

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **ANA LUCÍA SALVADOR LLERENA** C.I. **0503984932** autora del trabajo de graduación intitulado: **“Análisis de la valoración del mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad del Centro Histórico de Quito desde la perspectiva de la demanda”**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 07 de abril de 2017



Ana Lucía Salvador Llerena

C.I. 0503984932

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mtr. Edison Cupuerán, director de esta disertación, certifico que la srta. Ana Lucía Salvador Llerena ha realizado con mi dirección este trabajo titulado “Análisis de la valoración del mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad del Centro Histórico de Quito desde la perspectiva de la demanda”, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.

A handwritten signature in blue ink, reading "Edison Cupuerán", with a horizontal line drawn through it.

Mtr. Edison Cupuerán

Quito, abril 07 de 2017

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

**DISERTACION PREVIA A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL**

**ANÁLISIS DE LA VALORACIÓN DEL MIRADOR “EL PANECILLO”
COMO RECURSO TURÍSTICO DE CALIDAD DEL CENTRO
HISTÓRICO DE QUITO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA**

NOMBRE

SALVADOR LLERENA ANA LUCÍA

DIRECTOR: EDISON CUPUERÁN

QUITO, 2017

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mi madre el ser más bello e importante de mi vida, quien con su amor, ejemplo, perseverancia y su apoyo incondicional ha sido mi guía e inspiración para alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinita bondad al permitirme concluir con éxito este trabajo de investigación.

A mi Director de tesis Mtr. Edison Cupuerán quien con su experiencia y amplios conocimientos facilito el desarrollo de la presente disertación. De igual manera a los lectores por su apertura y colaboración para el perfeccionamiento y culminación de esta investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
ÍNDICE	III
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS	V
ÍNDICE DE ANEXOS.....	VII
1. CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Justificación	1
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. Marco Teórico.....	4
1.4.1. Marco Referencial	4
1.4.2. Marco Teórico	5
1.4.3. Marco Metodológico	7
2. CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DEL MIRADOR TÚRISTICO “EL PANECILLO”	9
2.1. Características Generales	9
2.2. Aspecto histórico – cultural de “El Panecillo”.....	10
2.2.1. “El Panecillo” en la Colonia.....	10
2.2.2. “El Panecillo” fortificación Española en la vida Republicana.....	11
2.2.3. “El Panecillo” en los albores de la Modernidad	12
2.3. Principales atractivos turísticos.....	13
2.3.1. Monumento de la Virgen de Quito	13
2.3.2. La Olla de “El Panecillo”	14
2.3.3. Museo de “El Panecillo”	14
2.3.4. El Pesebre Andino	16
2.3.5. Mirador “El Panecillo”	16
2.4. Panorama actual del recurso turístico “El Panecillo”	17
2.5. Descripción de los servicios y la atención al cliente.....	18
2.6. Descripción de la infraestructura y servicios complementarios.....	19

2.6.1.	Museo	19
2.6.2.	Mercadillo Shungoloma	20
2.6.3.	Gastronomía	20
2.6.4.	Parqueadero	20
2.6.5.	Transporte.....	20
2.6.6.	Baterías Sanitarias	21
2.6.7.	Seguridad.....	21
2.6.8.	Iluminación.....	21
2.6.9.	Espacios verdes y senderos	21
2.6.10.	Recorridos a caballos.....	22
2.6.11.	Presentaciones Artísticas	22
2.7.	Análisis FODA del recurso turístico “El Panecillo”	22
3.	CAPÍTULO III: VALORACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO “EL PANECILLO”	28
3.1.	Metodología de Valoración.....	28
3.1.1.	Definir la muestra	28
3.1.2.	Diseño de herramientas de valoración de criterios	29
3.2.	Análisis de resultados	30
3.2.1.	Tabla de valoración	30
3.2.2.	Encuestas	31
3.2.3.	Entrevistas	56
3.1.	Definición del Mercado Actual.....	59
3.1.1.	Caracterización de la oferta	59
3.1.2.	Caracterización de la demanda	59
3.1.3.	Motivación de los turistas.....	60
3.1.4.	Expectativas de visita al mirador “El Panecillo”	60
3.2.	Flujo turístico.....	61
3.3.	Posición del recurso turístico “El Panecillo” respecto a la demanda.....	61
4.	CAPITULO IV: ESTRATEGIAS DE MEJORAS EN EL RECURSO TURÍSTICO	63
4.1.	Brechas en la calidad del recurso turístico “El Panecillo”	63
4.1.1.	Percepción de la demanda respecto al recurso turístico “El Panecillo”.....	63
4.1.2.	Servicio y atención al cliente.....	63
4.1.3.	Infraestructura y servicios complementarios	64
4.2.	Estrategias de mejora continua	64
4.2.1.	Estrategias para mejorar la percepción de la demanda actual.....	64
4.2.2.	Estrategias para servicios y atención al cliente.....	67

4.2.3.	Estrategias para infraestructura y servicios complementarios	68
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
5.1.	Conclusiones	71
5.2.	Recomendaciones	73
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	75
7.	ANEXOS.....	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Ubicación del recurso turístico “El Panecillo”	9
Ilustración 2:	Monumento de la Virgen de “El Panecillo”	13
Ilustración 3:	Olla de “El Panecillo”	14
Ilustración 4:	Primera exposición - museo de “El Panecillo”	15
Ilustración 5:	Segunda exposición - museo de “El Panecillo”	15
Ilustración 6:	Pesebre Andino en la cima de “El Panecillo”	16
Ilustración 7:	Mirador “El Panecillo”	17

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Matriz de relacionamiento de áreas ofensivas	24
Tabla 2:	Matriz de relacionamiento de áreas defensivas.....	26
Tabla 3:	Estrategias enfocadas en la percepción de la demanda respecto al recurso turístico “El Panecillo”	65
Tabla 4:	Estrategias enfocadas en los servicios y atención al cliente	67
Tabla 5:	Estrategias enfocadas en la infraestructura y servicios complementarios	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Nacionalidad de los visitantes.....	31
Gráfico 2:	Origen de los visitantes	32
Gráfico 3:	Rango de edades de los visitantes	33

Gráfico 4: Nivel de instrucción académica de los visitantes.....	33
Gráfico 5: Con quién visita	34
Gráfico 6: Frecuencia de visita.....	35
Gráfico 7: Días de visita.....	35
Gráfico 8: Hora de visita	36
Gráfico 9: Transporte utilizado por los visitantes	37
Gráfico 10: Atractivos turísticos de preferencia de los visitantes.....	38
Gráfico 11: Medición de la satisfacción en el museo de “El Panecillo”	39
Gráfico 12: Medición de la satisfacción en el servicio de Artesanías.....	39
Gráfico 13: Medición de la satisfacción en el restaurante Pim’s	40
Gráfico 14: Medición de la satisfacción en el mercadillo Shungoloma.....	40
Gráfico 15: Medición de la satisfacción en el servicio de Parquaderos	41
Gráfico 16: Medición de la satisfacción en el servicio de Baterías sanitarias	41
Gráfico 17: Medición de la satisfacción en el servicio de Transporte	42
Gráfico 18: Medición de la satisfacción en el servicio de Seguridad	42
Gráfico 19: Cumplimiento de expectativas de los visitantes	43
Gráfico 20: Se debería implementar actividades, infraestructura y servicios en “El Panecillo” ...	44
Gráfico 21: Servicios y facilidades turísticas por implementar en “El Panecillo”	44
Gráfico 22: Imagen actual del mirador “El Panecillo”	45
Gráfico 23: Unicidad del atractivo turístico “El Panecillo”	46
Gráfico 24: Reconocimiento del atractivo turístico “El Panecillo”	47
Gráfico 25: Categoría del mirador “El Panecillo”	48
Gráfico 26: Categoría del monumento de la Virgen de Quito	48
Gráfico 27: Categoría del museo de “El Panecillo”	49

Gráfico 28: Categoría de la Olla de “El Panecillo”	49
Gráfico 29: Categoría del Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”	50
Gráfico 30: Categoría del Pesebre Andino.....	50
Gráfico 31: Categoría del mercadillo Shungoloma.....	51
Gráfico 32: Categoría del restaurante Pim’s	51
Gráfico 33: Valoración del mirador “El Panecillo”	52
Gráfico 34: Valoración del monumento de la Virgen de Quito	52
Gráfico 35: Valoración del museo de “El Panecillo”	53
Gráfico 36: Valoración de la Olla de “El Panecillo”	53
Gráfico 37: Valoración del Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”	54
Gráfico 38: Valoración del Pesebre Andina.....	54
Gráfico 39: Valoración del mercadillo Shungoloma.....	55
Gráfico 40: Valoración del restaurante Pim’s	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Tabla de Valoración	80
Anexo 2: Modelo de Encuesta	82
Anexo 3: Entrevista - Oferta Turística	87
Anexo 4: Entrevista - Actores Gubernamentales	88
Anexo 5: Miradores de Quito.....	89
Anexo 6: Panorama actual de la loma de “El Panecillo”	89
Anexo 7: Servicios turísticos en el mirador “El Panecillo”	90
Anexo 8: Brechas en la calidad de los servicios turísticos.....	90
Anexo 9: Fachada de los servicios higiénicos.....	91
Anexo 10: Servicios informales	91

Anexo 11: Recorridos a caballo	92
Anexo 12: Zonas de estacionamientos	92
Anexo 13: Notoriedad del recurso turístico “El Panecillo”	93
Anexo 14: Promoción turística.....	93

1. CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

La ciudad de Quito es considerada como un Destino Líder de Sudamérica, el reconocimiento más importante a nivel internacional en los World Travel Awards 2013-2015, además obtuvo la nominación como: “Quito Capital Iberoamericana de la Cultura”, “Quito Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad” y “Mejor Ciudad Destino del Mundo” (Agencia Pública de Noticias de Quito, 2015). Estos premios se deben a que es poseedora de una importante historia precolombina y un legado colonial hispánico, lo cual se ve manifestado en su legado arquitectónico, cultural y humano. La ciudad se encuentra localizada en la Mitad del Mundo y custodia el Centro Histórico más grande y menos alterado de toda América (Presidencia de la República del Ecuador, 2013). El Distrito Metropolitano de Quito, posee un total de 101 atractivos culturales ofertados de manera oficial, constituidos a partir de espacios públicos y patrimoniales como iglesias, conventos, monasterios, plazas, monumentos, museos, teatros, centros culturales y otros sitios de interés, de los cuales el 50% se ubican en la Zona Especial Turística Centro Histórico y el 1% en la zona de La Mariscal (Alcaldía del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2014). La calidad y cantidad de atractivos turísticos, hacen del Centro Histórico de Quito (CHQ) la zona turística más importante de la ciudad, y por lo tanto la más visitada tanto por turismo interno como foráneo.

El CHQ constituye uno de los ejes centrales de atracción turística para Quito, debido a que es un espacio simbólico conformado por atributos de valor arquitectónico, patrimonial, cultural que genera identidades múltiples, colectivas y simultáneas. La carga simbólica de este lugar proviene de la doble condición que tiene como centralidad y como acumulación histórica. Además, es el lugar de encuentro de distintas sociedades provenientes de diferentes tiempos y momentos históricos; esta condición le asigna al Centro Histórico la cualidad simbiótica particular del encuentro de la pluralidad de espacios, tiempos y de sujetos patrimoniales (Borja, 2003; Carrión, 2005). Sin embargo, la actividad turística puede afectar a los recursos turísticos y patrimoniales si no se cuenta con una adecuada planificación y el respectivo control.

La actividad turística impacta en diversos campos tales como la cultura, la economía y el ambiente, por lo que su desarrollo, sin una adecuada planificación, puede generar graves

problemas. Por ello, el turismo debe basarse en modelos sostenibles de producción y consumo para satisfacer las expectativas económicas y al mismo tiempo considerar las ambientales y respetar la estructura socioeconómica y física de cada destino, contribuyendo así a la conservación y protección de los recursos culturales y naturales (Centro de Documentación e Información del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas Argentina, 2008). Es importante, insertar y rescatar que los miradores situados en los alrededores de Quito se han convertido en un área natural de recreación que atrae la atención de turistas nacionales e internacionales, que buscan distracción en un marco de su tiempo libre y por lo tanto constituyen un recurso turístico a ser usado de forma sostenible y planificada.

“El Panecillo” es uno de los símbolos históricos y culturales más importantes de la ciudad de Quito, ya que posee valor como referente en el paisaje urbano, por su carácter escénico, como mirador natural de la ciudad, área de protección ecológica y sitio estratégico para el turismo (Comité de Gestión El Panecillo, 2006). Por su ubicación geográfica ha tenido una funcionalidad diversa durante la historia de la ciudad; tanto en el aspecto astronómico, para mediciones del tiempo; en la religión, con el templo al sol; en el ámbito militar, como fortaleza o pucará; y actualmente, en la actividad turística, como un observatorio histórico y social del CHQ, que por su arquitectura, fue declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad en noviembre de 1978 (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

De acuerdo a la clasificación de atractivos realizada por Quito Turismo, “El Panecillo” y la Virgen de Legarda se consideran como atractivos satélites, es decir sitios de visita o miradores, cercanos y con accesibilidad al CHQ. Adicionalmente, tienen una visitación autónoma por las opciones de conectividad con la zona norte y sur de la ciudad como emisores de segmentos diferenciados de demanda. Es destacable señalar que “El Panecillo” presenta posibilidades de diversificar su oferta turística, tanto por el conjunto de atractivos que posee, como por la demanda cautiva de los potenciales usuarios urbanos y de visitantes del área metropolitana, lo que contribuiría a incrementar el uso turístico de esta zona (Alcaldía del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2014).

Sin embargo, se ve la necesidad de valorizar la oferta turística actual en función de la demanda y sus expectativas, para que en el futuro se puedan desarrollar propuestas de actividades y proyectos que satisfagan los requerimientos del sector y sus visitantes. Razón por la cual, se

plantea dicho análisis para evaluar las expectativas de la demanda y así determinar la valoración del mirador “El Panecillo” como recurso turístico del Centro Histórico de Quito. Esta valoración servirá para la dinamización, fortalecimiento y mejora integral del recurso turístico, “El Panecillo”, a través de acciones a futuro.

1.2. Planteamiento del Problema

El mirador “El Panecillo”, ubicado en el Centro Histórico de Quito, cuya área es motivo de la presente investigación, posee un gran potencial turístico que no ha sido debidamente valorado, en beneficio de sus moradores y también de la ciudad. Actualmente, en esta zona se cuenta con una limitada participación, gestión y coordinación de acciones, en lo referente a los servicios, por parte de los diferentes actores involucrados en el turismo, lo cual limita su desarrollo como recurso turístico, afectando la experiencia, actividades y apreciación de la visita que suelen realizar los turistas (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

Las limitadas acciones emprendidas para incrementar la calidad de los servicios turísticos se han efectuado de forma aislada y generalmente por iniciativa de emprendedores privados, en este caso por moradores del barrio. Adicionalmente, las instituciones ligadas al sector turístico no han implementado políticas de cultura de excelencia en sus respectivas organizaciones, tampoco se ha priorizado la articulación de iniciativas para crear una cultura de excelencia turística en la ciudadanía (Ministerio de Turismo, 2014). La falta de calidad en la actividad turística podría ser la causa de las falencias en la estandarización de la oferta turística, la infraestructura, seguridad e inclusive los procesos de formación y capacitación del personal que labora en el sector. Por ello se deben identificar los factores que afectan a la demanda de esta zona, ya que pueden ocasionar una débil cohesión y competitividad de todo el sistema en cuanto a las estrategias, niveles y decisiones sobre calidad en el sector turístico (Ministerio de Turismo, 2014). Razón por la cual hace falta determinar cuáles son las brechas de calidad en el servicio, atención al cliente e infraestructura turística y encontrar sus causas para poder cambiar esta situación, debido a que estos aspectos afectan en la decisión de los turistas al momento de elegir los sitios de visita en la ciudad.

¿Cómo evaluar al mirador “El Panecillo” como un recurso turístico en función de las necesidades y expectativas de la demanda actual?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar el mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad del Centro Histórico de Quito para su valoración desde la perspectiva de la demanda.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la situación actual del mirador “El Panecillo” para establecer las condiciones presentes del recurso turístico.
- Valorar las cualidades y servicios específicos que posee el recurso para determinar su influencia en el flujo turístico y la posición de este con respecto a la demanda.
- Definir las brechas en relación a la calidad de los atributos existentes de acuerdo a la valorización realizada para hacer una propuesta de mejoras.

1.4. Marco Teórico

1.4.1. Marco Referencial

Según Leno (1991) las técnicas y métodos de valoración comenzaron a aplicarse hacia finales de la década de los sesenta, con una orientación al sector turístico en Europa y los recursos recreativos en general en Norteamérica, tomando como modelo de referencia básico las técnicas de evaluación paisajística, desarrolladas por arquitectos paisajistas y geógrafos. A finales de la década de los ochenta, el estudio de los recursos turísticos adquiere mayor relevancia, debido a la incorporación de diversos investigadores, entre otros Leno, Gunn, Boullon, OEA, López y Cuervo, que aportaron diversas experiencias útiles en la valoración de estos recursos para su puesta en valor o rediseño, aplicándose un proceso de evaluación analítica e integrada que permite establecer de manera objetiva su grado de atracción y sustentabilidad (Camara y Morcate, 2014).

En el caso del Distrito Metropolitano de Quito, la metodología de valoración de recursos turísticos aplicada es aquella que se desarrolla en el “Plan Q 2012 - Plan estratégico de turismo de Quito Fases 0, I y II” elaborado por Joseph Chias y en la “Guía para la estructuración de productos turísticos” elaborado por Ana García Pando para la Corporación Metropolitana de Turismo de Quito, 2006. De acuerdo a la metodología empleada, cada criterio recibe una valoración de acuerdo con su importancia, los criterios utilizados son: la Unicidad, el Valor

Intrínseco, la Notoriedad, Concentración de Oferta y Carácter Quiteño del recurso. Para el presente estudio se utilizó las temáticas, metodologías y criterios propuestos en estos documentos con el propósito que la valoración del recurso turístico - mirador “El Panecillo” sea compatible con la del resto de recursos del Distrito Metropolitano (Chias, 2002; García, 2006).

Las investigaciones realizadas por Diego López Olivares (2001) y Duis Urte (2007) sobre la importancia de la valoración de los recursos turísticos como instrumento para la planificación y puesta en valor para el uso turístico, se han tenido como referencia para plantear esta investigación. Es importante mencionar que en estas investigaciones los recursos turísticos son considerados como materia prima de la actividad turística y como elemento perteneciente al sistema turístico, que han sido evaluados por medio de la jerarquización y posterior ponderación del valor jerárquico, en base a los índices de preferencia de la demanda que visita el recurso. Estas valoraciones además aportan a la apropiación y aprovechamiento de las potencialidades de los recursos, según el poder de atracción que estos ejerzan sobre la demanda (López, 2001; Urte, 2007).

1.4.2. Marco Teórico

Las percepciones siempre son subjetivas, son las opiniones que el cliente asume del servicio o producto: previa, durante y después de la transacción (Molino, Moreno y Moreno, 2010). Es por esto que las expectativas son consideradas como las predicciones hechas por los consumidores sobre lo que es probable que ocurra en un futuro servicio (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). Se puede decir que siempre un cliente espera de antemano algo de ese producto o servicio, es decir, se ha creado una expectativa. Es importante resaltar que el cliente espera algo, tanto si no ha tenido ninguna relación previa con el producto o servicio, como si ya ha recibido un servicio o producto similar antes (Setó, 2004). Estas expectativas pueden generarse en el cliente por diferentes medios, como: comunicaciones de la propia empresa, comunicaciones de otros clientes (boca-oído), resultados de servicios anteriores, que determinarán el valor que el cliente otorgará a ese servicio, en función del cumplimiento de esas expectativas enmarcadas cada vez más hacia ofertas más diferenciadas y de mayor calidad (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1993).

La calidad es una cualidad que sirve para diferenciar y cautivar a los clientes, además es un factor clave para el éxito, que incide en las decisiones de los consumidores al momento elegir un

destino turístico (Peralta, 2006). La calidad percibida hace referencia al juicio que realiza el consumidor sobre las prestaciones de un producto o servicio; el cliente percibe un servicio como de calidad si considera tanto que es el adecuado, como el deseado (Sierra et al., 2003; Molino, Moreno y Moreno, 2010). En los planteamientos de Juram se encuentra que la trilogía para garantizar la calidad en el desarrollo de cualquier actividad implica, la planificación, control y la mejora continua de los productos y servicios ofertados, con el propósito de potencializar y resaltar el valor del recurso (Fontalvo y Vergara, 2010).

En la actualidad, el desarrollo del turismo está exigiendo de los gestores implicados, la adopción de nuevos planteamientos metodológicos para la puesta en valor de los recursos potenciales que no están en operación, así como la consolidación o el rediseño de los recursos reales que están en operación y de aquellos que constituyen el soporte y servicios, que facilitan el aprovechamiento de estos recursos, todo ello en el marco de las nuevas tendencias de la demanda actual o futura (Camara y Morcate, 2014). El valor de un recurso turístico hace referencia también a todo un conjunto de beneficios que un turista percibe cuando va a un destino turístico, lo cual normalmente tiene una gran carga de componentes psicológicos y emocionales, que se presentan durante la experiencia de visita (Fermenía, 2010).

La permanencia de los turistas en miradores paisajísticos se condiciona, no sólo por la confortabilidad ambiental, sino por el propósito o motivación del visitante. Por lo tanto, los miradores son puntos claves para conseguir la mejor vista de un determinado paisaje y a su vez, pueden brindar facilidades para que los visitantes tengan información sobre los objetivos que se han tenido para establecer estos puntos específicos; es primordial considerar, las medidas que se deben tener en cuenta para asegurar su conservación, u otros aspectos relacionados con el disfrute del paisaje. Los estándares para miradores están condicionados por variables tales como su configuración, el ángulo de visibilidad, el alcance visual, los planos observados, el tipo de paisaje, la altura del mirador, el colorido del paisaje, la magnificencia del panorama, la contaminación visual, la accesibilidad al mismo y la confortabilidad ambiental (Fundación Naturaleza para el Futuro, 2010). Los atractivos y recursos turísticos constituyen la base fundamental del turismo, siendo imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de un destino y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad (Leno, 1991).

Según la Organización Mundial de Turismo citado por Navarro (2015) en el Modelo FAS (factores/atractores/sistemas de apoyo), se entiende por factor o recurso turístico a aquellos elementos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés para visitar una determinada zona o región (Navarro, 2015 pág. 337). Es decir, sería todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos. Por otra parte define a los atractores o atractivos turísticos como aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano del hombre que combinados con los recursos turísticos son capaces de generar desplazamiento a un determinado destino turístico. De acuerdo con la metodología de valoración de recursos empleada en el “Plan Q” cada criterio recibe un valor de acuerdo con su importancia. Los criterios de mayor peso son: la Unicidad, el Valor Intrínseco y la Notoriedad del recurso, ya que son los atributos que generan mayor interés en los turistas por conocer este sitio turístico (Chias, 2002; García, 2006). A continuación se presentan los valores de ponderación de los criterios y su porcentaje de valoración asignado en la metodología de Ana García Pando.

- Unicidad: 30%
- Valor Intrínseco: 25%
- Notoriedad: 25%
- Concentración de Oferta: 10%
- Carácter Quiteño: 10%

Los criterios adoptados para la valoración del recurso turístico refieren, al valor o importancia de las características intrínsecas que debe poseer el recurso, entendido como aquellos aspectos, aptitudes e idoneidad de los atributos; los mismos que despiertan el interés de la demanda. La finalidad e importancia de la valoración del recurso turístico para el presente estudio es establecer el valor actual o potencial turístico de “El Panecillo”, su posible funcionalidad y sus relaciones dentro del sistema de la oferta turística, además de identificar cuáles son las preferencias y tendencias actuales, que influyen en la decisión de los turistas o visitantes.

1.4.3. Marco Metodológico

El desarrollo del presente análisis se enfoca en una investigación de tipo analítico - descriptivo con la finalidad de establecer un diagnóstico sobre la situación actual del mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad desde la perspectiva de la demanda además de identificar los

posibles aspectos a mejorar. En primer lugar se consultó fuentes bibliográficas como: libros, documentos académicos en internet, tesis, revistas especializadas, buscando datos generales e históricos, relevantes para el desarrollo de este estudio.

Consecuentemente, se realizó un estudio de campo in situ, con la finalidad de observar y describir las características visuales del recurso, atributos, infraestructura, actividades y servicios actualmente ofertados en el recurso turístico (Pineda, De Alvarado y De Canales, 1994). Con los resultados obtenidos del estudio de campo se elaboró un FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee el recurso turístico “El Panecillo”, y mediante este análisis identificar los aspectos a mejorar y cuáles deben mantener.

Adicionalmente, se realizó entrevistas a los principales actores claves involucrados en la actividad turística dentro del recurso turístico “El Panecillo” como son: Quito Turismo, Administración Zonal Centro Manuela Sáenz, Fundación Yavirac, Moradores de sector “El Panecillo”, para establecer una línea base en relación a la calidad de los atributos que posee el recurso y cuáles son las acciones que estas entidades están emprendiendo a favor del desarrollo de la actividad turística del recurso.

Según la metodología y parámetros de valoración de recursos turísticos propuesta por Ana García Pando (2006), se pretende conocer cuáles son los atributos de mayor relevancia, en función de las preferencias de la demanda y así por medio de su cuantificación, cualificación (valor jerárquico) determinar el potencial turístico del mirador “El Panecillo”, a través de la tabla de valoración que consta de cuatro apartados fundamentales: identificación del recurso, características del recurso; criterios de valoración y observaciones o sugerencias. Además, se aplicó encuestas a una muestra representativa de turistas que visitaron el “El Panecillo” para identificar sus expectativas, percepciones, intereses y opiniones en relación al recurso turístico, mediante la aplicación de un cuestionario (Niño, 2011).

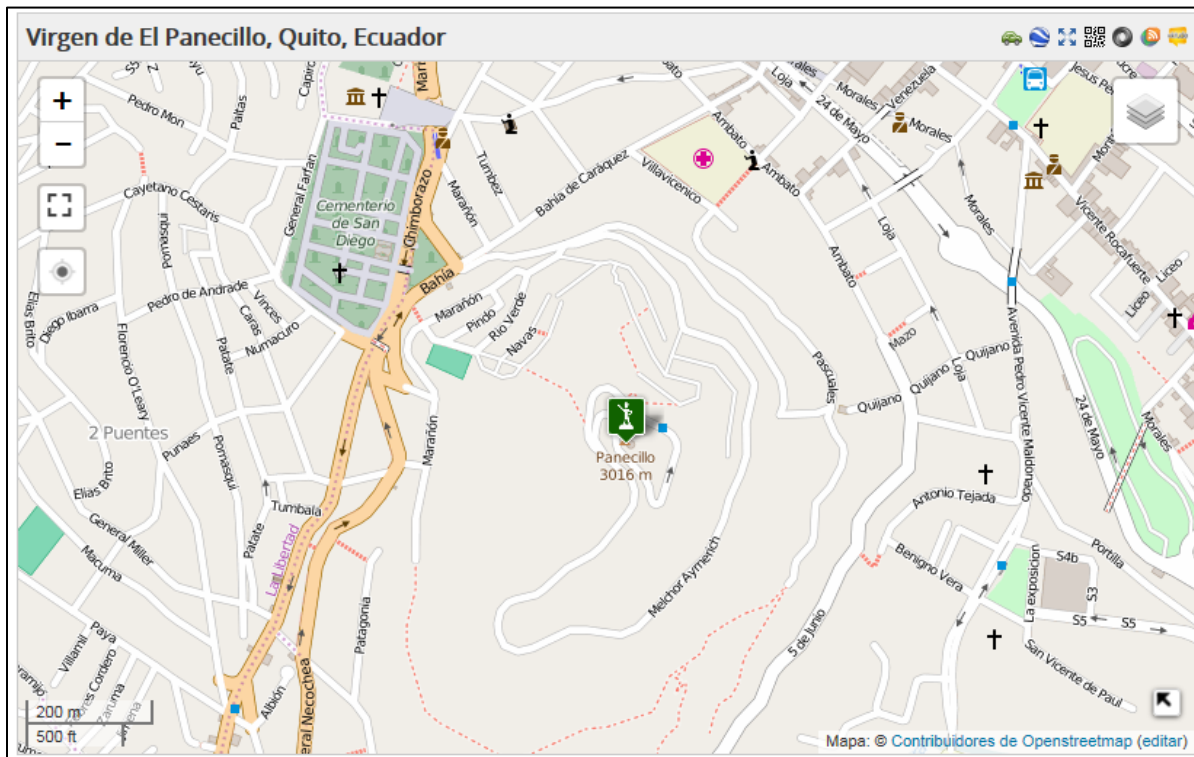
Los resultados obtenidos mediante el análisis e interpretación de los datos extraídos de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación, sirvieron como base para proponer un conjunto de estrategias de mejora, que podrán ser aplicadas y ejecutadas por los diferentes actores claves involucrados en desarrollo de la actividad turística en el mirador “El Panecillo”, con la finalidad de potencializar este recurso turístico.

2. CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DEL MIRADOR TÚRISTICO “EL PANECILLO”

2.1. Características Generales

“El Panecillo” es un punto referencial dentro de la ciudad por su importancia histórica - cultural, geográfica e incluso militar además, por ser un barrio del Centro Histórico de Quito. La loma de “El Panecillo” llamada así por los españoles en la Conquista, debido a que su topografía es similar a un pequeño pan, es también conocida como Shungoloma palabra quichua que significa “Loma del corazón”; se encuentra ubicada en la Provincia de Pichincha, en el Cantón Quito al costado sur del Centro Histórico; la colina alcanza una altitud de 3.016 metros sobre el nivel del mar y constituye un hito geográfico sobresaliente respecto al entorno territorial y de la estructura de la ciudad. Los límites del subsector de acuerdo a la percepción de los integrantes del Comité de Gestión son: Bahía Villavicencio Ponce, García Moreno, Rafael Pascuales, Av. 5 de Junio, Miller, Necochea y Bahía Aymerich (Comité de Gestión “El Panecillo”, 2006).

Ilustración 1: Ubicación del recurso turístico “El Panecillo”



Fuente: Viajes Erráticos, 2014

2.2. Aspecto histórico – cultural de “El Panecillo”

Quito por su posición equinoccial, fue considerada una ciudad sagrada para los incas, donde se levantaron varios templos, adoratorios o centros ceremoniales y observatorios que adquirieron una importancia significativa en el contexto de la ciudad. En el Reino de Quito, como en la época de la conquista inca “El Panecillo” fue utilizado como un Observatorio Astronómico, para determinar el calendario del año, es así que adquirió el carácter cósmico y sagrado desde tiempos antiguos. También, en la cima de “El Panecillo” se realizaban ceremonias donde los jóvenes se convertían en guerreros, rituales en los solsticios, fecha donde se encendía el fuego y se colocaba una soga o maroma de oro desde su cúspide hasta el templo de la Luna ubicado en la loma de San Juan o Huanacauri. Además, por la posición geográfica (estratégica) de “El Panecillo” en la ciudad y su amplia visión desde la cima, adquirió la función de fortaleza de defensa de Quito (Espinosa, 2002-2003).

Según el Padre Juan de Velasco (1978) afirma que en la cúspide de “El Panecillo” existía desde mucho antes de la llegada de los incas el “Templo del Sol”, que estaba conformado por: una gran puerta escoltada por dos columnas altas para observar los dos solsticios anuales; en el contorno de la plaza se encontraban doce postes de piedra de tamaño pequeño que señalaba con la sombra el principio del mes que correspondía; y el mismo fue construido por los Caras-Scyri. Posteriormente, con Huayna Cápac este templo se reedificó y conservó las columnas intactas hasta la llegada de los españoles, quienes destruyeron el Templo de “El Panecillo” y otros adoratorios incas en busca de tesoros; y en su lugar colocaban sobre estos una cruz como símbolo y reafirmación de su poder religioso; además, aprovechaban las piedras para la construcción de sus propias edificaciones (Jurado, 2008).

2.2.1. “El Panecillo” en la Colonia

Durante la Colonia, “El Panecillo” continuó siendo un lugar estratégico desde el punto de vista geográfico, militar y productivo, ya que en este lugar se levantaron varias haciendas que se encargaron de generar alimentos para abastecer a la ciudad entera. Además, en esta época la función de esta colina como mirador cada vez fue cobrando más importancia en el contexto de la ciudad, ya sea con fines militares o simplemente para contemplar desde la cima a las otras colinas y montañas que rodean a la ciudad (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

En la época de la conquista europea, a la colina o Yavirac como le llamaban los incas, los españoles le dieron otros nombres, primero la llamaron en su lengua propia “ El Cerro Gordo”, nombre que duró poco tiempo, luego la llamaron “Panecillo” por asemejarse a los “panes de azúcar”, nombre que se ha mantenido hasta la actualidad.

2.2.2. “El Panecillo” fortificación Española en la vida Republicana

Uno de los acontecimientos más importante que se desarrolló en esta época fue La Batalla de “El Panecillo”, que tuvo lugar el 7 de noviembre de 1812. Cuando los quiteños se levantaron con gritos de libertad una vez más en contra de la opresión Ibérica. Sin embargo, el desenlace de ésta batalla fue a favor de las huestes españolas que lograron vencer a los insurrectos (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008). Después de la llamada “Campaña de Pacificación” de 1812, el General Toribio Montes y las demás autoridades con el fin de controlar cualquier nuevo intento de rebeliones locales, emprendieron entre 1815 y 1816 la construcción de obras que fueron llamadas “Fortificaciones reales de Quito”, estas obras estuvieron a cargo del Ingeniero Pedro de Cebrian, Teniente de Ingenieros del Régimen Real de Lima. Entre las obras más importantes estaba la construcción del Fortín artillado y un cuartel en la cima de “El Panecillo”, en la base y anexos un almacén de Pólvora o el Polvorín, municiones y más armamentos, la construcción de una garita militar junto al río Machangara, otro depósito de pólvora en el Ejido de Ñaquito, la reparación del Cuartel de Corte y la reparación del Palacio de la Presidencia. De esta forma, “El Panecillo” entra en un desarrollo urbano y comienza a sufrir transformaciones (García, 1972). Para ascender a la cima se construyó un camino en espiral que permitía subir los cañones y en la actualidad la vía de acceso vehicular sigue este mismo trazado que inicia en el lado oeste de la base hacia la antigua Recoleta de San Diego (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

En 1891, “El Panecillo” volvió a tomar protagonismo en la vida urbana de la ciudad cuando el Presidente Antonio Jijón usó al Yavirac para fines cronológicos, para lo cual construyó La Casa del Cañón de “El Panecillo” desde donde se anunciaba todos los días con un cañonazo la hora del medio día. Se escuchaba en la ciudad el cañonazo, hasta el apareamiento de un reloj eléctrico (provisto de una sirena automática) en 1925, mismo que fue colocado en la Universidad Central (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

2.2.3. “El Panecillo” en los albores de la Modernidad

El 6 de agosto de 1892, por decreto legislativo se dispuso construir una estatua en honor a la Santísima Virgen María para adornar la cima de “El Panecillo”. Tiempo después, el 22 de noviembre de 1974, por escritura pública el Municipio de Quito donó 10.000 m² a la Curia Metropolitana con el compromiso de construir el monumento en un plazo de 30 años. Según la Misión Oblata citado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2008 pág. 59) el 26 de noviembre de 1955, se dio inicio a la construcción, con una base circular de hormigón y piedra traída de las canteras de El Cinto para forrar el gran pedestal pétreo de 11 metros; bajo la dirección del Arquitecto Virgilio Flores, mientras que la última etapa se encargó a la Orden de los Padres Oblatos cuyo superior, Padre Rigoberto Correa, afrontó la construcción e instalación del monumento. Es entonces que el 13 de junio de 1975, se comenzó el montaje de la estatua diseñada en Madrid por el escultor español Agustín de la Herrán Motorras. Finalmente, la escultura fue terminada en 1977, siendo motivo de gran festejo (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

Entre finales del siglo XIX e inicios del siglo XX llegó a Quito, la Segunda Misión Geodésica Francesa a comprobar los trabajos realizados por la Primera Misión de los Académicos Franceses del Siglo XVIII. Trabajo que consistía en medir un arco de círculo meridiano para conocer cuál era la forma del planeta. Este segundo grupo instaló en “El Panecillo” un Observatorio Astronómico para controlar los cálculos de círculo meridiano con observaciones hechas desde el Observatorio Astronómico en la Alameda. Según Andrade citado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2008) en la cima se levantó una casa hecha de cal, ladrillo y adobe con una cubierta de teja con dos largas ranuras meridianas en las paredes extremas norte y sur para la visión de sus telescopios en cualquier tiempo. Junto a esta casa laboratorio de observación instalaron campamentos en donde vivieron por varios años hasta alrededor de 1906 en que abandonaron el país.

En la década de los 30 “El Panecillo” vuelve a ser escenario de enfrentamientos militares en la llamada “Guerra de los cuatro días”. Época en la que Neptalí Bonifaz tenía que asumir la presidencia de la República en 1932. Durante estos cuatro días de batalla, “El Panecillo” sirvió de refugio para varios soldados. Conforme pasó el tiempo, aproximadamente por los años 50 el servicio de luz eléctrica se implementó en la zona baja de “El Panecillo”, debido a que la

comunidad ganó un concurso de limpieza del barrio lo cual induce un proceso de urbanización. “El Panecillo” años más tarde, adquirió un rol turístico ya que se fue convirtiendo en un atractivo turístico para los ciudadanos que acudían al cerro para jugar o dar paseo y admirar desde la cima la ciudad circundante (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

2.3. Principales atractivos turísticos

A continuación se hace un análisis de los principales atractivos que posee el recurso turístico “El Panecillo”, los mismos que se tomarán en cuenta en este documento.

2.3.1. Monumento de la Virgen de Quito

Esta obra, también conocida como la Virgen de “El Panecillo” es una réplica a gran escala de la escultura realizada en el siglo XVIII por el escultor quiteño Bernardo de Legarda, uno de los más importantes representantes de la Escuela Quiteña (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008). La Virgen de Quito constituye uno de los principales atractivos turísticos además, es considerado como uno de los monumentos emblemáticos de la capital ecuatoriana y la mayor representación de aluminio del mundo, con una altura de 41 metros, incluida la base; compuesta por más de 7400 piezas numeradas cada una de ellas.

Ilustración 2: Monumento de la Virgen de “El Panecillo”



Fuente: Autora

2.3.2. La Olla de “El Panecillo”

Esta edificación se la atribuye a los españoles en el periodo Colonial debido a la técnica y materiales (cal y ladrillo cocido) empleados en su construcción. Se cree que la olla fue hecha en tiempo de guerra y utilizada como una especie de cisterna para almacenar y abastecer de agua a las tropas que estuviesen instaladas en la cima de “El Panecillo”. Para prevenir el envenenamiento del agua, la cisterna estaba empotrada en el suelo, bajo techo y protegida con una puerta con llave (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

Este antiguo monumento considerado un atractivo patrimonial, fue remodelado en 1996 por el Municipio y entregado a los moradores del sector. En el interior de esta estructura existe un túnel que mide 13 metros de largo y conduce al fondo de la olla; sus muros están decorados con 50 piezas de cerámica y cuadros que cuentan la historia del Reino de Quito. Este pequeño museo manejado por la microempresa Yavirac es poco conocido y visitado (PP Digital, 2012).

Ilustración 3: Olla de “El Panecillo”



Fuente: Autora

2.3.3. Museo de “El Panecillo”

En la base de la estructura de la Virgen de Quito, existe un museo donde se exhiben fotografías, como parte de exposiciones audiovisuales, las cuales relatan la historia del milenario cerro, la

construcción y evolución del monumento, así como también del pesebre que allí se instala anualmente. Además, se muestran artísticos vitrales italianos de advocaciones marianas del país (El Comercio, 2014). Accediendo por este museo se llega al balcón que se encuentra ubicado en los pies de la Virgen desde el cual se tiene una privilegiada vista de 180 grados de la ciudad de Quito.

Ilustración 4: Primera exposición - museo de “El Panecillo”



Ilustración 5: Segunda exposición - museo de “El Panecillo”



Fuente: Autora

2.3.4. El Pesebre Andino

El proyecto del Pesebre Andino comenzó en el año 2002, fue auspiciado por el Municipio como una estrategia para fomentar el turismo. El Departamento ejecutor fue Obras Públicas Municipales y el encargado de armar las figuras del pesebre fue el técnico colombiano Sergio Rivera (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

El Pesebre Andino también conocido como el “Belén más alto del mundo”, está constituido por las figuras de los tres Reyes Magos, San José, el pesebre del Niño Jesús, la Virgen de Quito, la estrella de Belén así como un buey y un burro. Las figuras tienen una estructura metálica y están revestidas por mallas cubiertas de luces, que iluminan la cima de “El Panecillo” (El Comercio, 2012). El pesebre permanece armado desde el mes de Diciembre hasta el 6 de Enero, durante este mes se desarrolla la novena al Niño Jesús. Fecha en la que se evidencia incremento en la afluencia de visitantes en el recurso turístico “El Panecillo” debido a estas manifestaciones culturales religiosas.

Ilustración 6: Pesebre Andino en la cima de “El Panecillo”



Fuente: EPMMP, 2015

2.3.5. Mirador “El Panecillo”

“El Panecillo” es uno de los miradores naturales más cautivantes de la ciudad capitalina, se encuentra situado en el extremo superior del monumento de la Virgen de Quito, desde el cual se puede percibir la belleza y morfología urbana de Quito, debido a que posee una amplia vista panorámica circunvalar, además se puede admirar alrededor de 11 montañas cercanas algunas de ellas son nevados como el Cotopaxi, Antisana, Cayambe, etc. (Municipio Distrito Metropolitano de Quito, 2008). “El Panecillo” es uno de los principales atractivos de la ciudad de Quito y una de las paradas estratégicas que forma parte de la ruta del Quito Tour Bus.

Ilustración 7: Mirador “El Panecillo”



Fuente: El Comercio, 2013

2.4. Panorama actual del recurso turístico “El Panecillo”

Desde hace varios años una buena parte de “El Panecillo” progresivamente ha sido ocupada por viviendas que se han desarrollado de manera informal. Como resultado de este proceso se ha ido deteriorando la imagen de “El Panecillo”, su condición de escenario natural y su paisaje (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2002).

En el recurso turístico “El Panecillo” y sus alrededores se han realizado obras de rehabilitación; tales acciones han conseguido un relativo mejoramiento en aspectos como: el tratamiento de algunos espacios públicos, la reparación de tramos y partes de las redes de servicios básicos

(alcantarillado, cunetas, iluminación y desagües), obras de mejoramiento de equipamientos (el sub centro de salud, baterías sanitarias, área deportiva, parques), así como algunas obras de mantenimiento en las vías y en la cima (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2002). Sin embargo, a pesar de múltiples intervenciones municipales realizadas en los últimos años, para recuperar la imagen de este sitio turístico, poner en valor el patrimonio natural y edificado y proteger el ambiente; la situación de “El Panecillo” no se ha modificado considerablemente, debido a que no existe un control y monitoreo adecuado para evitar su deterioro.

En la cima de “El Panecillo”, las principales actividades económicas están relacionadas con los servicios, el comercio menor (alimentos y artesanías) en función del turismo. Por lo que en el lugar se ha instalado casetas para dichas actividades además se ha implementado mobiliario como bancas y mesas para que sirvan como comedores. Asimismo, se habilitado una zona peatonal que impide el estacionamiento de vehículos en espacios no permitidos (Agencia Pública de Noticias de Quito, 2014).

2.5. Descripción de los servicios y la atención al cliente

Los servicios turísticos existentes en el mirador “El Panecillo” son:

- museo de sitio,
- venta de artesanías,
- gastronomía,
- parqueaderos,
- baterías sanitarias,
- seguridad y,
- transporte.

En relación al museo la entrada cuesta 1 dólar sea turista nacional o extranjero; se aplica tarifa reducida en niños, personas discapacitadas y tercera edad. Los horarios de atención son de lunes a miércoles de 09:00 a 17:00 horas y de jueves a domingos de 09:00 a 21:00 horas. Cabe mencionar que en el museo no se brinda el servicio de guías, el costo solo incluye el derecho de ingreso al museo y por ende al mirador de la estatua.

Además, en los puestos de ventas de artesanías todos ofertan productos similares como (ponchos, recuerdos, adornos, etc.); estas artesanías representan las tradiciones, cultura milenaria de nuestro país, son elaboradas y comercializadas por artesanos, por lo cual se las puede encontrar en diferentes zonas de la ciudad como: el Mercado Artesanal La Mariscal, Centro Histórico - Tienda El Quinde, etc. También, se puede evidenciar que algunos comerciantes del mercadillo Shungoloma que expenden sus productos, no cumplen con las normas de manipulación de los alimentos, higiene y limpieza de sus puestos; además, no poseen los servicios básicos como: agua potable y alcantarillado. Sin embargo, cabe recalcar que ofertan gran diversidad de platos típicos del Ecuador.

El restaurante Pim's es una opción que busca brindar excelencia gastronómica y calidad de servicio. En cuanto a los parqueaderos la atención es regular, debido a que no están señalizados los espacios para estacionamientos; además, que el personal encargado es escaso. De igual manera, las baterías sanitarias es uno de los servicios donde más se refleja la falta de limpieza por lo cual se produce malos olores, presenta deterioro tanto en sus instalaciones como en la atención brindada.

En lo que se refiere a seguridad no siempre se evidencia la presencia del personal policial en la cima de "El Panecillo", dando la impresión de ser un lugar inseguro. Asimismo, las unidades de transporte están en condiciones adecuadas para brindar este servicio, sin embargo la frecuencia de transporte público es aproximadamente cada 20 a 25 minutos causando molestias en las personas que usan el mismo. En general la atención al cliente es regular a buena, por lo que se debería capacitar con mayor frecuencia a los prestadores de servicios turísticos con la finalidad de mejorar el trato al cliente, la calidad de la oferta; para establecer fidelidad en la demanda actual que visita el recurso turístico.

2.6. Descripción de la infraestructura y servicios complementarios

2.6.1. Museo

En la base de cuatro niveles sobre la cual reposa el monumento de la Virgen de Quito, existe una capilla y un pequeño museo donde se puede apreciar la historia de "El Panecillo" y la construcción de la escultura; la misma que está a cargo de la Congregación de padres Oblatos, quienes se encargan del cuidado y mantenimiento de esta edificación.

2.6.2. Mercadillo Shungoloma

El 11 de diciembre del 2014, fue inaugurado este proyecto como una alternativa de atención a las necesidades de los turistas que visitan “El Panecillo”. El mercadillo Shungoloma se encuentra ubicado a un lado del monumento de la Virgen, cuenta con 40 casetas hechas en madera teka con techos y paredes impermeabilizadas divididas de la siguiente manera: 21 casetas fueron designadas para la venta de platos típicos y otras 19 para la venta de artesanías autóctonas del Ecuador (Agencia Pública de Noticias de Quito, 2014).

2.6.3. Gastronomía

“El Panecillo” cuenta con un amplio patio de comidas que oferta una gran variedad de platos y bebidas típicas de la región a precios populares, entre los que destacan: mote con fritada, guatita, seco de pollo, arroz con chuleta o pescado, pinchos, choclo con queso, cevichochos, sandwiches, empanadas, emborrajados, pristiños con miel, fresas con chocolate, canelazos, colada morada, café entre otros productos como golosinas, gaseosas y comida rápida como pizza, hot dogs, hamburguesa, shawarma, etc. Además, desde el 17 de mayo del 2004, en la cima de “El Panecillo” se encuentra ubicado el restaurante Pim’s una marca reconocida a nivel internacional, mismo que posee una gastronomía “fast food” y “gourmet”, los horarios de atención son de lunes a sábados de 12:00 a 24:00 horas y domingos: 12:00 a 18:00 horas, siendo otra alternativa para los turistas que visitan este recurso turístico (Pim’s, 2016).

2.6.4. Parqueadero

El servicio de parqueadero se cobra solo los fines de semana a partir de las 10:00 a 24:00 horas, el valor es de 1 dólar por el tiempo total de visita, cabe mencionar que no está señalizada ni delimitada el área para parqueaderos, pero se estima que hay espacio aproximadamente para 100 vehículos. Adicionalmente, las personas encargadas del cobro de parqueo entre semana realizan la limpieza, mantenimiento de áreas verdes y controlan la seguridad de este espacio.

2.6.5. Transporte

En la actualidad, “El Panecillo” cuenta con el servicio de “taxi rutas” y una línea de buses “Mitad del Mundo”, que cubre la siguiente ruta: inicia en la Ciudad Mitad del Mundo avanza por la avenida Occidental pasando por los túneles de San Juan, El Tejar, San Roque, San Diego, los dos puentes, gira por la calle Necochea, luego sube por la calle General Melchor Aymerich hasta

llegar a la cima de “El Panecillo”. Los horarios de atención son de lunes a domingos a partir de las 05:00 a 17:40 horas. Cabe destacar que por la calle 5 de Junio y Bahía de Caráquez, circulan varias líneas de transporte sin embargo no son suficiente para cubrir las necesidades de los habitantes del sector (Comité de Gestión “El Panecillo”, 2006).

2.6.6. Baterías Sanitarias

Las baterías sanitarias ubicadas en la cima de “El Panecillo” se encuentran en malas condiciones debido a la falta de mantenimiento y escasas de agua. Este servicio consta de seis sanitarios distribuidos de la siguiente forma: dos sanitarios en el área de mujeres (1 dañado) y un sanitario para discapacitados, dos sanitarios en el área de varones y un sanitario para discapacitados (dañado), tres urinarios (1 dañado) y seis lavamanos. Los horarios de atención son de lunes a domingos de 09:00 a 23:00 horas.

2.6.7. Seguridad

En el sector “El Panecillo” funciona una Unidad de Policía Comunitaria, que brinda el servicio de vigilancia en el recurso turístico mediante patrullajes en motos o recorridos a pie por parte del personal policial. Adicionalmente, se ha implementado brigadas comunitarias de seguridad, las mismas que han ayudado considerablemente en la disminución de la delincuencia; sin embargo, hace falta una mejor coordinación e integración entre la comunidad y las autoridades encargadas de la seguridad (Comité de Gestión “El Panecillo”, 2006). Los moradores, visitantes y comerciantes del sector señalan que pese a la seguridad que se ha implementado, aún se evidencia robos a personas, locales comerciales, por lo que se han visto en la necesidad de contratar seguridad privada principalmente para las noches.

2.6.8. Iluminación

La iluminación del espacio público es limitada. Según la información del proyecto “El Panecillo”, un 60% de los espacios cuentan con iluminación y en el 40% restante las instalaciones se han realizado de manera anti técnica (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2002). Actualmente en el recurso turístico “El Panecillo” se está realizando obras de mejoramiento como es el cableado subterráneo mismo que optimiza el aspecto visual de este lugar.

2.6.9. Espacios verdes y senderos

La loma de “El Panecillo” cuenta con un total de 70 hectáreas de terreno, de las cuales 49 de estas constituyen áreas verdes consideradas como ecológicas y recreativas; las 21 hectáreas restantes están ocupadas por viviendas o son subutilizadas por la falta de infraestructura (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2002).

En los senderos turísticos de “El Panecillo”, con el propósito de recuperar la flora y fauna de la zona se han realizado mingas que involucran la reforestación de árboles como Quishuar, Aliso, Cholán, Pusupato y Llin-llin; la mejora de la señalización turística y el arreglo de los senderos. En este programa participaron la Unidad Educativa Municipal Sucre, la Administración Zona Centro, Secretaría de Ambiente y el voluntariado del Banco Mundial conjuntamente con el apoyo de la comunidad del sector (Agencia Pública de Noticias de Quito, 2013). El sendero empedrado y acordonado está ubicado en el extremo oriental de la Av. 5 de Junio y se extiende por la cara sur de este mirador que llega a la cima; el recorrido es de aproximadamente 3 km (El Comercio, 2015).

2.6.10. Recorridos a caballos

Este servicio turístico cuenta con 5 caballos para los recorridos; está disponible en los siguientes horarios: sábados a partir de 11:00 a 23:00 horas y domingos de 11:00 a 19:00 horas, dependiendo del clima. En relación al precio existen variaciones dependiendo el tiempo del recorrido: 6 minutos por 2 dólares, 15 minutos por 3 dólares y 20 minutos por 5 dólares. Este servicio existe hace 3 años y medio sin embargo aún no posee los permisos de funcionamiento. Cabe mencionar que se observa pérdida de vegetación en el lugar donde están ubicados los caballos debido a que no existe la infraestructura para este servicio.

2.6.11. Presentaciones Artísticas

El grupo Wayra, realiza presentaciones de danza de música latinoamericana nacional en “El Panecillo” de forma voluntaria desde hace tres años, los días domingos y feriados a partir de las 10:00 a 17:00 horas.

2.7. Análisis FODA del recurso turístico “El Panecillo”

Este diagnóstico permitirá identificar la situación actual del mirador “El Panecillo” con relación a las áreas ofensivas y defensivas, el mismo que parte de un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y de la correlación y priorización de ventajas y

desventajas de este recurso turístico. Para ello se tomara en cuenta la información recopilada tanto en la forma bibliográfica como la observación in situ.

FORTALEZAS

F1: Privilegiada ubicación geográfica en el Centro Histórico de Quito.

F2: La Virgen de “El Panecillo” es la escultura de aluminio más alta del planeta.

F3: “El Panecillo” posee uno de los más importantes miradores de la ciudad.

F4: Facilidades y servicios turísticos (museo, parqueadero, alimentación, artesanías, etc.)

F5: Existe el restaurante Pim’s que es de alta categoría.

F6: Alto valor patrimonial, histórico y cultural de “El Panecillo”.

F7: Conjunto de atractivos turísticos como: mirador “El Panecillo”, monumento de la Virgen de Quito, Olla de “El Panecillo”, Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”, Pesebre Andino.

OPORTUNIDADES

O1: Quito posee el Centro Histórico más grande y menos alterado de América; además de reconocimientos a nivel internacional en el World Travel Awards como: Destino Líder de Sudamérica, Quito Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, etc.

O2: Ejecución de proyectos que propician la participación ciudadana como: “Proyecto Panecillo Centro Histórico de Quito” impulsado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, “Cuido mi Destino” ejecutado por LAN Ecuador, “Mi Barrio Seguro y Solidario” organizado por la Secretaria Técnica de Gestión de Riesgos, la Administración Municipal Zona Centro del Distrito Metropolitano de Quito, el CECIM y el Banco Mundial, etc.

O3: El Ministerio de Turismo promueve un turismo consciente, armónico, cultural y en equilibrio con la naturaleza.

O4: Elevada demanda actual de ocio y esparcimiento en áreas naturales y citadinas turísticas.

O5: La capital del Ecuador, posee una gran diversidad de atractivos turísticos naturales, culturales e históricos.

DIAGNÓSTICO DE ÁREAS OFENSIVAS

Una vez realizado la identificación de las fortalezas y oportunidades, se procede a elaborar la matriz de relacionamiento, donde se califica la relación existente entre ambos aspectos en un rango de 1 al 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 es el valor más alto.

Tabla 1: Matriz de relacionamiento de áreas ofensivas

		OPORTUNIDADES					TOTAL
		O1	O2	O3	O4	O5	
FORTALEZAS	F1	4	3	2	4	3	16
	F2	3	2	2	3	4	14
	F3	3	3	4	4	4	18
	F4	1	4	3	3	1	12
	F5	1	1	1	2	1	6
	F6	4	3	4	4	4	19
	F7	2	3	3	4	4	16
TOTAL	18	19	19	24	21		

Resultados: Como se puede identificar en la matriz de relacionamiento de áreas ofensivas, las fortalezas 3 - 6 y las oportunidades 4 - 5 reflejan las calificaciones con mayor puntuación, por lo tanto se propone las siguientes estrategias:

Estrategias Ofensivas

- Establecer alianzas estratégicas entre el sector público y privado, que permitan innovar y mejorar la calidad de los servicios turísticos ofertados con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas del turista durante su visita al mirador turístico “El Panecillo”.
- Brindar información clara y concisa en cuanto a los atractivos turísticos que posee “El Panecillo”, orientado principalmente hacia el mercado meta que se quiere captar; a través de convenios entre tour operadores, agencias de viajes, instituciones públicas, privadas y

los diferentes canales de promoción y difusión; buscando promover y posicionar este recurso turístico a nivel nacional e internacional.

DEBILIDADES

D1: No existe un sentido de apropiación, valoración y preservación del recurso turístico por parte de la ciudadanía.

D2: Escasa señalización turística fuera y dentro del atractivo turístico.

D3: No existe de un punto de información turística en la cima de “El Panecillo”.

D4: Existe una sola línea de transporte público que sube hasta la cima de “El Panecillo”.

D5: Únicamente se tiene dos vías de acceso (escalitas y carretera).

D6: El mercadillo Shungoloma no cuenta con el servicio de agua potable, alcantarillado.

D7: El estado de la infraestructura turística de “El Panecillo” está deteriorado.

D8: La infraestructura del mirador “El Panecillo” no posee mobiliario que brinde confortabilidad a los visitantes.

D9: Presencia de plagas y animales (perros, ratas y mosquitos).

AMENAZAS

A1: Inseguridad social por falta de control de la delincuencia.

A2: Proximidad con otros atractivos turísticos competitivos dentro del radio de influencia.

A3: Escasa y desactualizada información sobre el atractivo turístico.

A4: Presencia de fenómenos naturales.

A5: Crisis económica y política del país.

A6: Deslaves causados por la presencia de lluvias.

DIAGNÓSTICO DE ÁREAS DEFENSIVAS

Una vez realizado la identificación de las debilidades y amenazas, se procede a elaborar la matriz de relacionamiento, donde se califica la relación existente entre estos aspectos en un rango de 1 al 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 es el valor más alto.

Tabla 2: Matriz de relacionamiento de áreas defensivas

		AMENAZAS						TOTAL
		A1	A2	A3	A4	A5	A6	
D E B I L I D A D E S	D1	4	3	3	1	1	1	13
	D2	2	1	2	1	2	1	9
	D3	3	1	3	1	2	1	11
	D4	2	1	2	2	2	1	10
	D5	3	1	2	2	1	3	12
	D6	1	1	2	1	2	1	8
	D7	3	1	3	2	2	2	13
	D8	3	1	3	1	3	1	12
	D9	1	1	1	3	1	1	8
	TOTAL	22	11	21	14	16	12	

Resultados: Como se puede identificar en la matriz de relacionamiento de áreas defensivas, las debilidades 1 - 7 y las amenazas 1 - 3 reflejan las calificaciones con mayor puntuación, por lo tanto se propone las siguientes estrategias:

Estrategias Defensivas

- “El Panecillo” es un lugar poseedor de una gran riqueza patrimonial y legado cultural, debido a eso se considera prioritario realizar campañas de concientización, que promuevan la importancia de preservar, valorar los atractivos que posee este recurso turístico además de promover el respeto hacia las distintas manifestaciones culturales que se efectúan en el sector.

- Coordinar acciones entre moradores, sectores públicos y privados involucrados en la actividad turística, con las autoridades competentes para brindar seguridad en el recurso turístico “El Panecillo” con la finalidad de prevenir, atender y sancionar actos ilícitos en contra de los visitantes, turistas e instalaciones turísticas.
- Impulsar talleres sobre seguridad turística a los moradores y actores involucrados en la actividad turística para garantizar la seguridad de los turistas que acuden al mirador “El Panecillo”.
- Promover la recopilación y actualización de información concreta sobre las características de los atractivos turísticos de “El Panecillo” a través de la aplicación del inventario selectivo de recursos turísticos.

3. CAPÍTULO III: VALORACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO “EL PANECILLO”

3.1. Metodología de Valoración

Para el desarrollo y sustento de la presente investigación se aplicará la metodología de valoración de recursos turísticos propuesto por Ana García Pando (2006), los criterios a valorar son:

- Unicidad, entendida como el valor del recurso por ser único en: el Mundo, Latinoamérica, Ecuador, Quito; dicha unicidad debe ser objetiva y demostrable.
- Valor Intrínseco, se refiere a los elementos y características técnicas que le dan valor al elemento dentro de su categoría, se obtiene a partir de la información técnica sobre el recurso.
- Notoriedad, de acuerdo con el “Plan Q” este criterio se obtiene a partir del grado de conocimiento del recurso a nivel de la ciudad, nacional o internacional, a fin de deducir cuán conocido es un recurso o atractivo turístico.
- Concentración de Oferta, valor derivado de la existencia de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona. Se debe valorar en función de la existencia de empresas que ofertan servicios turísticos en el área de un recurso, sean de alojamiento, gastronomía, transporte, actividades recreativas, etc.
- Carácter Quiteño, valor que recibe un recurso por ser característico de Quito (García, 2006).

Además, se realizó encuestas a los visitantes, turistas que acuden a la cima de “El Panecillo” desde el 23 octubre 2016 hasta 4 de febrero del 2017, con la finalidad de establecer el perfil de la demanda actual, conocer sus principales motivaciones y percepciones respecto a la calidad de los servicios ofertados, atención al cliente, infraestructura y atractivos turísticos. También, se entrevistó a los principales actores involucrados en la actividad turística de “El Panecillo”, tanto gubernamentales como prestadores de servicios turísticos para comprender la situación real de este recurso turístico; y así en función de los datos obtenidos plantear estrategias de mejora continua para el recurso turístico.

3.1.1. Definir la muestra

Dentro del universo que se ha escogido para establecer una muestra representativa, se utilizó las estadísticas del número de visitantes que acudieron al museo de “El Panecillo” durante el año 2015, debido a la falta de registros de años pasados; estos datos fueron proporcionados por la Secretaria General de los Padres Oblatos (2016).

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

3.1.1.1. DONDE:

z^2 = Nivel de significación al 95% de confiabilidad equivalente a 1.96^2 o 3.84

N = Número de habitantes y/o población (71400)

p = probabilidad a favor, 50% que equivale a 0.5

q = probabilidad en contra, 50% que equivale a 0.5

e^2 = error muestral +5% equivale en este caso al 0.055

n = Tamaño de la muestra.

Desarrollo de la Muestra

Reemplazando la fórmula tenemos:

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 71400}{0,003025(71399) + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{68544}{215.981975 + 0.96}$$

$$n = \frac{68544}{216.941975}$$

$$n = 315.95$$

3.1.2. Diseño de herramientas de valoración de criterios

Como herramienta de valoración se aplicó la tabla de valoración propuesta por Ana García Pando (2006), la misma que está diseñada acorde a los requerimientos del presente análisis con la finalidad de valorar las características del recurso turístico “El Panecillo”.

También, se utilizó otras herramientas para obtener información como: encuestas orientadas a la demanda actual que visita el recurso turístico “El Panecillo”; este instrumento de investigación está diseñado en función de la metodología de valoración para evaluar las mismas variables, constan de preguntas cerradas, mixtas y de elección múltiple; que permitieron determinar la importancia de los atractivos turísticos, el grado de satisfacción de la demanda actual en relación a las expectativas establecidas al momento de su visita.

Además, se elaboró dos guías de entrevista, que se aplicó a los diferentes involucrados en la actividad turística de “El Panecillo”, para obtener una visión distinta a la percepción de los visitantes, sobre la situación actual de la infraestructura, atractivos turísticos y servicios actualmente ofertados.

3.2. Análisis de resultados

3.2.1. Tabla de valoración

Con la ayuda de la ficha de valoración, se establece que “El Panecillo” es un atractivo único en Quito, además posee un alto valor intrínseco por sus características históricas - culturales y artísticas. El grado de reconocimiento de este recurso turístico se da a nivel nacional e internacional y su notoriedad es muy alta, ya que es promocionado en: Guías de viajes de Lonely Planet; Servantrip - plataforma del sector turístico a nivel internacional; en ferias internacionales, folletos (Virgen de El Panecillo 7 maravillas de Quito), guías (Experimenta Quito, Quito inspira, Descúbrelo...), mapa turístico oficiales de Quito, App guía turística oficial, impulsadas por la empresa Metropolitana Quito Turismo, etc. También, es operado por empresas privadas como: Quindetour (Quito tour Bus); Agencia de viajes Columbus Travel Ecuador; Agencia online Ecostravel, Antizana Travel, Gray Line Ecuador (Quito City Explorer), las mismas que se observó en el mirador “El Panecillo” durante el desarrollo de la investigación; además, de otras agencias que no se logró identificar debido que los guías no llevan uniforme de la empresa y no proporcionan dicha información.

En cuanto a la concentración de la oferta se determinó que es baja, ya que existe únicamente un museo; el servicio de gastronomía es ofrecido por el restaurante Pim’s y el mercadillo Shungoloma, este patio de comidas tiene oferta más dirigida a la informalidad; las presentaciones artísticas son esporádicas, al igual que el servicio de recorridos a caballo que se brinda solo los

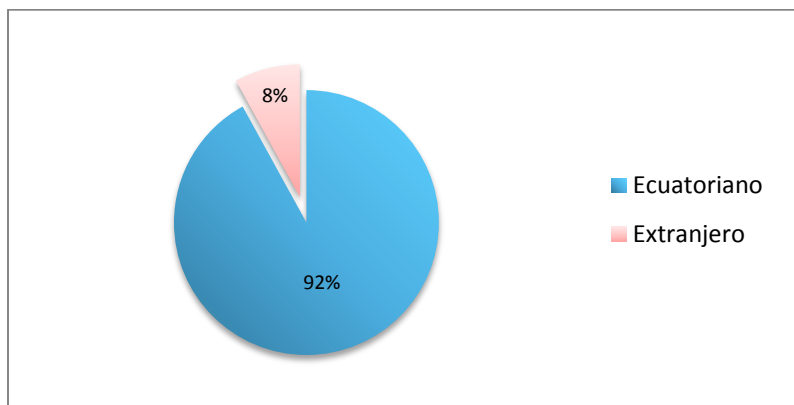
fin de semana; asimismo, los puestos de artesanías ofertan los mismos productos; y las baterías sanitarias son limitadas. Sin embargo, este sitio turístico posee carácter Quiteño muy alto ya que es un icono de la ciudad que motiva a visitantes y turistas a conocerlo. La tabla de valoración se la puede apreciar en el Anexo 1.

3.2.2. Encuestas

A continuación se da a conocer los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el recurso turístico “El Panecillo”; debajo de cada gráfico se realiza el análisis correspondiente, el cual es parte del diagnóstico del sitio de estudio. Como se lo demuestra en el Anexo 2.

3.2.2.1. Nacionalidad

Gráfico 1: Nacionalidad de los visitantes

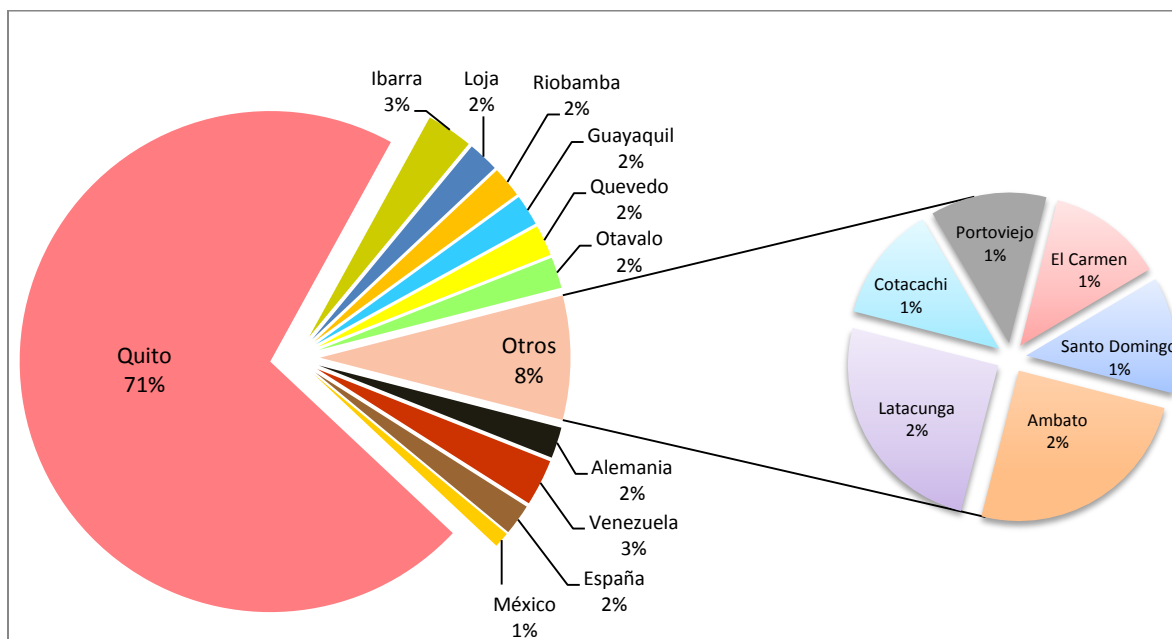


Se determinó que del 100% del universo encuestado que visita el recurso turístico “El Panecillo”, el 92% son de nacionalidad Ecuatoriana, mientras el 8% restante son turistas de nacionalidad Extranjera.

Debido a que el segmento de mercado nacional prevalece en el recurso turístico “El Panecillo” nos dice que la oferta turística debe estar dirigida principalmente a satisfacer las necesidades y cumplir las expectativas de los turistas nacionales y visitantes locales.

3.2.2.2. Países y ciudades de origen

Gráfico 2: Origen de los visitantes

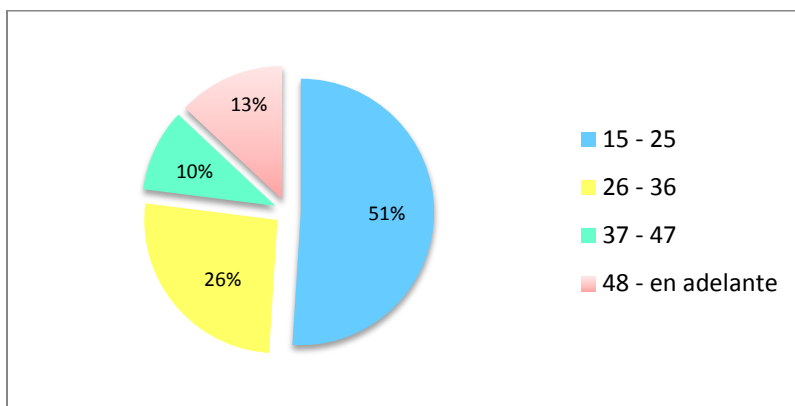


Se pudo determinar que el segmento de mercado predominante que visita el recurso turístico “El Panecillo” es nacional, con un 71% proveniente de la ciudad de Quito, el 3% de Ibarra, con el 2% las ciudades de Loja, Riobamba, Guayaquil, Quevedo, Otavalo, Latacunga y Ambato y con el 1% Cotacachi, Portoviejo, El Carmen y Santo Domingo. Sin embargo, en relación al segmento de mercado extranjero lidera con el 3% Venezuela, con un 2% se ubican los países de Alemania y España, mientras que el 1% restante corresponde a México, cabe mencionar que existen segmentos de mercado que no han sido encuestados por restricciones en el idioma o por la limitación de tiempo en su visita.

De los resultados obtenidos se concluye que “El Panecillo” es un atractivo turístico atrayente principalmente para los visitantes locales y poblaciones aledañas, debido a que buscan satisfacer sus necesidades de esparcimiento en un lugar cercano a la ciudad de Quito. Sin embargo, es pertinente mencionar que existe un segmento de mercado reducido de turistas nacionales y extranjeros que visitan este recurso turístico, mismo que debe ser fortalecido.

3.2.2.3. Edad

Gráfico 3: Rango de edades de los visitantes

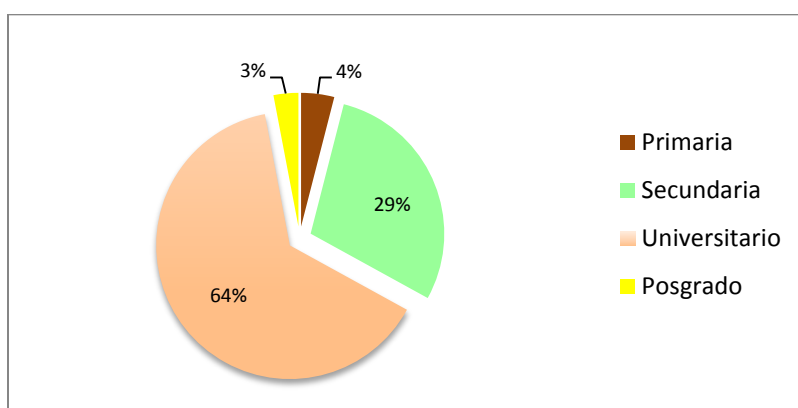


Según la población encuestada se identificó que el segmento de mercado predominante que acude al recurso turístico “El Panecillo” está ubicado en el rango de edad de 15 a 25 años con un 51%, seguido por el 26% correspondiente al rango de 26 a 36 años, mientras que el 13% representa a los visitantes en el rango de 48 años en adelante y con el 10% restante se encuentra en el rango de 37 a 47 años.

El rango de edad estratégico de captación se localiza entre los 26 a 36 años debido a que es un segmento de mercado que posee capacidad adquisitiva. Además, este segmento cuenta con un núcleo familiar que representa mayor consumo de servicios turístico, por lo que se debería fortalecer, diversificar la oferta turística e implementar actividades recreacionales enfocadas en este grupo.

3.2.2.4. Nivel Académico

Gráfico 4: Nivel de instrucción académica de los visitantes

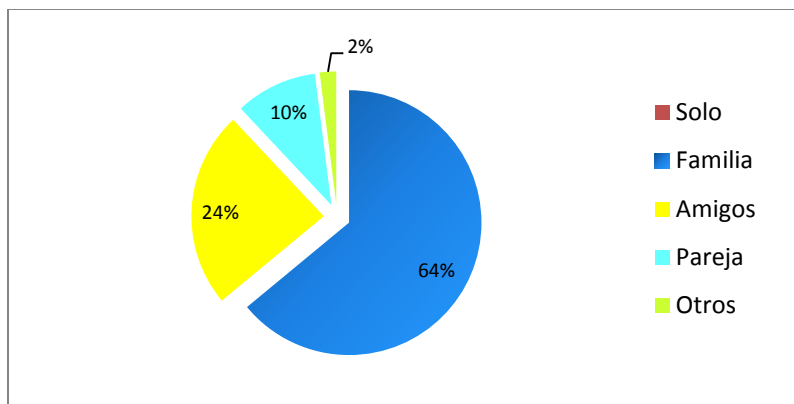


Dentro de las categorías establecidas para el nivel académico, se determinó que el 64% de visitantes tienen un nivel de formación universitaria, a través de estos datos se puede deducir que el nivel económico de este segmento es medio, seguido por el 29% que corresponde a visitantes con estudios secundarios y el 4% tiene estudios de primaria, estos grupos representan un menor poder adquisitivo, sin embargo el 3% restante tiene estudios de posgrado siendo el segmento con mayor poder adquisitivo que genera un mayor gasto turístico.

Gran parte de los visitantes que asisten a “El Panecillo” tienen un nivel académico universitario, por lo cual se puede deducir que este grupo posee un poder adquisitivo de medio a medio alto, lo que le permite disfrutar de los servicios turísticos, actividades de ocio y recreación ofertadas en este recurso turístico; sin embargo, este segmento busca calidad en los mismos, lo cual no siempre lo obtiene de la oferta actual en el lugar.

3.2.2.5. ¿Con quién visita el mirador “El Panecillo”?

Gráfico 5: Con quién visita

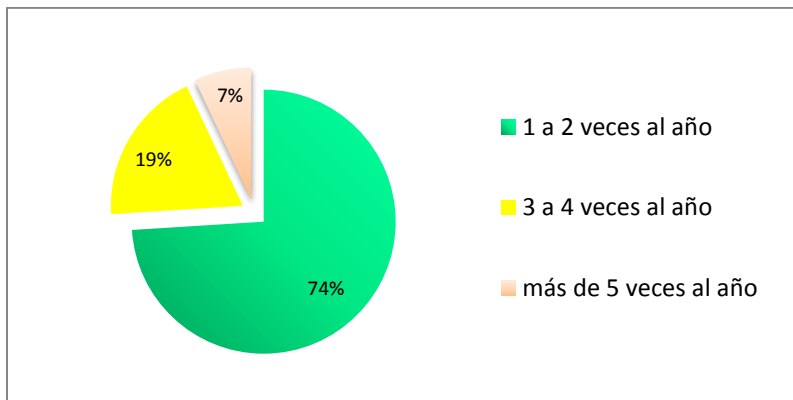


Se observa que el 64% de los visitantes prefiere disfrutar su tiempo de ocio en familia, el 24% mostraron su interés por visitar este recurso turístico con amigos, el 10% mencionó que acuden al mirador “El Panecillo” en compañía de su pareja y el 2% restante menciona otras opciones como: turistas, lo cual se refiere a que hacen uso del servicio de guías o del Quito Tour Bus.

Se puede determinar que tanto el segmento familia como amigos buscan actividades de ocio y esparcimiento, principalmente en zonas aledañas a la ciudad de Quito; siendo “El Panecillo” uno de los atractivos que motiva su visita debido a la diversidad de servicios y facilidades ofertadas en el mismo.

3.2.2.6. ¿Con que frecuencia usted visita el recurso turístico “El Panecillo”?

Gráfico 6: Frecuencia de visita

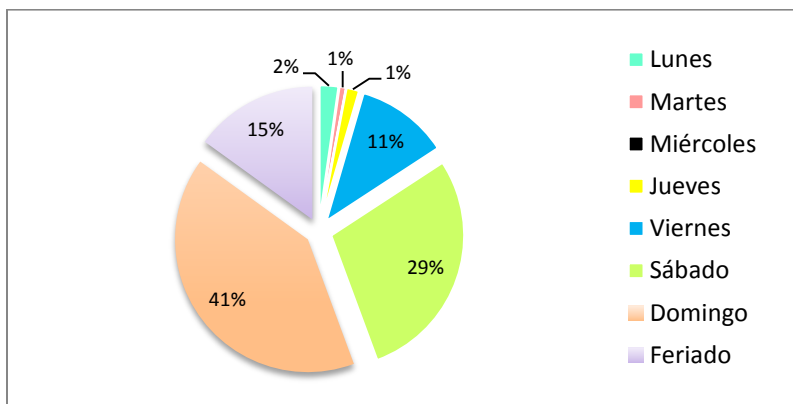


Con respecto a la frecuencia de visitas al año, el 74% de los turistas respondieron que han visitado el recurso turístico “El Panecillo” 1 a 2 veces al año, mientras el 19% acuden 3 a 4 veces al año y el 7% han visitado por más de 5 veces al año este sitio turístico.

Respecto a la frecuencia de visitas a “El Panecillo” es evidente que el recurso turístico no está despertando el interés suficiente por regresar y así generar el proceso de fidelización.

3.2.2.7. ¿Cuándo prefiere visitar el mirador “El Panecillo”?

Gráfico 7: Días de visita

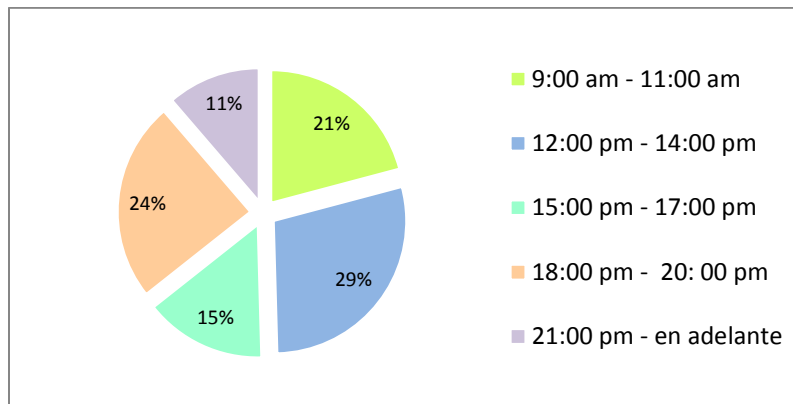


En cuanto a las preferencias del universo encuestado se determinó que los fines de semana existe mayor afluencia de turistas, es así que el 41% opta por visitar el recurso turístico “El Panecillo” principalmente los días domingos mientras que el 29% le gusta acudir los días sábados; sin embargo, otras opciones que predominan son: con un 15% los feriados y con un 11% los días viernes; en tanto que el 2% se inclinó por los días lunes y con el 1% los días martes y jueves.

Se observa mayor afluencia de visitantes en el mirador “El Panecillo” los días: sábados y domingos debido a que el segmento familias dispone de este tiempo de ocio para paseos familiares dentro de la ciudad. Sin embargo, los feriados, los días viernes y el resto de días de la semana hay flujo poco a mediano pero constante de turistas nacionales, turistas extranjeros y visitantes locales en este sitio turístico.

3.2.2.8. ¿En qué hora del día le gusta visitar el mirador “El Panecillo”?

Gráfico 8: Hora de visita

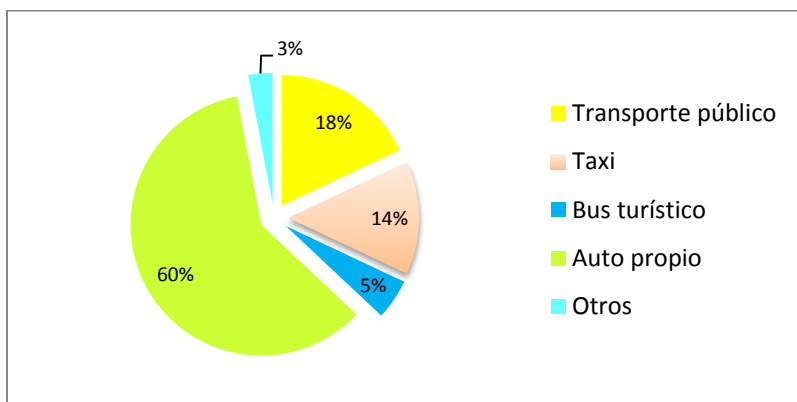


El 29% de los encuestados coinciden que les gusta visitar el mirador “El Panecillo” entre las 12:00 pm a 14:00 pm, el 24% menciona que prefiere acudir entre las 18:00 pm a 20:00 pm, mientras que el 21% visitan este recurso a partir de las 9:00 am a 11:00 am, el 15% concurre entre las 15:00 pm a 17:00 pm y el 11% restante se inclina por el horario de 21:00 horas en adelante.

Es importante destacar que los visitantes locales y turistas prefieren visitar “El Panecillo” a partir de 12:00 pm a 14:00 pm o de 18:00 pm a 20:00 pm, pero no siempre optan por los mismos horarios ya que depende en muchas ocasiones del clima o la motivación de su visita. Es pertinente enfatizar que en esas horas existe mayor consumo de alimentos por lo que se debería mejorar la calidad de los productos ofertados, la atención al cliente y adecuar de mejor manera el área del mercadillo Shungoloma.

3.2.2.9. ¿Cuál es el medio de transporte que utilizó para llegar al mirador “El Panecillo”?

Gráfico 9: Transporte utilizado por los visitantes

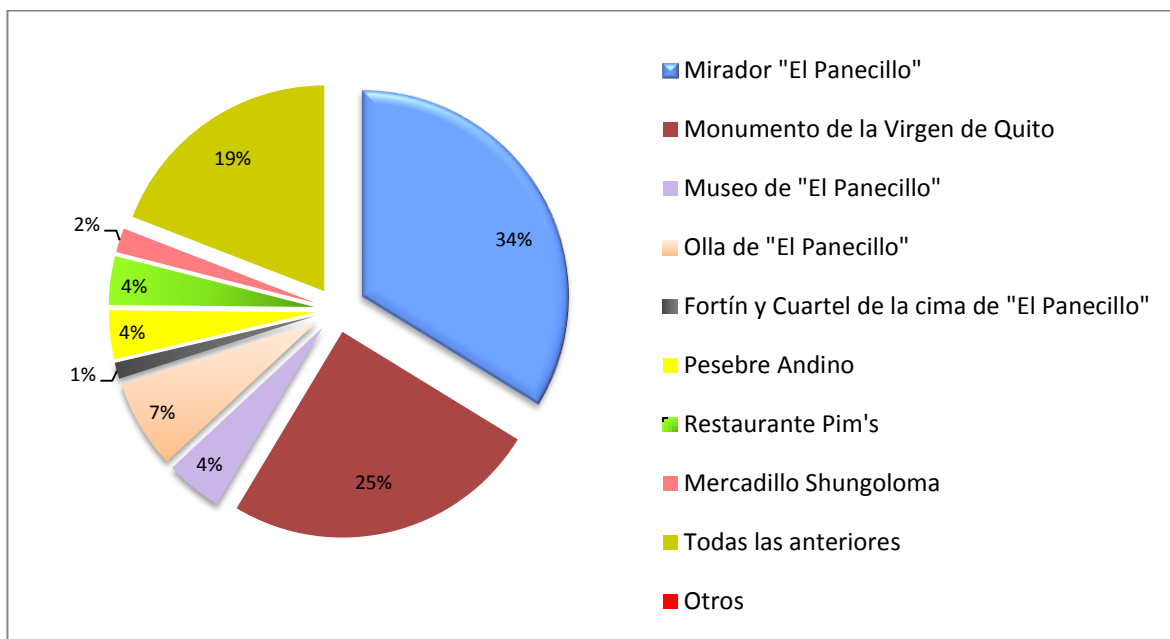


Para desplazarse al mirador “El Panecillo” existen varios medios de transporte de los cuales el más utilizado según el 60% de los visitantes encuestados es en auto propio, como segunda opción con el 18% está el transporte público, con un 14% los taxis, mientras el 5% menciona que utilizan el bus turístico y el 3% restante opta por otras opciones para ir a este recurso turístico como: buseta, bicicleta o caminando.

Gran parte de los visitantes utilizan auto propio para desplazarse hacia el mirador “EL Panecillo” razón por la cual se debería mejorar el servicio de parqueaderos; además, de delimitar y señalizar las áreas exclusivas para estacionamientos, de tal manera que se evite el congestionamiento en este sitio turístico. Sin embargo, el transporte público también es utilizado por lo que se debería considerar implementar nuevas rutas principalmente los fines de semana.

3.2.2.10. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos motivo su visita a “El Panecillo”?

Gráfico 10: Atractivos turísticos de preferencia de los visitantes

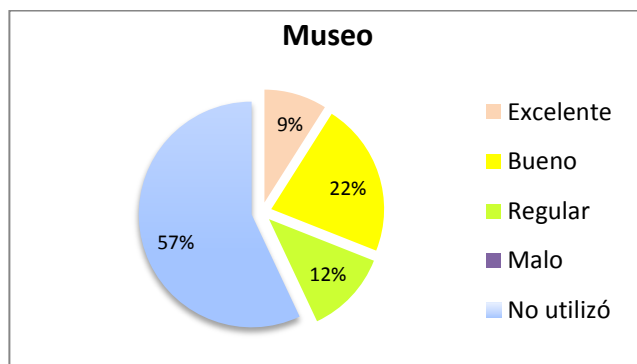


Según la percepción de los visitantes encuestados el 34% menciona que el mirador “El Panecillo” es el principal atractivo turístico que motivo su visita sin embargo el 25% considera que el monumento de la Virgen de Quito es otro atractivo turístico significativo, mientras que el 19% se inclina por todos los atractivos turísticos existen en “El Panecillo” debido al valor histórico, cultural y artístico que poseen, el 7% acuden por visitar la Olla de “El Panecillo”, con un 4% existen diversas opciones como: Museo de “El Panecillo”, Pesebre Andino, restaurante Pim’s, el 2% expresa interés por el mercadillo Shungoloma y el 1% restante acude por visitar el Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”.

Los atractivos turísticos más representativos que motivan a turistas y visitantes a conocer “El Panecillo” son: el mirador “El Panecillo”, el monumento de la Virgen de Quito. Sin embargo, hay interés significado por los demás atractivos existentes en este recurso turístico. Esto quiere decir, que se debería mejorar e impulsar el conjunto de atractivos ya que son iconos de nuestra cultura e historia.

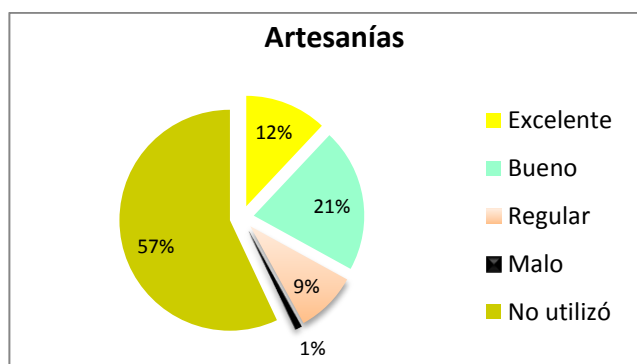
3.2.2.11. Cuál de los siguientes servicios turísticos ofertados en “El Panecillo” utilizó y en función de esto evalúelos en la siguiente tabla:

Gráfico 11: Medición de la satisfacción en el museo de “El Panecillo”



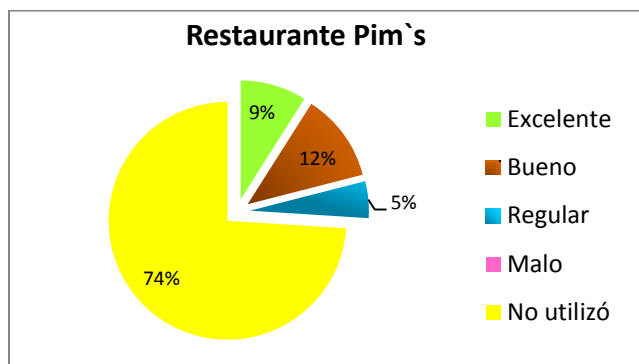
El 9% de los encuestados que acuden al recurso turístico “El Panecillo”, catalogan el servicio turístico museo como excelente, el 22% como bueno, mientras que el 12% como regular y el 57% restante no utilizó este servicio.

Gráfico 12: Medición de la satisfacción en el servicio de Artesanías



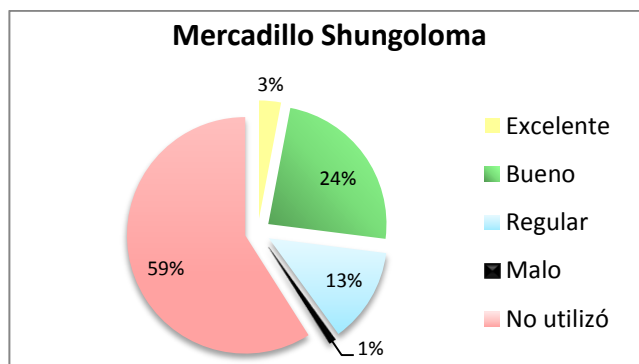
El 12% de los visitantes consideran que el servicio de artesanías ofertado es excelente, el 21% lo cataloga como bueno, mientras el 9% menciona que este servicio es regular, el 1% expresa que es malo y el 57% no utilizó este servicio.

Gráfico 13: Medición de la satisfacción en el restaurante Pim's



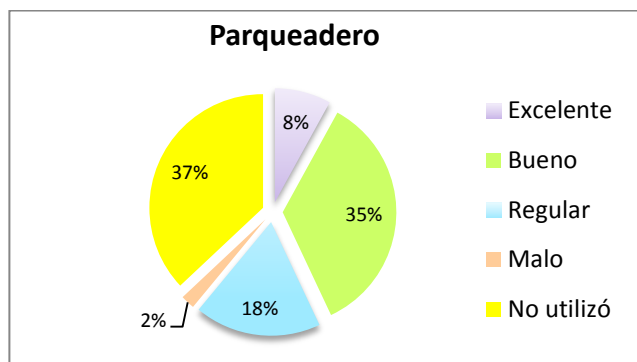
Del universo encuestado el 9% consideran que el servicio que brinda el restaurante Pim's es excelente, el 12% percibió el servicio como bueno, mientras el 5% expresa que el servicio es malo, cabe mencionar que el 74% no utiliza este servicio debido a que no saben que existe.

Gráfico 14: Medición de la satisfacción en el mercadillo Shungoloma



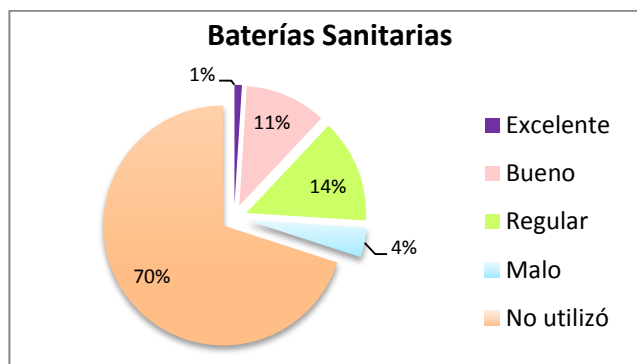
En función a la atención y servicio al cliente recibido en el mercadillo Shungoloma durante la visita a "El Panecillo", el 3% del universo encuestado expresa que les pareció excelente el servicio, mientras que el 24% menciona que fue bueno, el 13% consideran que es regular, el 1% piensa que es malo y el 59% no utilizó este servicio turístico.

Gráfico 15: Medición de la satisfacción en el servicio de Parqueaderos



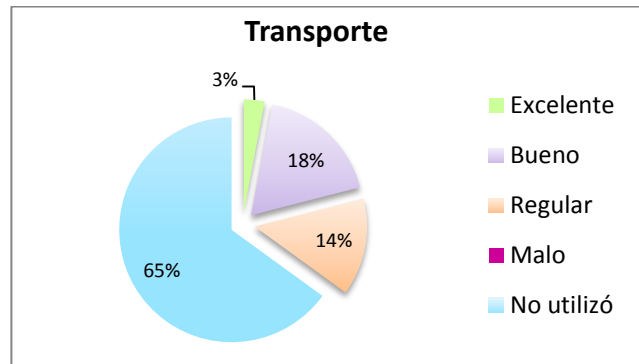
De la demanda actual encuestada el 8% expresa que les pareció excelente el servicio de parqueadero recibido durante la visita a “El Panecillo”, el 35% consideran que fue bueno, mientras el 18% menciona que es regular, el 2% expresa que es malo y el 37% restante no utilizó este servicio.

Gráfico 16: Medición de la satisfacción en el servicio de Baterías sanitarias



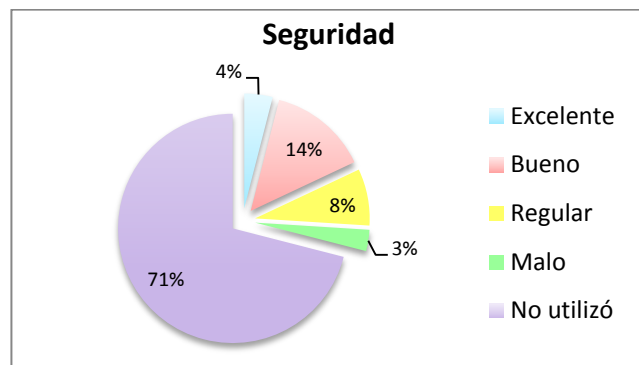
Tan solo el 1% de los encuestados califican el servicio de baterías sanitarias como excelente, el 11% lo cataloga como bueno, el 14% coinciden que la atención es regular, mientras que el 4% consideran que el servicio es malo y el 70% no utiliza este servicio.

Gráfico 17: Medición de la satisfacción en el servicio de Transporte



En base a la percepción de los turistas respecto al servicio de transporte recibido se pudo determinar que el 3% considera que es excelente, el 18% menciona que es bueno, el 14% enfatizó que el servicio es malo y el 65% restante no utilizó este servicio.

Gráfico 18: Medición de la satisfacción en el servicio de Seguridad

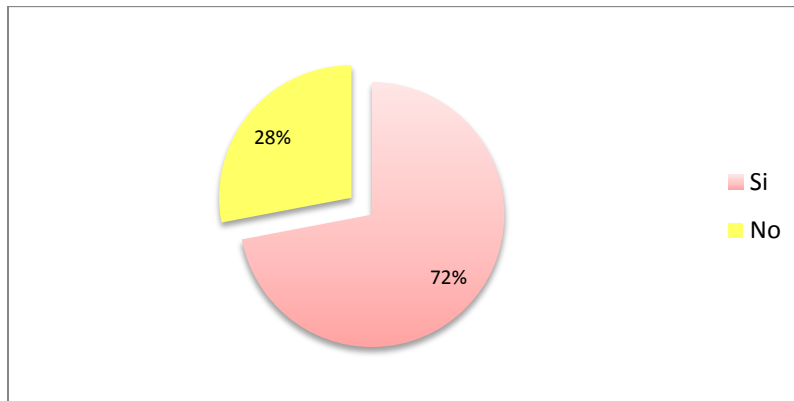


El 4% considera que la seguridad que se brinda en el recurso turístico es excelente, el 14% evaluaron como bueno, el 8% percibe este servicio como regular y el 3% expresa que les pareció malo, cabe recalcar que el 71% no utilizó este servicio.

De los resultados obtenidos se registró que el mayor porcentaje de turistas que visitan “El Panecillo” no utilizan los servicios turísticos ofertados en el mismo; ya sea por la limitación en el tiempo de visita o porque los mismos no satisfacen sus necesidades, ni cubren sus expectativas en relación a la calidad. Los servicios que requieren intervención y mantenimiento continuo son: baterías sanitarias, parqueaderos, mercadillo Shungoloma, transporte, museo y seguridad; además, es importante la capacitación a las personas encargadas de los mismos en temas como: atención al cliente, seguridad alimentaria, idiomas, etc.

3.2.2.12. ¿Los servicios turísticos ofertados en “El Panecillo” satisfacen sus necesidades y cumplen sus expectativas?

Gráfico 19: Cumplimiento de expectativas de los visitantes

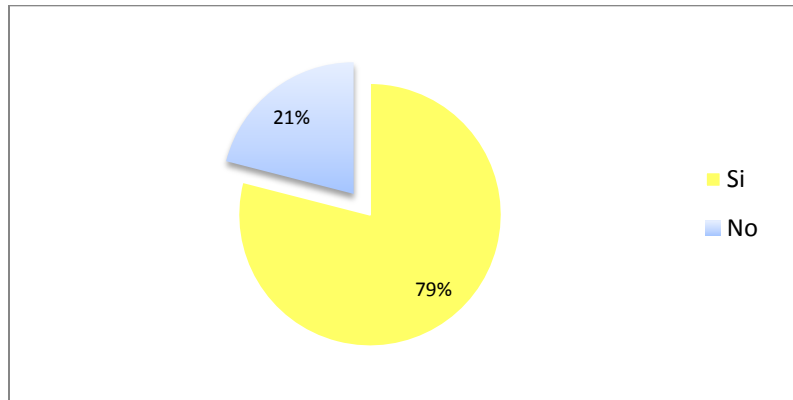


El 72% del universo encuestado menciona que dichos servicios si satisfacen sus necesidades y además cumplen las expectativas, el 28% restante muestra insatisfacción respecto a los servicios turísticos ofertados en “El Panecillo” durante su visita a este recurso turístico.

Existe una contradicción en las respuestas a esta pregunta, con relación a las respuestas anteriores, tomando en cuenta que un porcentaje representativo de turistas y visitantes contestaron que se sienten satisfechos en relación a los servicios turísticos ofertados. Ya que en base a sus opiniones se deduce que los mismos contemplan y confunden a los atractivos turísticos que están a su alrededor con servicios; siendo que en realidad se sienten satisfechos en relación al hecho de visitar, conocer los atractivos turísticos existentes en “El Panecillo” y disfrutar del paisaje. No obstante, se muestran inconformes en relación a los servicios turísticos recibidos, como mencionamos anteriormente, ya que ni si quiera los consideran como parte de sus expectativas. Además, creen que se debería implementar nuevas facilidades y servicios turísticos, a la vez que se busque mejorar o innovar la oferta turística actual.

3.2.2.13. ¿Cree usted que se debe implementar actividades, infraestructura o servicios complementarios en el mirador “El Panecillo”?

Gráfico 20: Se debería implementar actividades, infraestructura y servicios en “El Panecillo”

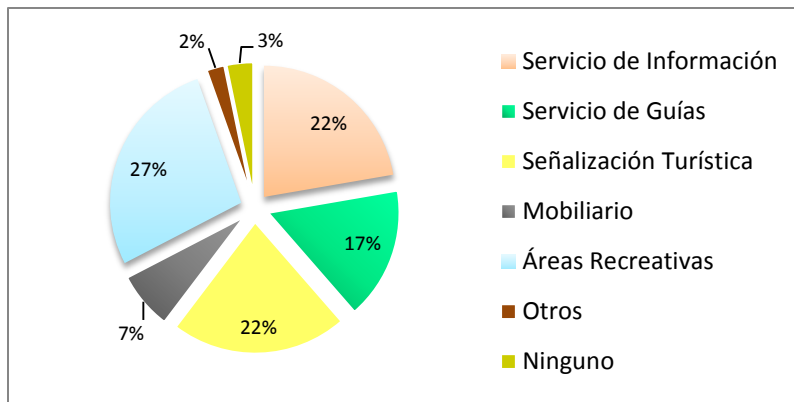


Según la perspectiva de los turistas y visitantes encuestados el 79% cree que se debería implementar actividades, infraestructura y servicios complementarios en el mirador “El Panecillo”, sin embargo el 21% considera que no se debe implementar nada.

La implementación de facilidades turísticas en el mirador “El Panecillo” contribuirá en el desarrollo y posicionamiento de la imagen de este recurso turístico además, de atraer mayor cantidad de turistas siempre y cuando se brinden servicios de calidad.

3.2.2.14. ¿Marque con una X las facilidades y servicios turísticos que considera se debería implementar en el mirador “El Panecillo”?

Gráfico 21: Servicios y facilidades turísticas por implementar en “El Panecillo”



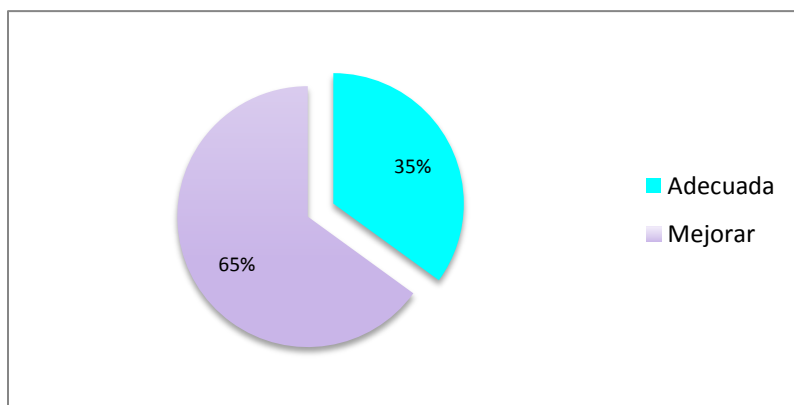
Según el criterio de los visitantes en relación a las facilidades y servicios turísticos que se deberían implementar en el mirador “El Panecillo” el 27% considera como prioridad se debería crear áreas recreativas, con el 22% mencionan que se debe implementar señalización turística y

servicios de información, el 17% optaron por el servicio de guías, el 7% esperan que se equiepe este recurso turístico con mobiliario, el 3% menciona que no se debe implementar nada debido a que el recurso posee lo necesario; sin embargo, el 2% restante menciona otras necesidades percibidas como: publicidad, limpieza, bares y discotecas.

La alternativa de implementar áreas recreativas en “El Panecillo”, ha tenido una gran aceptación por parte de los encuestados, ya que estas facilidades turísticas permitirán aprovechar de una manera adecuada las áreas verdes existentes en el mirador, además contribuirá en la actividad turística permitiendo el esparcimiento de las familias y turistas que acuden a este recurso turístico; además, la implementación del servicio de información y señalización turística aportará en la promoción e identificación del lugar.

3.2.2.15. ¿Considera Usted que la imagen actual del mirador “El Panecillo” es la adecuada o se debe mejorar?

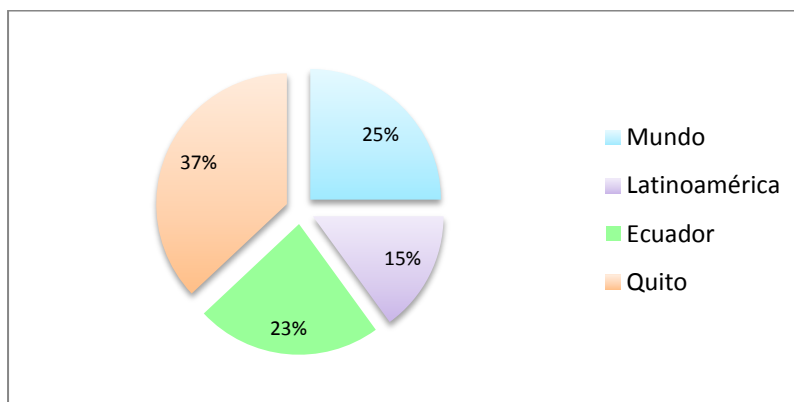
Gráfico 22: Imagen actual del mirador “El Panecillo”



El 65% del universo encuestado consideran que la imagen actual del mirador “El Panecillo” se debe mejorar, mientras el 35% opinan que el estado actual de este recurso es adecuado; esto se debe a que aún es considerado por la demanda actual como un lugar inseguro, desorganizado y desaseado. Además, es evidente la necesidad de realizar adecuaciones, mantenimiento continuo en las instalaciones que forman parte de este recurso turístico con la finalidad de brindar confortabilidad a los turistas y posicionar la imagen de “El Panecillo” a nivel nacional e internacional.

3.2.2.16. ¿Cree Usted que “El Panecillo” es un atractivo turístico único en?

Gráfico 23: Unicidad del atractivo turístico “El Panecillo”

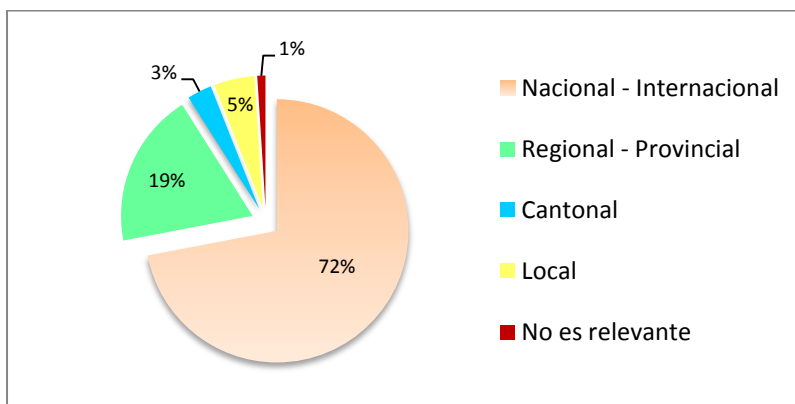


El 37% afirma que “El Panecillo” es un atractivo turístico único en Quito, mientras el 25% de los encuestados consideran que es un atractivo único a nivel Mundial, seguido con el 23% que creen que es único en el Ecuador y el 15% restante menciona que es un atractivo único en Latinoamérica.

Los visitantes y turistas tanto nacionales como extranjeros consideran que “El Panecillo” es un atractivo único en Quito. A pesar de ello, es preciso mencionar que un porcentaje representativo consideran que el conjunto de atractivos turísticos existentes en este recurso turístico como: monumento de la Virgen de Quito, la Olla de “El Panecillo”, Pesebre Andino; además, de la importancia histórica, cultural de este lugar; su cercanía al Centro Histórico más grande y mejor conservado de Latinoamérica lo convierte en un atractivo turístico único a nivel Mundial. No obstante, el mirador de “El Panecillo” posee similitudes con otros atractivos.

3.2.2.17. ¿Considera Usted que el atractivo turístico “El Panecillo” es conocido a nivel?

Gráfico 24: Reconocimiento del atractivo turístico “El Panecillo”

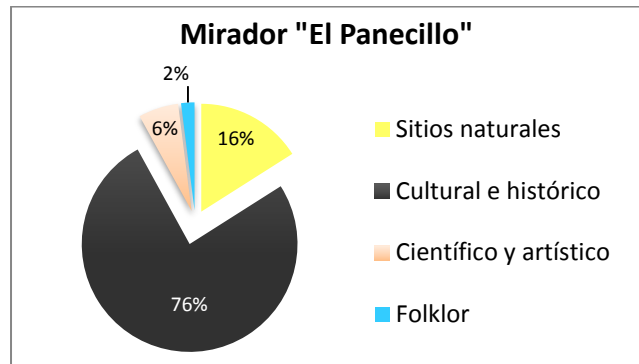


“El Panecillo” es un atractivo turístico conocido a nivel nacional e internacional según el 72% de los encuestados, el 19% menciona que se lo conoce a nivel regional - provincial, el 5% cree que es conocido a nivel local, con el 3% se estima que es conocido a nivel cantonal, mientras el 1% restante considera que no es un atractivo turístico relevante.

Si bien es cierto en la actualidad, “El Panecillo” es un atractivo turístico conocido a nivel nacional e internacional ya sea por su gran monumento inspirado en la Virgen de Legarda, el mirador o por ser un lugar emblemático de Quito donde se desarrollaron diversos acontecimientos históricos, culturales y artísticos. A pesar de ello, se evidencia que el segmento de mercado predominante en este recurso turístico son los visitantes locales, mientras que la cuota de turistas nacionales e internacionales es reducida; razón por la cual la necesidad e importancia de posicionar este recurso turístico adecuadamente a través de los diferentes canales de promoción principalmente enfocados en los segmentos de mercado que se busca captar.

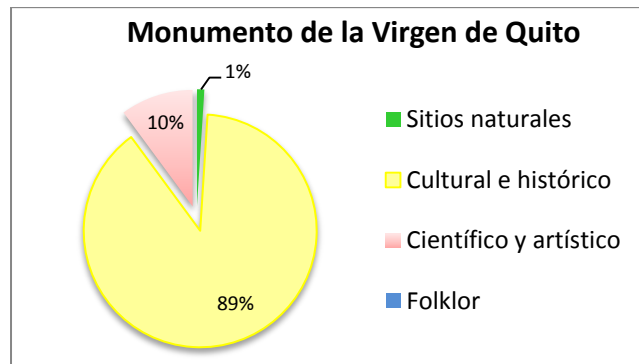
3.2.2.18. ¿Qué categoría le da usted a los siguientes atractivos turísticos?

Gráfico 25: Categoría del mirador “El Panecillo”



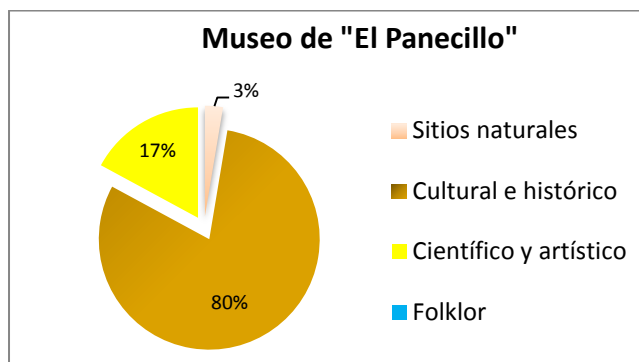
El 76% clasifica al mirador “El Panecillo” como un atractivo turístico de categoría cultural e histórica, el 16% considera que es un sitio natural, el 6% lo cataloga como una realización científica y artística y el 2% restante se inclina por la alternativa de folklor.

Gráfico 26: Categoría del monumento de la Virgen de Quito



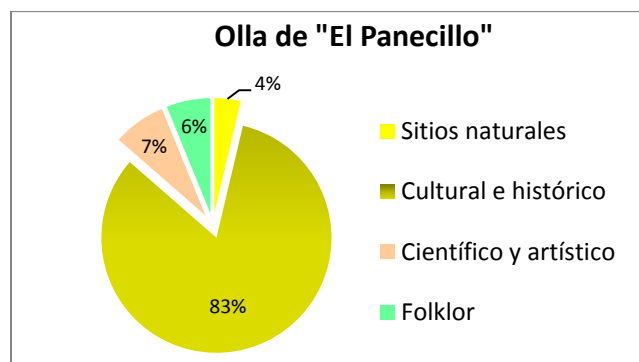
El 89% de los encuestados que han visitado el monumento de la Virgen de Quito, catalogan este atractivo turístico como cultural e histórico, mientras el 10% lo clasifican como manifestación científica y artística y el 1% restante como un sitio natural.

Gráfico 27: Categoría del museo de “El Panecillo”



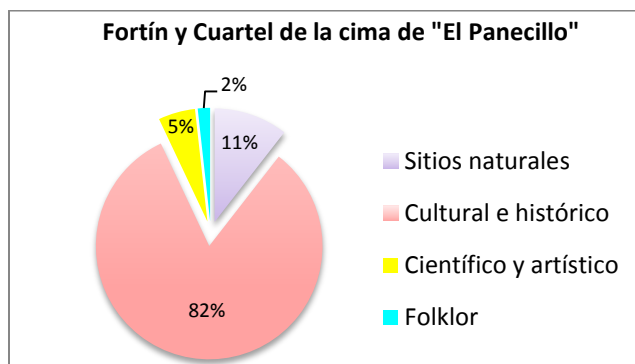
El 80% del universo encuestado consideran que el museo de “El Panecillo” es un atractivo cultural e histórico, el 17% lo clasifica como una manifestación científica y artística, mientras el 3% restante lo cataloga como un sitio natural.

Gráfico 28: Categoría de la Olla de “El Panecillo”



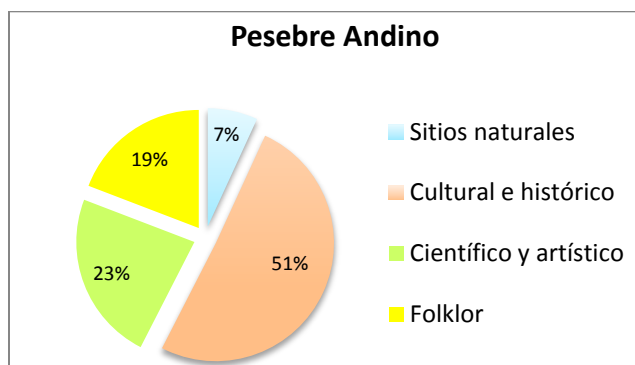
El 83% de los visitantes que acuden a este sitio turístico consideran que la Olla de “El Panecillo” es un atractivo cultural e histórico, el 7% lo cataloga como una manifestación de carácter científico y artístico mientras el 6% lo clasifican como folclor y el 4% creen que es un sitio natural.

Gráfico 29: Categoría del Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”



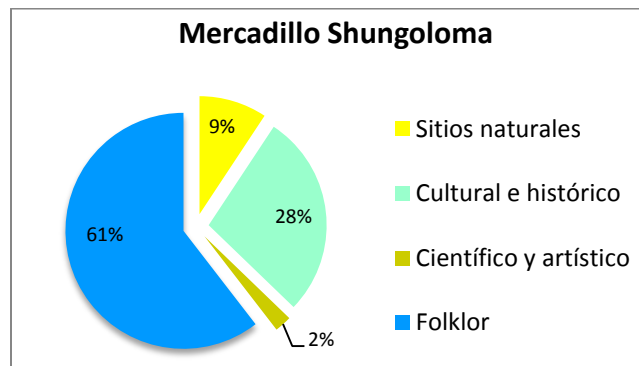
Dentro de la clasificación establecida se determinó que el 82% de la demanda actual encuestada concuerdan que el Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo” es un atractivo cultural e histórico, el 11% opinan que es un sitio natural, el 5% lo clasifica como una manifestación científica y artística y el 2% restante lo cataloga como folklor.

Gráfico 30: Categoría del Pesebre Andino



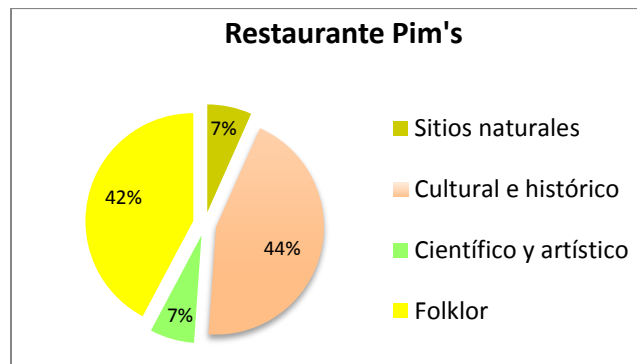
El 51% de la población encuestada considera que el Pesebre Andino es un atractivo cultural e histórico, el 23% se catalogan como una manifestación científica y artística, mientras el 19% lo relacionan con el folklor y el 7% restante opinan que es un sitio natural.

Gráfico 31: Categoría del mercadillo Shungoloma



El 61% de las personas encuestadas relacionan al mercadillo Shungoloma como folklor, el 28% como un atractivo cultural e histórico, mientras el 9% piensa que es un sitio natural y el 2% restante lo clasifica como una manifestación científica y artística.

Gráfico 32: Categoría del restaurante Pim's

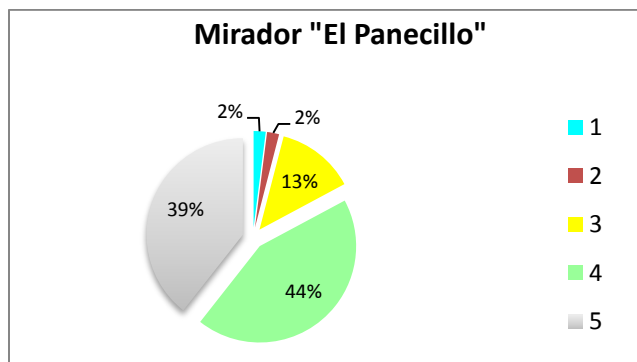


El 44% de los encuestados menciona que el restaurante Pim's es un atractivo cultural e histórico, el 42% lo clasifica como folklor, mientras el 7% consideran que es una manifestación científica y artística y el 7% restante lo cataloga como un sitio natural.

Según la percepción de los turistas que visitan el recurso turístico “El Panecillo” se identificó que un gran porcentaje consideran que los atractivos turísticos existen tienen una connotación histórica y cultural debido a los acontecimientos que se desarrollaron en este lugar; sin embargo, el mercadillo Shungoloma, y el restaurante Pim's lo catalogan como folklor ya que ofertan productos típicos del Ecuador a través de una gastronomía tradicional o gourmet.

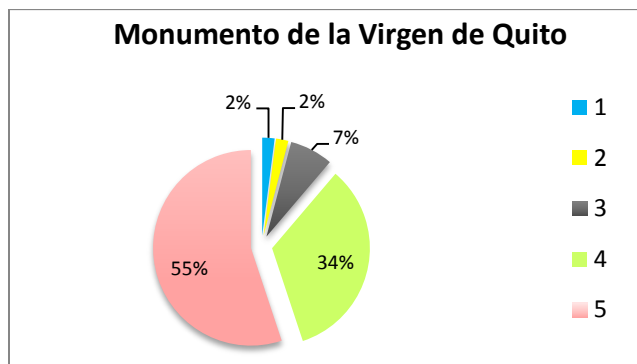
3.2.2.19. Valore los siguientes atractivos siendo 1 lo más bajo 5 lo más alto.

Gráfico 33: Valoración del mirador “El Panecillo”



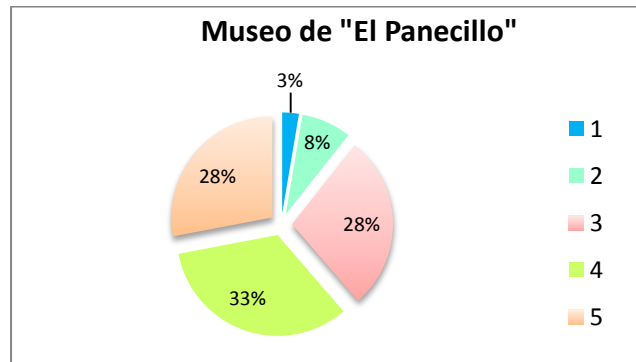
El 44% del universo encuestado considera que el mirador “El Panecillo” posee un alto nivel de importancia, mientras el 39% lo valoran como un atractivo turístico de muy alta importancia, el 13% piensa que tiene cierta relevancia, por el contrario el 2% opina que posee escasa relevancia y al 2% restante simplemente no les resulta relevante.

Gráfico 34: Valoración del monumento de la Virgen de Quito



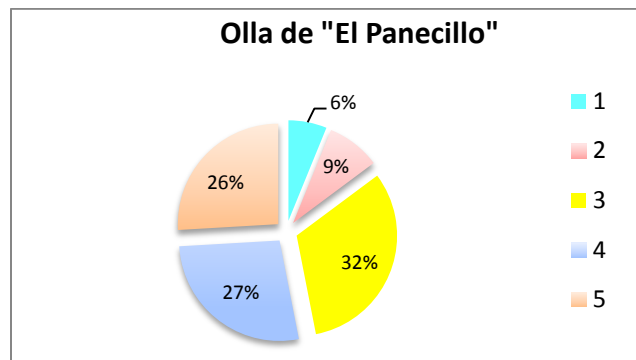
El monumento de la Virgen de Quito tiene una importancia muy alta según el 55% de los turistas encuestados, el 34% cree que posee un alto nivel de importancia, el 7% menciona que este atractivo turístico tiene un valor medio de importancia, mientras que el 2% considera que tiene escasa relevancia y el otro 2% opina que no tiene ninguna relevancia.

Gráfico 35: Valoración del museo de “El Panecillo”



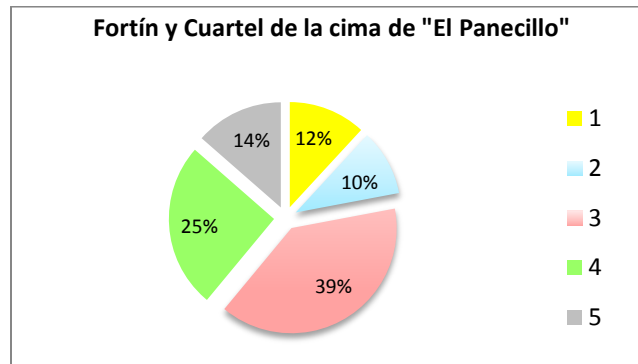
El 33% de los visitantes consideran que el museo de “El Panecillo” tiene un nivel de importancia alto, el 28% piensan que posee un nivel muy alto de importancia, en cambio el otro 28% evaluaron este atractivo turístico como de importancia media, el 8% opinan que tiene escasa relevancia y el 3% restante creen que no es relevante.

Gráfico 36: Valoración de la Olla de “El Panecillo”



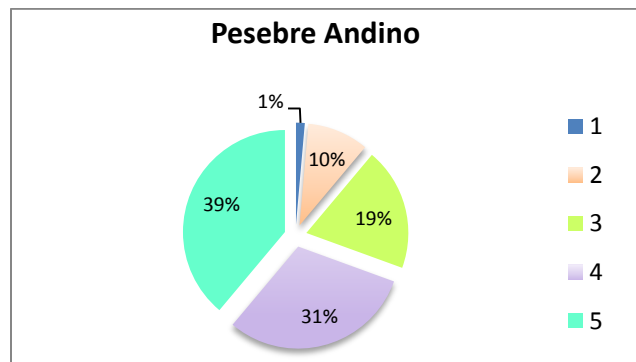
El 32% del universo encuestado opinan que la Olla de “El Panecillo” posee un valor medio de importancia, al contrario del 27% que considera que es un atractivo turístico de alta importancia, mientras el 26% lo evalúan con un nivel muy alto de importancia, el 9% cree que tiene un bajo grado de importancia y el 6% restante concuerda que no es relevante.

Gráfico 37: Valoración del Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”



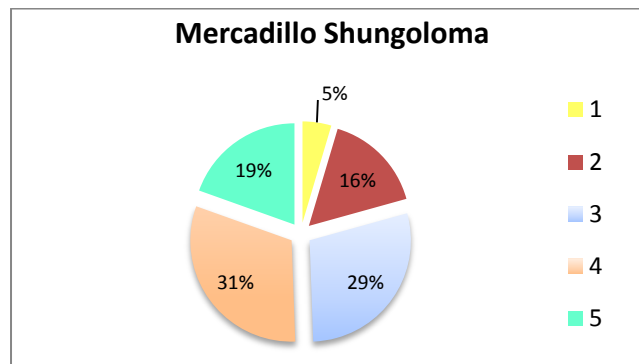
El Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo” son atractivos de importancia media según el 39% de los encuestados, mientras el 25% creen que son de alta importancia, seguido del 14% que opinan que son atractivos turísticos de muy alta importancia, por el contrario el 12% considera que no son relevantes y el 10% restante los valoran como atractivos de escasa relevancia.

Gráfico 38: Valoración del Pesebre Andino



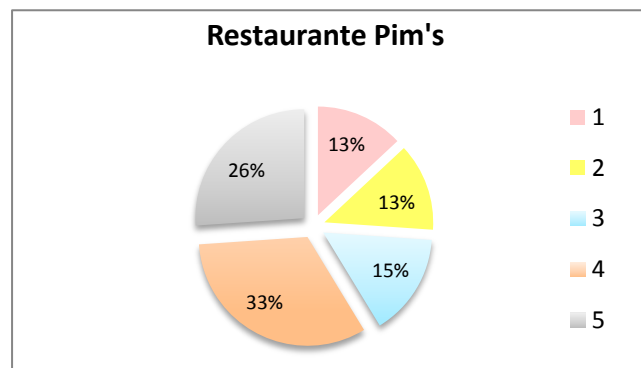
Se determinó que el 39% de los encuestados consideran que el Pesebre Andino tiene un valor muy alto de importancia, el 31% valora este atractivo con un alto nivel de importancia, el 19% considera que el grado de importancia es medio, el 10% lo cataloga como un atractivo con escasa relevancia, el 1% restante cree que no es relevante.

Gráfico 39: Valoración del mercadillo Shungoloma



Este atractivo turístico posee una alta importancia según el 31% del universo encuestado, el 29% considera que tiene un nivel medio de importancia, mientras el 19% evalúan al mercadillo Shungoloma con un nivel muy alto de importancia, al contrario del 16% que coinciden que es un atractivo de escasa relevancia y el 5% restante opinan que no es relevante.

Gráfico 40: Valoración del restaurante Pim's



El 33% de la demanda encuestada considera que el restaurante Pim's tiene una alta importancia, el 26% lo evalúan como un atractivo turístico de muy alta importancia, el 15% lo valoran con un nivel medio de importancia, mientras el 13% opinan que posee escasa relevancia y el 13% restante mencionan que no es relevante.

De los datos obtenidos a través de la valoración se puede identificar la importancia actual de los atractivos turísticos existentes en “El Panecillo” desde la perspectiva de la demanda: siendo el monumento de la Virgen de Quito, el Pesebre Andino los atractivos con mayor importancia, seguidos de mirador “El Panecillo”, el museo de “El Panecillo” y el restaurante Pim's, ya que son los que generan mayor deseo por conocerlos.

3.2.3. Entrevistas

Una vez realizada las entrevistas a los prestadores de servicios y organismos gubernamentales involucrados en la actividad turística, se procede a presentar las opiniones, percepciones referentes al panorama actual del recurso turístico “El Panecillo”. Para una mejor comprensión se adjuntan las entrevistas en los Anexos 3, 4.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los comerciantes del mercadillo Shungoloma, artesanos y encargados de los servicios higiénicos, concuerdan que la infraestructura turística existente en “El Panecillo” no es la adecuada y se debería mejorar, claro ejemplo es el deterioro del material de las casetas debido a las condiciones climáticas, el constante uso y la falta de mantenimiento de las mismas; las baterías sanitarias necesitan intervención urgente en su infraestructura ya que existen filtraciones en las paredes, el piso esta desprendido, no hay agua, hay baños dañados, además emana malos olores y la atención al cliente es mala, dando como resultado una imagen negativa a este sitio turístico (com. Pers. Asociación de Vendedores, 2017).

Las necesidades primordiales existentes en el mirador turístico “El Panecillo” son:

- La implementación de servicios básicos como alcantarillado, agua potable.
- Reemplazar el asfalto que se encuentra en mal estado en el sector del mercadillo Shungoloma.
- Reforzar la seguridad principalmente en las noches ya que se presentan robos a sus negocios.
- Mejorar e implementar mobiliario, cubiertas ya que cuando llueve los turistas se van.
- Implementar contenedores grandes de basura.
- Cambiar el piso de los servicios higiénicos, reparación o cambio de piezas sanitarias.

Además, los prestadores de servicios turísticos que fueron entrevistados, mencionan que han recibido capacitaciones cada seis meses en temas relacionados a la manipulación de alimentos, atención al cliente y contabilidad; sin embargo, los talleres son de corta duración y muy básicos. Finalmente, se ha podido determinar que los días de mayor afluencia de visitantes en el mirador “El Panecillo” son los días viernes, fines de semana y feriados, el resto de días se evidencia una reducida cantidad de turistas.

La siguiente entrevista se realizó al Especialista de Investigación y Desarrollo rural de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (Quito Turismo) Sebastián Almeida Dillon, quien opina que “El Panecillo” es uno de los principales atractivos del Centro Histórico de Quito, pero carece de facilidades turísticas tales como: baterías sanitarias adecuadas y no brinda seguridad al turista nacional y extranjero. Sin embargo, indica que se está trabajando a la par con la Administración Zonal del Centro Histórico para potenciar y tratar de dar seguridad en el sector y atractivos de principal afluencia turística, a través de la intervención de la Policía Metropolitana y la Policía Metropolitana de Turismo (com. Pers. Almeida, 2017).

Por otra parte, considera que se debería regenerar el museo de la Virgen de “El Panecillo” para dar un enfoque moderno, que provoque la visita del turista nacionales y extranjeros; ya que el museo tiene más de 20 años que no se lo adecuado. También, se tendría que implementar actividades culturales en “El Panecillo” que enfatizen en lo que es Quito; así como promocionar tanto sus atractivos, servicios ofertados, como las actividades culturales que se desarrollan, ya que es una parada estratégica que no es suficientemente aprovechada por los turistas.

Con relación a los servicios considera que son más adecuados a partir de la intervención realizada por el Municipio, quien proporcionó nuevos puestos para la venta de artesanías y comidas a la gente de la comunidad de “El Panecillo”. De igual manera, la atención al cliente ha mejorado debido a que tienen un mayor nivel de preparación, saben que el turismo es una fuente de trabajo sumamente importante. Razón por la cual se ha capacitado a la Asociación de Vendedores de “El Panecillo” en atención al cliente, técnicas de manejo de alimentos, para justamente brindar un mejor servicio al turista; estas capacitaciones se las realiza dos veces al año y está a cargo de la Administración Zonal del Centro Histórico.

Con respecto a la importancia de “El Panecillo” se cree que yace en el cerro del Yavirac y el mismo es el principal atractivo turístico debido a su valor histórico (templo de oración dedicado al Sol), cultural, antropológico y arqueológico; mientras que la estatua a la Virgen de Quito es un atractivo complementario para la visita. Personalmente, “El Panecillo” es un atractivo turístico muy importante para el país y obviamente para Quito. Además, es un atractivo turístico conocido a nivel nacional; sin embargo, a nivel internacional se lo conoce, pero no es el principal atractivo del destino ya que no se vende como destino “El Panecillo” sino como Centro Histórico de Quito,

justamente por ser el primer patrimonio de la humanidad, el Centro Histórico más grande y mejor conservado de Latinoamérica.

En lo que se refiere a la promoción de los principales atractivos turísticos de Quito y sus alrededores, se lo realiza mediante redes sociales, videos, capsulas de turismo, medios de prensa, televisión, radio, ferias de turismo internacionales, ya que la principal función de Quito Turismo es potenciar, dinamizar la economía local y dar a conocer los atractivos culturales, gastronómicos y naturales del Distrito Metropolitano de Quito. Además, se promociona el Destino macro, buscando brindar diferentes alternativas al turista al momento de escoger; es así que la parte cultural está conformada por el Centro Histórico y la parte natural por las parroquias rurales del DMQ, por lo cual no se puede enfocar la promoción en un solo segmento de mercado objetivo.

La siguiente entrevista se realizó a Andrea Loyola responsable de Turismo y Cultura de la Administración Zonal Manuela Sáenz, quien considera que “El Panecillo” es un espacio icono, emblemático de la ciudad, motivo por el cual, un gran porcentaje de personas visitan este atractivo turístico, pese a que las condiciones de la infraestructura, servicios turísticos y accesibilidad no son las más adecuadas. Sin embargo, los turistas no hacen uso de los servicios ofertados actualmente debido a que no están acorde al espacio emblemático que están visitando. Asimismo, hay muchos espacios como el Fortín, el Polvorín que tienen un gran potencial turístico debido a su valor histórico y cultural, pero lamentablemente al momento no son aprovechados, pese a que se están realizando las gestiones pertinentes para cambiar esta situación. Razón por la cual, se está trabajando en un Plan Integral para el “El Panecillo” (com. Pers. Loyola, 2017).

En relación a la atención al cliente no le califica realmente como mala, pero considera que siempre se puede mejorar; siendo así, la Administración Zonal a través de la Dirección de Gestión Participativa de desarrollo se ha dedicado a dar cursos de atención al cliente, buenas prácticas de manufactura (BPM), marketing, ingles etc. Sin embargo, la apreciación en relación a la calidad de los servicios es mala, según su opinión considera que se debe mejorar la infraestructura de los baños, los servicios que se están brindando en el patio de comidas, la accesibilidad y en general la oferta ya que si no se tiene un producto bueno que vender, nadie lo va a comprar. Claro ejemplo, es que muchos de los turistas que visitan “El Panecillo” suben ya con la recomendación de no comer nada en mercadillo debido a que las personas que están

atendiendo en alimentos y bebidas (A&B) no están empleando estándares de calidad, los alimentos no cumplen con las normas de mano factura, el espacio no es el adecuado para manejar alimentos preparados, sistema de gas, cocinas, etc.; salvo el restaurante Pim's, que cumple con los (BPL) y es reconocido dentro de la industria turística. De igual manera, los artesanos no innovan, ni diversifican su oferta se conforman con las artesanías de media o baja calidad que venden; situación que conlleva a que en todas y cada una de las casetas se encuentren los mismos productos al igual que en otros lado de la ciudad o país. En cuanto a la inseguridad en muchas ocasiones se genera por el consumo y la venta de bebidas alcohólicas en el mercadillo, las mismas que no están permitidas.

Según su percepción, considera que “El Panecillo” es un atractivo único en Latinoamérica; sin embargo, es conocido a nivel regional, debido a que no se lo ha sabido manejar bien desde la parte de marketing.

3.1. Definición del Mercado Actual

A continuación se define el mercado actual de “El Panecillo” teniendo en cuenta que el mercado turístico es el lugar donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada por consumir esos productos y servicios turísticos.

3.1.1. Caracterización de la oferta

Se evidencia que la oferta del sector está compuesta mayoritariamente por la prestación de servicios elementales como puestos de comida, artesanías, un museo, servicios higiénicos y parqueaderos. No obstante, la limitada presencia de establecimientos de alta categoría en el recurso turístico “El Panecillo” provoca que aún no se tenga una oferta consolidada, a partir de la cual se logre cumplir las exigencias de una demanda que requiere servicios especializados de calidad; sin embargo, existe una base con la que se puede desplegar turísticamente una oferta de bajo nivel.

3.1.2. Caracterización de la demanda

Con los resultados obtenidos a través de la metodología utilizada anteriormente, se ha logrado identificar las características, atributos generales de la demanda, por lo cual, a continuación se define el perfil del visitante y turista actual que concurre al mirador turístico “El Panecillo”

considerando aspectos como: procedencia, nicho de mercado, rangos de edad, nivel académico, frecuencia de visita, motivo de viaje.

3.1.2.1. Perfil del visitante

Los visitantes son generalmente familias residentes del Distrito Metropolitano de Quito cuya edad oscila entre 15 a 25 años en su mayoría con formación universitaria; los mismos que acuden a “El Panecillo” 1 o 2 veces al año, principalmente los fines de semana en horarios de 12:00 pm a 14:00 pm; además, muestran un claro interés en subir al mirador “El Panecillo” para pasar un momento de recreación y ocio, con la contemplación del paisaje.

3.1.2.2. Perfil del turista

Nacional

Los turistas nacionales están representados principalmente por familias, se encuentran en el rango de edad promedio de 15 a 36 años, poseen un grado de educación secundaria o estudios universitarios; los mismos que visitan “El Panecillo” 1 o 2 veces al año los días domingos a partir de las 12:00 pm a 14:00 pm motivados por conocer el conjunto de atractivos turísticos existentes.

Extranjero

Los turistas extranjeros que visitan “El Panecillo” lo hacen en compañía de sus amigos o pareja, su edad fluctúa entre 15 años en adelante, mismos que poseen un nivel académico de tercer nivel; la frecuencia con que acuden a este sitio turístico es 1 o 2 veces al año, principalmente los días viernes desde las 15:00 pm a 17:00 pm, motivados por conocer el mirador y el monumento de la Virgen de Quito.

3.1.3. Motivación de los turistas

Los turistas que visitan el recurso turístico “El Panecillo”, destacan que sus motivaciones están asociadas en el hecho de conocer los atractivos turísticos existentes en este lugar, participar de actividades asociadas a la identidad cultural, las tradiciones y observar la gran diversidad de paisajes. Además, del deseo de conocer sitios nuevos, desconectarse de lo cotidiano y disfrutar tiempo de ocio, relax y esparcimiento en compañía de sus familias o amigos además de satisfacer la necesidad de estar en contacto con la naturaleza.

3.1.4. Expectativas de visita al mirador “El Panecillo”

La demanda actual de “El Panecillo” espera que los servicios turísticos ofertados sean de calidad, se encuentre en condiciones adecuadas (seguros, organizados y limpios) además que la atención brindada en los mismos sea cordial y respetuosa; que exista diversidad de actividades complementarias y que estén diseñadas según las necesidades de todos los miembros del núcleo familiar.

3.2. Flujo turístico

El recurso turístico “El Panecillo” en general registra un flujo constante de turistas, que ha sido determinado semanalmente. Es así que de lunes a viernes se evidencia en su mayoría la presencia de turistas extranjeros, mientras que los fines de semana y feriados frecuentan este recurso turístico visitantes locales, turistas nacionales y extranjeros. No obstante, se evidencia variaciones en la dinámica del turismo cuando se desarrollan eventos externos programados, ya que se genera incremento en la afluencia de visitantes en este sitio turístico.

3.3. Posición del recurso turístico “El Panecillo” respecto a la demanda

Según el Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT - 2013, menciona que algunos de los atractivos “urbanos” más visitados en el DMQ, se concentran en el Centro Histórico con un aproximado del 61% (iglesias, “El Panecillo”, La Ronda) y en el sector de La Mariscal con un 22% (Foch, teatros, centros artesanales, restaurantes, etc.). Ambas son consideradas como las Zonas Especiales Turísticas de Quito (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo, 2013).

De igual forma, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo, 2015; indica que el 67,2% de la demanda turística no residentes que visita la ciudad concuerdan que el Centro Histórico es la atracción principal de Quito. Además, mencionan entre los sitios más importantes a los miradores (Teleférico, “El Panecillo” Itchimbia y Cima de la Libertad) con el 10,5% y La Mariscal con el 10,2%. Considerando individualmente los sitios más visitados figura: el Teleférico con el 10,2%, seguido por “El Panecillo” con el 9,6% y la Plaza Foch y La Ronda con igual participación 5,5% (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo, 2015).

De acuerdo con los datos obtenidos se pudo deducir que el “El Panecillo” es el segundo mirador turístico más visitado del DMQ, debido a que las motivaciones de la demanda actual están enfocadas principalmente en conocer el monumento de la Virgen de Quito, la contemplación y

disfrute del paisaje en lugares cercanos a Quito. Además, por su proximidad al Centro Histórico es considerado como uno de los atractivos “urbanos” más importantes y llamativos de la ciudad. Cabe destacar que el segmento que predomina son los visitantes locales residentes en la ciudad de Quito, por lo que se debería intensificar la promoción de este recurso turístico a nivel nacional e internacional.

4. CAPITULO IV: ESTRATEGIAS DE MEJORAS EN EL RECURSO TURÍSTICO

4.1. Brechas en la calidad del recurso turístico “El Panecillo”

Las brechas son la diferencia que se presentan entre lo que el turista espera recibir del servicio (expectativas) y lo que realmente recibe (percepciones). A continuación se presentan los puntos críticos o brechas identificadas en este trabajo, las cuales afectan de forma negativa la calidad de los servicios, la atención al cliente, la infraestructura turística de “El Panecillo” y por ende la experiencia de la demanda actual. Además, darán una pauta para proponer estrategias de mejora.

4.1.1. Percepción de la demanda respecto al recurso turístico “El Panecillo”

De acuerdo a la investigación realizada, se pudo determinar que el 65% de la demanda turística encuestada considera que la imagen actual de “El Panecillo” no es la adecuada, ya que todavía se lo considera como un sector inseguro, principalmente en las escalinatas y sus alrededores. Esto se debe a que no se han concentrado esfuerzos necesarios para reducir los índices de delincuencia y regenerar este sitio turístico. Información que coincide con las opiniones de las entrevistas realizadas a Andrea Loyola (2017), responsable de Turismo y Cultura de la Administración Zonal Manuela Sáenz; Sebastián Almeida Dillon (2017), Especialista de Investigación y Desarrollo rural de Quito Turismo; y prestadores de servicios turísticos de “El Panecillo”.

Además, quien visita “El Panecillo” percibe una desorganización estética del recurso turístico, a causa de una inadecuada distribución de los espacios para los servicios (artesanías, parqueaderos, recorridos a caballos y mercadillo Shungoloma) y actividades turísticas (presentaciones artísticas). El desaseo en las instalaciones turísticas y áreas recreativas provoca malestar en los visitantes y turistas que frecuentan este sitio turístico. Esto se determinó a través de la observación in situ y corroboró con los comentarios hechos por la demanda turística actual.

4.1.2. Servicio y atención al cliente

Gran parte de los visitantes y turistas no hacen uso de los servicios turísticos ofertados actualmente como son: museo, artesanías, restaurante Pim’s, mercadillo Shungoloma, baterías sanitarias, transporte, seguridad. Además, demuestran inconformidad respecto a esos servicios, debido a la escasa innovación y diversificación en los productos ofertados en este sitio; como se menciona anteriormente en el análisis tanto de las encuestas como de las entrevistas. Para

completar el panorama se pudo constatar, durante la observación en el campo, la falta de atención de calidad; esto generalmente se debe a que no se aplica un sistema de supervisión o normas de estandarización para la oferta turística y los servicios que allí se ofrecen.

Asimismo, la falta de información ha limitado conocer cuáles son las necesidades, motivaciones y expectativas de la demanda actual, respecto a los servicios, facilidades y atractivos turísticos de “El Panecillo”, la misma que se constató durante el desarrollo de la presente investigación.

4.1.3. Infraestructura y servicios complementarios

La infraestructura turística de “El Panecillo” presenta deterioro en sus instalaciones debido a que no se realiza mantenimiento continuo además no está acondicionado con el mobiliario necesario para brindar confortabilidad a los visitantes. Según la entrevista a Andrea Loyola (2017), se considera que debe mejorar la infraestructura de los baños, los servicios que se están brindando en el patio de comidas, la accesibilidad y en general la oferta ya que si no se tiene un producto bueno que vender, nadie lo va a comprar.

De igual manera, como se indicó en el capítulo anterior, la limitada oferta de actividades culturales y la necesidad que se implementen nuevos servicios turísticos como: áreas recreativas con el 27%, servicio de información con el 22%, señalización turística con el 22%, servicio de guías con el 17%; incide negativamente en el tiempo de visita según la demanda turística actual.

4.2. Estrategias de mejora continua

A partir de las brechas anteriormente identificadas se propone un conjunto de estrategias de mejora continua, con la finalidad de reducir la insatisfacción de la demanda actual, en relación, a los servicios, infraestructura y facilidades turísticas ofertadas; además, de valorizar y potencializar “El Panecillo” como recurso turístico de calidad.

4.2.1. Estrategias para mejorar la percepción de la demanda actual

Estas estrategias buscan optimizar la percepción de la demanda actual respecto al recurso turístico “El Panecillo”; para lo cual se propone acciones enfocadas en la regeneración de la imagen de este sitio turístico.

Tabla 3: Estrategias enfocadas en la percepción de la demanda respecto al recurso turístico “El Panecillo”

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZO
Intensificar la seguridad y vigilancia del sector	Coordinar acciones para incrementar la presencia de miembros policiales, que realicen patrullajes permanentes en el mirador, atractivos turísticos, principales puntos de acceso y zonas aledañas a “El Panecillo”.	Policía Nacional Policía Metropolitana de Turismo	Tres meses
	Implementar en el sector “El Panecillo” cámaras, botones de seguridad, puntos de información.	Ministerio del Interior Unidad Policial Comunitaria (UPC)	Mediano plazo
	Realizar controles permanentes en el mercadillo Shungoloma para evitar el expendio de bebidas alcohólicas.	Policía Nacional Policía Fundación Yavirac	Diariamente
	Mantener el orden y la organización del recurso turístico.		
	Desarrollar un plan comunitario de manejo turístico sostenible.	Moradores del Sector “El Panecillo” La Organización de Artesanos Fundación Yavirac	Seis meses
	Rediseñar el Plan de Marketing Turístico del DMQ.	Gestión de Destino Turístico (Quito)	Mediano plazo

Valorización de las características y atributos del recurso turístico		Turismo)	
	Evaluar mediante fichas de valoración y jerarquización el potencial natural, cultural – histórico, artísticos de los atractivos turísticos existentes.	Ministerio de Turismo	Semestralmente
	Capacitar al personal de los establecimientos turísticos públicos y privados y ciudadanía sobre la importancia de mantener una imagen estética del recurso turístico.	Administración Zonal Manuela Sáenz	Mediano - Largo plazo
	Realizar campañas permanentes relacionadas a la conservación y apropiación del recurso turístico.		
	Implementar personal que realice la limpieza de las instalaciones turísticas, áreas de circulación y recreación.		Corto plazo
	Establecer convenios y alianzas estratégicas entre actores gubernamentales y el sector privado involucrados en la actividad turística, en procura de recuperar y restaurar los atractivos turísticos.		Mediano plazo
	Planificar la distribución y el uso correcto de los espacios para la práctica de actividades culturales,		

	turísticas y recreativas.		
	Coordinar reuniones con los guías para promocionar y brindar información sobre el recurso turístico y los servicios que se ofertan.	Agencias de viajes y Tour operadoras	Corto plazo
	Desarrollar recorridos guiados que promuevan la historia e importancia del Yavirac.		Semanalmente

4.2.2. Estrategias para servicios y atención al cliente

Las siguientes estrategias son una herramienta que permitirán mejorar progresivamente la calidad de los servicios y la atención al cliente; con la finalidad de consolidar oferta turística de “El Panecillo”; lograr la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de la demanda turística actual.

Tabla 4: Estrategias enfocadas en los servicios y atención al cliente

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZO
	Implementar un sistema de certificación de calidad para miradores turísticos.		Mediano plazo
	Establecer normativas y protocolos de estandarización para la oferta turística de miradores.		
	Intensificar cursos de capacitación y formación integral en calidad turística.		Administración

Mejorar la calidad de la oferta turística actual de “El Panecillo”	Verificar que los servicios turísticos brinden productos de calidad; cumplan con las normas de manipulación, higiene y seguridad.	Zonal Manuela Sáenz	Mensualmente
	Establecer procedimientos para la elaboración y presentación de alimentos y bebidas.		Tres meses
	Supervisar que el personal que elabora (A&B) usen la vestimenta adecuada, tengan las manos limpias, uñas cortas y utilice agua segura.		Semanalmente
	Implementar nuevas rutas y líneas de transporte hacia “El Panecillo”	Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	Mediano plazo
Identificación de necesidades de la demanda turística actual que frecuentan el recurso turístico “El Panecillo”.	Ejecutar un monitoreo continuo mediante encuestas de satisfacción e implementación de un buzón de quejas y sugerencias.	Prestadores de servicios turísticos de “El Panecillo”	Diariamente
	Elaborar un estudio de mercado enfocado en la demanda de este sitio turístico.	Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (Quito Turismo)	Semestralmente

4.2.3. Estrategias para infraestructura y servicios complementarios

El propósito de las siguientes estrategias se enmarca en mejorar la experiencia de la demanda actual e incrementar el tiempo de visita y el flujo de turistas hacia el recurso turístico “El Panecillo”.

Tabla 5: Estrategias enfocadas en la infraestructura y servicios complementarios

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZO
Innovación de los elementos de infraestructura turística.	Dotar de equipamiento, mobiliario y elementos necesarios para el mirador turístico “El Panecillo”.	Administración Zonal Manuela Sáenz	Mediano - Largo plazo
	Implementar señalización turística adecuada; además, de letreros, rótulos con información de horarios y permisos de funcionamiento, etc.		
	Inspeccionar continuamente que la fachada e interior de los establecimientos turísticos estén en condiciones óptimas.		Trimestralmente
Dinamización y Fortalecimiento de la actividad turística	Elaborar un calendario de eventos culturales como: conciertos, exposiciones, teatros al aire libre, presentación de grupos folklóricos, etc.	Ministerio de Turismo	Mensualmente
	Realizar concursos de comidas típicas de la zona.		Trimestralmente
	Crear una página web exclusiva de “El Panecillo” donde se promocionen los atractivos, facilidades turísticas, oferta gastronómica, cultural, comercial de este sitio turístico.	Gestión de Destino Turístico (Quito Turismo)	Tres meses
	Ampliar el portafolio de servicios turísticos enfocados en las	Ministerio de Turismo	Semestralmente

	necesidades de la demanda actual.		
--	-----------------------------------	--	--

En el presente trabajo de investigación sobre Análisis de la valoración del mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad del Centro Histórico de Quito desde la perspectiva de la demanda; se determinó que este recurso posee un gran potencial turístico, por su diversidad de atractivos; además, es considerado como el más importante mirador natural de la ciudad; sin embargo, no está siendo aprovechado adecuadamente, debido a la existencia de brechas en la calidad de la oferta turística, infraestructura y servicios complementarios; las mismas que causan insatisfacción en la demanda turística actual; razón por la cual se plantea estrategias de mejora continua con finalidad de dinamizar y potencializar la actividad turística e incrementar el flujo de turistas y visitantes.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de los análisis realizados, se establecen las siguientes conclusiones y recomendaciones, las cuales están alineadas con los objetivos de la presente investigación.

5.1. Conclusiones

- La presente investigación permitió esclarecer el estado actual del recurso turístico “El Panecillo”; y determinar que las condiciones en las que se encuentran la infraestructura y los servicios turísticos en general no están acorde a las expectativas de los turistas y visitantes, siendo así en promedio el 61,25% de los servicios turísticos existentes en “El Panecillo” no son utilizados; ya que los mismos no brindan una atención de calidad debido a que las instalaciones se encuentran deterioradas, no son las adecuadas y los servicios turísticos no se adaptan a los requerimientos de la demanda; además, los prestadores de servicios no cumplen con las normas de manipulación de alimentos, higiene y limpieza básicas; afectando el desarrollo de la actividad turística de este sitio.
- El desarrollo del presente trabajo, ha permitido establecer que “El Panecillo” posee un gran potencial turístico que es valorado principalmente por los visitantes locales y turistas nacionales, debido a la unicidad de sus atractivos turísticos, carácter Quiteño, e importancia histórico-cultural de este lugar turístico, convirtiéndose en una ventaja competitiva; que no ha sido explotada de manera sostenible y con la debida planificación.
- La permanencia de los turistas y visitantes en el recurso turístico “El Panecillo” está determinada por la seguridad, sensación de satisfacción en relación a los servicios, las facilidades turísticas, condiciones climáticas, actividades recreativas y comerciales, es por esto que esta permanencia es de corta duración y con motivaciones específicas, que poco o nada tienen que ver con la oferta de servicios turísticos que se brinda en el lugar en la actualidad.
- “El Panecillo” es un atractivo de paso ya que los turistas que acuden a este sitio lo hacen principalmente por conocer el monumento de la Virgen de Quito y apreciar desde el mirador la vista panorámica del Centro Histórico; y si el clima lo permite, gran parte de la Avenida de los Volcanes durante el día; por ende no genera gasto turístico, ya que la mayoría de servicios no son del agrado o interés de los mismos.

- Con los resultados obtenidos a través de las encuestas se identificó que las principales características y motivaciones de la demanda turística son; visitantes: familias residentes del DMQ, con formación universitaria, motivadas por pasar un momento de recreación y ocio, con la contemplación del paisaje desde el mirador “El Panecillo”. Los turistas nacionales: son familias con estudios secundarios y universitarios, que muestran un claro interés por conocer el conjunto de atractivos turísticos existentes en “El Panecillo”. Los turistas extranjeros: usualmente son amigos o parejas con un nivel académico de tercer nivel, motivados por conocer el mirador y el monumento de la Virgen de Quito; en general frecuentan 1 o 2 veces al año este sitio turístico, principalmente los días viernes o fines de semana en los horarios de 12:00 pm a 17:00 pm. Esta información facilitó definir el perfil del turista y visitante actual que concurre al recurso turístico “El Panecillo”, a efecto de satisfacer sus necesidades y cumplir sus expectativas; además, en base a estos perfiles se definió las brechas y las estrategias para mejorar los servicios turísticos que se ofertan en el lugar.
- Se logró determinar que “El Panecillo” es un atractivo conocido a nivel nacional e internacional, según la perspectiva de la demanda. Sin embargo, el segmento de mercado que más frecuenta este sitio turístico con un 71% son los visitantes locales residentes de la ciudad de Quito, que llegan en su tiempo libre para realizar actividades de ocio y esparcimiento familiar. Por lo cual se debe priorizar la promoción hacia el turista externo y mejorar la oferta turística para cautivar al visitante actual.
- El mirador turístico “El Panecillo” no dispone de facilidades y servicios adecuados que permitan el desarrollo de actividades propias de este tipo de espacios turísticos, tales como: mobiliario, binoculares, señalización, guías turísticos y áreas de recreación; creando brechas en las percepciones del turista respecto a la calidad de este recurso turístico.
- En el momento que se concluye esta investigación se pudo identificar mediante la observación in situ, que se ha mejorado de alguna manera parte de la infraestructura de la cima de “El Panecillo”, sobre todo en lo que son servicios básicos; sin embargo, se evidenciaron nuevos problemas como: presencia de animales en el mercadillo; existencia de mayor cantidad de basura en áreas recreativas, a pesar que se han implementado

recolectores de desechos; nuevos servicios informales; lo que perjudica a la imagen estética y salubridad de este sitio turístico.

- Las estrategias de mejora continua propuestas están enfocadas en reducir las brechas existentes en la calidad de los servicios, atención al cliente, infraestructura turística; con la finalidad de fortalecer la oferta turística, optimizar la imagen de este sitio turístico; de tal manera que se genere experiencias positivas en la demanda actual; aumente el flujo de turistas; y por ende se posicione el mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad del Centro Histórico de Quito.

5.2. Recomendaciones

- La Administración Zonal Centro Manuela Sáenz, debería implementar un punto de información turística o el servicio de guía en el mirador “El Panecillo”; el cual brinde información acerca de la importancia, valor histórico, cultural del cerro Yavirac, los atractivos y facilidades turísticas existentes.
- Además, se recomienda organizar actividades turísticas, culturales afines a este sitio, debido a que las existentes son limitadas y no satisfacen las expectativas de los visitantes y turistas.
- También, es fundamental desarrollar la actividad turística de forma responsable, sostenible e incluyente de tal manera que se pueda aprovechar el potencial histórico, cultural y artístico del recurso turístico “El Panecillo”, fomentando la participación de los habitantes de esta comunidad.
- De igual manera, es necesario mejorar las condiciones estéticas de este recurso turístico y recuperar los hitos de atracción turística como la Cima, la Olla de “El Panecillo”, el Polvorín, el Fortín, las Murallas y los miradores, mediante la restauración de los mismos; campañas de conservación, implantación de actividades culturales y nuevos servicios en este sitio turístico.
- Asimismo, se debería crear áreas recreativas acordes al nicho de mercado de familias que actualmente frecuenta el mirador turístico “El Panecillo”, ya que 64% de los visitantes y turistas están dentro de este segmento; con la finalidad de aumentar el tiempo de estancia y generar mayor disposición de gasto turístico.

- De igual forma, se tendría que implementar señalización turística que permita a los visitantes identificar fácilmente los diversos atractivos y servicios afines ubicados en este recurso turístico.
- Se ha identificado la necesidad de realizar mantenimiento y limpieza continua de las áreas verdes aledañas e instalaciones turísticas, los mismos que deberían estar a cargo de Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito.
- Igualmente, es imprescindible dotar de mobiliario y ampliar la distribución de servicios básicos como alcantarillado, agua potable para mejorar el desenvolvimiento de la actividad turística.
- También, es indispensable realizar un diagnóstico continuo para la identificación de las necesidades, requerimientos de los visitantes y turistas; además, determinar el estado del recurso turístico “El Panecillo” con el fin de aplicar estrategias para la mejora continua.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Pública de Noticias de Quito. (2013), “El Panecillo se reforesta” [en línea], disponible en: http://prensa.quito.gob.ec/Noticias/news_user_view/el_panecillo_se_reforesta--8399, recuperado: 20 de septiembre del 2016.
- Agencia Pública de Noticias de Quito. (2014), “Alcalde Rodas: se inició la rehabilitación integral de El Panecillo” [en línea], disponible en: http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/alcalde_rodas_se_inicio_la_re_habilitacion_integral_de_el_panecillo--12784, recuperado: 27 de julio del 2016.
- Agencia Pública de Noticias de Quito. (2015), “Quito y sus premios turísticos: una ciudad especial” [en línea], disponible en: http://prensa.quito.gob.ec/Noticias/news_user_view/quito_y_sus_premios_turisticos_una_ciudad_especial--16119, recuperado: 1 de junio de 2016.
- Alcaldía del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2014), “Resolución N° A 012 - Plan De Gestión Para La Zona Especial Turística Del Centro Histórico De Quito” [en línea], disponible en: http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Resoluciones%20de%20Alcald%20C3%ADa/A%20C3%B1o%20%202014/RA-2014-0012%20%20%20%20PLANES%20DE%20GESTI%20C3%93N%20PARA%20LAS%20ZONAS%20ESPECIALES%20TUR%20C3%8DSTICAS%20DE%20LA%20MARISCAL%20Y%20CENTRO%20HIST%20C3%93RICO.pdf, recuperado: 5 de mayo del 2016.
- Borja, J. (2003), “La ciudad conquistada”, Madrid, Alianza.
- Camara, C. y Morcate, F. (2014, enero-abril), Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France, en “Arquitectura y Urbanismo”, vol. 35, núm. 1, pp. 46-67.
- Carrión, F. (2005, agosto), El centro histórico como proyecto y objeto de deseo, en “Journal Red Eure”, vol. XXXI, núm. 093, pp. 89-100.
- Centro de Documentación e Información del Ministerio de Economía y Finanzas Publicas Argentina. (2008), “Plan Nacional de Calidad Turística” [en línea], disponible en: http://www.infoleg.gov.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno29-12-2008-1.htm, recuperado: 10 de abril de 2016.

- Chias, J. (2002), “Plan Q 2012 - Plan estratégico de turismo de Quito Fases 0, I y II” [en línea], disponible en: <http://www.optur.org/download.php?file=../pdf/PLAN%20Q%202012%20Informe%20Fases%200%20-I-II.pdf>, recuperado: 10 de mayo de 2016.
- Comité de Gestión El Panecillo. (2006), “Caracterización y Agenda de desarrollo 2004-2009 del subsector El Panecillo”, Quito, Trama.
- De Velasco, J. (1978), “Historia del Reino de Quito en América Meridional en: Historia Antigua”, 2 tomos, Quito, Editorial CCE.
- El Comercio. (2012), “El pesebre más grande de Sudamérica alumbra las noches de Quito” [en línea], disponible en: <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito/pesebre-mas-grande-de-sudamerica.html>, recuperado: 30 de julio del 2016.
- El Comercio. (2014), “El Panecillo, una opción para visitar este feriado” [en línea], disponible en: <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito-panecillo-visitar-feriado-navidad.html>, recuperado: 30 de julio del 2016.
- El Comercio. (2015), “Otra ruta a El Panecillo” [en línea], disponible en: <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/25220-otra-forma-de-ir-a-el-panecillo.html>, recuperado: 15 de septiembre del 2016.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo. (2013), “Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT –2013” [en línea], disponible en: <http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito-en-cifras-2013.pdf>, recuperado: 04 de febrero de 2017.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo. (2015), “Caracterización del turismo receptor en el DMQ La demanda turística de viajeros no residentes a la ciudad de Quito N° 5” [en línea], disponible en: <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUK Ewjqib7pkMrSAhVjzFQKHVGxAfiQFggYMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.quito-turismo.gob.ec%2Findex.php%2Fes%2Festadisticas%2Fdatos-turisticos-adicionales%2Fcategory%2F11-gasto-y-perfil-del-turista%3Fdownload%3D439%3Aperfil-turista-receptor-en-el-dmq->

[2015&usg=AFQjCNF5z52CDRfaVWyAeAnNfnvb2R3BwQ&bvm=bv.149093890,d.eW](http://www.ebrary.com)
[E](http://www.ebrary.com), recuperado: 10 de febrero de 2017.

- Espinosa, M. (2002-2003), “La ciudad Inca de Quito”, Quito, Tramasocial.
- Femenía, O. (2010), “La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing”, España, B - Olga Femenía Millet, disponible en: <http://www.ebrary.com>, recuperado: 20 de abril de 2016.
- Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010), “La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9001: 2008”, España, B - EUMED, disponible en: <http://www.ebrary.com>, recuperado: 17 de octubre de 2015.
- Fundación Naturaleza para el Futuro. (2010), “Rutas Escénicas Miradores en rutas Comercialización de Productos Turísticos - El Patrimonio tiene Oficio” [en línea], disponible en: <http://www.naturalezaparaelfuturo.org/pdf/Informe%20Rutas%20Escenicass%20Miradores%20Paisajisticos.pdf>, recuperado: 26 de noviembre de 2015.
- García, R. (1972), “El Espíritu de la Quiteñidad a través de los Siglos”, Quito, CEDECO: Centro Ecuatoriano para el Desarrollo de la Comunidad.
- García, A. (2006), “Guía para la estructuración de productos turísticos”, Ecuador, Corporación Metropolitana de Turismo de Quito.
- Jurado, F. (2008), “Calles, casa y gente del Centro Histórico de Quito. Protagonistas de la Plaza Mayor y de la calle de las Siete Cruces, 1534 a 1950”, 4 tomos, Quito, FONSA.
- Leno, F. (1991), Los recursos turísticos en un proceso de planificación: inventario y evaluación, en “Papers de turisme”, núm.7, pp.7-24.
- López, D. (2001), La evaluación de los recursos territoriales turísticos de las comarcas del interior castellonense (Comunidad Valenciana), en “Investigaciones geográficas”, núm. 25, pp. 137-157.
- Ministerio de Turismo. (2014), “Programa Nacional para La Excelencia Turística” [en línea], disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>, recuperado: 5 de septiembre de 2015.

- Molino, J.; Moreno, J. y Moreno, M. (2010), “Modelo Q+4D: cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida”, España, AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación, disponible en: <http://www.ebrary.com>, recuperado: 20 de octubre de 2015.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2002), “Proyecto Panecillo Centro Histórico de Quito” [en línea], disponible en: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/45449.pdf>, recuperado: 27 de julio del 2016.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2008), “El Panecillo memoria histórica y cultural”, Quito, Trama.
- Navarro, D. (2015), Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración, en “Cuadernos de turismo”, núm. 35, pp. 335-357.
- Niño, V. (2011), “Metodología de la Investigación: diseño y ejecución”, Colombia, Ediciones de la U, disponible en: <http://www.ebrary.com>, recuperado: 29 de noviembre de 2015.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, A. y Berry, L. (1988), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, en “Journal of Retailing”, vol. 64, núm.1, pp. 12-40.
- Peralta, J. (2006), Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida en el servicio, en “Límite”, vol. 1, núm. 014, pp. 195-214.
- Pim’s. (2016), “Reseña Histórica y concepto comercial de la marca y los Establecimientos” [en línea], disponible en: <http://www.grupopims.com/section/3/quienes-somos>, recuperado: 29 de agosto del 2016.
- Pineda, E.; De Alvarado, E. y De Canales, F. (1994), “Metodología de la Investigación”, Washington, D.C., Serie PALTEX para ejecutores de programas de salud N° 35 segunda edición.
- PP Digital. (2012), “La Olla de El Panecillo tiene sus leyendas” [en línea], disponible en: <http://www.ppdigital.com.ec/noticias/mi-quito/1/el-Olla-de-el-panecillo-tiene-sus-leyendas>, recuperado: 31 de julio del 2016.

- Presidencia de la República del Ecuador. (2013), “Quito, el mejor destino turístico de América Latina” [en línea], disponible en: <http://www.presidencia.gob.ec/quito-el-mejor-destino-turistico-de-america-latina/>, recuperado: 04 de mayo de 2016.
- Setó, D. (2004), “De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente”, Madrid, ESIC, disponible en: <http://rebiun.absysnet.com/cgi-bin/abnetop/O7863/ID0b4304b5/NT1>, recuperado: 3 de octubre de 2015.
- Sierra, B.; Falces, C.; Alier, A. y Ruiz, M. (2003), Estructura de la calidad percibida en servicios de hostelería con clientes cautivos, en “ESIC Market Revista Internacional de Economía y Empresa”, núm. 116, pp.21-44.
- Urte, D. (2007), La valorización cultural, social y turística de los recursos culturales y naturales como instrumento para la planificación turística, la conservación del Paisaje Cultural Cafetero y el desarrollo sostenible del territorio turístico, en “Turismo y Sociedad”, núm. 8, pp. 69-80.
- Zeithaml, V.; Parasuraman, A. y Berry, L. (1993), “Calidad total en la gestión de los servicios”, Madrid, Díaz de Santos.

7. ANEXOS

Anexo 1: Tabla de Valoración

IDENTIFICACIÓN DEL RECURSO		
Nombre del Atractivo		
“El Panecillo”		
Ubicación		
“El Panecillo” se encuentra localizado al costado sur del Centro Histórico, a una altitud de más de 3 000 metros sobre el nivel del mar.		
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO		
Descripción		
Esta pequeña elevación se ha convertido en el más importante mirador natural, desde el que se puede apreciar el centro histórico, los extremos norte y sur de la ciudad de Quito. Adicionalmente, en la cima de “El Panecillo” se encuentra un conjunto de servicios y atractivos turísticos como el monumento de la Virgen de Quito, museo de “El Panecillo”, Pesebre Andino, Olla de “El Panecillo”, restaurante Pim's, mercadillo Shungoloma, etc.		
CRITERIO	Valor	Ponderación
UNICIDAD	1 a 5	30%
Recurso Único en el Mundo	1	6%
Recurso Único en Latinoamérica	-	-
Recurso único en Ecuador	1	6%
Recurso Único en Quito	3	18%
Recurso sin atributo de unicidad	-	-
NOTORIEDAD	1 a 5	25%
Notoriedad muy alta: Aparece en X del total de folletos de ámbito Nacional, libros de viaje referidos a todo el país, guías de viaje del país editadas en el extranjero, etc. que han sido analizados. Es operado por empresas nacionales, internacionales y locales de forma regular	3	15%
Notoriedad Alta Aparece en X del total de Folletos Regionales, Provinciales, libros de viaje referidos solo a la provincia que se han analizado. Es operado por empresas nacionales o locales esporádicamente	2	10%
Notoriedad Media: Solo aparece en los folletos /literatura referida al Cantón.	-	-
Notoriedad Baja: Solo aparece en algunos folletos editados localmente, o solo en literatura especializada pero no en la literatura turística.	-	-
Notoriedad no relevante: Apenas aparece mencionado en literatura turística.	-	-
VALOR INTRÍNSECO	1 a 5	25%
Valor Intrínseco Muy Alto: es un elemento que desde el punto de vista científico / técnico es muy importante, si el lugar o recurso tiene alguna declaración o catalogación de ámbito internacional etc.	-	-
Valor Intrínseco Alto: es un elemento que desde el punto de vista científico /técnico es importante, si el lugar o recurso tiene alguna declaración o catalogación de ámbito nacional, etc.	4	20%

Valor Intrínseco Medio: Se trata de un ejemplo entre varios otros de su clase de un elemento con cierta relevancia en el ámbito local, sin destacar mayormente, además se encuentra bien conservado, tiene elementos de interés.	1	5%
Valor intrínseco Bajo: Se trata de un ejemplo más entre muchos de su clase, de un elemento con escasa relevancia incluso dentro del ámbito local. Y/o sería de valor medio pero está en pésimo estado de conservación, o está muy restaurado.	-	-
Valor intrínseco No relevante: Elemento muy común, sin ninguna singularidad que reflejar. O bien Valor Intrínseco Bajo y además en mal estado de conservación.	-	-
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1 a 5	10%
Concentración de Oferta Muy Alta: El recurso es operado por operadoras turísticas de ámbito nacional y local, de forma regular (ofrecido en paquetes todo el año) Se pueden realizar diferentes actividades en el entorno del recurso y existe diversidad de servicios de diferentes gamas de precio y calidad en el área. El turista puede realizar actividades por su cuenta o contratar previamente todos los servicios.	-	-
Concentración de Oferta Alta. El recurso es operado por operadoras de ámbito nacional. La oferta de actividades es limitada, existen algunos servicios turísticos y el turista puede desplazarse por su cuenta y realizar alguna actividad por su cuenta.	-	-
Concentración de Oferta Media. Recurso operado por empresa/s locales. Reducida oferta de actividades. Escasa oferta de servicios turísticos.	1	2%
Concentración de Oferta Baja. El recurso es la empresa. Fuera de los servicios operados por ella, apenas hay algún servicio de gastronomía, algún alojamiento, escasez de actividad turística	4	8%
Concentración de Oferta no relevante. Escasa o nula oferta de servicios y actividades turísticas organizadas.	-	-
CARÁCTER QUITENO	1 a 5	10%
Carácter Quiteño Muy Alto	5	10%
Carácter Quiteño Alto	-	-
Carácter Quiteño Medio	-	-
Carácter Quiteño Bajo	-	-
Carácter Quiteño no relevante	-	-
OBSERVACIONES O SUGERENCIAS		
Es pertinente realizar una valoración semestral del mirador “El Panecillo” con la finalidad de identificar los aspectos que necesitan ser fortalecidos según la demanda actual; además, de potencializar este recurso turístico.		

Fuente: Ana García Pando, 2006

Anexo 2: Modelo de Encuesta

La siguiente encuesta tiene como objetivo analizar el mirador “El Panecillo” como recurso turístico de calidad del Centro Histórico de Quito para su valoración desde la perspectiva de la demanda, por favor llenar todos los campos

Nacionalidad *

Ecuatoriano Ciudad _____ Extranjero País _____

Edad *

15 – 25 26 – 36 37 – 47 48 - en adelante

Nivel Académico *

Primaria Secundaria Universitario Posgrado

1. ¿Con quién visita el mirador “El Panecillo”?

- Solo
- Familia
- Amigos
- Pareja
- Otros (especifique).....

2. ¿Con que frecuencia usted visita el recurso turístico “El Panecillo”?

- 1 a 2 veces al año
- 3 a 4 veces al año
- Más de 5 veces al año

3. ¿Cuándo prefiere visitar el mirador “El Panecillo”?

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábados
- Domingos

Feriados

4. ¿En qué hora del día le gusta visitar el mirador “El Panecillo”?

9:00 am - 11:00 am

12:00 pm - 14:00 pm

15:00 pm - 17:00 pm

18:00 pm - 20:00 pm

21:00 pm - en adelante

5. ¿Cuál es el medio de transporte que utilizo para llegar al mirador “El Panecillo”?

Transporte público

Taxi

Bus turístico

Auto propio

Otros (especifique).....

6. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos motivo su visita a “El Panecillo”?

Mirador “El Panecillo”

Monumento de la Virgen de Quito

Museo de “El Panecillo”

Olla de “El Panecillo”

Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”

Pesebre Andino

Restaurante Pim’s

Mercadillo Shungoloma

Todas las anteriores

Otros (especifique).....

7.Cuál de los siguientes servicios turísticos ofertados en “El Panecillo” utilizó y en función de esto evalúelos en la siguiente tabla:

Museo

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Artesanías

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Restaurante Pim's

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Mercadillo Shungoloma

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Parqueadero

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Baterías Sanitarias

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Transporte

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

Seguridad

Excelente Bueno Regular Malo No utilizó

8. ¿Los servicios turísticos ofertados en “El Panecillo” satisfacen sus necesidades y cumplen sus expectativas?

Si

No

¿Por qué?

.....
.....

9. ¿Cree usted que se debe implementar actividades, infraestructura o servicios complementarios en el mirador “El Panecillo”?

Si

No

Sugerir alguna actividad o atractivo en especial:

.....
.....

10. ¿Marque con una X las facilidades y servicios turísticos que considera se debería implementar en el mirador “El Panecillo”?

Servicios de Información

Servicio de guías

Señalización turística

Mobiliario

Áreas recreativas

Otros (especifique)

.....
.....

11. ¿Considera Usted que la imagen actual del mirador “El Panecillo” es la adecuada o se debe mejorar?

Adecuada

Mejorar

Sugerencias.....
.....

12. ¿Cree Usted que “El Panecillo” es un atractivo turístico único en?

Mundo

Latinoamérica

Ecuador

Quito

13. ¿Considera Usted que el atractivo turístico “El Panecillo” es conocido a nivel?

Nacional – Internacional

Regional – Provincial

Cantonal

Local

No es relevante

14. ¿Qué categoría le da usted a los siguientes atractivos turísticos?

Mirador “El Panecillo”

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Monumento de la Virgen de Quito

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Museo de “El Panecillo”

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Olla de “El Panecillo”

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Pesebre Andino

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Mercadillo Shungoloma

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

Restaurante Pim’s

Sitios naturales Cultural e histórico Científico y artístico Folklor

15. Valore los siguientes atractivos siendo 1 lo más bajo 5 lo más alto.

___ Mirador “El Panecillo”

___ Monumento de la Virgen de Quito

___ Museo de “El Panecillo”

___ Olla de “El Panecillo”

___ Fortín y Cuartel de la cima de “El Panecillo”

___ Pesebre Andino

___ Mercadillo Shungoloma

___ Restaurante Pim’s

Anexo 3: Entrevista - Oferta Turística

1. ¿Qué días hay mayor afluencia de turistas en “El Panecillo”?

.....
.....
.....

2. ¿Considera usted que se deberían realizar mayor número de capacitaciones y en qué temas?

.....
.....
.....
.....

3. ¿La infraestructura existente es la adecuada para “El Panecillo”?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Qué servicios se deberían mejorar en “El Panecillo”?

.....
.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son las necesidades que existe en “El Panecillo”?

.....
.....
.....
.....

Anexo 4: Entrevista - Actores Gubernamentales

1. Según su percepción ¿Cuál es la situación actual del recurso turístico “El Panecillo”?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Qué se debería implementar en el mirador “El Panecillo”?

.....
.....
.....

3. ¿Cuál es su opinión acerca de la atención al cliente, los servicios turísticos ofertados actualmente en “El Panecillo”?

.....
.....
.....

4. ¿Considera usted que “El Panecillo” es un atractivo turístico único en él: Mundo, Latinoamérica, Ecuador, Quito?

.....
.....
.....
.....

5. Considera Usted que el atractivo turístico “El Panecillo” es conocido a nivel: Nacional – Internacional, Regional – Provincial, Cantonal, Local, No es relevante

.....
.....
.....

Anexo 5: Miradores de Quito



Anexo 6: Panorama actual de la loma de “El Panecillo”



Anexo 7: Servicios turísticos en el mirador “El Panecillo”



Anexo 8: Brechas en la calidad de los servicios turísticos



Anexo 9: Fachada de los servicios higiénicos



Anexo 10: Servicios informales




Anexo 11: Recorridos a caballo




Anexo 12: Zonas de estacionamientos



Anexo 13: Notoriedad del recurso turístico “El Panecillo”



Search Lonely Planet and beyond



Destinations Bookings Shop Sign In

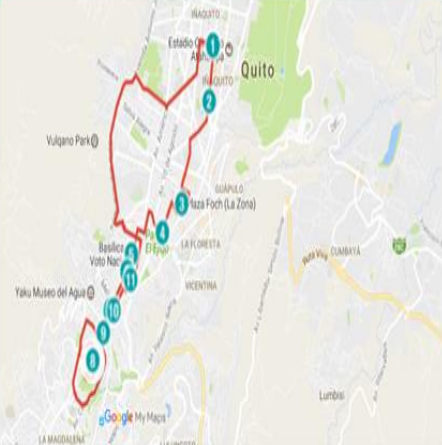
MAPA DE LA RUTA

RUTA DE LUNES A SÁBADO RUTA DE DOMINGO

← El Panecillo


nombre: El Panecillo

descripción: Cima de El Panecillo, tiempo de espera 20 minutos aproximadamente.



Half Day Quito City Tour

Tours & Sightseeing in Ecuador



PRICE: \$33

CHECK PRICES AND AVAILABILITY

RATING: 4.5/5 (10 reviews)

QUALITY: 5/5

TOUR DESCRIPTION PROVIDED BY VIATOR

Experience Quito's highlights on a 3-hour sightseeing tour with a knowledgeable guide. Drive through diverse neighborhoods for a look at both colonial and modern Quito, and visit top Quito attractions such as Independence Plaza and the Presidential Palace. You'll be amazed by panoramic views throughout your tour, accompanied by informative commentary from your guide about the history and culture of Ecuador's capital.

You'll be picked up at your Quito hotel in the morning to begin your city tour. Take a panoramic drive through the financial neighborhood of Quito and La Mariscal. Take some time to stroll through the colonial streets and visit Independence Plaza, the Presidential Palace and Government's Palace. You'll also visit several churches including La Basílica Church and San Francisco Church, built in the 17th century. Finally, head to the most famous hill in Quito, Panecillo Mirador, where you'll notice the contrast between colonial and modern Quito. Your guide will provide commentary on the sites you see throughout your tour. Afterward, you'll be taken back to your hotel.

Anexo 14: Promoción turística

VENERABLE PADRE JULIO MARÍA MATOVELLE

FUNDADOR DE LA CONGREGACIÓN DE MISIONEROS OBLATOS

Nació el 8 de septiembre de 1852, en Cuenca.

Fue educado con los jesuitas en el Seminario Mayor. En 1877 obtuvo el título de abogado en la Universidad de Cuenca, y en 1880 es ordenado sacerdote.

Abogado, religioso, historiador, político y literato, el 18 de junio de 1929, murió en su ciudad natal, dejándonos un amplio legado social y cultural que lo hacen merecedor de los más altos reconocimientos.

Obra sacerdotal

En 1884 fundó la "Congregación de Misioneros Oblatos de los Corazones Santísimos". Posteriormente, fundó la primera congregación de "Religiosas Oblatas de los Corazones Santísimos de Jesús y de María", y las distribuyó por las poblaciones más necesitadas del país para que inicien sus servicios educando a las mujeres y niñas indígenas.

Mentalizador de la Consagración del Ecuador al Sagrado Corazón de Jesús y al Inmaculado Corazón de María, cuyos monumentos conmemorativos se erigen como dos grandes iconos arquitectónicos del país, la Basílica del Voto Nacional y la Virgen de El Panecillo.



MONUMENTO VIRGEN DE EL PANECILLO

Horarios de atención

Lunes a Miércoles: 09:00 - 17:00
Jueves a Domingo: 09:00 - 21:00

Actividades

Visita al mirador de la ciudad a 3027 m.s.n.m.
Visita la muestra permanente de la historia del monumento
Muestra de vitrales de advocaciones marianas del país

"¿Quién es esta mujer, de sol vestida, reina, de doce estrellas coronada, portentosa señal, airosa, alada, que al firmamento se remonta erguida? ¿Quién es esta mujer engrandecida, que a sus plantas la luna ve postrada, mantiene a la serpiente encadenada y entre todas es la única escogida? Es María, la Virgen, la esperanza mostrada, en el edén, a cielo y tierra, en quien Dios se encarnó y entró en la historia. Es la Madre de Dios, flor de la alianza, la mujer fuerte que al infierno aterra, la esclava del Señor, la asunta a gloria."

"La Mujer de la Apocalipsis (Cap 12)" escrito por el Padre Jesús Rigoberto Correa Vásquez. o.c.ss. Misionero Oblato





Monumento a la Virgen de El Panecillo



VIRGEN DE EL PANECILLO
7 MARAVILLAS DE QUITO

COMUNICÁTE CON NOSOTROS

VIRGEN DE EL PANECILLO

Virgen de El Panecillo

(+593) 2 317 1985 / (+593) 2 228 6014
www.virgendelpanecillo.com

CONGREGACIÓN DE MISIONEROS OBLATOS

www.oblatos.com



VIRGEN DE EL PANECILLO
7 MARAVILLAS DE QUITO

www.virgendelpanecillo.com