apéndice 3)

2.1.4.2.1 Entrevistados

Las personas que colaboraron en las entrevistas son las siguientes:

- Señora Sonia Logroño de la Casa Cultural Alondra, Guía Turística
- Señor Marco Rubio dueño de la Cafetería “La Esencia Café”, Arquitecto
- Señor Andrés Ayala del Centro Quinatoa, Astrólogo

Fichas de Inventario y Jerarquización de espacio turísticos del MINTUR

La obtención de datos fue basada en la metodología del MINTUR 2018 (Ver apéndice 4) mediante las fichas de inventario y jerarquización de espacios turísticos, la cual permitió la observación,

evaluación y categorización de los recursos dentro del barrio, se registraron los datos con fechas del 7 al 30 de junio del 2022, y finalmente se asentaron dentro del inventario de atractivos turísticos.

Diagnostico situacional

Macroambiente Centro Histórico de Quito

El Centro Histórico de Quito está rodeado del conjunto montañoso del Pichincha y el relieve interandino. Se encuentra ubicado en parte centro sur de la ciudad de Quito, es considerado el área colonial mejor conservada de América latina, por esta razón, fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO el 08 de septiembre de 1978. Su extensión es de 376 hectáreas edificadas en las que contiene alrededor de 130 edificaciones monumentales y más de 5.000 inmuebles registrados como patrimonio histórico. Posee plazas de material volcánico, grandes edificios republicanos, monasterios, conventos, iglesias que adornan la estética barroca y gótica, es el hogar de museos llenos de la representación de sus costumbres y tradiciones. La arquitectura encarna la historia del centro de Quito, mientras que la conservación de las costumbres modernas alberga la vida cotidiana de sus habitantes (Instituto de la ciudad, 2016).

En términos de división política el Centro Histórico es denominado una parroquia del cantón Quito y esta se encuentra constituida por los siguientes barrios: La Merced, San Roque, La Victoria, San Diego, González Suárez, San Sebastián, Panecillo, San Blas, La Tola, San Marcos, La Loma Grande, la Sena y La Recoleta.

Figura 4.

Datos Censo Nacional de población y Vivienda Ecuador (INEC)

CENTRO HISTÓRICO			
AÑO	POBLACIÓN	MUJERES	HOMBRES

2010	49.384 hab.	25.118	24.266
------	-------------	--------	--------

La parroquia tiene una población que en el año 2010 alcanzaba los 49.384 habitantes según el censo de población y vivienda del Centro Histórico, de esta cifra el 50,8% eran mujeres y el 49,1%, hombres. Con respecto a los grandes grupos de edad están entre 40 a 59 años y el mayor es de 19 a 35 años que significa el 30,1% (Instituto de la ciudad, 2016).

Los factores sociales de la zona han creado desequilibrios que aún existen, como el desinterés cultural, que dificulta el desarrollo de propuestas en la zona, y las relaciones entre los residentes se han deteriorado por los procesos migratorios internos, sin embargo, han disminuido a lo largo de las décadas. Pero el aumento de los ingresos medios en los hogares es evidente porque la mayor parte de la población del Centro Histórico aún cuenta con escasos recursos económicos (Instituto de la ciudad, 2016).

La zona tiene diversas actividades económicas, siendo una de las zonas donde se genera más empleo en el sector de comercio de productos como: tiendas barriales, zapatería, confitería, sastrería, entre otros, también en el sector de alimentos y alojamiento, además de tener relevancia por su consumo se muestra como un territorio de nodo logístico debido a la llegada de turistas que entran solo para conocer el Centro Histórico de Quito (Montalvo, 2016).

Los espacios públicos con los que cuenta el Centro Histórico apoyan a las diversas actividades culturales, artísticas, recreativas y deportivas, sin embargo, siguen existiendo las mismas problemáticas como son la inseguridad, el vandalismo, pobreza, prostitución causan el desprestigio de este sector.

Siendo uno de los centros históricos mejores conservados al paso de los años, junto a la historia que envuelve este territorio lleno de costumbres y tradicionales, genera que varios turistas sean nacionales o extranjeros se interesen en visitar dicha zona, dando como consecuencia una llegada

estimada en el año 2021 de 280.996 turistas que llegaron a Quito y de dicha cantidad el 67% sean turistas que visitan al centro histórico, con una gran apertura para realizar turismo cultural, turismo religioso, turismo oscuro entre otros.

Finalmente en el aspecto legal los derechos culturales otorgados al Centro Histórico de Quito se concentran por su importancia en la preservación de la historia a través de programas integrales metropolitanos y ordenamiento territorial, estableciendo algunas políticas básicas como el aprovechamiento del patrimonio cultural para el desarrollo local, su valoración y su conservación, además con la finalidad de promover la economía creativa relacionada con la protección de la diversidad de atractivos, a través de una gestión adecuada, para evitar el impacto negativo de los bienes y servicios que proporciona el patrimonio cultural, permitiendo que perdure en el tiempo, lo que a su vez crea una gestión participativa a través mediante el incremento económico, social y ambiental (de Quito, 2022).

Microambiente barrio La Loma Grande

Factor Geográfico

La Loma Grande es un barrio en el borde sureste del centro histórico. Como parte de este casco colonial, existen ciertos rasgos del lugar que son simbólicos y patrimoniales. A través de las calles y pasajes angostos.

La entrada principal es por la calle Rocafuerte desde la Plaza Santo Domingo, marcada por el Arco de Santo Domingo. Esta es la calle principal más cercana y es muy animada debido a la presencia de comercios y servicios. Sin embargo, también es accesible desde la Mariscal Sucre por Vía Rivera.

Factor Demográfico

Este es un barrio con un menor índice de decrecimiento, con la mayor población concentrada en su centro, pero no en la periferia debido a su inseguridad. Los grupos de edad de la población de este sector según el INEC son jóvenes (0 a 19 años) 34,31%, adultos jóvenes (20 a 39 años) 33%, adultos de mediana edad (40 a 59 años) 20,65% y finalmente adultos mayores (60 a 90 años) 12,05%. El barrio

La Loma Grande quiere conservar su esencia pero las intervenciones por parte de Municipio, ha provocado que muchas personas opten por vender o abandonar las edificaciones patrimoniales visto que mantener estas fachadas traen consigo una representación económica realmente costosa y no todos tienen los mismos recursos para hacerlo de manera adecuada, pese a esto los moradores se han comprometido a visibilizar el Barrio como un lugar tradicional, mostrando sus actividades turísticas culturales, de manera que se aproveche los recursos tangibles e intangibles del mismo.

Factor Social

La Loma Grande ha pasado por una transformación desde sus comienzos hasta la actualidad, lo que ha supuesto un cambio social muy notorio, ya que originalmente fue habitada por criollos e indígenas, poco después pasó a llamarse barrio obrero, tras la construcción de nuevas y características edificaciones, además de su peso histórico y cultural, tiene una fuerte trayectoria; sin dejar de lado que en él vivieron grandes personajes de renombre como: El ex alcalde señor Rafael León Larrea, Jorge Icaza, escritor de la novela Huasipungo, además del compositor de pasillo ecuatoriano Don Julio Cañar Cárdenas, entre otros que llegaron a ser parte de este pintoresco e histórico lugar.

Factor Cultural

El barrio la Loma Grande no siempre fue conocido por este nombre tradicional, antes de convertirse en un barrio tradicional era una zona de vigilancia de los pueblos indígenas que se asentaron en lo que hoy en día es la Iglesia de Santo Domingo, ya en la época colonial creció siendo una zona residencial con gran popularidad con la construcción de las iglesias, conventos, casonas con fachadas históricas que aún se conservan por su valor cultural, estos aspectos permitieron que el sector comience a ser una nueva referencia cultural para convivir en familia y amigos.

Dentro de la cultura del lomeño actualmente es pasar un domingo en familia, después de asistir a la misa en la capilla de los Milagros e incluso entre vecinos compartir un momento ameno.

Factor Natural

Pertenece al Centro Histórico de Quito por lo que se encuentra rodeado de un paisaje urbanístico, lleno de casas coloniales, iglesia de estilo barroco, por esta razón no cuenta con áreas verdes, sin embargo, posee una zona de recreación como el parque de la calle Francia en el cual, consta de un pequeño mirador en el mismo se cuenta con canchas de básquet, canchas de fútbol, entre otros.

Factor Económico

Siendo actualmente un barrio tradicional su mayor aporte económico es mediante el comercio especializado en el cual se encuentra locales de reparación de aparatos electrónicos, confección de ternos con el sastre, zapatería, peluquería, locales de artesanías basadas en la diversidad cultural del centro histórico y no especializado como tiendas que ofertan productos varios como golosinas, cuadernos, pan dentro del mismo espacio y también se encuentran actividades de alimentos como los restaurantes que ofertan comida típica de Quito, empanadas de viento, humitas, tamales.

Factor Legal

Dentro del Centro Histórico de Quito se encuentra el barrio La Loma Grande el cual tiene un comité barrial que legalmente está constituido dentro del Municipio de Quito en el que consta como directiva el presidente Marco Rubio y vicepresidente es Andrés Ayala, los cuales son gestores para mantener el barrio.

En 2021 pasó a formar parte de un plan de mejora competitiva con las organizaciones comunitarias, quienes desarrollaron sus ideas a partir de herramientas metodológicas bajo un enfoque colaborativo que conecta a la sociedad con los municipios, la empresa privada y los diferentes actores regionales, de esta manera activa cada parte de acuerdo a sus habilidades, trabajando con la comunidad para identificar, categorizar necesidades y posibles soluciones derivadas de las ventajas competitivas que posee Quito, una comunidad tradicional.

Como posible solución, la hoja de ruta incluye la definición de un corredor de seguridad, la rehabilitación del Centro Cultural Mama Cuchara, una feria de emprendimiento y la capacitación a empresarios de la zona para obtener la distinción Q de Turismo de Quito. La ejecución de estas acciones estará a cargo del gobierno distrital, en coordinación con el Consejo de Ciudadanía.

Factor Turístico

Al encontrarse el barrio dentro del centro histórico, se puede notar que varios de los turistas que llegan a la zona es debido a la infraestructura colonial, ya que, al introducirse al barrio, se puede apreciar las fachadas coloniales, al ser un barrio vivo como se autodenominan los mismos moradores todavía se puede valorar los oficios antiguos que se han ido perdiendo en el transcurso del tiempo como: sastrería, tiendas multifuncionales, reparación de aparatos electrónicos, entre otros.

El sector turístico se ha ido implementando dentro del barrio, por algunas organizaciones privadas entre las más destacadas son: Mi colectivo “La Loma Grande” que se dedica a recorridos teatralizados, esta organización está conformada por la misma comunidad, sin embargo, carece de una planeación turística. Otra de las instituciones destacadas dentro del barrio es la Casa Alondra que se dedica a eventos artísticos.

Dentro del barrio también se encuentra una comunidad indígena que se dedica a investigar y resguardar la cultura de sus ancestros que son las sanaciones, rituales mediante sonidos, astronomía, entre otros, todo esto realizado dentro del Centro Quinatoa.

Resultados de las encuestas

Tabla 2.

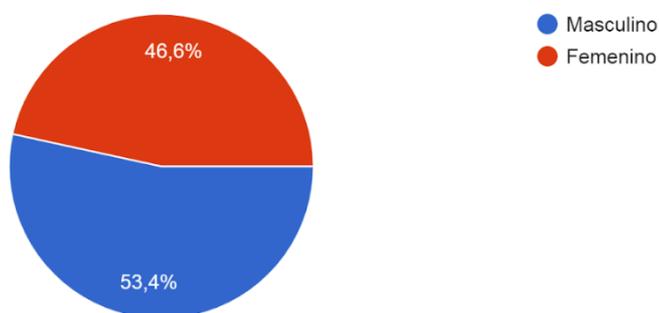
Sexo

Sexo	Personas	Porcentaje
-------------	-----------------	-------------------

Masculino	65	46,60%
Femenino	74	53,40%
Total	139	100%

Figura 5.

Sexo



Interpretación

Por medio de la encuesta realizada se dio a notar que el sexo masculino predomina como posibles visitantes al Barrio La Loma Grande, no obstante, el sexo femenino cuenta con un valor no muy distante, lo que determina que ambos sexos son aptos para el producto turístico que puede ofrecer el Barrio.

Tabla 3.

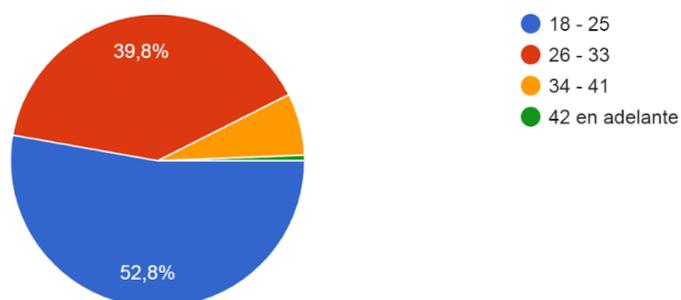
Edad

Edad	Personas	Porcentaje
18-25	73	52,80%
26-33	55	39,80%

34-41	9	6,80%
42 en adelante	1	0,60%
Total	139	100%

Figura 6.

Edad



Interpretación

La encuesta arrojó como resultado que en un rango de edad de 18-25 años están los posibles interesados entre estos son jóvenes adultos que son estudiantes, con profesión, empleados, desempleados, entre otros, que desean conocer el producto turístico dentro del barrio la loma grande.

Tabla 4.

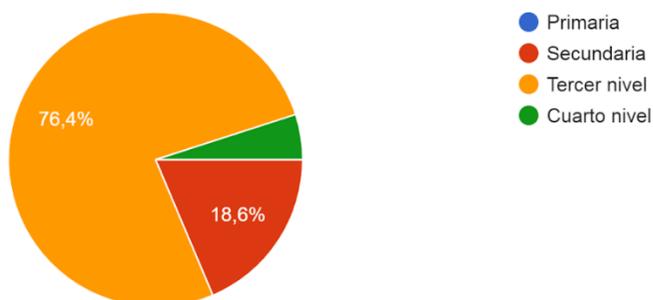
Nivel de formación

Nivel de Formación	Personas	Porcentaje
Primaria	0	0,00%
Secundaria	26	18,60%
Tercer Nivel	106	76,40%

Cuarto Nivel	7	5,00%
Total	139	100%

Figura 7.

Nivel de formación



Interpretación

De acuerdo a la encuesta realizada, se pudo percibir que los visitantes del centro histórico tienen un nivel académico de tercer nivel seguidos por bachilleres, que cuentan con mayor interés en realizar actividades en la zona, coincidiendo con el rango de edad corroborado con anterioridad.

Tabla 5.

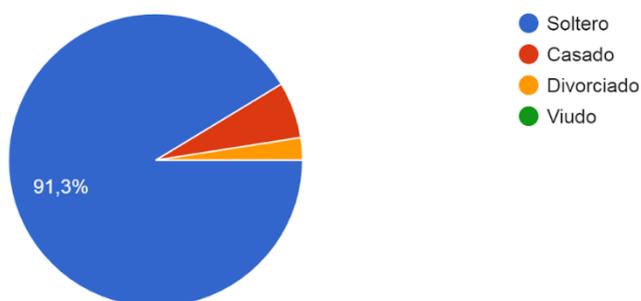
Estado Civil

Estado Civil	Personas	Porcentaje
Soltero	127	91,30%
Casado	9	6,20%
Divorciado	3	2,50%
Viudo	0	0,00%

Total 139 100%

Figura 8.

Estado Civil



Interpretación

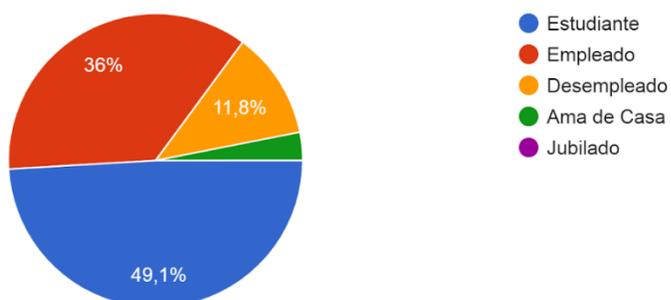
Según los resultados obtenidos la mayoría de personas que visitan el centro histórico son solteros, por esta razón las actividades turísticas con más relevancia podrían ser individuales o grupales facilitando la interacción en un producto turístico.

Tabla 6.

Ocupación

Ocupación	Personas	Porcentaje
Estudiante	68	49,10%
Empleado	50	36,00%
Desempleado	16	11,80%
Ama de Casa	4	3,10%

Jubilado	0	0,00%
Total	139	100%

Figura 9.*Ocupación*

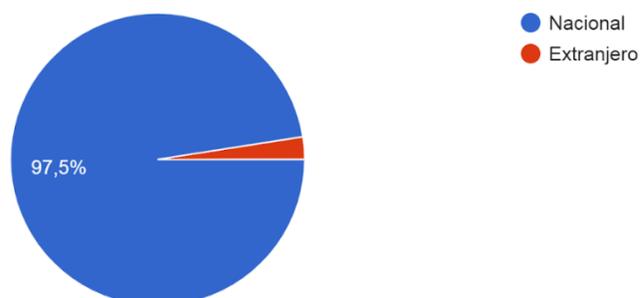
Interpretación

Entre las ocupaciones más destacadas que se obtuvieron en la encuesta sobresalieron tanto los estudiantes como los empleados, evidenciando qué tipo de target visita el centro histórico y como consecuencia en qué rango de presupuestos se puede oscilar para el desarrollo de un producto turístico.

Tabla 7.*Lugar de procedencia*

Lugar de Procedencia	Personas	Porcentaje
Nacional	136	97,50%
Extranjero	3	2,50%
Total	139	100%

Nota. Elaborado por Solange Mendoza y Evelyn Cueva

Figura 10.*Lugar de procedencia***Interpretación**

El turista nacional visita con mayor frecuencia el centro histórico debido a la variedad de actividades turísticas, paisajes, miradores, gastronomía, cultura, infraestructura patrimonial, entre otros existentes en la zona, además que ayuda a reactivar el sector turístico nacional.

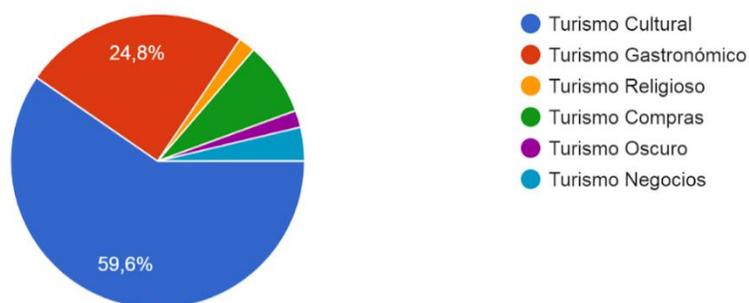
Tabla 8.*¿Qué tipo de turismo practica con mayor frecuencia?*

Pregunta N°1		
Respuestas	Personas	Porcentaje
Turismo Cultural	83	59,60%
Turismo Gastronómico	34	24,80%
Turismo Religioso	11	8,10%

Turismo Compras	3	1,90%
Turismo Oscuro	3	1,90%
Turismo Negocios	5	3,70%
Total	139	100%

Figura 11.

¿Qué tipo de turismo practica con mayor frecuencia?

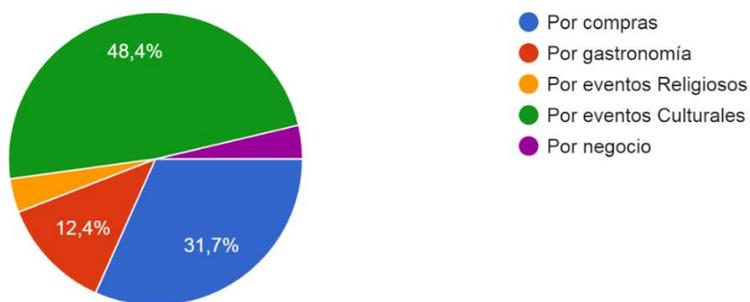


Interpretación

Según la encuesta se pudo determinar que el turismo cultural se practica con mayor frecuencia, con énfasis en las manifestaciones culturales, lo importante de los atractivos culturales es evitar la pérdida de memoria colectiva y fortaleciendo la herencia cultural e histórica del barrio que se ha transmitido de generación en generación resaltando así dentro del Centro Histórico de Quito.

Tabla 9.*¿Por qué motivo visita el Centro Histórico?*

Pregunta N°2		
Respuestas	Personas	Porcentaje
Por Compras	44	31,70%
Por Gastronomía	17	12,40%
Por Eventos Religiosos	5	3,70%
Por eventos Culturales	67	48,40%
Por Negocio	5	3,70%
Total	139	100%

Figura 12.*¿Por qué motivo visita el Centro Histórico?***Interpretación**

Los eventos culturales que existen en el Centro Histórico de Quito tienen gran peso en los gustos y preferencias del turista, debido a la diversidad de costumbres y tradiciones, creencias e

ideologías, adicionalmente todos los reconocimientos internacionales han hecho de este un atractivo novedoso e interesante por su historia milenaria.

Tabla 10.

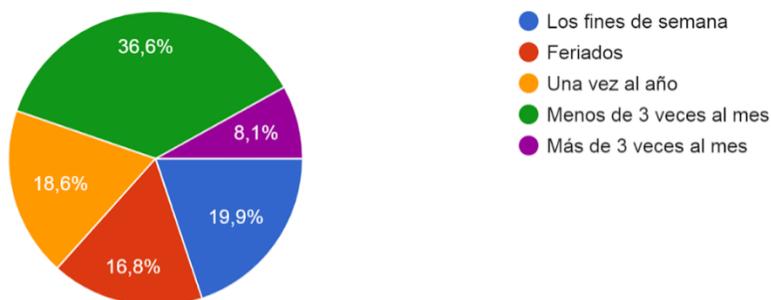
¿Cada cuánto visita el Centro Histórico?

Pregunta N°3

Respuestas	Personas	Porcentaje
Los fines de semana	28	19,90%
Feridos	23	16,80%
Una vez al año	26	18,60%
Menos de 3 veces al mes	51	36,60%
Más de 3 veces al mes	11	8,10%
Total	139	100%

Figura 13.

¿Cada cuánto visita el Centro Histórico?



Interpretación

La mayor parte de encuestados visitan como máximo tres veces al mes el Centro Histórico de Quito, debido a las actividades que pueden existir dentro de la zona que en su mayoría suelen ser eventos culturales, sin embargo, los fines de semana son aprovechados también por su disponibilidad de tiempo para posibles actividades lúdicas.

Tabla 11.

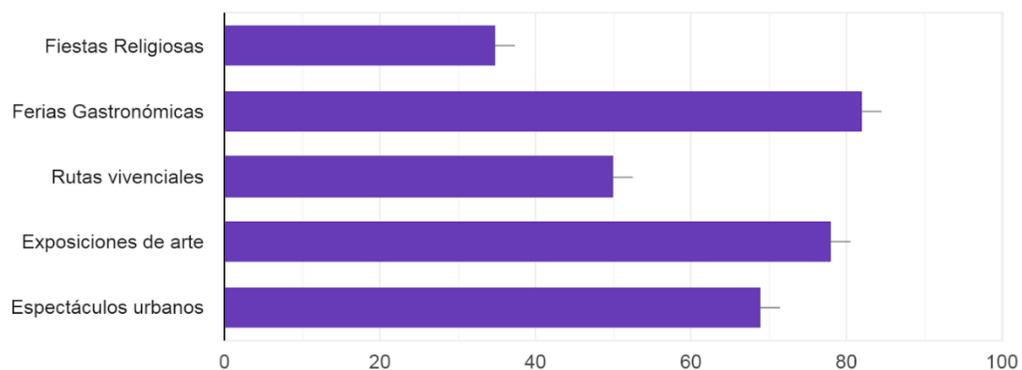
De los eventos culturales en el Centro Histórico. ¿Cuál es el que más le interesa asistir?

Pregunta N°4

Respuestas	Personas	Porcentaje
Fiestas Religiosas	15	21,70%
Ferias Gastronómicas	36	50,90%
Rutas vivenciales	22	31,10%
Exposiciones de arte	35	48,40%
Espectáculos urbanos	31	42,90%
Total	139	100%

Figura 14.

De los eventos culturales en el Centro Histórico. ¿Cuál es el que más le interesa asistir?



Interpretación

Los eventos culturales a los que asisten los encuestados son las exposiciones de arte y las ferias gastronómicas, estos en su gran mayoría destacan la cultura inmersa en la zona, involucrando al turista a la historia de los quiteños como parte de cada uno de los visitantes.

Tabla 12.

De los siguientes barrios tradicionales del Centro Histórico. ¿Cuál más ha visitado?

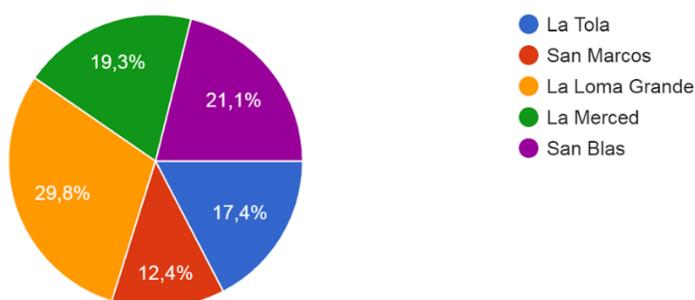
Pregunta N°5

Respuestas	Personas	Porcentaje
La Tola	12	17,40%
San Marcos	9	12,40%
La Loma Grande	21	29,80%
La Merced	14	19,30%

San Blas	15	21,10%
Total	71	100%

Figura 15.

De los siguientes barrios tradicionales del Centro Histórico. ¿Cuál más ha visitado?



Interpretación

De acuerdo a la información recolectada mediante la encuesta realizada, se denota en su mayoría los encuestados han visitado el barrio La Loma Grande, seguido de uno de los barrios más reconocidos del centro histórico de Quito como lo es San Blas, obteniendo así que el barrio está siendo reconocido como un lugar de atractivo turístico para la visita potencial de más turistas.

Tabla 13.

¿Considera que las manifestaciones culturales (costumbres y tradiciones) del barrio La Loma Grande pueden aportar en el desarrollo turístico al Centro Histórico?

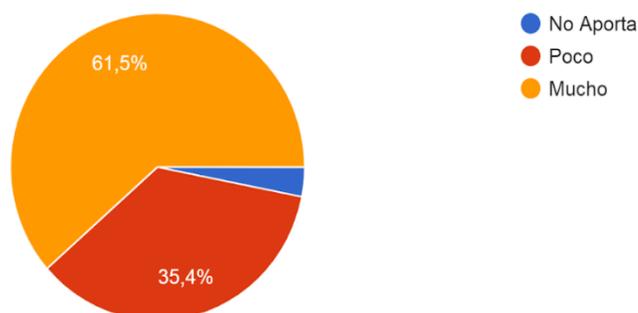
Pregunta N°6

Respuestas	Personas	Porcentaje
No Aporta	9	13,10%
Poco	25	35,40%

Mucho	44	61,50%
Total	78	110%

Figura 16.

¿Considera que las manifestaciones culturales (costumbres y tradiciones) del barrio La Loma Grande pueden aportar en el desarrollo turístico al Centro Histórico?



Interpretación

Teniendo en cuenta que dentro del Centro Histórico existen varios barrios reconocidos por sus atractivos turísticos y según los resultados de la encuesta realizada, se puede evidenciar que las manifestaciones culturales del barrio La Loma Grande son de gran importancia para el turista ya que considera que este es un aporte al desarrollo al sector turístico en el casco colonial.

Tabla 14.

¿Cuál cree que sea la principal motivación para visitar el barrio la Loma Grande?

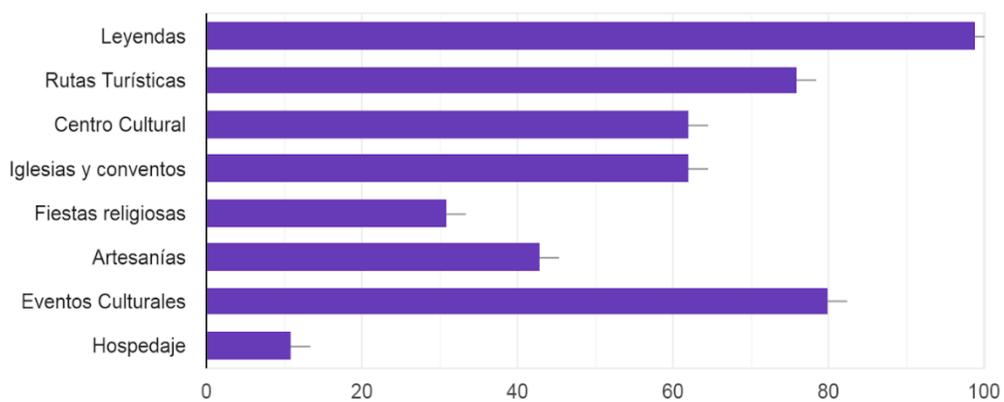
Pregunta N°7

Respuestas	Personas	Porcentaje
Leyendas	30	61,50%

Rutas Turísticas	23	47,20%
Centro Cultural	19	38,50%
Iglesias y conventos	19	38,50%
Fiestas Religiosas	9	19,30%
Artesanías	13	26,70%
Eventos Culturales	24	49,70%
Hospedaje	3	6,80%
Total	139	288%

Figura 17.

¿Cuál cree que sea la principal motivación para visitar el barrio la Loma Grande?



Interpretación

Los datos arrojados por la encuesta realizada fue en su gran mayoría que el principal motivo para visitar al barrio La Loma Grande es las leyendas y los eventos culturales, entendiendo que estos son

los medios para el desarrollo ya que son los gustos y preferencias del potencial de demanda que tienen dentro de la zona.

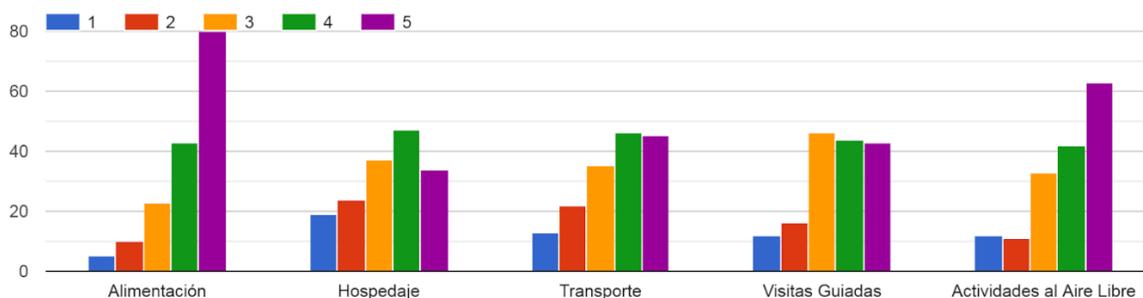
Tabla 15.

¿Qué importancia les da a los siguientes servicios durante sus actividades turísticas? En la escala del 1 al 5 siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.

Pregunta N°8					
	Alimentación	Hospedaje	Transporte	Visitas Guiadas	Actividades al Aire Libre
0%	4	16	11	9	10
20%	9	21	19	14	10
40%	20	32	31	40	29
60%	37	41	39	38	36
80%	69	29	39	38	54
Total	139	139	139	139	139

Figura 18.

¿Qué importancia le da a los siguientes servicios durante sus actividades turísticas? En la escala del 1 al 5 siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.



Interpretación

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada se pudo determinar que el servicio con más importancia para los turistas es la alimentación, a partir de esto se puede impulsar mediante un producto turístico aquellos rincones gastronómicos, seguido de actividades al aire libre existentes dentro del barrio.

Tabla 16.

Según su preferencia ordene los siguientes recursos turísticos del barrio La Loma Grande del 1 al 6, siendo 1 el de menor preferencia y 6 el de mayor preferencia

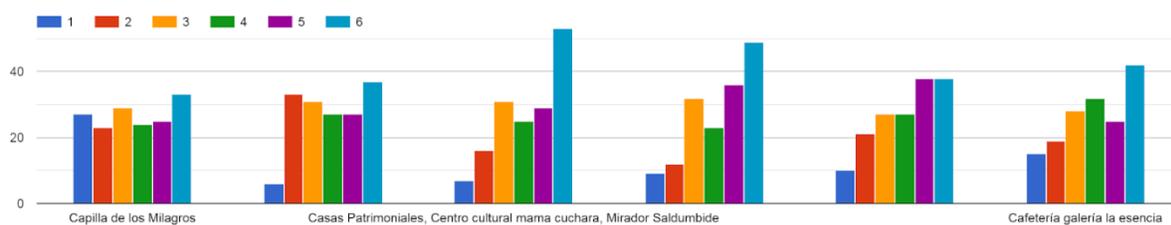
Pregunta N°9

Preferencia	Capilla de los Milagros	Casas Patrimoniales	Ritual Inti Raymi	Concurso de Monigotes	Cafetería Galería
1	24	6	6	8	9
2	19	27	14	10	18

3	25	26	26	28	23	24
4	21	24	22	19	23	27
5	22	24	25	32	33	22
6	28	32	46	42	33	36
Total	139	139	139	139	139	139

Figura 19.

Según su preferencia ordene los siguientes recursos turísticos del barrio La Loma Grande del 1 al 6, siendo 1 el de menor preferencia y 6 el de mayor preferencia



Interpretación

La Loma Grande es un barrio con hermosa infraestructura de la época colonial, las preferencias de los posibles turistas son las casas patrimoniales con mayor relevancia, seguido de los rituales ancestrales, en este caso la celebración que se lleva a cabo en el barrio es el Inty Raymi, en tercer lugar está la Cafetería “Mi Galería” teniendo como prioridad recuperar la gastronomía tradicional del barrio, como consecuencia de los datos se analizó que los turistas consideran asistir a actividades que engloba lo cultural.

Tabla 17.

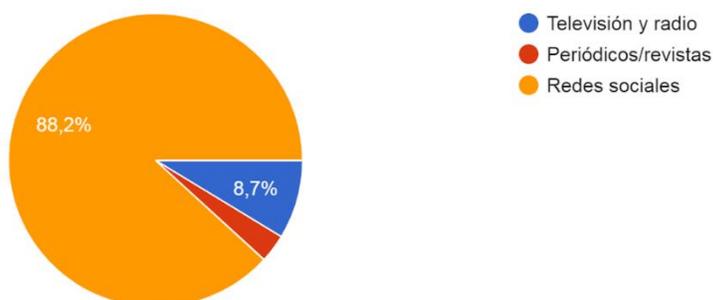
¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para obtener información sobre la realización de actividades turísticas en el Centro histórico?

Pregunta N°10

Respuestas	Personas	Porcentaje
Televisión y Radio	12	8,70%
Periódicos/Revistas	4	3,10%
Redes Sociales	123	88,20%
Total	139	100%

Figura 20.

¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para obtener información sobre la realización de actividades turísticas en el Centro histórico?



Interpretación

Actualmente las redes sociales representan el medio de comunicación más utilizado por su facilidad y dinamismo, según los datos recopilados la mayoría de turistas prefieren recibir información, siendo esta la manera más cómoda para brindar información del mismo.

2.4. RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS

Considerando los distintos puntos de vista de los entrevistados se procedió a hacer una triangulación.

1. ¿A través de qué actividades cree usted se puede crear experiencias en el turismo?

Todos los encuestados coinciden que el barrio la Loma Grande genera experiencias turísticas, por medio de los diversos recursos culturales que posee tanto tangible como intangibles, estas actividades involucran lo ancestral, histórico, cultural, religioso y místico, aportan a la forma de vida de los moradores y de quienes lo visitan, incentivando su conservación, valoración y empoderamiento de la comunidad.

2. ¿Considera que la infraestructura y equipamiento turístico del barrio La Loma Grande es adecuada para ofertar turismo cultural?

Todos los encuestados coinciden que el barrio sí cuenta con la infraestructura y equipamiento turístico necesario para las actividades culturales, entre estos destacan los restaurantes, alojamiento, centros culturales, centro de salud, centros educativos, zonas recreacionales, entre otros.

3. ¿Cómo se vincula la comunidad con el Municipio de Quito?

En su totalidad las personas encuestadas manifestaron que ellos como organizaciones barriales no se vinculan directamente con el municipio de Quito, son personas que se dedican al sector turístico por cuenta propia. Resaltan que esta situación viene siendo como una debilidad para el desarrollo del barrio, sin embargo, sigue trabajando y proponiendo proyectos para evitar la gentrificación y continuar mejorando el mismo.

4. ¿Existe una planeación y ordenamiento turístico adecuado dentro del barrio?

De acuerdo a las entrevistas la única planeación es la que ellos como moradores han creado, evidenciando que el barrio está comprometido a conservar la memoria colectiva del mismo, además incentivan a la ejecución de actividades culturales.

5. ¿Qué tipo de promoción turística realizan dentro del barrio La Loma Grande?

Los entrevistado en su mayoría implementaron diversas actividades para la promoción del barrio, entre las que mencionaron son las siguientes: La iniciativa de mes cultural en marzo que consistía de varias actividades que realizaban por esta fechas (fiestas patronales del Fernández Madrid, Homenaje a San José por la banda del Mejía, día de la mujer, el día del árbol, historia de loma, participación propios moradores); otra es la difusión científica (Entrevistas, congreso académicos, Grupos focales) y por último las rutas teatralizadas y visitas guiadas promocionadas por redes sociales de las mismas organizaciones.

6. ¿Qué interacción existe entre la comunidad y la organización barrial?

Mediante las entrevistas que se han realizado a las personas que se involucra en el turismo dentro de La Loma Grande y además son moradores del barrio, se determinó que la interacción de la comunidad existe entre: los vecinos, bomberos, establecimientos de alojamiento como el Hotel Mama Cuchara, Casas Culturales, Colectivo Mi Loma Grande, Centro cultural Quinatoa, Centros educativos como lo es escuela Montessori, colegio Fernández Madrid, con la finalidad de fomentar el turismo dentro del barrio y a su vez protegerlo de la gentrificación, por lo tanto estas interacciones del barrio se dan sin conflicto, por otro lado lo que se pudo notar que en cuanto al comité central y las organizaciones privadas existe un conflicto interno por ende no ha podido llegar a ningún convenio entre ellos para trabajar conjuntamente y poder ser un sola identidad que fomente al barrio, como consecuencia cada organización ha tratado de salir adelante con la ayuda de los diferentes recursos que posee el barrio.

7. ¿Cuál es el perfil de personas que visitan La Loma Grande?

En su mayoría son nacionales y más aún personas que residen a las afueras de Quito, con el propósito de conocer cómo es la vida del Centro Histórico de Quito, ya que al encontrarse en un centro colonial se hace atractivo para los mismos ecuatorianos.

8. ¿Qué tipo de turismo es el que se practica actualmente en la Loma Grande?

Dentro del barrio La Loma Grande existen dos grupos reconocidos que se dedican al turismo, el primer grupo se dedica al turismo cultural, basado en las leyendas, tradiciones y costumbres de la época colonial, realizando actividades vivenciales. En cuanto al segundo grupo es un turismo místico, astronómico, prácticas de sanación, dicho grupo lo realizan personas que se han dedicado a estudiar los acontecimientos antes de la colonia en el mismo barrio.

9. ¿Qué tipo de infraestructura le hace falta al barrio La loma Grande?

Los entrevistados tienen una opinión unánime sobre la falta de una Agencia Metropolitana de Control y Seguridad Social dentro del territorio, ya que el barrio carece de seguridad tanto para los moradores como para los turistas, ya que no existe un plan de mejora en la seguridad barrial.

10. ¿Con qué servicio turístico cuenta el barrio?

Alojamiento desde Hoteles de 5 estrellas hasta alojamientos con temáticas pluriculturales, cafeterías para nacionales y extranjeros, restaurantes con comida nacional e internacional, centros culturales tanto para investigación como para sanaciones espirituales, entre otros.

Fichas de inventario y jerarquización ministerio de turismo

Jerarquización

En el barrio La Loma Grande, la mayoría de sus recursos turísticos pertenecen a la jerarquía II, ya que posee los servicios básicos, es decir, accesibilidad y conectividad para cada recurso, por otra parte, se encontró que no existen adecuaciones para personas con discapacidad, generando una falencia dentro del barrio. La planta turística y servicios dentro de la zona se detectó una serie de hoteles, entre ellos destaca el Hotel Mama Cuchara, que agrupa las costumbres y tradiciones en su servicio.

La mayoría de recursos están conservados debido a la historia que representan dentro del Centro Histórico de Quito, lo que permite encontrar un entorno cultural resguardado por los moradores. El barrio cuenta con los servicios básicos de higiene lo que es de gran importancia, sin embargo, cuando se habla de seguridad se percibe como desventaja, aun así, los moradores han tratado de unirse para evitar asaltos, pero se puede evidenciar que no existe la suficiente seguridad.

Por otro lado, la difusión de los atractivos está mayormente en redes sociales por grupos privados formados por los mismos moradores, con la finalidad de que las costumbres y tradiciones no se pierdan, a pesar de sus esfuerzos, no se conoce exactamente el número de turistas que recibe cada recurso, finalmente como consecuencias la poca planificación turística y normas municipales obstaculizan el desarrollo turístico del barrio.

Tabla 18.

Resumen de Manifestaciones Culturales del barrio La Loma Grande

Recurso turístico	Jerarquía	Observaciones
Estación de Bomberos 2	II	Al ser una de las estaciones más antiguas de Quito, posee un valor histórico único, además de contrarrestar incendios y salvaguardan la integridad de inmuebles dentro del sector.
Leyenda: El último Suspiro	II	Esta leyenda se centra en un suceso originario del barrio y trae consigo el fortalecimiento de las creencias y valores populares.
El Tamalito de La Loma Grande	II	Establecimiento que destaca por ofrecer platos tradicionales como los tamales, humitas, mote,

		entre otros que impulsan el turismo a través de la gastronomía.
El diablo de la Calle Francia	II	Este relato posee un valor muy importante para los moradores que contiene rasgos de tradición cultural y rescata los valores y permite la prolongación de los mismos.
El Cura José Albuja	II	Esta leyenda representa un parte de la tradición católica del sito, permite tener una visión distinta de los que están inmersos en la religión.
Dintel de la Virgen del Rosario	II	Esta es una leyenda que refleja las creencias religiosas de los moradores, convirtiéndose en devoción y admiración de unos, e indiferencia por otros.
Capilla de los Naturales	II	Estos sitios históricos brindan la cercanía de las raíces y orígenes de pueblos indígenas que fueron los primeros en asentarse en estas tierras plasmado en la historia otra parte de la cultura del barrio.
Biblioteca del Centro Quinatoa	II	Esta infraestructura custodia en su interior patrimonio cultural y científico siendo este el soporte para el desarrollo del sector ya que los

		mapas, libros, planos, entre otros, guardan consigo la historia cultural ancestral del barrio.
Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa	II	La gran cantidad de instrumentos elaborados, estudiados y adquiridos son piezas utilizadas por varios músicos pertenecientes a diversos pueblos septentrionales.
Rituales de Sanación Arqueomusicológico	II	Da a conocer experiencias sagradas por medio de la música de instrumentos elaborados de huesos, piedras, el legado precolombino permitiendo una conexión con la pacha mama ayudando a sanar mediante estos sonidos.
Observación Astronómica Centro Quinatoa	II	Es una ciencia milenaria andina, comparte la simbología de los astros para apreciar la dinámica del cosmos y particularidades que marcaron los tiempos de los ancestros, resaltando el resguardo del patrimonio arqueológico precolombino.
Exaltación a José Mejía Lequerica	II	Celebración realizada cada año con comparsas, en homenaje a José Mejía Lequerica por sus obras literarias.

Fiesta del Corpus Christi	II	Festividad realizada por la Iglesia Corpus Christi, que se celebra cada año y va en forma de procesión por todo el barrio.
Imagen de Señor de los Milagros	II	El relato de la leyenda del señor de los milagros que se encuentra dentro de la Capilla del Señor de los Milagros
Juana Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad	II	Una de las mujeres emblemáticas de la Loma Grande, fundó la maternidad para personas de bajos recursos.
La baronesa de la Loma Grande	II	La leyenda de una dama que le gustaba salir todas las noches y llevar a caballeros a divertirse en su hogar con un final un poco inesperado.
La beata café taller	II	Gastronomía con un espectáculo de arte.
La esencia Cafetería	II	Gastronomía, Observación de artistas.
La virgen del Tomate	II	Leyenda pequeña dama que gustaba de posar en las ramas de un alto árbol de tomate y ser galanteada por los caballeros de la zona.
María Angelica Idrobo Fundadora del Colegio Fernández Madrid	II	Cofundadora del colegio femenino Fernández Madrid enalteciendo la educación para mujeres.

Mercedes Cotacachi fundadora de Centro Quinatoa	II	Cofundadora del Centro Cultural Quinatoa que a través de sus costumbres y tradiciones a la par de investigaciones intentan perdurar en el tiempo.
<hr/>		
Mirador de Zaldumbide	II	Fotografía, avistamiento del paisaje urbano de Quito.

Capítulo III

Propuesta

Introducción

El diagnóstico obtenido del levantamiento de información fue por medio de los instrumentos de investigación: la entrevista a los moradores del barrio, la encuesta a los turistas que llegan al centro histórico de Quito y las fichas de inventario y jerarquización del MINTUR utilizadas para el levantamiento de los recursos turísticos que se encuentran en el área de estudio. En efecto se determinó que consta con diversas manifestaciones culturales de jerarquía II, que se pueden aprovechar por su alto grado de potencial turístico, priorizando la solución de las falencias que posee cada recurso.

En conjunto con el diagnóstico situacional obtenido, se analizó que los atractivos culturales son en su mayoría: sitios históricos, Infraestructuras culturales, fiestas religiosas, creencias populares, tradiciones, medicina ancestral, gastronomía, entre otros, estos poseen un peso cultural en la historia del barrio, además que los moradores tienen la predisposición de que estos recursos sean resguardados y prevalezcan indefinidamente por el bienestar social, manteniendo las costumbres y tradiciones en armonía.

Perfil del turista

Como resultado de la investigación se determina que el perfil del turista del barrio La Loma Grande, son personas jóvenes estudiantes y profesionales, que entre sus auténticos gustos y preferencias se inclinan hacia el turismo cultural; los destinos más buscados son aquellos que destacan con eventos culturales como: exposiciones de artes, rituales de sanación, relatos de leyendas, visita a centros culturales, entre otros, resaltando las actividades que se realicen al aire libre.

Motivación para visitar la loma grande

Entre las características principales para motivar al turista a visitar el barrio Loma Grande es que aún se conservan costumbres y tradiciones que destacan entre los sectores del Centro Histórico de Quito, y que se considera de los pocos barrios donde muchos de los moradores locales han pasado sus historias de generación en generación, por otra parte se encuentran los eventos culturales existentes cuya realización es por ciertos periodos, siendo estos menos de tres veces al mes evitando la comercialización excesiva del barrio, permitiendo que el turista visite estos destinos en su tiempo libre como fines de semana o feriados.

Manifestaciones culturales del barrio la Loma Grande

Figura 21.

Estación de Bomberos 2



Tabla 19.

Ficha de análisis Estación de Bomberos 2

ESTACIÓN DE BOMBEROS 2			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	19
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La Estación de Bomberos 2 muestra que la accesibilidad y conectividad tiene un alto puntaje debido a que se encuentra en la calle principal del barrio que se denomina Calle Rocafuerte siendo de fácil el acceso al recurso, sin embargo, la falencia es debido a su infraestructura que no es amigable con las personas con capacidades especiales.

Cuenta con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica, entre otros. En el levantamiento de información se pudo identificar un problema de seguridad que puede afectar a la estación especialmente en la noche debido a que no existe un control policial frecuente. Su importancia en el área turística son las actividades recreativas que realizan los bomberos contando historias relacionadas con su actividad, por ejemplo contar como llegaron hacer una de las instituciones más antiguas del centro histórico de Quito, simple vista se puede visualizar su fachada colonial, también pueden ofrecer capacitación en el control de fuego y primeros auxilios a pobladores, incluso se puede compartir estos conocimientos con visitantes del barrio para las personas, aunque estas actividades carecen de promoción y planificación.

Figura 22.

Legenda: El último suspiro



Tabla 20.

Ficha de análisis Leyenda: El último suspiro

LEYENDA: EL ÚLTIMO SUSPIRO			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	13
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	7
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	47,5
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La leyenda “el último suspiro” fue recomendada por los entrevistados ya que es tradicional y tiene características interesantes que la hacen atractiva en el contexto turístico. Esta leyenda perteneciente al bien espiritual se desarrolló entre las calles Rocafuerte y Zaldumbide, se realiza en la noche, trata sobre una chica de familia adinerada que se enamora del cochero de la misma, esta historia cuenta que al ser de diferentes clases sociales su amor se mantuvo en secreto por los prejuicios de la sociedad, no obstante todo secreto sale a la luz y su caso no fue la excepción, el día que se propusieron escapar desafortunadamente al ser tan altas horas de la noche los guardias pensaron que era un ladrón al estar escabullido en los matorrales de la casona fue interceptado por un disparo y acto seguido falleció, al oír el disparo la familia salió entre ellos la chica que vio a su ser amado muerto, callo en un mar de lágrimas sin consuelo alguno, jamás puedo superar la muerte de su pareja a los pocos días

y en su último suspiro proclamo amor eterno por su amado, muriendo de tristeza. En la actualidad aún se escuchan sus lamentos por las calles donde suscito este lamentable acontecimiento.

Sus características la ubican en categoría II, en cuanto a la accesibilidad y conectividad se manifiesta que no existen problemas debido a que la red wifi, telefonía celular y fija se las puede encontrar con facilidad, también el ingreso es fácil hay calles y aceras, con respecto a la planta turística existen hoteles en la zona y se puede recurrir a otros que no están muy alejados, los restaurantes requieren mejorar por medio de capacitaciones.

Figura 23.

El Tamalito de La Loma Grande



Tabla 21.

Ficha de análisis El Tamalito de La Loma Grande

EL TAMALITO DE LA LOMA GRANDE			
CRITERIOS	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	5,1

Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	6
Higiene y seguridad turística	14	9
Políticas y regulaciones	10	0
Actividades que se practican en el atractivo	9	9
Difusión del atractivo	7	0
Registro de visitantes y afluencia	5	0
Recursos Humanos	5	0
TOTAL	100	40,1
JERARQUIA		II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

El Tamalito de la Loma Grande es un restaurante con un valor gastronómico debido a la preparación de sus platillos, el lugar da relucir como eran los restaurante coloniales en cuanto a su infraestructura, se pudo notar que carece de seguridad, ya que se encuentra en una calle concurrido por el vandalismo, delincuencia dando un aspecto hostil al sitio, también se pudo evidenciar que la accesibilidad es buena debido a que se encuentra dentro de las principales calles del barrio siendo esta la calle Juan Pío Montufar.

Cuenta con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica, entre otros. Carece de difusión como atractivo, por lo que le hace falta promoción y planificación del mismo.

Figura 24.*El Diablo de la Calle Francia***Tabla 22.***Ficha de análisis El Diablo de la Calle Francia*

EL DIABLO DE LA CALLE FRANCIA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	6
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Leyenda “El Diablo de la Calle Francia” fue contada por los moradores a ser una de las narraciones tradicionales del barrio y tiene cualidades cautivadoras para el turista. Esta leyenda concierne a los bien espiritual se efectuó en la calle Francia se realiza en la tarde-noche, cuenta la leyenda de un ser terrorífico que asustaba a los niños esto les pasaba cuando no rezaban y no participaban en la celebración de la eucaristía en la Iglesia Corpus Christi, apareciendo una sombra con cachos flotando llevándose a todo aquel niño malcriado y no se los volvía a ver nunca más. Hoy en día en la fiesta de Corpus Christi es muy común aún se observa dicho ser asechando a los niños desobedientes que no participan de la eucaristía.

Su valoración dio como resultado una alta accesibilidad y conectividad debido a que en el lugar donde aconteció la leyenda es de fácil acceso por ser una calle colectora a otros barrios, como es la Calle Francia que se encuentra en un estado bueno de conservación, sin embargo, una de las falencias que posee es la inseguridad a pesar de que se encuentre una UPC dentro de esta zona, aun así, se puede sentir la falta de un plan que proteja a la ciudadanía. La leyenda no es muy conocida por lo que falta promoción y planificación para que los turistas visiten con mayor frecuencia el barrio.

Figura 25.

El Cura José Albuja



Tabla 23.

Ficha de análisis El Cura José Albuja

EL CURA JOSE ALBUJA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	13
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	7
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	47,5
JERARQUIA		II	

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La leyenda “El Cura José Albuja” fue sugerida por los pobladores al ser transmitida por varias generaciones obteniendo un valor cultural atractivo dentro de los bienes espirituales. La siguiente leyenda llevo a cabo en la calle Rocafuerte en el obelisco Mama Cuchara, se realiza en la noche, se habla de un cura bohemio que cada fin de semana salía con su guitarra a las cantinas del Centro Histórico de Quito, al paso de tiempo estas faltan de respeto al clero desencadenando un sin fin de molestias a los moradores y desprestigio la iglesia ya que incumplía sus votos sacerdotales. El obispo a cargo tomo represarías hacia el cura y para que esto no volviera a suceder prohibió a todos los sacerdotes del sector la posesión de guitarras dentro del conservatorio.

Tiene un buen estado en cuanto a infraestructura con fácil acceso, adicional se encuentra cerca el Hotel Mama cuchara, sin embargo, una de las dificultades que se encontró es la inseguridad dentro de

esta zona por la carencia y ejecución de un plan que proteja a la ciudadanía. La leyenda no es muy conocida por lo que falta promoción y planificación turística para que las personas puedan visitar con mayor frecuencia el barrio.

Figura 26.

El Dintel de la Virgen del Rosario



Tabla 24.

Ficha de análisis" Dintel de la Virgen del Rosario

DINTEL DE LA VIRGEN DEL ROSARIO			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	6,6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	10
	Higiene y seguridad turística	14	7,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Leyenda “Dintel de la Virgen del Rosario” dentro del contexto turístico es importante reconocer el valor espiritual que manifiesta las imágenes religiosas dentro el barrio la Loma Grande. Esta leyenda se desarrolló en la calle Juan Pío Montufar, se realiza en día, sobre una mujer que día tras día, pasaba frente al Dintel para pedir por su salud, un día cansado de no recibir respuesta comenzó a lanzarle piedras, en una ocasión la virgen se mueve y le pregunta el porqué de sus acciones, cuya respuesta fue que deseaba que la curara, a la virgen al ver su desesperación le hizo el milagro con la condición de que no le vuelva a arrojar piedras. Al día de hoy los creyentes a la virgen se dirigen hacia el dintel donde colocan bolitas de algodón muy delicadamente pidiendo por su sanación, por su trabajo, por sus familias.

Su valoración dio como resultado una buena accesibilidad y conectividad debido al lugar donde aconteció es de fácil acceso, sin embargo, el déficit más grande es la inseguridad y el vandalismo que se da dentro de esta zona, impidiendo que se pueda visualizar correctamente a la virgen, por los grafitis que se visualizan, por la falta de seguridad dentro del territorio, adicional la leyenda no es muy conocida por la falta de promoción y planificación para que los turistas visitan con mayor frecuencia.

Figura 27.

Capilla de los Naturales



Tabla 25.

Ficha de análisis Capilla de los Naturales

CAPILLA DE LOS NATURALES			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	5,1
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	9
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Relato “Capilla de los Naturales” contado por los entrevistados ya que es tradicional y tiene características autóctonas de la zona. Este relato se originó en la calle Rocafuerte, cuenta la realidad de los pueblos indígenas al ser conquistados, ya que antes de la llegada de los españoles era un área de vigilancia, al paso del tiempo con la llegada de los españoles toda la comunidad indígena fue derrocada pasando a ser la servidumbre de los colonizadores, les impusieron la religión obligándolos a rendir tributo a la iglesia católica, persuadidos a ir a una capilla donde solo asistían los indígenas.

En cuanto a su valoración se analizó que la imagen que representa a la leyenda esta conservada, tiene fácil conectividad y accesibilidad, sin embargo, el problema más grande es la inseguridad que se da dentro de esta zona, adicional la leyenda carece de promoción y planificación turística lo que da como consecuencia que los turistas no visiten con mayor frecuencia la zona.

Figura 28.

Biblioteca del Centro Quinatoa



Tabla 26.

Ficha de análisis Biblioteca del Centro Quinatoa

BIBLIOTECA DEL CENTRO QUINATOA			
CRITERIOS	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	6

Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
Higiene y seguridad turística	14	8,5
Políticas y regulaciones	10	0
Actividades que se practican en el atractivo	9	9
Difusión del atractivo	7	0
Registro de visitantes y afluencia	5	0
Recursos Humanos	5	0
TOTAL	100	49,5
JERARQUIA		II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Biblioteca del Centro Quinatoa según el criterio de valoración que se realizó se pudo notar que la accesibilidad y conectividad se dificulta por la ubicación, ya que no se permite el acceso a vehículos particulares, por ser una calle empedrada, de igual manera la inseguridad y el vandalismo que existe en la zona no permite el ingreso adecuado a pesar de tener una buena conservación del recurso, adicional este tiene libre acceso, con la dificultad de carecer de promoción turística.

La Importancia de este atractivo se da por la información bibliográfica recolectada por su administrador, el cual posee mapas y planos antiguos del Barrio, adicional se encuentran libros de personajes emblemáticos de la Loma grande, también libros de saberes ancestrales para la preparación de los futuros yackchas.

Figura 29.

Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa

Tabla 27.

Ficha de análisis Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa

ARTESANIAS E INSTRUMENTOS DE CENTRO QUINATOA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa según el criterio de valoración se analizó que la accesibilidad y conectividad se dificulta por la ubicación, ya que no se permite el acceso a vehículos

particulares, de igual manera la inseguridad y el vandalismo que existe en la zona no permite el ingreso seguro para los turistas.

Las Artesanías se encuentran piezas musicales precolombinas ancestrales del clan Quinatoa, las cuales brindan sonidos característicos de la zona de donde fueron encontrados, estas se encuentran en buen estado de conservación, las políticas de seguridad dentro del Centro están bien estructuradas para que todo pueda ser conservado y sigan teniendo el mismo valor que cuando las obtuvieron. En cuanto a la promoción están expuestas mediante las redes sociales, páginas web, los turistas visitan con gran admiración para conocer las diferentes artesanías de esta comunidad indígena.

Figura 30.

Rituales de sanación arqueomusicológico Centro Quinatoa



Tabla 28.

Ficha de análisis Rituales de sanación arqueomusicológico centro Quinatoa

RITUALES DE SANACIÓN ARQUEOMUSICOLOGICO CENTRO QUINATOA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	49,5
JERARQUIA		II	

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Rituales de sanación arqueomusicológico se basa en los instrumentos precolombinos utilizados por el jefe del Clan Quinatoa que mediante las vibraciones musicales puede percibir los males que padezca una persona, gracias a su curación sonora se obtiene un alivio espiritual.

Los resultados obtenidos mediante la valoración arrojaron que la accesibilidad y conectividad se dificulta por la ubicación, por el limitado acceso vehicular, adicional, la inseguridad y el vandalismo generan que el recurso tenga una falencia.

Tomando en cuenta todos los puntos, se puede destacar que la sanación es muy buscada por turistas por la promoción boca a boca, sin embargo, no se tiene un registro de cuantas personas visitan semanalmente o mensualmente.

Figura 31.

Observación Astronómica Centro Quinatoa

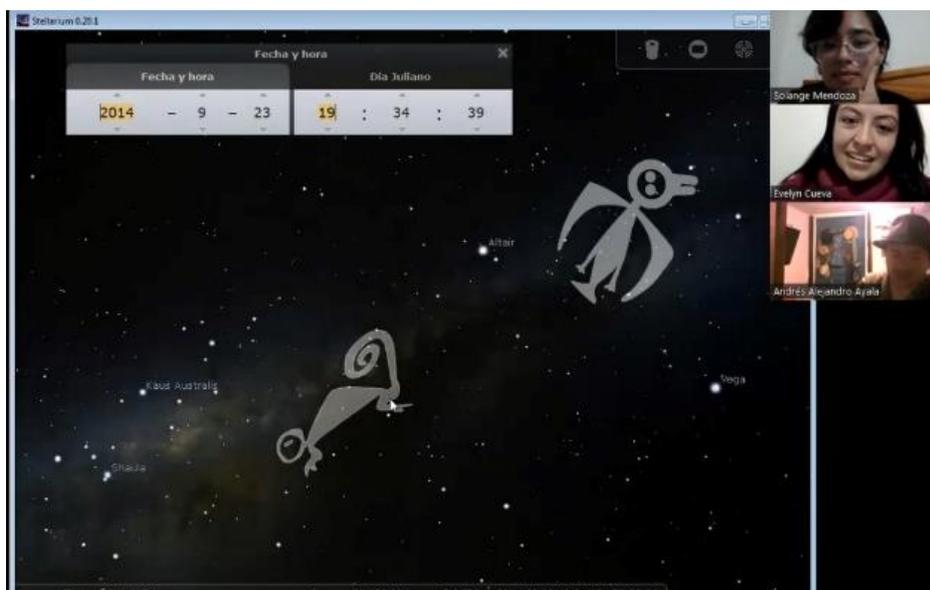


Tabla 29.

Ficha de análisis Observación Astronómica Centro Quinatoa

OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA CENTRO QUINATOA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Observación Astronómica Centro Quinatoa según el criterio de valoración que se realizó se pudo notar que dentro de la accesibilidad y conectividad posee una dificultad debido a que se encuentra en una zona con poco acceso vehicular, inseguridad y vandalismo.

Cuenta con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica, entre otros. En el levantamiento de información se pudo notar que existe una buena conservación del recurso.

Falta de difusión de actividades recreativas que existen dentro del Observatorio, por lo que carece de planificación y la falta de promoción del centro. Sin embargo, su importancia en el sector turístico recae en la visualización de constelaciones encontradas y registradas por mis Centro Quitonoa, cuyos nombres y formas son animales representativos del País, además cambios solares y lunares según las lineaciones de los planetas con estar ubicados en la línea equinoccial.

Figura 32.

Observación Exaltación a la memoria de José Mejía Lequerica



Tabla 30.

Ficha de análisis Exaltación a la memoria de José Mejía Lequerica

EXALTACIÓN A LA MEMORIA DE JOSE MEJIA LEQUERICA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	13
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	6
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	46,5
JERARQUIA		II	

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Es el homenaje que se celebra cada año por parte de los estudiantes del colegio Mejía en honor a su fundador José Mejía Lequerica en el monumento queda al final de calle Rocafuerte cuya accesibilidad es buena, es el lugar más repetitivo de barrio, por el hecho que se cuenta a sus alrededores con el centro mama cuchara y el Hotel con el mismo nombre, es por esto se mantiene en su mayoría de buen estado.

Figura 33.

Fiesta del Corpus Christi



Tabla 31.

Ficha de análisis Fiesta del Corpus Christi

FIESTA DEL CORPU CHRISTI			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	7,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0

Registro de visitantes y afluencia	5	0
Recursos Humanos	5	0
TOTAL	100	47
JERARQUIA		II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

En cuanto a la valoración de la Festividad del “Corpus Christi”, este atractivo es de fácil acceso cuenta con buena infraestructura a sus alrededores, la celebración es organizada por parte de la iglesia denominada la misma manera que la festividad y los moradores, se mantiene en buen estado. Aun siendo una festividad anual muy exuberante por la procesión acompañada de los danzantes y peregrinos acompañados de música recorriendo todo el barrio, sin embargo, no hay promoción y una correcta difusión de dicha celebridad.

Figura 34.

Imagen de señor de los milagros



Tabla 32.

Ficha de análisis de El señor de los milagros

IMAGEN DE SEÑOR DE LOS MILAGROS			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	48
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Según los criterios de valoración de la Imagen del señor de los milagros, se pudo dar a notar que el lugar donde se encuentra es de difícil acceso ya que su apertura es solo un día a la semana, según las políticas del párroco a cargo, sin embargo, cuenta con una infraestructura colonial bien conservada, además al estar una calle un poco estrecha y empedrada no facilita el acceso de vehículos, el paso de esta solamente peatonal.

Cuenta la leyenda que en el barrio había una mujer que salía en busca leña y hierbas, cuando de pronto un día en una de sus caminatas, comenzó a sentir como si la estuvieran mirando fijamente, como si alguien estuviera observándola. Al entrar entre los matorrales, se encontró con la imagen de Jesús con el rostro ensangrentado y con su corona de espinas, pero le sonreía fijamente. Desde ese momento todos los días iba a visitar la imagen de Jesucristo, llevando velas de cebo y florecillas. Las vecinas

comenzaron a crear rumores mal intencionados, que llegaron a los oídos del marido que era zapatero, los rumores decían que la mujer se veía con alguien por los matorrales. El hombre, lleno de ira fue en busca de la mujer, sujetando un cuchillo. La encontró desbordaba de furia acuchilló a su esposa hasta matarla; cuando recuperó la cordura ya era muy tarde solo estaba el cadáver ensangrentado, en ese instante huyó horrorizado. Al poco tiempo el zapatero no aguantó con la culpabilidad decidió entregarse, ya encadenado, el alguacil fue con el alcalde a reconocer el cadáver, pero en primera instancia fueron a la casa del zapatero, se sorprendieron cuando al llegar encontraron a la mujer viva y realizando sus actividades domésticas. Fue entonces que la mujer contó todo lo que le sucedió y el milagro, luego los con los moradores fueron al lugar, donde encontraron la imagen una gran roca, admirados le bautizaron con el nombre del Señor de los milagros y decidieron construir una capilla de adobe y paja, y colocar una piedra como altar, con el pasado del tiempo, el obispo de entonces que debía estar en un sitio más accesible. Cuando decidieron trasladar la piedra, se produjo un milagro, unos niños levantaron con facilidad y trasladaron al sitio en el cual se encuentra hasta hoy día que es la Capilla del señor de los milagros

Figura 35.

Juana Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad



Tabla 33.

Ficha de análisis Juana Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad

JUANA MIRANDA FUNDADORA DE LA ANTIGUA MATERNIDAD			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	24
	Higiene y seguridad turística	14	7,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	57,5
JERARQUIA		II	

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Juana Miranda es una de los personajes emblemáticos de la Loma Grande ya que fue una de las mujeres con altos grado académico razón por la cual fundó la Antigua Maternidad de Quito, el acceso a esta el fácil acceso según el lugar donde se realizó, cuenta con calles asfaltadas, zonas de estacionamiento cercanos y la Fachada este mantiene conservado, sin embargo, muchas personas del sector no saben el valor histórico da la percepción de vandalismo e inseguridad.

Figura 36.

La baronesa de la Loma Grande



Tabla 34.

Ficha de análisis La baronesa de la Loma Grande

LA BARONESA DE LA LOMA GRANDE			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	6
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La leyenda de “La Baronesa de la Loma Grande” según la valoración se puede destacar que es un lugar de fácil acceso según el sitio donde sucedió este acontecimiento, las calles y fachadas a sus alrededores se encuentran en buen estado, una de las falacias a reducir es la inseguridad y vandalismo, que a pesar de actividades lúdicas que se puede realizar aún es una debilidad del sector. Esta leyenda que inició en el Centro Histórico de Quito, esta leyenda se trata de una joven bien agraciada que salía a

los lugares de diversión sola sin ninguna compañía, como era costumbre anteriormente y los caballeros de aquella época la cortejaban ya que ella poseía era dueña de una belleza inigualable, ella no se reparaba en invitar a su casa a los caballeros que la cortejaban, sin embargo, a lo largo del tiempo todos los caballeros que la cortejaban y a su vez estos iban a su casa comenzaron a desaparecer, lo que hizo que las autoridades de la ciudad notaran que algo raro estaba sucediendo, lo que señala que ella sería una de las principales sospechosas pero al enterarse de esta situación la condesa se escapó, la policía al entrar a su casa y al realizar las respectivas requisas encontró en el jardín los cuerpos de todos los pretendientes de la condesa.

Figura 37.

La beata Café Taller



Nota. Fotografía de la Beata Café Taller, Tomada de Google 2022. Obra de dominio público

Tabla 35.

Ficha de análisis La beata Café Taller

LA BEATA CAFÉ TALLER			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	5,1
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	24
	Higiene y seguridad turística	14	9

Políticas y regulaciones	10	0
Actividades que se practican en el atractivo	9	9
Difusión del atractivo	7	0
Registro de visitantes y afluencia	5	0
Recursos Humanos	5	0
TOTAL	100	58,1
JERARQUIA		II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La beata Café Taller según el criterio de valoración, es un lugar fácil acceso y conectividad por el lugar de localización, sin embargo, no cuenta con una buena señalización, la promoción es muy poca, siendo esta una falencia la actividad turística, además de la gastronomía propia del lugar, tienen presentaciones de talleres de pintura, grabado en madera para quienes lo visiten además exponen fotografías de la antigua Loma Grande esta una cafetería este cuenta con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica.

Figura 38.

La esencia cafetería



Nota. Fotografía de La Esencia Cafetería. Tomada de Facebook, 13 de diciembre, 2019. Obra de dominio público.

Tabla 36.

Ficha de análisis La esencia cafetería

LA ESENCIA CAFETERÍA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	47
JERARQUIA		II	

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La Esencia Cafetería es una cafetería que hace presentaciones de música en vivo con artistas propios del barrio, además de rescate cultural que tiene como misión impulsar las expresiones artísticas mediante eventos. Según el criterio de valoración que se realizó se pudo notar que carece de seguridad, también comprobó que la accesibilidad es buena debido se puede llegar al lugar por tanto por la calle Rocafuerte, la calle Francia e incluso por el mirador, Al ser una cafetería este cuenta con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica. Carece de difusión como atractivo, por lo que le hace falta promoción y planificación del mismo.

Figura 39.*La Virgen del Tomate***Tabla 37.***Ficha de análisis del barrio “La Virgen del Tomate”*

LA VIRGEN DEL TOMATE			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	4,5
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	6
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

La leyenda de “Virgen del Tomate” Dicen los moradores que en el barrio había una dama agraciada llamada Brígida de los Dolores era una muchacha coqueta le gustaba posar en las ramas del árbol de tomate, que se encontraba dentro del barrio de La Loma Grande, sentada en una de las ramas se quedaban al descubierto las medias de seda de la joven, varios caballeros la cortejaban en la parte inferior del árbol, los piropos siempre eran frecuentes para la doncella que se encontraba fascinada por la atención de los jóvenes, una tarde como era costumbre los chicos de la zona fueron a ver a su doncella que posaba en la rama del árbol, cuenta la leyenda que ese día los jóvenes encontraron sus medias de seda cubiertas de sangre en la rama donde ella se sentaba, es así que en la actualidad aún se pueden escuchar a lo lejos en la mañana la pequeña risa coqueta de la joven antes de ser asesinada.

Según la valoración dio como resultado el sitio donde se desarrolló es de fácil acceso tanto para automóviles como para peatones, por el cuidado de los moradores esta zona se encuentra conservada, pero a pesar de su alta concurrencia por este sitio existe un poco inseguridad, sin embargo, las actividades culturales se realizan con normalidad.

Figura 40.

María Angélica Idrobo fundadora Del Fernández Madrid



Nota. Fotografía de María Angélica Idrobo, Tomada de El peregrino de Quito, 8 de marzo del 2021. Obra de dominio público.

Tabla 38.

Ficha de análisis María Angélica Idrobo fundadora Del Fernández Madrid

MARÍA ANGELICA IDROBO FUNDADORA DEL FERNADEZ MADRID			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	11
	Planta turística/servicios	18	6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	24
	Higiene y seguridad turística	14	7,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL	100	57,5
JERARQUIA		II	

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Este personaje emblemático de la histórica de la Loma grande se caracteriza por ser una de las cofundadoras del Colegio Fernández Madrid, además ser una mujer que buscaba la igualdad de género, cuyo aporte fue clave para el desarrollo de la educación femenina en la época hasta la actualidad. Por parte de la valoración se dio a notar que según su localización es de fácil acceso, es una zona concurrida por los estudiantes, docente y comerciante informal, la falta de promoción de este a causa la indiferencia por parte de moradores, dando por sentado el valor histórico de este lugar.

Figura 41.

Mercedes Cotacachi fundadora del Centro Quinatoa.



Tabla 39.

Ficha de análisis Mercedes Cotacachi fundadora del Centro Quinatoa.

MERCEDES COTACACHI FUNDADORA DEL CENTRO QUINATOA			
	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
CRITERIOS DE VALORACIÓN	Accesibilidad y conectividad	18	12
	Planta turística/servicios	18	6
	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
	Higiene y seguridad turística	14	8,5
	Políticas y regulaciones	10	0
	Actividades que se practican en el atractivo	9	9
	Difusión del atractivo	7	0
	Registro de visitantes y afluencia	5	0
	Recursos Humanos	5	0
	TOTAL		100
JERARQUIA			II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Centro Quinatoa fue fundado por Mercedes Cotacachi, conocida como la Gran matrona del clan Ancestral Quinatoa, fue artista textil, experta en pinturas naturales y guía de los destinos del clan durante años en Imbabura y Chimborazo, en definitiva, una mujer emblemática que desataco la cultura

y compartió sus conocimientos a sus generaciones futuras. Según el criterio de valoración en este atractivo la accesibilidad y conectividad es conflictiva por la ubicación, ya que no se permite el acceso a vehículos particulares, por ser una calle empedrada, de la misma forma la inseguridad y el vandalismo que existe en la zona no permite el ingreso adecuado a pesar de tener una buena conservación del recurso, adicional este tiene libre acceso, con la dificultad de carecer de promoción turística.

Figura 42.

Mirador de Zaldumbide



Tabla 40.

Ficha de análisis Mirador de Zaldumbide

MIRADOR DE ZALDUMBIDE			
CRITERIOS	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTAJE
	Accesibilidad y conectividad	18	13
	Planta turística/servicios	18	4,5

Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	14
Higiene y seguridad turística	14	7
Políticas y regulaciones	10	0
Actividades que se practican en el atractivo	9	9
Difusión del atractivo	7	0
Registro de visitantes y afluencia	5	0
Recursos Humanos	5	0
TOTAL	100	47,5
JERARQUIA		II

Nota. Modificado de (Ministerio de Turismo, 2018)

Según la valoración de los criterios el mirador de Zaldumbide de la loma grande cuenta con un fácil acceso por la calle Francia, permite la vista del barrio San Sebastián y de Cumandá, lo que eran el antiguo terminal, en este análisis se pueden destacar de igual manera la inseguridad del sitio, es de los lugares menos promocionados, sin embargo, los moradores han colaborado para mantener conservado y limpio, este atractivo, aunque tengas algunas falencias, puede ser aprovechado para fotografía por los paisajes que lo rodean.

Descripción de manifestaciones culturales

Tabla 41.

Ponderación y Jerarquización de Recursos Turísticos de La Loma Grande

Recurso turístico	Ponderación	Jerarquía
Estación de Bomberos 2	53	II
El último Suspiro	47,5	II
El Tamalito de La Loma Grande	40,1	II

El diablo de la Calle Francia	45,5	II
El Cura José Albuja	47,5	II
Dintel de la Virgen del Rosario	44,1	II
Capilla de los Naturales	48,1	II
Biblioteca del Centro Quinatoa	49,5	II
Artesanías e Instrumentos de Centro Quinatoa	49,5	II
Rituales de Sanación Arqueomusicológica	49,5	II
Observación Astronómica Centro Quinatoa	49,5	II
Exaltación a José Mejía Lequerica	46,5	II
Fiesta del Corpus Christi	47	II
Imagen de Señor de los Milagros	47	II
Juana Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad	57,5	II
La baronesa de la Loma Grande	45,5	II
La beata café taller	58,1	II
La esencia Cafetería	47	II
La virgen del Tomate	45,5	II

María Angelica Idrobo Fundadora del Colegio Fernández	57,5	II
Madrid		
Mercedes Cotacachi fundadora de Centro Quinatoa	49,5	II
Mirador de Zaldumbide	47,5	II

En el barrio La Loma Grande, la mayoría de sus recursos turísticos son de jerarquía II, ya que establece los servicios básicos para el turista.

En cuanto a la accesibilidad y conectividad para cada recurso se encontró un déficit debido a que no existen adecuaciones en los recursos para personas con discapacidad, generando una falencia dentro del barrio.

La planta turística y servicios dentro de la zona se detectó una serie de hoteles, entre los cuales se destaca el Hotel Mama Cuchara, que es un hotel de 4 estrellas, que agrupa las costumbres y tradiciones en su servicio.

La mayoría de recursos están conservados debido a la historia que representan dentro del Centro Histórico de Quito, lo que permite encontrar un entorno cultural resguardado por los moradores. El barrio cuenta con los servicios básicos de higiene lo cual es importante, sin embargo, cuando se habla de seguridad se tiene falencias en la calle principal que es la calle Rocafuerte, aunque los moradores han tratado de unirse para evitar asaltos aún se puede evidenciar que no existe la suficiente seguridad.

La difusión de los atractivos está mayormente en redes sociales por grupos privados formados por los mismos moradores, con la finalidad de que las costumbres y tradiciones no se pierdan, a pesar de sus esfuerzos, no se conoce exactamente el número de turistas que recibe cada recurso, sin tener una planificación turística con normas municipales que ayuden al desarrollo turístico del barrio.

Ruta de Manifestaciones Culturales de la Loma Grande

Las rutas propuestas tienen la finalidad de resaltar las manifestaciones culturales que pertenecen al barrio la Loma Grande, además permite que la oferta turística incremente las oportunidades para el desarrollo económico, cultural y social mediante productos turísticos de calidad evitando así la desaparición de estos y salvaguardando los atractivos culturales de la zona.

Tabla 42.

Itinerario de la Ruta día 1

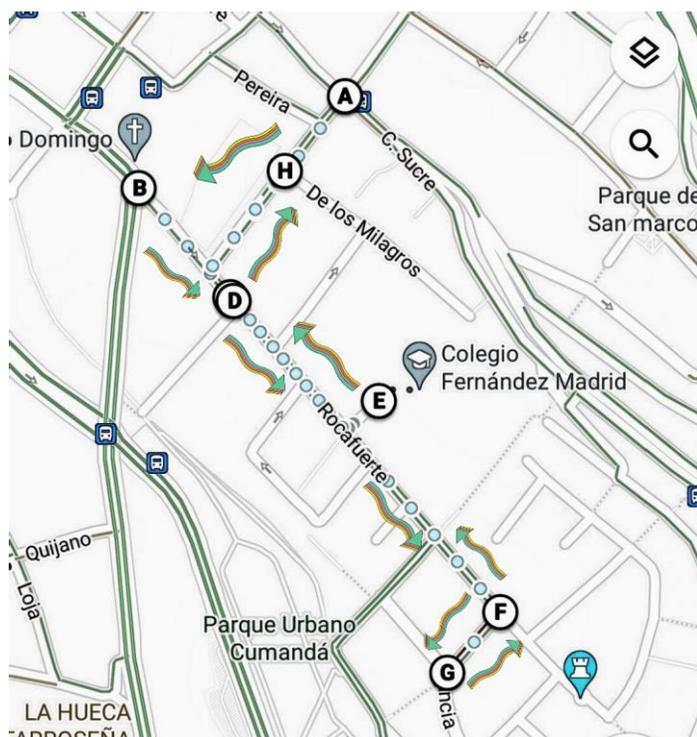
PUNTO DE PARTIDA DIA 1	HORA DE INICIO	TIEMPO	MANIFESTACIÓN CULTURAL	DESCRIPCIÓN
Antigua Maternidad	8:00:00	0:45:00	Área Histórica	Personificación Histórico Juana de Miranda Fundadora de la Antigua Maternidad de Quito
Arco de la Reina	8:45:00	0:15:00	Capilla de los Naturales	Relato de la historia de los Indígenas residentes de La Loma Grande
La Beata Café Taller	9:00:00	1:30:00	Gastronomía y Actividades Artísticas	Desayuno acompañado de show artístico
Estación de Bomberos 2 "coronel Ángel Jarrín"	10:30:00	0:45:00	Sitio Histórico	Historia de la Estación de Bomberos, Fotografía, actividades lúdicas
Colegio Fernández Madrid	11:15:00	0:45:00	Área Histórica María Angelica Idrobo	Personificación de relato Cofundadora del colegio Fernández Madrid, personaje emblemático de La Loma Grande (Bibliografía)
Calle Zaldumbide	12:00:00	0:45:00	Área Histórica	Teatralización Leyenda El último suspiro

Mirador de Zaldumbide	12:45:00	0:20:00	Infraestructura	Avistamiento de paisaje y fotografía
Calle Francia	13:05:00	0:45:00	Área Histórica	Teatralización Leyenda Virgen del Tomate
El Tamalito de la Loma Grande	13:50:00	1:10:00	Gastronomía	Comida tradicional - Almuerzo
Dindel de la Virgen del Rosario	15:00:00	0:20:00	Área Histórica	Relato de Leyenda del Dindel de la Virgen del Rosario y despedida

Mapa de la Ruta del día 1

Figura 43.

Mapa de la Ruta del día 1



Nota. Imagen del Mapa del Barrio la Loma Grande, Tomada de Google Maps, 2022.

Descripción Ruta 1

El primer día como punto de partida se comenzará en la calle Juan Pío Montufar y Sucre donde se encuentra La antigua Maternidad de Quito, en este punto se encontrará el personaje emblemático Juana de Miranda quien se preocupó por el bienestar de las mujeres de pocos recursos, esta personificación se realizará con una moradora del barrio, donde nos relata cuales fueron sus aportes; como segundo punto se llegará al arco de Santo Domingo donde se visualizará la fachada de la capilla de los naturales y se relatará la historia de los pueblos indígenas del sector; en el siguiente punto se procede a la degustación de platos tradicionales de Quito en “ La beata café taller” donde se elabora artesanías o pinturas con los turistas; continuando con el recorrido la siguiente parada es la Estación de bomberos dos Coronel Ángel Jarrín en este sitio los bomberos relatan anécdotas de su hazañas en el oficio mediante actividades interactivos; saliendo de este lugar se dirigen hacia el Colegio Fernández Madrid, donde se contará con la representación de la cofundadora María Angelica Idrovo quien luchó por la educación de mujeres y su desarrollo personal; continuando con la ruta se presenta la teatralización de la Leyenda” El último suspiro”; como siguiente parada el Mirador de Zaldumbide, que se encuentra en la calle del mismo nombre, donde se podrá divisar el paisaje urbanístico de Quito y los lugares que lo rodea, después del aislamiento de la ciudad a continuación la dirección va al mural de la Virgen del del tomate en la calle Francia, donde se teatralizará la leyenda de la misma, finalizando esta actividad se visitará gastronómica del restaurante “El tamalito de la Loma Grande” y para culminar la ruta relatando la leyenda del Dintel de la Virgen del Rosario.

Tabla 43.

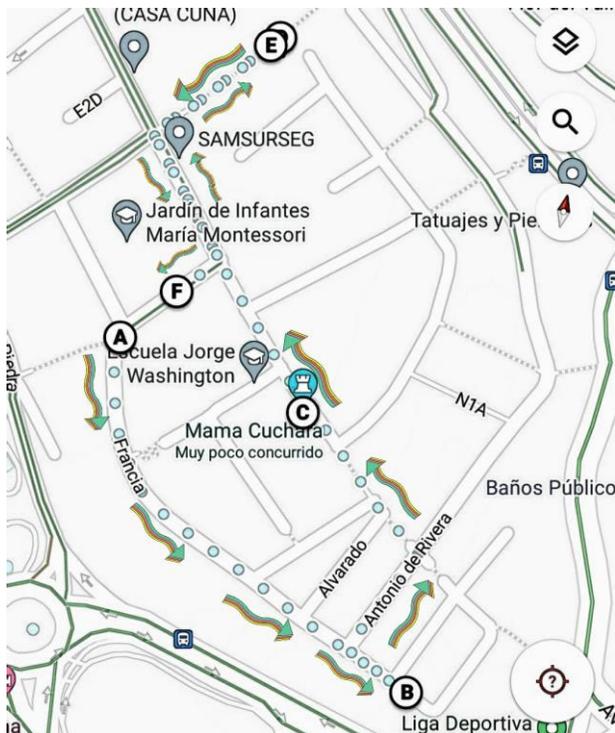
Itinerario de la Ruta día 2

PUNTO DE PARTIDA DIA 2	HORA DE INICIO	TIEMPO	MANIFESTACIÓN CULTURAL	DESCRIPCIÓN
-----------------------------------	---------------------------	---------------	-----------------------------------	--------------------

El Mirador Zaldumbide	14:00:00	0:45	Área Histórica	Teatralizada Leyenda de la Baronesa
Calle Francia	14:45:00	0:45:00	Área Histórica	Teatralizada Leyenda del Diablo de la calle de Francia
Iglesia Corpus Christi	15:30:00	0:20:00	Festividad	Relato de la celebración de la Fiesta Corpus Christi
Mama Cuchara	15:50:00	0:30:00	Festividad	Explicación de la exaltación a José Mejía Lequerica
Mama Cuchara	16:20:00	0:45:00	Área Histórica	Teatralización Leyenda del Cura José Albuja
Capilla de los Milagros	17:05:00	0:25:00	Área Histórica	Relato Leyenda del Señor De los Milagros, fotografía, información sobre la capilla.
Centro Quinatoa	17:30:00	0:30:00	Sitio Histórico	Biblioteca, mapas antiguos, libros de las mujeres emblemáticas del barrio La Loma Grande, historia del mismo.
Centro Quinatoa	18:00	0:45:00	Centro Astronómico	Observación de estrellas y constelaciones nacionales
Centro Quinatoa	18:45:00	0:30:00	Artesanías y Artes	Instrumentos arqueomusicales
Centro Quinatoa	19:15:00	0:45:00	Medicina Ancestral	Rituales de Sanación
La Esencia Café	20:00:00	1:00:00	Gastronomía	Cena y culminación de la Ruta

Figura 44.

Mapa de Ruta día 2



Nota. Imagen del Mapa de Barrio La loma Grande, Tomada de Google Maps, 2022.

Descripción Ruta día 2

En este segundo día, el punto de partida es el Mirador Zaldumbide lugar donde se realizará la teatralización de la leyenda “ La baronesa de la Loma Grande” en la cual se habla de una de las mujeres más extravagantes que habitó en el sector; como segunda parada continuamos el recorrido por la Calle Francia en la que participan los niños del barrio en la dramatización de esta leyenda; siguiendo la ruta se dirigirán a la Iglesia Corpus Christi en donde se relata el porqué de la Fiesta de Corpus Christi y cómo llegó a ser una tradición para los moradores; en el siguiente sitio se encontrarán dos manifestaciones culturales siendo una de ellas la Exaltación a José Mejía Lequerica y por otra parte la teatralización del “Cura José Albuja” ambas actividades se encuentra en el obelisco de la Mama Cuchara; el punto a visitar a continuación es la Capilla de los milagros, en la cual se relata la leyenda de la Imagen del Señor de los

milagros; seguido de la visita al centro Quinatoa, donde se realizará varias actividades como conocer la biblioteca donde se encuentran los mapas antiguos del Barrio, además reconocer los fenómenos astronómicos y como último pero no menos importante los instrumentos precolombinos arqueológicos musicales y rituales de sanación ancestral; para culminar esta ruta de dos días se dirigirán a “ La esencia Café” para cenar.

Mejoramiento de los servicios turísticos de la loma grande.

Servicios turísticos

El servicio de información turística es importante en cada zona para la correcta movilización, facilitando el acceso a los servicios requeridos por los turistas, como consecuencia los establecimientos carecen de accesibilidad para las personas discapacitadas, lo que es importante implementar dentro de los mismos: desplazamientos en cambios de nivel mediante una rampa a la entrada de cada establecimiento, facilidades de apoyo con pasamanos dentro y fuera del lugar como por ejemplo en alojamiento, restaurantes y Centros Culturales; elementos de información táctil para personas con discapacidad visual como por ejemplo letreros al ingreso de cada infraestructura; símbolos internacionales de accesibilidad en los estacionamientos y servicios higiénicos accesibles para discapacitados.

Alojamiento

El barrio La Loma Grande posee algunos establecimientos de hospedaje para el turista nacional o extranjero como: El Hotel Mama Cuchara, El Gran Hotel, departamentos Airbnb, casonas entre otros, para mejorar este servicio se podría incorporar a las infraestructuras rampas, pasamanos, medidas de seguridad para accesibilidad de personas con cualquier discapacidad dentro y fuera del lugar, incluso llegar a un acuerdo para generar alianzas con las organizaciones del barrio, esto en conjunto con las actividades culturales contribuyen a que la experiencia del turista sea única y de calidad.

Alimentos y Bebidas

En cuanto a gastronomía en el barrio se encuentra desde comida rápida hasta comida tradicional, la calle Rocafuerte se convirtió en una zona comercial que posee varios locales de comida, una buena forma de mejorar este servicio es incorporar en sus menús platos tradicionales quiteños, contar con una carta ya que carecen del mismo, incorporar con baterías sanitarias apto para personas con cualquier discapacidad, esto para satisfacer las necesidades del turista de la Loma Grande.

Es necesario que estos establecimientos participen en capacitaciones que sigan los lineamientos para poder obtener certificaciones que los categoricen como por ejemplo la certificación otorgada por Quito Turismo.

Saneamiento

El mantenimiento de las fachadas, calles, pasajes, espacios públicos es gran importancia tanto como los moradores del sector como para quienes los visitan, por ello se debe organizar el barrio con brigadas de limpieza planificando mingas cada cierto tiempo así evitando la acumulación de residuos sólidos y no sólidos, además solicitar al municipio la incorporación de basureros para recolección de basura de los moradores, de esta forma, se mantendrá una imagen urbana favorable.

Seguridad

Mediante la investigación que se realizó dentro del barrio, se pudo notar que existe un alto grado de inseguridad, es importante que mediante la cooperación de la comunidad se pueda establecer brigadas barriales de seguridad, lo que permitirá realizar recorridos por la zona resguardando la integridad de las personas.

La calle Rocafuerte, se consideraba una de las más peligrosas dentro de la zona por lo que se aconseja incorporar cámaras de vigilancia y alarmas barriales para salvaguardar la protección ciudadana.

Adicionalmente también se puede implementar dentro del barrio el botón de auxilio que se implementa en cada casa, para que en cualquier emergencia los vecinos puedan mantener aplastado el botón y logre saltar una alarma en la UPC del barrio.

Conectividad

Las herramientas tecnológicas son importantes para que el turista tenga todo el acceso disponible obteniendo una experiencia agradable lo cual implica que exista una conectividad a internet, disponible dentro del barrio, así por cualquier eventualidad pueda acceder a información de cada atractivo entre estos podría ser: Su historia, su ubicación, curiosidades del atractivo, entre otros.

Productos turísticos

Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande

Mediante la colaboración de la ciudadanía especialmente de tres damas, se iniciará con la teatralización de la vida de las mujeres emblemáticas de La Loma Grande, con un guion basado en la personificación de cada una, de igual forma se llevará en un tiempo estimado de 45 minutos por cada representación.

Esta ruta quiere resaltar a personajes importantes quienes mediante esfuerzo y dedicación lograron que el barrio contara con servicios como salud como es el caso de Juana Miranda que creó la Maternidad para mujeres de bajos recursos ubicada donde ahora es el actual Escuela Taller de Quito, en el contexto educativo María Idrobo como cofundadora del colegio Fernández Madrid, se preocupó por mejorar la educación para las mujeres ayudando a fundar dicho colegio como femenino su aporte principal fue la enseñanza de la costura, culminado esta ruta en la representante de la comunidad indígena tenemos a Mercedes Cotacachi del Centro Quinatoa quien macha ayudó a fundar dicho instituto para el fortalecimiento de investigaciones ancestrales para el beneficio de todos los que llegan mediante la medicina ancestral, utilizando diferentes instrumentos artesanales ayudan a mejorar la calidad de vida del turista.

Tabla 44.

Descripción de producto “Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande”

PRODUCTO TURÍSTICO	ACTIVIDAD
Mujeres emblemáticas de la Loma Grande	La realización de una visita guiada relatando de mujeres como Juana de Miranda, María Angeliza Idrobo, Mercedes Cotacachi siendo mujeres aportó a la historia colonial, resaltando sus capacidades y actitudes, ayudando con su legado al empoderamiento, a partir del conocimiento para las generaciones futuras.

Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas

La música y los sentimientos siempre se han relacionado a lo largo del tiempo, de tal manera permite comprender que mediante la música se puede transmitir alegría, paz, tristeza, entre otras emociones, en esta audición holofónica se planea obtener una experiencia diferente.

Este producto se realizará en la noche donde no existe el ruido de los buses, de personas pasando por las calles, siendo este un ambiente tranquilo donde se apreciara los sonidos de mejor manera, un lugar que permite que experiencia sea amena es la biblioteca del Centro Quinatoa, esta actividad será con los ojos vendados, adicionalmente utilizaran audífonos para que los sonidos puedan percibir mejor, lo que oirá será el relato de las leyendas con un sonido 8d el cual hace sentir a las personas partícipes que se encuentran dentro de la leyenda, experimentando una vivencia única.

Previamente el taller de sonidos lo que nos va a permitir que el sentido auditivo pueda entender las diferentes frecuencias musicales, tomando en cuenta que todo lo que nos rodea tiene un sonido

especial, una vez comprendiendo que cada sonido representa una forma de ser, se llevará a la práctica con las leyendas 8d.

Tabla 45.

Descripción de producto “leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas”

PRODUCTO TURÍSTICO	ACTIVIDAD
Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas	El propósito de la audición Holofónica es transportar al turista al lugar de los hechos, de tal manera que leyendas como El último suspiro, El señor de los milagros, El Cura José Albuja, entre otras leyendas del Barrio la Loma Grande, sean escuchadas de manera que el oyente se sienta inmerso en ellas. Además, se ofrece un taller donde aprenderán de los instrumentos ancestrales, con un experto en Música Arqueología del centro Quinatoa.

Nota. Elaborado por Evelyn Cueva y Solange Mendoza

Lo que no se contó de la Loma Grande

Entre leyendas se puede notar que la época colonial no fue la única historia que se debió contar, existe otro lado que nadie conoce del barrio de la Loma Grande, esa parte ancestral que en medio de las montañas quiere contar una historia. Es por esta razón que se han unido las leyendas de los criollos, españoles y de la comunidad indígena, cada uno con su versión, cada uno con su apreciación diferente.

Por una parte, el Dintel de la Virgen del Rosario y por otra parte la Capilla de los Naturales que relata la historia del pueblo indígena, dos historias en el mismo barrio, pero diferentes perspectivas.

Tabla 46.

Descripción de producto “Lo que no se contó de la Loma Grande”

PRODUCTO TURÍSTICO	ACTIVIDAD
Lo que no se cuenta de la Loma Grande	Una ruta donde se rememora la época colonial en el Barrio la loma Grande y todo lo que le concierne como creencias, tradiciones y costumbres; se contará la historia de los pueblos indígenas que se asentaron en la zona mucho antes de que la época republicana comience, dado que su paso por la historia no ha sido contado.

Exposición de Arte fotográfico del barrio la Loma Grande

En el Centro de Artes Mama Cuchara donde el arte es primordial se dará apertura a una sala para todo público, llena de fotografías en donde la Loma Grande actual y la antigua serán representadas con imágenes mostrando que con el paso de los años el Barrio ha tenido una gran transformación, no solo en el paisaje, sino también en los moradores, pero siempre sintiéndose como un barrio vivo donde los vecinos aún tienen esa picardía lomeña por medio de sus habilidades artísticas representan diferentes manifestaciones culturales de manera que prevalezcan en el tiempo.

Tabla 47.

Descripción de producto “Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande”

PRODUCTO TURÍSTICO	ACTIVIDAD
Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande	Esta exhibición es la recopilación fotográfica, realizada por los moradores aficionados a la misma,

la cual será acompañada de música en vivo y estará en el centro cultural la Mama Cuchara, el ingreso será para todo público.

3.7. PROMOCIÓN DEL BARRIO DE LA LOMA GRANDE

Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande

Figura 45.

Ruta mujeres emblemáticas de la Loma Grande



Mujeres emblemáticas de la Loma Grande se promociona una ruta con colores que representan el poder femenino que se ha ido fortaleciendo en las últimas décadas destacando así a personas inspiradoras del barrio.

La promoción se realizará por medio de redes sociales como lo es Facebook, Instagram, ya que, en la actualidad y según la encuesta realizada se encontró que los gustos y preferencias de los encuestados es el mejor medio, por el cual se pueda dar alguna información.

Este tipo de ruta se realizará todos los jueves a las 17:00 dirigidos para todo público dentro del barrio La Loma Grande.

Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas

Figura 46.

Leyendas en audición Holofónica y taller con ondas sonoras pre colombinas



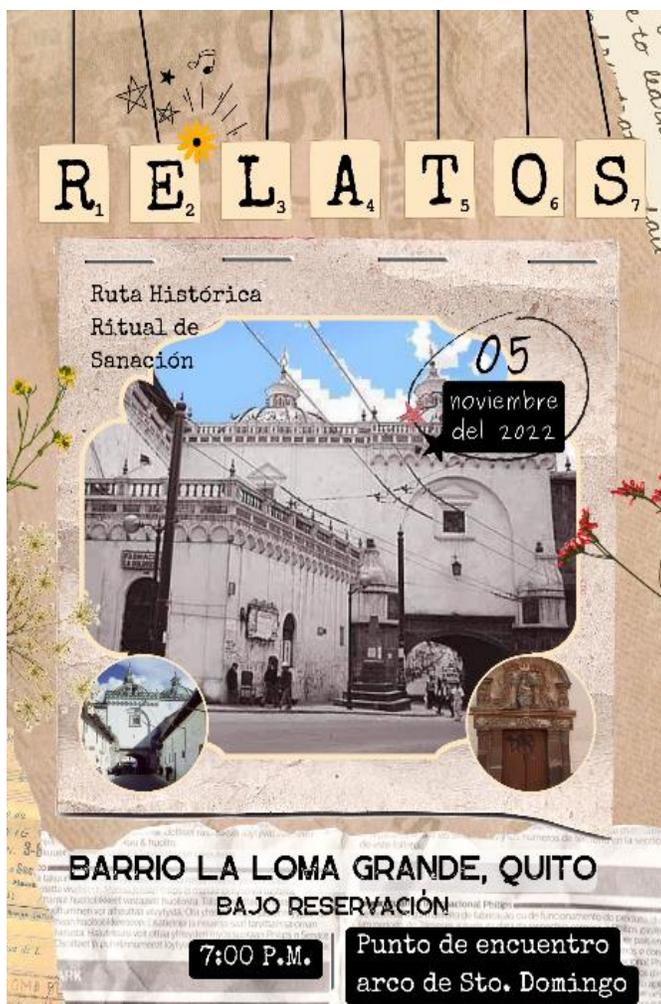
Se utilizó un tipo de fuente y tamaño diferente para atraer al espectador de manera que resalte el nombre del producto que se quiere promocionar como centro de atención del flyer.

Las leyendas son parte de la historia de un barrio, por esta razón es importante que las mismas puedan perdurar en el tiempo y ser contadas desde otra perspectiva, generan intriga y emoción, lo diferente, inusual de este producto serán promocionados por las redes sociales como Facebook e Instagram, está abierto para todo público los fines de semana a partir de las 19:00.

Lo que no se cuenta de la Loma Grande

Figura 47.

Lo que no se cuenta de la Loma Grande



El flyer tiene colores neutros para destacar las imágenes que representan La Loma Grande, resaltado el nombre del producto en la parte superior y al ser un evento no recurrente, se lleva la atención la fecha enmarcada en una figura geométrica.

Los relatos de los lomeños son historias que han pasado de generación en generación, pero, ¿Qué pasa cuando una comunidad que vive dentro del barrio tiene su propia historia?, es por esta pregunta que la ruta se creó, las historias poco conocidas de la zona serán contadas y el recorrido terminará en el Centro Cultural Quinatoa que tiene mucho más que contar.

La promoción se realizará mediante redes sociales, es apto para todo público y esta ruta se realizará bajo reserva ya que al tener un plus que es la sanación ancestral se necesitará agendar cita, esta ruta se realizará a partir de las 7 p.m.

Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande

Figura 48.

Exposición de Arte fotográfico del barrio La Loma Grande



El flyer contiene imágenes más destacadas de la zona, a color para identificar el barrio en la actualidad, siendo el fondo a blanco y negro para representar la antigua Loma Grande.

Simplemente La Loma Grande con relatos de personajes importantes, y con sus calles que representan las leyendas que una vez fueron la vivencia del día a día de los moradores más antiguos.

Ruta de manifestaciones culturales La Loma Grande

Figura 49.

Ruta de manifestaciones culturales La Loma Grande

MANIFESTACIONES CULTURALES LA LOMA GRANDE

¿Cuál es tu próximo destino?

¡RESERVA YA!

1234-5678

www.lalomagrande.com

Barrio La Loma Grande, en toda la calle Rocafuerte

REDES SOCIALES
@lalomagrande

VIBRAS
TURISMO CULTURAL

Turismo Cultural

Y mucho más

@sitioincreible

Turismo en La Loma Grande



- ✓ Arco de la reina
- ✓ La Beata Café Taller
- ✓ Estación de Bomberos 2
- ✓ Colegio Fernandez Madrid - Cofundadora Maria Angelica Idrobo
- ✓ Calle Zaldumbide - Leyenda el Ultimo Suspiro- Mirador

- ✓ Calle Francia - leyenda de la virgen del tomate - Diablo de la calle francia- Baronesa
- ✓ Iglesia Corpus Christi - Celebración Corpus Christi
- ✓ Mama Cuchara- Exaltación de José Mejía Lequerica- Leyenda del Cura José Albuja
- ★ El tamalito de La Loma Grande
- ✓ El Dintel de la Virgen del Rosario
- ✓ La Antigua Maternidad - Juana de Miranda




- ✓ Imágen del Sr. de los Milagros
- ✓ Biblioteca del Centro Cultural Quinatoa
- ✓ Centro Astronómico del Centro Cultural Quinatoa

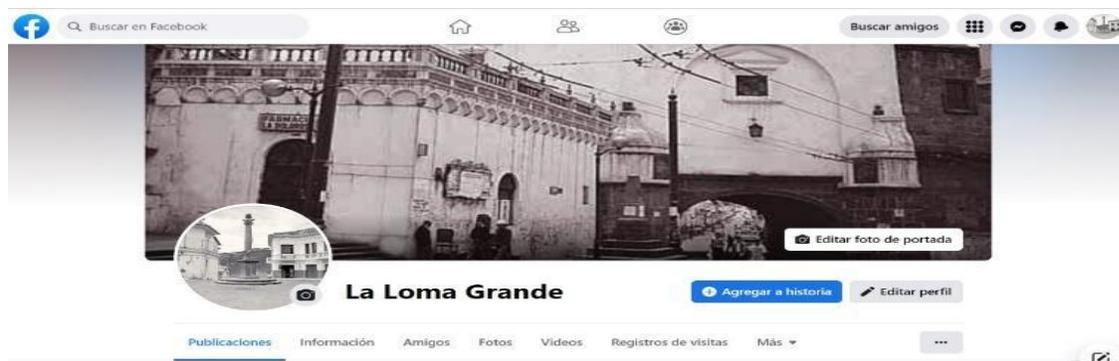


- ✓ Instrumentos Arqueomusicales
- ✓ IRituales de Sanación

Creación de Redes Sociales

Figura 50.

Facebook La Loma Grande



Una de las promociones más importantes y más fuertes para el barrio La Loma Grande es mediante las redes sociales y como fuente principal se comenzará por Facebook formando parte de un

fan page con publicaciones semanales, las cuales tendrán “¿sabías que?” para que se conozca más el barrio

Conclusiones

- Se hizo una investigación documental de teorías de acuerdo al área turística de estudio, permitiendo comprender la situación actual de la zona mediante la recolección de información.
- En el marco referencial se pudo notar que existen muchos lugares a nivel mundial que han sabido aprovechar la cultura y estos han tenido mucho éxito para atraer visitantes por tal motivo sus ejemplos han sido tomados en cuenta dentro de esta investigación.
- Se determinó el sector cultural es más atractivo como oferta turística, durante el diagnóstico se aplicó entrevistas y encuestas para recopilar información de vital importancia para poder construir la propuesta.
- En la investigación se comprendió y conoció la situación actual de la zona, mediante la recopilación de información como referencia para dar una solución a la problemática mediante los instrumentos de investigación.
- En la propuesta se describe los sitios jerarquizados los cuales tienen características significativas en el ámbito turístico, además que pueden ser considerados como productos turísticos si se hace un estudio adecuado por parte de la academia y de los pobladores del sector.
- De todos los lugares que se inventariaron todos son de jerarquía II esto permite comprender que existen deficiencias tales como la eficiencia en la planta turística, la seguridad y conectividad.
- Con todo lo que se encontró sobre los recursos culturales se plantearon dos rutas con la finalidad que los visitantes tengan variedad en la visita al barrio La Loma Grande,

además que en estas dos rutas se ha consolidado cada uno de los elementos investigados como productos turísticos

Recomendaciones

- Es valioso que para realizar este tipo de investigación se analicen libros, artículos científicos sean actuales con un tiempo de 5 años, también es importante que sigan existiendo investigaciones culturales.
- Es fundamental hacer un análisis de todos los sitios que ya han trabajado y han tenido éxito en el manejo de los bienes culturales con el fin de obtener mejores resultados pudiendo aplicar en otras investigaciones.
- Es notable que para realizar el diagnóstico se consideró los diferentes atractivos que se encuentran integrados en un barrio, comprendiendo la geografía, el aspecto social, cultural y económico, con el fin de obtener una visión más clara del lugar investigado.
- Una de las ventajas de las actividades turísticas es que la concurrencia de personas disminuye la inseguridad en ciertas zonas por lo que se recomienda realizar actividades turísticas frecuentemente.
- Es conveniente que los atractivos que han sido jerarquizados con categoría II puedan ir mejorando a partir de esta investigación y en un futuro poder tratar de hacer un nuevo inventario con la finalidad de ver si han existido mejoras en los mismos.
- Es indispensable que en las rutas que se plantean sean acogidas, y que puedan estas contribuir con el desarrollo turístico del barrio de la Loma Grande además se recomienda mejorar los servicios
- La presente investigación tiene como propósito ayudar a los moradores del barrio para el desarrollo turístico, mediante las manifestaciones culturales inventariadas por lo que se sugiere la utilización de este documento para propuestas turísticas futuras.

Referencias Bibliográficas

Acosta Vera, E. (2021). *Análisis de la demanda turística de La Parroquia La Esperanza para el diseño de un plan de actividades culturales y recreativas en el cantón Quevedo*. Obtenido de (Bachelorr's thesis, Babahoyo: UTB, 2021).

Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60 (3) 925-956.

Barbosa, M. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista Escuela de Administración de Negocios, ISSN: 0120-8160.*, (60),105-122. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20606006>

Borbor, J. &. (2017). *Gestión turística del patrimonio cultural y su influencia en el desarrollo del turismo cultural de la cabecera parroquial rural de Colonche, provincia de Santa Elena, año 2016* . Obtenido de (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. 2017.).

Boullón, R. C. (2006). *Espacio turístico*. . Obtenido de Ed. Trillas, México.

Cabeza, M. D. (2010). Criterios y conceptos sobre el patrimonio cultural en el siglo XXI. Serie de materiales de enseñanza. 1, 1-25.

Calderón-Puerta, D. L.-G.-S. (2018). *Revista de Estudios Andaluces (REA)*. Obtenido de Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas Tourist-Cultural Routes and Itineraries in the Official Tourism Portals of the Spanish Autonomous Communities.:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/83073/art5_Diego%20Manuel%20Calder%c3%b3n-Puerta%2c%20Manuel%20Luis%20Arcila-Garrido%2c%20Jos%c3%a9%20Antonio%20L%c3%b3pez-S%c3%a1nchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

de Madariaga, C. J. (2018). Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo. *International journal of scientific management and tourism*. 4(2), 349-366.

Díaz Criollo, D. (2019). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible en la ciudad de Manizales.

Gómez, D. C. (2020). Los productos culturales en los países del Convenio Andrés Bello en el escenario global. *PUBLICACIONES*, 50(4), 117-124.

Gonzales, T. P. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8(2), 71-86.

González González, A. (2014). Identidad étnica y aculturación en adolescentes inmigrantes. *ReiDoCrea: Revista Electrónica de Investigación Docencia Creativa*.

doi:<https://doi.org/10.30827/digibug.31306>

González, Z. P. (2020). *Potencial turístico cantón Atahualpa provincia de El Oro, Ecuador* *Diagnosis of local and tourist development of Atahualpa canton province of El Oro, Ecuador*. Obtenido de Contenido. *Revista Espacios*: <http://www.2.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p18.pdf>

González-Monfort, N. (2019). La educación patrimonial, una cuestión de futuro. *Reflexiones sobre el valor del patrimonio para seguir avanzando hacia una ciudadanía crítica*.

Green, E. (2013). "EXPRESIONES ARTÍSTICAS COMO ESTRATEGIA PARA..."

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/09/Green-Estela.pdf>

- Guerrero, L. K. (2017). Patrimonio Cultural y Turismo en el Ecuador: Vínculo indisoluble. *Revista de investigación científica*. (9).
- Hernández, M. G. (2007). Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. *Cuadernos de turismo*, (20), 79-102. Obtenido de Cuadernos de turismo,.
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, (10), 77-90.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2022). *Gestión de Control Técnico, Conservación y Salvaguardia del Patrimonio Cultural. Rastreador*.
<https://www.patrimoniocultural.gob.ec/gestion-de-control-tecnico-conservacion-y-salvaguardia-del-patrimonio-cultural/>
- LA UNESCO, S. L. (2010). Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural. . *Praxis*, 64, 65.
- Lalangui, J. E. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. . *Revista Universidad y sociedad*, 9(1), 148-153.
- León, O. &. (2019). Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos de la parroquia Machachi, normativa Mintur 2017. (*Bachelor's thesis, Quito: UCE*).
- Linares, H. L. (2017). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento es complejo. PASOS . *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, , 12(2), 453-466.
- López, A. E. (2002). Metodología de la investigación contable. Editorial Paraninfo.

- López, M. &. (2015). Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para la consolidación del ecoturismo en la cabecera cantonal Machachi del Cantón Mejía . (*Bachelor's thesis, Quito: UCE*).
- Madrazo, L. M. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*,, 15(1), 1-8.
- Martín-Barbero, J. (s.f.). *Patrimonio: el futuro que habita en la memoria **.
<https://convenioandresbello.org/cab/wp-content/uploads/2019/06/Patrimonio.pdf>
- Martínez-Riera, J. R.-G. (2018). La universidad como comunidad: universidades promotoras de salud. *Informe SESPAS 2018Gaceta sanitaria*,, 32, 86-91.
- Melgarejo, A. M. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *URYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*,, 11(25), 1.
- Mena, P. &. (2013). Diseño de un modelo de gestión turística sostenible para el aprovechamiento del patrimonio natural y cultural de la microcuenca del río Chimborazo . (*Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*).
- Mendoza Aguirre, V. K. (2018). La infraestructura para discapacitados motrices en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre y su relación con la promoción turística de la municipalidad, 2018.
- Ministerio de Turismo,. (2018). *Manual de Atractivos Turístico*. Recuperado el 04 de mayo del 2022 de:.
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-TRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- MINTUR . (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. . Obtenido de
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-TRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>

MINTUR. (2019). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021. Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>

Modelo de Modernización para la Gestión Organizaciones –MMGO- (Universidad). Bogotá: Universidad EAN. Retrieved from Pinassi, C. A. (2018). Conflictos en torno al patrimonio cultural de Ingeniero White (Bahía Blanca, Argentina). *Cuadernos de antropología social*, (48), 91-110.

Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. . *Revista opera*, (7), 69-84.

Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.

Ochoa, P. N. (2013). Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales “El caso del sur del estado de Jalisco, México”. . *Turismo e sociedade*, 6(2).

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural, adoptada en la 17a reunión de la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*,. Obtenido de celebrada en París, 21 de noviembre de 197. Paris: <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

Orjeda, E. L. (2018). Las convenciones UNESCO para la protección y salvaguarda del patrimonio cultural. . *Turismo y patrimonio*, (12), 77-90.

Pardo, C. H. (2011). *Panorama mundial del turismo cultural*. Obtenido de Cuadernos de Patrimonio Mundial y Turismo.: <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo1.pdf>.

Pérez Uribe, R. I. (2009). *Modelo de Modernización para la Gestión Organizaciones –MMGO- (Universidad)*. Bogotá: Universidad EAN. Obtenido de

<http://edicionesean.ean.edu.co/index.php/productos-deinvestigacion1/libros/libros-impresos/27-libros-impresos/83-modelode-modernizacion-para-la-gestion-organizacional-mmgo>

PINCAY SANCÁN, M. (2022). La gastronomía como patrimonio cultural del cantón 24 de mayo. *(Bachelor's thesis, Jipijapa. UNESUM)*.

Pizzinato, S. (2019). ¿Qué es el MERCOSUR CULTURAL? - MERCOSUR.

Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, . 9, 31-57.

Santano, F. J. C., Mayordomo, A. D., Muñoz, Y. F., Sánchez, M. S. O., & Cortez, J. E. L. . (s.f.). RECURSOS TURÍSTICOS, TERRITORIO Y SOCIEDAD EN EXTREMADURA: catalogación, nuevos usos y perspectivas.

Sarrazin, J. P. (2018). *Crítica al Elogio de la Diversidad Cultural. Signo y Pensamiento*, 37(72), 1-13. Obtenido de <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp37-72.cedc>

Toselli, C. (2003). *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*.

Toselli, C. (2006). *Algunas reflexiones sobre el turismo cultural*.

UNESCO San José [103] Honduras. Secretaría de Cultura, Artes y Deportes. . (2012). *Fácil guía 1: Cultura y nuestros derechos culturales. Unesco.org*. . Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>

Unesco. (2017). Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/workareas/culture/>

Varisco, C., & Benseny, G. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. . 63-78.

Vinuesa, M. Á. (1998). Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas. . *TEría: Revista cuatrimestral de geografía*, (47), 211-228.

Zerraga, S. (2017). *Recurso tecnológico en las manifestaciones culturales del ecuador*. In *universidad de guayaquil facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación carrera informática universidad de guayaquil facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación* . Carrera informática. : <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27569/1/BFILO-PIN-17P29.pdf>