

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE TERCER NIVEL
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, MARÍA NATHALIA MOLINA JÁTIVA C.I. 1721302626 autor del trabajo de graduación intitulado: “Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito”, previa a la obtención del grado académico de INGENIERO 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, 16 de Mayo de 2018

María Nathalia Molina Játiva
C.I. 1721302626

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, MBA. Santiago Serrano, director de esta disertación, certifico que la Srta. María Nathalia Molina Játiva, ha realizado con mi dirección este trabajo titulado “Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito”, 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.



MBA. Santiago Serrano

Quito, 16 de Mayo de 2018.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE “INGENIERO EN
ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL”

ANÁLISIS DEL PERFIL Y GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA CULTURAL
QUE VISITA EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

MARÍA NATHALIA MOLINA JÁTIVA

DIRECTOR: MBA. SANTIAGO SERRANO

QUITO, 2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre y abuelos, por ser motivación para superarme cada día a lo largo de mi carrera estudiantil, brindándome todo el apoyo decidido e incondicional para la realización de esta investigación.

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi gratitud, a mi familia, por su apoyo, amor y dedicación incondicional, por confiar y apoyarme íntegramente. A cada persona que desinteresadamente aportó con conocimientos valiosos para culminar con éxito este proyecto. A mi director de disertación MBA. Santiago Serrano, quien me guio con eficiencia, diligencia y profesionalismo durante la realización de esta investigación. Cada uno de ellos serán referentes importantes en mi vida profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
Resumen	IX
Abstract.....	X
CAPÍTULO I.....	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 y conceptual	4
1.4.1 Antecedentes o marco referencial	4
1.4.2 Marco teórico.....	6
1.5 Marco metodológico.....	8
1.5.1 Metodología.....	8
1.5.2 Técnicas: bibliográfica y “de campo”	9
1.5.3 Universo y/o muestra.....	9
CAPÍTULO II.....	11
2. Oferta turística cultural del Centro Histórico de Quito	11
2.1 Museos.....	15
2.1.1 Museo de la Ciudad.....	15
2.1.2 Centro Cultural Metropolitano	17
2.1.3 Museo Alberto Mena Caamaño.....	20
2.1.4 Museo Fray Pedro Gocial.....	23
2.1.5 Museo Casa de Sucre.....	24
2.1.6 Museo Numismático del Banco Central del Ecuador.....	27
2.2 Iglesias.....	29
2.2.1 Catedral Metropolitana de Quito	29
2.2.2 Iglesia de San Francisco	31
2.2.3 Iglesia de la Compañía de Jesús	33
2.2.4 Iglesia de Santo Domingo	36
2.2.5 Basílica del Voto Nacional.....	38
2.2.6 Iglesia de San Agustín	40
2.2.7 Iglesia y Convento de El Carmen Alto.....	42

2.3 Zonas de interés.....	44
2.3.1 Plaza de la Independencia	44
2.3.2 Loma del Panecillo	47
2.3.3 La Ronda	49
2.4 Teatros	51
2.4.1 Teatro Sucre.....	51
2.4.2 Teatro Bolívar.....	52
2.4.3 Teatro Variedades Ernesto Albán.....	55
2.5 Eventos culturales programados.....	57
2.5.1 Semana Santa.....	57
2.5.2 Festival Internacional de Música Sacra	60
2.5.3 Fiesta de la luz	61
2.5.4 Día de los muertos	63
2.5.5 Fiestas de Quito:.....	64
CAPÍTULO III	66
3. Resultado y análisis de las encuestas realizadas en el Centro Histórico de Quito.....	66
3.1 Estudio del perfil sociodemográfico.....	66
3.2 Estudio de la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos.	74
3.3 Estudio de organización del viaje y variables motivacionales.	83
3.4 Perfil del turista nacional que visita el Centro Histórico de Quito.....	92
3.5 Perfil del turista cultural extranjero que visita el Centro Histórico de Quito.	94
3.6 Estudio de la satisfacción del turista cultural en relación a los bienes y servicios consumidos.....	96
CAPÍTULO IV	118
4. Plan de estrategias y acciones operativas para dinamizar las actividades turísticas culturales en el Centro Histórico de Quito	118
4.1 Análisis FODA	118
4.1.1 Factores internos.....	118
4.1.2 Factores externos.....	121
4.2 Priorización de factores críticos de éxito.....	123
4.2.1 Priorización de factores críticos de éxito F.O	123
4.2.2 Priorización de factores críticos de éxito D.O.....	124
4.2.3 Priorización de factores críticos de éxito F.A	125
4.2.4 Priorización de factores críticos de éxito D.A.....	126
4.3 Matriz de objetivos estratégicos	127
4.4 Estrategias del mix de marketing	131
4.4.1 Producto.....	131

4.4.2 Precio.....	136
4.4.3 Plaza o distribución	137
4.4.4 Promoción.....	141
4.4.4.1 Campaña de valorización del Patrimonio.....	141
4.4.4.2 Campaña en redes sociales	142
4.4.4.3 Ferias internacionales con tecnología interactiva.....	143
5. Conclusiones.....	146
6. Recomendaciones.....	153
7. Bibliografía.....	156
8. Anexos	162
8.1 Encuesta.....	162
8.2 Museo Van Gogh.....	173

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Centro Histórico de Quito	12
Imagen 2: Mapa del Centro Histórico de Quito	14
Imagen 3: Museo de la Ciudad “Patio Central”	16
Imagen 4: Museo de la Ciudad “Patio Lateral”	16
Imagen 5: Centro Cultural Metropolitano	19
Imagen 6: Centro Cultural Metropolitano “Patio Central”	19
Imagen 7: Museo Alberto Mena Caamaño “Puerta Principal”	21
Imagen 8: Museo Alberto Mena Caamaño “El sacrificio de Quiroga”	22
Imagen 9 Museo Fray Pedro Gocial	24
Imagen 10: Museo Casa Sucre	26
Imagen 11: Museo Casa de Sucre “Patio Central”	26
Imagen 12: Museo Numismático del Banco Central del Ecuador	28
Imagen 13: Catedral Metropolitana de Quito	30
Imagen 14: Iglesia y Convento de San Francisco de Quito	32
Imagen 15: Iglesia de la Compañía de Jesús “Fachada”	34
Imagen 16: Iglesia de la Compañía de Jesús “Interior”	35
Imagen 17: Iglesia y Convento de Santo Domingo	37
Imagen 18: Basílica del Voto Nacional	39
Imagen 19: Iglesia de San Agustín	41
Imagen 20: Iglesia y Convento de El Carmen Alto	43
Imagen 21: Monumento a la Independencia del Ecuador	45
Imagen 22: Palacio de Carondelet	46
Imagen 23: Virgen del Panecillo	48
Imagen 24: Calle la Ronda	50
Imagen 25: Teatro Sucre	52
Imagen 26: Teatro Bolívar	54
Imagen 27: Teatro Variedades Ernesto Albán	56
Imagen 28: Cucuruchos “Procesión Jesús del Gran Poder”	57
Imagen 29: Arrastre de Caudas	58
Imagen 30: Fanesca	59
Imagen 31: Festival de Música Sacra	61
Imagen 32: Fiesta de la Luz	62
Imagen 33: Día de los difuntos	64
Imagen 34: Fiestas de Quito	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: País de origen	66
Gráfico 2: Género	67
Gráfico 3: Edad.....	68
Gráfico 4: Nivel de estudios	69
Gráfico 5: Ocupación actual.....	70
Gráfico 6: Ingreso mensual nacionales.....	72
Gráfico 7: Ingreso anual extranjeros	73
Gráfico 8: Promedio de gasto diario en el Centro Histórico de Quito	74
Gráfico 9: Disposición a pagar para ingresar a un sitio cultural	75
Gráfico 10: Precio a pagar para ingresar a un sitio cultural	76
Gráfico 11: Medio de transporte utiliza para acceder al Centro Histórico de Quito	77
Gráfico 12: Alojamiento (excepto residentes de Quito).....	79
Gráfico 13: Establecimientos comerciales alimenticios.....	80
Gráfico 14: Servicios turísticos contratados.....	81
Gráfico 15: Compañía durante su visita	83
Gráfico 16: Promedio de estadía en la ciudad de Quito	84
Gráfico 17: Fuentes de información relevantes para planear la visita al Centro Histórico de Quito	85
Gráfico 18: Tipo de turismo	87
Gráfico 19: Motivo de visita al Centro Histórico de Quito	88
Gráfico 20: Atracciones culturales visitadas en el Centro Histórico de Quito.....	90
Gráfico 21: Acceso al destino e infraestructura	97
Gráfico 22: Atractivo y oferta turística del Centro Histórico de Quito	99
Gráfico 23: Servicio de Hospedaje en el Centro Histórico de Quito	101
Gráfico 24: Servicio de alimentación en el Centro Histórico de Quito.....	103
Gráfico 25: Servicios contratados en el Centro Histórico de Quito	105
Gráfico 26: Calidad de transporte utilizado para acceder al Centro Histórico de Quito ...	107
Gráfico 27: Precio pagado por servicios recibidos.....	110
Gráfico 28: Experiencia de visita en el Centro Histórico de Quito	112
Gráfico 29: Imagen percibida del Centro Histórico de Quito	114
Gráfico 30: Satisfacción y recomendación en cuanto al Centro Histórico de Quito	117
Gráfico 31: Mix de marketing	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Criterio de evaluación general.....	96
Tabla 2: Criterio de evaluación de precio.....	109
Tabla 3: Criterio de evaluación de satisfacción.....	116
Tabla 4: Análisis FODA, factores internos.	118
Tabla 5: Análisis FODA, factores externos.....	121
Tabla 6: Priorización de factores críticos de éxito F.O	123
Tabla 7: Priorización de factores críticos de éxito ./D.O	124
Tabla 8: Priorización de factores críticos de éxito F.A	125
Tabla 9: Priorización de factores críticos de éxito D.A.....	126
Tabla 10: Matriz de objetivos estratégicos	127

Resumen

La disertación propone un análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito, siendo un estudio de la estructura de la demanda turística cultural en los principales mercados a nivel nacional e internacional.

Para esto es necesario identificar la oferta turística cultural que posee el Centro Histórico de Quito, siendo la región colonial mejor conservada de Latinoamérica y la primera ciudad en el mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, es el hogar de algunas de las más hermosas iglesias, posee impresionante arquitectura, edificios republicanos, teatros, monasterios, conventos los cuales adornan la estética barroca; además es el hogar de museos de carácter histórico y guarda las costumbres y tradiciones de los quiteños, estos elementos lo posicionan como el destino más cotizado de la región sudamericana

La investigación presenta el análisis de los resultados de datos obtenidos mediante 368 elementos muestrales aplicados a turistas nacionales e internacionales en los atractivos culturales más visitados del Centro Histórico de Quito como: Museo de la Ciudad, Museo Alberto Mena Caamaño, Museo Franciscano Fray Pedro Gocial y Fundación Iglesia de la Compañía., para ello se estudia la teoría de la motivación turística basándose en los atractivos turísticos culturales existentes.

La metodología utilizada es la propuesta por el Centro de Estudios Superiores en Turismo CESTUR, la cual propone varios ítems: el perfil sociodemográfico de los visitantes nacionales e internacionales, la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, la organización del viaje y variable motivacionales. El estudio de satisfacción del turista se complementará con el modelo SERVQUAL, el cual es un modelo de calidad de servicio con un alto nivel de fiabilidad y validez, que evalúa las expectativas y percepciones que tienen los clientes con respecto al servicio mediante cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Está constituido por una escala múltiple, consiste en un conjunto de ítems bajo afirmaciones o juicios los cuales solicitan una reacción favorable o desfavorable, positiva o negativa de los individuos

Con base en los resultados se realizó un análisis FODA, para así diseñar un plan de estrategias y acciones operativas que dinamicen las actividades turísticas culturales en el Centro Histórico de Quito.

Abstract

The thesis proposes an analysis of the profile and satisfaction degree of the cultural tourist who visits the Quito Historic Center. By searching the structure of the cultural tourist demand in the national and international markets.

Quito Historic Center has a variety of cultural tourist attractions, is the most preserved colonial region of Latin America and the first city in the world to be declared World Heritage by UNESCO. Quito is the home of the most beautiful churches, impressive architecture, republican buildings, theaters, monasteries, convents which adorn the baroque aesthetic. Also, it has museums of historical character and keeps customs and traditions. All of these elements, position the city as the most demanded destination of South America.

The research presents the analysis of the results obtained through 368 sample elements applied to national and international tourists in the most visited cultural attractions of Quito Historic Center, such as: Museum of the City, Alberto Mena Caamaño Museum, Fray Pedro Gocial Museum and The Church of the Society of Jesus. The investigation is based on tourist motivations by the existing cultural tourist attractions.

The methodology used is the one proposed by CESTUR (Center for Higher Studies in Tourism), which offers several items: the sociodemographic profile of national and international visitors, the structure of spending on tourism goods and services, the organization of travel and motivational variables. The study of tourist satisfaction will be complemented by the SERVQUAL model, which is a quality service model with a high level of reliability and validity that evaluates the expectations and perceptions that customers have about the service through five dimensions: reliability, responsiveness, security, empathy and tangible elements. It is constituted by a multiple scale, through quantitative and qualitative evaluation criteria that request a positive or negative reaction from the individuals.

Based on the results, a SWOT analysis, for designed strategies and operational actions to stimulate the cultural tourism activities in Quito Historic Center.

CAPÍTULO I

1.1 Justificación

En la actualidad el turismo ya no está reservado únicamente para las personas con tiempo libre y recursos económicos, se ha convertido en una importante actividad humana como producto del avance de la ciencia y tecnología. Es reconocido como una necesidad y contribuye a su vez al desarrollo de los países y regiones (OMT, 2012).

La vinculación entre cultura y turismo ha tenido como resultado el denominado turismo cultural. El interés de las personas por la historia, el arte y la cultura, ha motivado al crecimiento del mismo, el cual tiene como objetivo el disfrutar de bienes culturales como: monumentos, museos, gastronomía, patrimonio histórico y arquitectónico, además se conjuga con la inmersión en la historia natural y cultural, con el conocimiento de las artes, de la filosofía y del modo de vida de los distintos pueblos (Kravets, I., Camargo, P., 2008).

El turismo cultural juega un papel muy importante para disfrutar promover y preservar el patrimonio turístico y cultural de cada país, en el cual se relacionan el patrimonio, la cultura y el turismo, los cuales son difíciles de equilibrar, ya que el turismo es considerado como una actividad netamente económica y el patrimonio es una riqueza no renovable la cual no es considerada como un producto clásico de consumo, por lo que se deben aplicar estrategias de desarrollo sostenible para preservar los recursos culturales (Ministerio de Cultura, 2011).

El turismo cultural representa unas de las actividades con mayor crecimiento de la demanda global en este milenio, ha sido identificado como una de las áreas con mayor crecimiento desde la década de los 90. La organización Mundial de Turismo en el año de 1993 estimó que el 37% de las visitas internacionales tienen un componente cultural, y que esta cifra iría en crecimiento un 15% cada año. El aumento de la demanda turística cultural también es producido por las condiciones y los modelos de viajes, los cuales han variado durante los años hacia viajes más frecuentes y estancias más cortas, las cuales implican visitas más concretas enfocadas principalmente en un turismo urbano cultural (Esteban, C. J. D., 2006).

La ciudad de Quito, centro estratégico y turístico de Ecuador es considerada un eje cultural de América, que por sus atributos culturales y arquitectónicos, fue la primera ciudad en el mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad el 8 de septiembre de 1978 por parte de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). Quito cuenta con el centro histórico más grande y mejor cuidado de Latinoamérica, su magnífica y particular historia pre incásica y colonial, sus hermosas leyendas y tradiciones mantenidas en el tiempo, su arte y cultura, son atributos que le han permitido ganar por cuarto año consecutivo el World Travel Awards, en la categoría de Destino Líder de Sudamérica, ha posicionado a la ciudad entre las ciudades más interesantes para los turistas del mundo (Pino, M. T. I. D., 2010).

En la actualidad el turismo cultural representa una alternativa enfocada en la preservación y conservación de la riqueza cultural convirtiéndose en un bien que puede ser demandado y consumido. Por ello se busca el aprovechamiento y enriquecimiento de los productos culturales que ofrece el Centro Histórico de Quito lo que proporciona posibilidades para el desarrollo económico de la región (Tamayo, D. M., 2013).

La importancia del turista cultural para el desarrollo de las actividades turísticas culturales ha creado una necesidad de conocer información acerca de las motivaciones de los turistas culturales, comprender su comportamiento siendo importante para la gestión, el marketing o la planificación del medio ambiente urbano y de la industria turística, para así mejorar la calidad de la experiencia del visitante. La actitud del turista hacia el medio está reflejada en su comportamiento (Esteban, C. J. D., 2006).

El objetivo de este estudio es analizar las motivaciones, los patrones de consumo, el perfil socio-demográfico y la imagen que tienen los turistas que visitan atracciones culturales en el Centro Histórico de Quito, para diseñar un plan de estrategias y acciones operativas que dinamicen las actividades turísticas culturales en el Centro Histórico de Quito.

1.2 Planteamiento del problema

El Centro Histórico de Quito es el espacio de mayor importancia simbólica de la nación ecuatoriana, siendo la región colonial mejor conservada de Latinoamérica, posee impresionante arquitectura, edificios republicanos, teatros, monasterios, iglesias y conventos los cuales adornan la estética barroca, además es el hogar de museos de carácter histórico y guarda las costumbres y tradiciones de los quiteños, estos elementos lo posicionan como el destino más cotizado de la región sudamericana (Quito Turismo, 2014).

Las estadísticas proporcionadas por Quito Turismo en el año 2015 detallan datos generales, los cuales no diferencian el tipo de turismo que se realiza en la ciudad de Quito. Por lo que se desconoce las motivaciones, los intereses, el modelo de consumo de los turistas y la imagen que proyecta el Centro Histórico en los turistas nacionales e internacionales.

Existe un déficit de información sobre el turismo cultural, la promoción del mismo está enfocada solamente en la visita a las iglesias y museos, dejando de lado el arte escénico, el arte contemporáneo, el patrimonio cultural inmaterial. La agenda cultural se centra en épocas específicas, por lo que no se ofrecen actividades culturales relevantes durante el resto del año.

La mala planificación cultural y el déficit de datos sobre la demanda de turismo cultural en el Centro Histórico de Quito inciden en el enfoque de marketing.

Por esta razón es indispensable que se efectué un análisis de la demanda del turismo cultural en el Centro Histórico de Quito, para así obtener información sobre el comportamiento del consumidor, realizando un perfil de turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito a fin de mejorar la gestión de marketing y la planificación del ambiente urbano. Es importante que el análisis esté basado en modelos de desarrollo sostenible, para asegurar el bienestar de la población y preservar los recursos culturales y naturales.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar el perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar la oferta turística cultural del Centro Histórico de Quito.
- Determinar las motivaciones de los turistas nacionales e internacionales que visitan el Centro Histórico de Quito.
- Levantar un perfil del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito.
- Diseñar un plan de estrategias y acciones operativas para dinamizar las actividades turísticas culturales en el Centro Histórico de Quito.

1.4 Marco teórico y conceptual

1.4.1 Antecedentes o marco referencial

El turismo cultural aparece en las cuatro últimas décadas como un fenómeno social el cual presenta una de las mejores alternativas para ocupar el tiempo libre, está vinculado con la herencia histórica de los territorios en los cuales se desarrolla, contribuyendo al desarrollo regional. El turismo y la cultura son dos realidades destinadas a converger en cuanto a sus intereses, objetivos y programas para potencializar su capacidad de atracción de turistas. El turismo cultural responde en la actualidad a una nueva demanda. El interés por apreciar los territorios y espacios históricos los cuales contemplan manifestaciones culturales tangibles e intangibles supone alto consumo de servicios, los cuales deben beneficiar tanto al patrimonio como a su conservación y al desarrollo socioeconómico de la zona de atracción turística (Morere, R. N., & Perello, O. S., 2013).

La relación de turismo con el patrimonio se viene planteando desde 1970 en un debate internacional de la UNESCO, el cual aborda aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales, esta reunión manifestó la preocupación por el hecho de que las relaciones entre los servicios encargados de turismo y los encargados de la conservación del patrimonio cultural dista mucho de ser satisfactorio (UNESCO, 2016).

El patrimonio cultural ha constituido una exigencia de muchas personas como producto de consumo y recreación de minorías selectivas, los cuales tienen intereses particulares, estructurados como grupos homogéneos y constituyendo un mercado específico que incorpora los bienes culturales como un componente que depende de la demanda. El estudio del turismo relacionado con la cultura y el patrimonio comprenden una relación compleja, si bien pueden ser complementarios, sus necesidades son diferentes y están determinadas por el entorno social, físico, ambiental, económico, histórico y político del territorio en el cual se desarrollan. El turismo cultural se divide en varios tipos según el Ministerio de Turismo son: patrimonio cultural y natural, mercados y artesanías, gastronomía, shamanismo, turismo religioso, turismo urbano, turismo de haciendas históricas, turismo arqueológico, fiestas populares, CAVE científico, académico, educativo y voluntario (Tamayo, D. M., 2013).

Desde la antigüedad, las visitas al patrimonio cultural ha sido una de las motivaciones para los viajeros y se ha intensificado a partir del Renacimiento, y sobre todo con los viajes del Grand Tour. Desde la antigüedad, las visitas culturales han sido una de las motivaciones para muchos viajeros y esta conexión se ha ido haciendo más nítida a partir del Renacimiento y, sobre todo, con los denominados viajes del Grand Tour. El turismo cultural pretende responder a las necesidades de los turistas y la población, para desarrollar oportunidades, fortalezas, tendencias, para generar una herramienta de competitividad y crecimiento económico, con un gran potencial de generación de empleo (Hiriart, P. C., 2016).

1.4.2 Marco teórico

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo cultural como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias hacia atractivos culturales” con el propósito de adquirir nuevos conocimientos y experiencias para satisfacer sus necesidades. Estos atractivos culturales varían de una sociedad a otra, en la actualidad tienen un reflejo indudable en la economía. El término cultura engloba varios elementos como los bienes tangibles que integran el Patrimonio Histórico de un destino y los bienes relacionados con el arte, los bienes intangibles conforman elementos como las costumbres, tradiciones, folklore y creencias de un pueblo, atrayendo cada vez más a turistas hacia sus destinos (OMT, 2012).

Los actuales estudios hacen referencia a la Industria cultural tradicional identificando los cambios cualitativos en la demanda y en los patrones de consumo, estos cambios son importantes para descubrir nuevos nichos de mercado, parámetros a medir, elementos a financiar ya sean tangibles o intangibles. La demanda de un bien o servicio se define como aquellos que el consumidor prefiere o desea estudiar a través de la teoría del consumidor, la cual trata de explicar el comportamiento del mismo. En el turismo cultural la mayor participación en el consumo de bienes y servicios es realizada por individuos que cuentan con un nivel alto de ingresos y de educación superior, con mayor status en su trabajo. (Esteban, C. J. D., 2003)

Los bienes relacionados con la cultura tienen un carácter aditivo, es decir el placer y las ganas de consumir estos productos crecen a medida que su consumo aumenta, el consumo de estos bienes valora la satisfacción por la acumulación de conocimientos y experiencias.

Los bienes relacionados con el patrimonio histórico tienen un valor de prestigio al estar relacionados al interés por mantener el patrimonio como señal de identidad de la historia de un pueblo (Mondéjar, J. J. A., 2009).

Parte de los bienes culturales y de patrimonio histórico son bienes públicos o semipúblicos, los precios que se pagan son bajos y no revelan la deseabilidad de los bienes por lo que es difícil analizar el verdadero valor de la demanda. Estos elementos constituyen la parte teórica de la economía cultural, la cual se relaciona con la elección de los bienes culturales y el comportamiento de los agentes económicos, por esto la principal motivación del turista cultural, es el deseo de conocer y estar en contacto con el patrimonio del lugar turístico elegido y además seguir aprendiendo sobre la cultura y sus diferentes manifestaciones (Morere, R. N., & Perello, O. S., 2013).

El turismo es un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades el cual genera sentimiento y orgullo comunitario, recursos para la conservación y beneficia a la comunidad receptora, motiva a la población en la gestión del patrimonio creando conciencia ,además el turismo cultural representa una oportunidad para aprovechar el patrimonio si se promueve y organiza con profesionalismo, generando recursos para su conservación e incrementando la oferta de destinos, la estadía, el gasto y las satisfacción de los turistas que lo visitan. El turismo cultural es considerado como un turismo de pequeña escala, educativo y bien organizado, es un tipo de turismo que reemplaza al turismo de masas ofreciendo una visita especial y única a turistas con intereses particulares (Cortés, P. T., 2005).

El turista cultural está interesado en el medio ambiente, aprecia las diferentes culturas, tiene estudio superior y viaja de manera frecuente. Además realiza un gasto promedio en artesanía según su valor educativo y artístico. Busca la autenticidad relacionada con las experiencias culturales, interactúa de una manera profunda con los destinos y sus habitantes y quizá idealiza las expectativas de los lugares y personas informándose antes de viajar .Esta interesado en las experiencias reales, son clientes exigentes con gran percepción de calidad por lo que no toleran un mal servicio y la mediocridad (Esteban, C. J. D., 2006).

Según la UNESCO el turismo cultural es un concepto innovador con el cual se busca favorecer la comprensión entre pueblos y el respeto por el patrimonio cultural. Es importante que el turismo esté a favor del bienestar de las poblaciones y contribuya a preservar sus recursos culturales (UNESCO, 2016).

El futuro del sector turístico del Centro Histórico de Quito depende de que se protejan los recursos culturales, se deben adoptar políticas encaminadas a atribuir al patrimonio cultural una función en la vida colectiva y a integrar la protección del patrimonio en la planificación general (Cortés, P. T., 2005).

El respeto y la comprensión de la diversidad de culturas y pueblos es un principio clave en el desarrollo del turismo cultural. Al estar basado en la interacción humana, el turismo desempeña un papel importante en la promoción y el respeto entre culturas. Es importante para la conservación del patrimonio histórico y cultural, puesto que es la fuente de ingresos de la cual se beneficia la cultura local y genera en las comunidades un mayor valor a su propio patrimonio (Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de Argentina, 2008).

1.5.1 Marco metodológico

1.5.1 Metodología

La disertación propone un análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito, siendo un estudio de la estructura de la demanda turística cultural en los principales mercados a nivel nacional e internacional.

El estudio comprende los siguientes temas:

- A.** Perfil sociodemográfico de los visitantes nacionales e internacionales
- B.** Estructura de consumo de bienes y servicios turísticos
- C.** Organización del viaje y variable motivacionales.
- D.** Estudio de la satisfacción del turista en relación a los bienes y servicios consumidos en el destino turístico.
- E.** Análisis FODA a través de variables que determinan la satisfacción del turista en los bienes y servicios consumidos en el destino turístico

La metodología utilizada es la propuesta por el Centro de Estudios Superiores en Turismo CESTUR la cual propone varios ítems:

El perfil sociodemográfico el cual caracteriza al consumidor de los bienes y servicios turísticos en función a la nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, nivel de educación. La estructura de consumo determina el conjunto de bienes y servicios turísticos consumidos en el destino, la planeación y organización del viaje describe el propósito del mismo, actividades realizadas en el destino turístico, duración de la estancia, compañía de viaje, tipo de hospedaje, transporte utilizado para llegar al destino, visitas anteriores al destino, entre otros. El estudio de satisfacción del turista evaluará la satisfacción del turista en relación a la oferta de bienes y servicios consumidos, incluyendo la opinión del estado de algunos servicios públicos como limpieza, seguridad y transporte local (CESTUR, 2012).

El estudio de satisfacción del turista se complementará con el modelo SERVQUAL, el cual es un modelo de calidad de servicio con un alto nivel de fiabilidad y validez. Utiliza un cuestionario que evalúa las expectativas y percepciones que tienen los clientes con respecto al servicio mediante cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Está constituido por una escala múltiple, consiste en un conjunto de ítems bajo afirmaciones o juicios los cuales solicitan una reacción favorable o desfavorable, positiva o negativa de los individuos (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1992).

1.5.2 Técnicas: bibliográfica y “de campo”

Fuentes de información secundarias

Para este análisis se realizará consultas en libros de turismo, artículos de publicaciones periódicas, páginas web, monografías, tesis y documentos oficiales.

Encuesta

El análisis se realizará mediante la aplicación de encuestas a turistas nacionales e internacionales que visitan el Centro Histórico de Quito durante un periodo de 30 días, aplicando las mismas en los días de mayor flujo turístico como feriados y fines de semana; tiene como objetivo obtener información referente a datos demográficos como nacionalidad, edad, género, nivel de educación, situación económica actual, motivo principal del viaje, fuentes mediante las cuales recibió información del destino, imagen del destino, satisfacción y fidelización de los turistas.

1.5.3 Universo y/o muestra

El patrimonio del Centro Histórico de Quito está conformado por 40 iglesias, 16 monasterios, 12 museos e infinidad de residencias coloniales, los cuales en su mayoría se encuentran abiertos al público (Municipio de Quito, 1991).

Con la finalidad de lograr los objetivos de esta investigación se procede a determinar una muestra, de un universo utilizado es de 478.090 elementos muestrales, el cual representa el total de visitantes en el año 2016 según las estadísticas proporcionadas por el Museo de la Ciudad, Museo Mena Caamaño, Museo Franciscano Fray Pedro Gocial y Fundación Iglesia de la Compañía, museos e iglesia más visitados del Centro Histórico de Quito (Quito Turismo, 2015).

Fórmula aplicada cuando la muestra es finita:

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

N=Muestra

Gc=Grado de confiabilidad

95%=1.96

P=Variancia 50%=0.5

Q=Variancia 50%=0.5

e=Margen de error +-5% 0.0511

Datos:

Cálculo de la muestra

N= 478090

n = $\frac{459157,636}{1249,35118}$

Gc = 1,96

P= 0,5

n = 368

Q= 0,5

e= 0,0511

Resultado = 368 elementos muestrales.

CAPÍTULO II

2. Oferta turística cultural del Centro Histórico de Quito

Quito posee el título de Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, otorgado por la UNESCO en el año 1978. En el 2010 fue declarada como Capital Americana de la Cultura por El Buro Internacional de Capitales Culturales (IBOCC), y ha ganado por cuatro años consecutivos el premio como destino líder de Sudamérica en los World Travel Awards considerados como los óscar del turismo. Estas designaciones permiten dar a conocer a Quito como un referente cultural al poseer tantas riquezas (OMT, 2012).

Uno de ellos es el Centro Histórico que en 320 hectáreas, reúne 130 edificaciones monumentales y 5000 inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales, llegando a ser el menos alterado, mejor preservado y más grande de América. El Patrimonio está conformado por 40 iglesias y capillas, 17 plazas, plazoletas y atrios, 16 monasterios, 12 salas capitulares y refectorios, 12 museos e infinidad de residencias legendarias las cuales mantienen su arquitectura desde el siglo XVI (Municipio de Quito, 1989).

Su impresionante arquitectura adornan la estética barroca y gótica, sus museos encarnan la historia de Quito, mientras que la conservación de las costumbres modernas alberga la vida cotidiana. Quito es el hogar de algunas de las más hermosas iglesias, decoradas con impresionantes detalles barrocos. Entre las cuales podemos mencionar a la iglesia de la Compañía de Jesús, este templo es considerado el primer punto turístico para ser visto en la ciudad, turistas del exterior vienen solo para conocer la Compañía impactados por su recubrimiento interno en pan de oro y al ser considerado como el sitio barroco más importante de Latinoamérica (Quito Turismo, 2014).



Imagen 1: Centro Histórico de Quito

Autor: El Comercio

Fecha: 07- 03 -15

La plaza de San Blas expone la tradición Histórica de Quito, junto con la arquitectura moderna, su jardín vertical y sus joyas remodeladas; la Plaza Grande es identificada como el cubo del centro histórico ya que alberga La Catedral, El Palacio Municipal y el Palacio Presidencial, un lugar lleno de historia para los quiteños y para los visitantes interesados en conocer la rica cultura de la ciudad (Pino, M. T. I. D., 2010).

El Museo Alberto Mena Caamaño, más conocido como el museo de cera contiene uno de los principales hechos históricos del Ecuador desde 1700 hasta 1830; el Museo de la Ciudad y Numismático del Banco Central, el Museo de Manuela Sáenz y Camilo Egas, la Casa Alabado, el Museo Fray Pedro Gocial, la Casa Sucre son otras opciones para visitar, llenas de historia (Diario El Telégrafo, 2016).

Las iglesias también son importantes atractivos turísticos del Centro Histórico como la de San Francisco, su importancia reside en ser una de las primeras construcciones hechas en Quito y ostenta el privilegio de ser el conjunto de mayor dimensión dentro de los centros históricos de América, además de ser un icono para la ciudad por la famosa leyenda de Cantuña; la iglesia de Santo Domingo, la Basílica del Voto Nacional, San Agustín y el Carmen Alto entre otras forman parte del casco colonial. La famosa calle García Moreno conocida como la de las Siete Cruces, porque a lo largo de esta existen 7 iglesias; el recorrido comienza de norte a sur con la iglesia de Santa Bárbara, la iglesia de la Concepción, la Catedral, el Sagrario, la Compañía de Jesús, el Carmen Alto y termina en la capilla de San Lázaro (Pino, M. T. I. D., 2010).

Gracias a la conservación de esta zona colonial en el año 2015 recibió 480.657 visitantes no residentes y esta cifra va en aumento. Uno de los lugares más visitados, según los datos otorgados por el Municipio de Quito es “El Panecillo”, un cerro ubicado a 3000 metros sobre el nivel del mar el cual divide a la ciudad entre sur y norte, desde el cual se puede observar en su plenitud el Centro Histórico; este destino acogió en el 2015 a 65.412 turistas no residentes en la ciudad y tiene a la famosa “Virgen de Quito”, una estructura gigante de aluminio símbolo de la ciudad (Quito Turismo, 2015).

El segundo lugar más concurrido es La Ronda, una calle tradicional donde el turista puede disfrutar de la gastronomía ecuatoriana, además de observar a artesanos de oficios tradicionales como carpinteros, fabricantes de sombreros, hojalateros y pintores; este destino recibió en el 2015 a 50.694 turistas no residentes. El Teatro Sucre es el primer teatro de Quito construido entre 1879 y 1887 en el cual se encuentra La Plaza del Teatro también es un punto muy interesante en el cual se presentan varios teatreros de la calle; la Plaza de San Marcos, ubicada en el barrio del mismo nombre conserva la arquitectura colonial y republicana de la ciudad. Estos puntos de interés están acompañados de ferias artesanales que se instalan en las calles los fines de semana (De Maximy, R., Peyronnie, K., 2002).

En cuanto a servicios turísticos que ofrece el Centro Histórico, se encuentran ubicados por lo general en casas antiguas administradas por empresarios privados que han adaptado el inmueble para negocios. En la ciudad histórica quedan varios restaurantes y hoteles, que ante la competencia de los locales de reciente creación han renovado su imagen. El Centro Histórico de Quito cuenta con 76 cafeterías y 263 restaurantes, 36 hostales, 11 hoteles y 9 pensiones (Municipio de Quito, 1991).

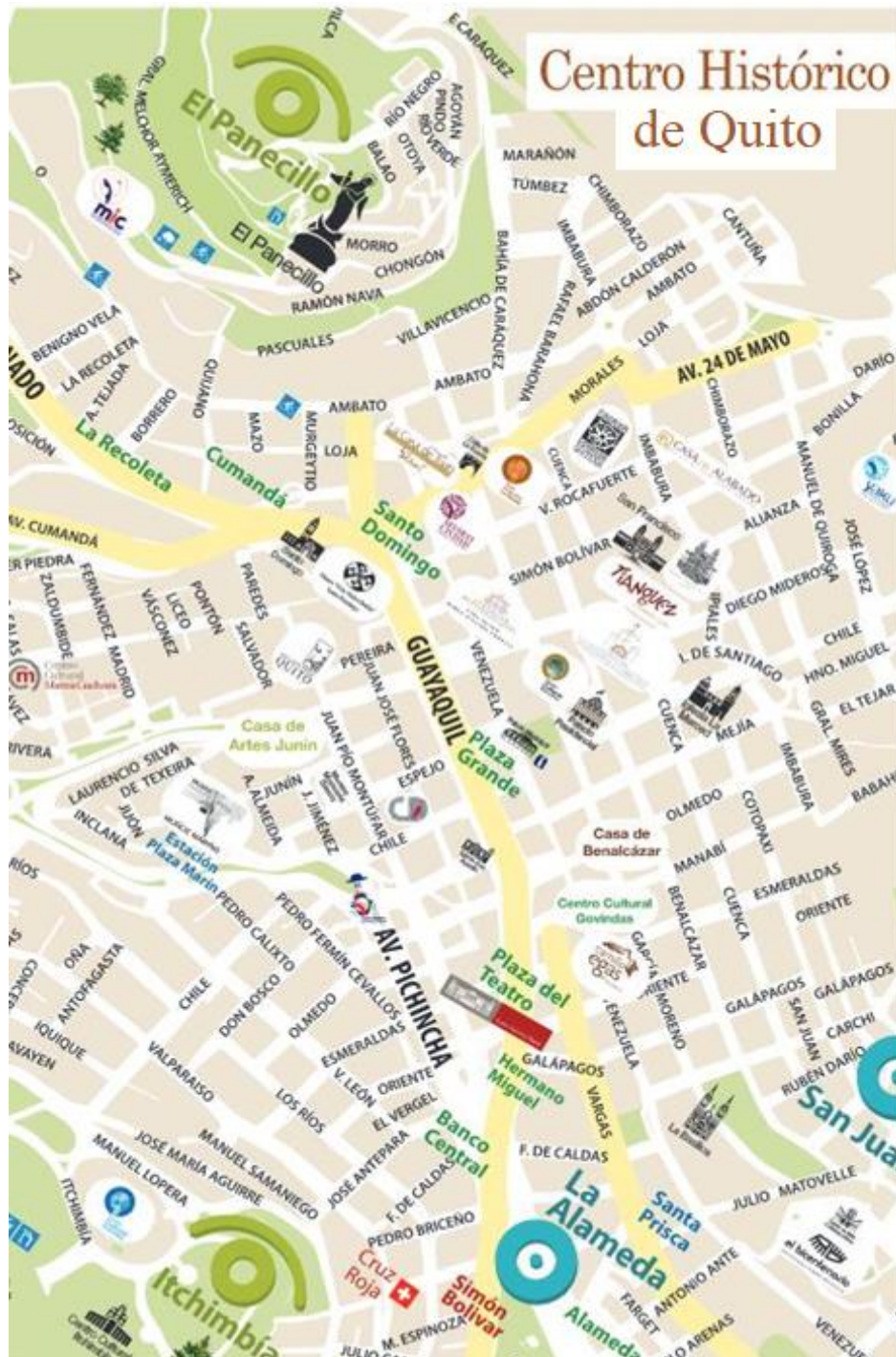


Imagen 2: Mapa del Centro Histórico de Quito

Autor: Quito Turismo

Fecha: 05- 05 -13

2.1 Museos

2.1.1 Museo de la Ciudad

El Museo de la Ciudad está ubicado en el Centro Histórico de Quito, en el calle García Moreno E1-47 y Rocafuerte. Fundado el 23 de julio de 1998 en las instalaciones del antiguo Hospital San Juan de Dios, es la edificación civil más antigua de Quito, la cual funcionó desde 1565 a 1974 ejerciendo las prácticas médicas conjugadas con la plegaria religiosa y el cuidado a los enfermos (Sistema de Museos y Centros Culturales de Quito, 2015).

El antiguo hospital San Juan de Dios fue restaurado y rehabilitado para convertirse en uno de los museos más importantes del país, en sus instalaciones presenta una exposición permanente sobre la historia del antiguo hospital, los procesos históricos y sociales de la ciudad de Quito en el siglo XIX, el régimen colonial y las sociedades antiguas de Quito. Siendo un espacio de encuentro para el diálogo, la reflexión y el debate intercultural e intergeneracional, a través de temáticas desarrolladas en sus exposiciones y de la programación artística cultural (Fundación Museos de la Ciudad, 2017).

Durante el recorrido es posible apreciar el patrimonio compuesto por manifestaciones intangibles subyacentes de la cultura urbana, leyendas y tradiciones, los sabores ancestrales, vestimenta colonial, las normas y prohibiciones sociales; además aporta al desarrollo de las comunidades promoviendo el reconocimiento y revalorización del patrimonio cultural del Distrito Metropolitano de Quito. El museo también cuenta con exposiciones temporales relacionadas a la cultura, el arte y la política (Fundación Museos de la Ciudad, 2017).

El Museo de la Ciudad es visitado por turistas nacionales y extranjeros, atraídos por su belleza arquitectónica y la historia que guarda el mismo, además de su ambiente de relax es perfecto para despejarse del estrés de la ciudad, mientras descubre las civilizaciones antiguas y la vida cotidiana de la sociedad quiteña en su época colonial y su transformación hasta la actualidad; su exhibición es un viaje a través del tiempo mantenido en perfecto estado gracias a la inversión de la Fundación Museos de la ciudad. Para acceder al museo es recomendable llegar caminando, ya sea desde el parqueadero ubicado la Ronda o desde la Plaza Grande por la calle García Moreno hasta visualizar el Arco de la Reina.



Imagen 3: Museo de la Ciudad “Patio Central”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18



Imagen 4: Museo de la Ciudad “Patio Lateral”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.1.2 Centro Cultural Metropolitano

El Centro Cultural Metropolitano se encuentra ubicado diagonal a la Plaza de la Independencia en la calle García Moreno y Sebastián de Benalcázar, es uno de los edificios más importantes de Quito, en el cual se exhiben exposiciones temporales de artistas nacionales e internacionales, su valor histórico se remonta a 1594, se encuentra en lo que históricamente fue la orden de la Compañía de Jesús. Desde la fundación de la ciudad en 1622 se construyó la Universidad San Gregorio Magno, cuando los jesuitas fueron expulsados de la ciudad en 1767, la universidad pasó a manos de la corona española cambiando su nombre a Real Universidad Santo Tomas de Aquino y funcionándola con los dominicos. Fue uno de los centros de operaciones administrativos de las haciendas más productivas de la ciudad, repentinamente se transformó en cuartel, en una fábrica de tabaco, casa de la moneda etc. Había sido la primera farmacia de Quito y hogar del primer periódico de la ciudad (Quito Turismo, 2018).

Entre 1997 y 2000 se logró recuperar íntegramente el edificio creándose un espacio moderno en el antiguo paraninfo de la universidad, convirtiéndolo en la Biblioteca Leónidas Batallas, principal fuente de consulta de los ciudadanos quiteños, el ala sur de la edificación se destinó para los fondos históricos de la Biblioteca González Suarez, así como para la hemeroteca y la exposición de las primeras máquinas de imprenta del Ecuador. El ala norte es ocupada por las salas de exposiciones itinerantes, una cafetería, tiendas y un pequeño auditorio, así como las salas de restauraciones; el antiguo cuartel se dispuso para el Museo Alberto Mena Caamaño, conocido como Museo de Cera. La edificación tiene 13.000 metros cuadrados de construcción de estilo neobarroco, su fachada se asemeja a los palacios alemanes de los siglos XVII. El primer piso está construido a base de piedra al igual que la entrada principal, mientras que el resto del edificio es de hormigón y mampostería de yeso (Centro Cultural Metropolitano de Quito, 2018).

Hoy en día el centro cultural ofrece biblioteca, museo y salas de exposiciones, administra el Museo Alberto Mena Caamaño, la Biblioteca Municipal Federico González Suárez y demás biblioteca de la Red Metropolitana de Bibliotecas, el Centro Cultural Itchimbía y la Casa de Artes La Ronda. Su dimensión Cultural y social lo convierte en un instrumento para la proyección de la identidad cultural, fomentando la creación y consciencia cultural; además el Centro Cultural Metropolitano consta de programas educativos, con la finalidad de atraer a los visitantes a la realidad conceptual de los artistas que exponen las salas periódicamente. Por lo cual se realizó una adaptación de los guiones históricos que relatan los sucesos entre 1736 y 1830 en la sala permanente de Quito al Ecuador , convirtiéndola en una sala sensorial , para el efecto los hechos son narrados a modo de cuento, estos efectos de audio fueron diseñados con la intención de reconstruir el ambiente y los diálogos de los personajes de un manera lúdica, sin perder un solo detalle del contenido histórico (Centro Cultural Metropolitano de Quito, 2018).

El Centro Cultural Metropolitano es un lugar ideal para descubrir la identidad y el origen de la nación ecuatoriana, su arquitectura es envolvente y atractiva a la vista, la sencillez de su interior es perfecta para ambientar cualquier tipo de exposición, en el patio central se puede disfrutar de un café mientras descubre la cultura. Sus exposiciones de fotografía , pintura y arte gráfico son enriquecedoras logrando impactar y sensibilizar al visitante, la extensa biblioteca ubicada en varios pisos de la hermosa edificación cuenta con cualquier tema que sea de interés del visitante, contiene un inventario excepcional de arte y arquitectura religiosa, la entrada no tiene costo, es un lugar que no debe dejar de visitar.

Nathalia Molina



Imagen 5: Centro Cultural Metropolitano

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18



Nathalia Molina

Imagen 6: Centro Cultural Metropolitano “Patio Central”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.1.3 Museo Alberto Mena Caamaño

El “ Museo de Arte e Historia Alberto Mena Caamaño” se encuentra ubicado en la Avenida José de Sucre 1147 y Sebastián de Benalcázar junto al Palacio de Carondelet , forma parte del Centro Cultural Metropolitano, institución de la que depende económica y administrativamente (Sistema de Museos y Centros Culturales de Quito, 2015).

Fue creado el 28 de mayo de 1957 a partir del fondo donado por el filántropo y aristócrata Alberto Mena Caamaño, el museo fue inaugurado para el público el 3 de noviembre de 1959. En 1970 integró a la exposición permanente una sala temática sobre la masacre del 2 de agosto de 1810, escena representada en cera por el artista Francisco Barbieri, basada en la pintura de César Villacrés titulada “El sacrificio del Quiroga” la cual revive un momento dramático, mostrando la actitud estoica del prócer Quiroga en la espera de su muerte, mientras su verdugo sostiene la espada para matarlo, entre lágrimas las hijas del patriota, de rodillas ante el soldado implorando por su vida. La reproducción de la matanza es la mayor atracción del museo a partir de la cual este espacio es conocido como “Museo de Cera” (MET Quito, 2015).

Actualmente el museo cuenta con una exposición permanente titulada “De Quito al Ecuador (1736 – 1835)” abierta al público en noviembre del 2002, las colecciones son manejadas en exposiciones temáticas temporales distribuidas en cuatro salas, además el museo cuenta con un espacio lúdico, el auditorio “Hugo Alemán”, muestra permanente de arte colonial y republicano, arte moderno ecuatoriano basado en los trabajos de pintura y escultura “Mariano Aguilera” y una variada oferta educativa para el disfrute del turista (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2007).

El museo es un interesante lugar para aprender sobre la historia de la independencia del Ecuador, alberga una colección de objetos de la época colonial exhibidos en salas recreadas con figuras de cera bastante reales creando un ambiente lúgubre que logra impresionar al visitantes, es una buena muestra visual de la historia nacional; los guías del museo tienen un conocimiento extraordinario informando al visitante de una manera interactiva. Es recomendable visitar el museo en días no festivos, ni feriados ya que suele haber afluencia de turistas causando abarrotamiento del mismo al ser una exposición corta.



Imagen 7: Museo Alberto Mena Caamaño “Puerta Principal”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18



Imagen 8: Museo Alberto Mena Caamaño “El sacrificio de Quiroga”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.1.4 Museo Fray Pedro Gocial

El museo Fray Pedro Gocial se encuentra ubicado en la calle Cuenca 477 y Sucre en el conjunto arquitectónico del Convento de San Francisco, constituye uno de los monumentos de mayor valor artístico y cultural de América hispana, por su belleza e impresionante arquitectura; su construcción inició en el siglo XVI prologándose hasta el siglo XVII, al completarse los siete claustros que integran este complejo siendo el más grande de América Latina (Museo Franciscano Fray Pedro Gocial, 2014).

En el siglo XVI se fundó el Colegio de Artes y Oficios de San Andrés lo que hizo del convento un eje de producción artística. En el interior de este legado funciona el Museo de Arte religioso “Fray Pedro Gocial” que exhibe una de las colecciones más bellas y completas del Arte Quiteño de los siglos XVI XVII y XVIII, alberga 4mil objetos y 250 obras de autores como Caspicara, Miguel de Santiago y Bernardo de Legarda, la colección no solo destaca por la cantidad y calidad de sus obras, sino también por la diversidad de piezas como: mesas de estilo árabe con incrustaciones de hueso, madera carey y espejos; esculturas en miniatura trabajadas en cera y madera; la colección de cuadros sobre la vida de la Virgen María pintados en alabastro ;esculturales de tamaño natural que aún son usadas para ceremonias religiosas en Semana Santa, además es el hogar de una de las imágenes más importantes de la Virgen María, la Apocalíptica Alada, creación del escultor de la Escuela Quiteña Bernardo de Legarda, conocida como la Virgen de Quito (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2007).

El museo es principalmente visitado por turistas que aprecian el arte colonial religioso, además de turistas de congregaciones religiosas los cuales visitan la mayor parte de conventos, monasterios e iglesias del Centro Histórico de Quito y otras ciudades de Latinoamérica. La exposición es extraordinaria y ordenada, el recorrido guiado dura aproximadamente una hora e incluye la visita al convento y su colección de arte religioso además de una vista a la iglesia de San Francisco, el ambiente del convento es tranquilo, limpio y bien cuidado, sus jardines son un lugar ideal para descansar. Cada año durante el mes de diciembre el museo ofrece la exhibición de nacimientos de todo el mundo, siendo una de las actividades preferidas de la natividad.



Imagen 9 Museo Fray Pedro Gocial

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.1.5 Museo Casa de Sucre

El Museo “Casa de Sucre” está ubicado en la calle Venezuela N2-67 y Sucre, forma parte de la red de Museos de la Defensa, fue conocido en la época republicana como “La Casa Azul” .En el año 1828 el Mariscal Antonio José de Sucre adquiere esta propiedad en 24.000 reales, para hacerla su residencia junto con su esposa la Marquesa de Solanda. A la muerte de Sucre, la mansión fue heredada por su hija Teresa. Sin embargo la niña murió al caer del segundo piso de la casa en 1831, regresando la propiedad a su madre; volviéndose a casar con el general Isidro Barriga. La marquesa murió en 1861 dejando como herencia el inmueble a su único hijo Luis Felipe Barriga (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

En 1972 se inicia la restauración integral de la casa por parte del Ministerio de Defensa, a cargo del arquitecto Andrés Peñaherrera Matheus quien reinterpretó las cartas dirigidas por Sucre a su apoderado, en las que detallaba los arreglos que debían realizarse a la mansión.

El 24 de mayo de 1977 el Gobierno Militar abre formalmente al público la edificación “Museo Matriz Casa de Sucre” dedicado a la memoria del Gran Mariscal de Ayacucho Antonio José de Sucre. El 3 de julio del 2014 se realiza el lanzamiento de la red de Museos de la Defensa y se inaugura el nuevo sistema museográfico (Sistema de Museos y Centros Culturales de Quito, 2015).

En la casa de Sucre se muestra una museografía sobre la vida de Sucre en un contexto humano y social, guarda los objetos personales del Mariscal Sucre y de su esposa Mariana Carcelén, además es un espacio que pretende mostrar la configuración de la sociedad quiteña a través de los años y devela las relaciones sociales, políticas y económicas que influyeron en el proceso de independencia. En los dos pisos de la casa existen trece estancias abiertas al público, además del patio central de estilo andaluz. Actualmente el museo exhibe importantes pinturas de la época en las que se retrata a la familia Carcelén, al Mariscal Sucre y otros héroes y próceres de la independencia ecuatoriana (Zambrano, R., 2006).

El museo está muy bien conservado al igual que los objetos como: armas , utensilios , ropa que pertenecías al Mariscal Antonio José de Sucre y su familia, la entrada al museo no tiene costo, sus guías son preparados e informan con claridad, permitiendo al turista conocer la vida doméstica del Prócer y la historia del Ecuador. Es un excelente lugar en el medio del Centro Histórico, a través de una galería se accede al patio principal, el cual posee un jardín variado con plantas que cuelgan de los balcones de sus tres niveles, deleitando los ojos de los visitantes con su fuente central de piedra, generando un ambiente encantador.



Imagen 10: Museo Casa Sucre

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18



Imagen 11: Museo Casa de Sucre “Patio Central”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.1.6 Museo Numismático del Banco Central del Ecuador

El “Museo Numismático del Banco Central del Ecuador” se encuentra ubicado en la calle García Moreno y Sucre, a un lado de la Iglesia de la Compañía, la edificación data de los comienzos del siglo XX en la cual funcionaba el Banco Central del Ecuador, posteriormente la institución se mudó y en el edificio se ubicó la Biblioteca y el Museo del Banco Central, Ecuador al cambiar de sistema monetario se vio en la necesidad de crear el museo. En Abril de 2001, el Museo Numismático abre su atención al público con una oferta cultural que valora y difunde el patrimonio numismático y notafílico del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 1978).

El museo muestra en forma permanente 1095 piezas numismáticas, notafílicas y otros objetos arqueológicos patrimoniales distribuidos en 4 salas, comienza su recorrido en la sala prehispánica exponiendo las formas ancestrales del intercambio mercantil entre las culturas aborígenes que habitaron el territorio ecuatoriano; la sala de la colonia detalla la irrupción de la conquista española y el establecimiento de un sistema español como norma de intercambio mercantil en toda América, exhibe los distintos tipos de monedas acunadas en América en el territorio que conformaba la Real Audiencia de Quito; la sala de la República contiene piezas numismáticas y notafílicas sobre la construcción del Estado y la búsqueda de identidad, a través de la fundación de la Casa de la Moneda de Quito y después con el desarrollo de la banca particular. La última sala exhibe la creación del Banco Central del Ecuador en 1927, recorre la historia de la emisión de moneda y billetes, los cambios durante la Segunda Guerra Mundial, la devaluación del Sucre hasta la adopción del dólar (Banco Central del Ecuador, 2016).

Nathalia Molina



Imagen 12: Museo Numismático del Banco Central del Ecuador

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2 Iglesias

2.2.1 Catedral Metropolitana de Quito

La Catedral de Quito se encuentra ubicada en el corazón del centro histórico, en el Pasaje Espejo entre las calles Venezuela y García Moreno, ocupa todo el flanco sur de la Plaza de la Independencia diagonal al Palacio de Carondelet. Es la sede de la Arquidiócesis Primada de Quito lo que la convierte en el templo católico de mayor jerarquía en el país (Instituto Metropolitano de Patrimonio de Quito, 2015).

Inicialmente en el siglo XVI, 1535 se levantó un templo de adobe y madera siendo nombrada Catedral en 1545. A inicios del año 1562 se demolió para ser reconstruida con cimientos de piedra, posteriormente sacerdotes se encargaron de dotar de objetos y enseres al templo. Su estructura cambiaria con el pasar del tiempo, terremotos y erupciones volcánicas causarían estragos en la edificación por lo que para su reconstrucción fue contratado los arquitectos españoles Antonio García para culminarla en 1806 gracias a la obra del Presidente de la Real Audiencia: el Barón Héctor de Carondelet (Escudero, X., 2006).

La iglesia tiene cuatro capillas internas principales, Las almas, San Pedro, San Pablo y Santísimo, su construcción colonial la convierte en una maravilla arquitectónica y en una de las más bellas iglesias de Quito. El museo de la Catedral contiene obras de arte, pinturas y esculturas realizadas por artistas de la época colonial y republicana, así como una herencia histórica de la vida cotidiana, religiosa, política y artística de generaciones quiteñas. Una de sus obras más importantes es el cuadro de la muerte de la Virgen, realizado por Miguel de Santiago, ubicado en el muro del trascoro. También se encuentran los restos de Antonio José de Sucre prócer de la independencia, además su construcción colonial la convierte en una maravilla arquitectónica (Catedral Metropolitana de Quito, 2016).

La antigua iglesia es una de las catedrales más hermosas del Ecuador, el museo es muy completo y bien conservado, el interior mantiene un ambiente sombrío propio de este tipo de iglesias, el área del museo conserva objetos de arte religioso impresionantes, además de murales y oleos extraordinarios. Se puede visitar también la tumba de los próceres de la independencia, la organización del museo no es muy clara por lo que el gene suele esparcirse sin orden, desafortunadamente no cuenta con guías para los visitantes. El acceso al campanario es un poco precario ya que se debe subir un ascensor, escaleras de madera muy pequeñas y otra escalera en forma de caracol no apta para personas con vértigo, el trayecto es recompensado con una maravillosa vista de la ciudad.



Imagen 13: Catedral Metropolitana de Quito

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2.2 Iglesia de San Francisco

La Iglesia de San Francisco está ubicada en la calle Cuenca 477 y Sucre, es el ejemplo más representativo de importancia histórica y belleza arquitectónica del siglo XVI, la imponente estructura es el conjunto arquitectónico de mayor dimensión de los centros históricos de América, ostenta el título de “El Escorial del Nuevo Mundo”, exhibe en su altar principal la escultura original de La Virgen de Legarda, cuya replica se observa en la loma del Panecillo (Moya, R. y Peralta, E., 2006).

El conjunto arquitectónico comenzó a construirse en 1537 por un grupo de religiosos, arquitectos y artistas encabezados por el español Fray Jodoco Rique, el cual sería el arquitecto de la monumental construcción, apenas tres años después de la Fundación de la ciudad de Quito con la construcción de un templo provisional que se mantuvo hasta 1550, culminado en 1680, aunque el complejo arquitectónico fue oficialmente inaugurado en el año de 1705. Para la construcción de la obra se contrataron talladores de piedra, en el levantamiento de la iglesia y convento de San Francisco se observa claramente la mezcla de estilos, el europeo español, representado por el arte barroco. (Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador, 2007).

En 1587 fue terminada la fachada de la iglesia gracias a la participación de Francisco Sebastián Serlio, utilizando piedras provenientes del volcán Pichincha. El complejo ocupa tres hectáreas de terreno, ocho cuadras en circuito lo que equivale a dos manzanas, incluye el templo: una iglesia mayor y dos menores; claustros, capillas, jardines, aposentos, el osario, catacumbas y un huerto, además un laberinto religioso subterráneo. Su plaza es una de las más importantes del Centro Histórico de Quito, ha formado parte de la vida cotidiana del ciudadano, durante años abasteció de agua a los quiteños, funcionando como mercado popular, espacio de concentraciones sociales, políticas y militares y como lugar de recreación (Quito Turismo, 2018).

Como parte de la cosmovisión quiteña existe una leyenda a la cual se le atribuye la construcción del atrio de la iglesia a un humilde picapedrero llamado Francisco Cantuña que se jugó el alma, pidiéndole al Diablo completar la construcción del atrio de la iglesia (Quito Turismo, 2018).

La iglesia de San Francisco es uno de los más hermosos templos del Ecuador y de América, sus obras de arte son verdaderas joyas de la humanidad, su magnificencia arquitectónica impresiona a sus visitantes, en su interior combina estilos que guardan armonía entre si y conllevan una sublime espiritualidad guardando una historia invaluable. La gran plaza favorece la apreciación del conjunto arquitectónico, nunca esta quieta, turistas de todo el mundo y fieles portan sus cámaras de fotos.

La plaza central y las vías que la rodean estuvieron cerradas durante ocho meses debido a los trabajos de construcción de la estación del metro de Quito. En el primer trimestre de este año se volvieron a colocar las piedras patrimoniales en la plaza y actualmente está libre para el tránsito de peatones, también sus vías están habilitadas nuevamente para el tránsito de vehículos, los trabajos continúan en una sección esquinera de la plaza y bajo tierra.



Imagen 14: Iglesia y Convento de San Francisco de Quito

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2.3 Iglesia de la Compañía de Jesús

La iglesia de la Compañía de Jesús está ubicada en las calles García Moreno y Sucre, es considerada el templo arquitectónico, artístico, religioso colonial más importante de Quito. Forma parte del conjunto arquitectónico monumental jesuita más representativo del Quito colonial, es considerada una de las importantes expresiones de arquitectura barroca en América y el mundo, nombrada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. La portada de su templo mayor está realizada totalmente en piedra volcánica, con imágenes de San Pedro y San Pablo, el corazón de Jesús y de María, los principales santos jesuitas, la Virgen Inmaculada y el Espíritu Santo (Fundación Iglesia de la Compañía, 2015).

El templo empezó a construirse en 1605 con las manos de innumerables artistas de la Escuela Quiteña quienes con su habilidad y entrega tallaron y cubrieron con fina lámina de oro de 23 quilates cada centímetro de la iglesia. Durante 163 años se edificó y decoró la iglesia con magníficas obras de arte, fabulosos cuadros, muestra de ellos son los 16 cuadros de los Profetas atribuidos a Nicolás Goríbar artista quiteño del siglo XV¹¹, además tallados de techos y paredes con simetría renacentista, el dorado del retablo mayor realizado por Bernardo de Legarda y el famoso cuadro del Infierno atribuido a Hernando de la Cruz en 1600, el cuadro del Juicio Final el cual es una réplica de Alejandro Salas del original pintado por Hernando de la Cruz en el siglo XVII. Se debe recalcar que las obras realizadas por estos artistas europeos fueron puestas en práctica por artistas indígenas y mestizos de Quito, los cuales imprimieron su estilo personal a través de representaciones de flora y fauna y símbolos de los pueblos ancestrales del Ecuador (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011).

La Compañía además de su valor histórico y arquitectónico, tiene un gran valor místico para los quiteños ya que en su interior aloja la primera santa quiteña “Santa Mariana de Jesús”. En la capilla lateral de la iglesia sucedió el milagro de la virgen Dolorosa, la imagen cerró sus ojos frente a 35 alumnos del colegio San Gabriel a inicios del siglo XX. La Compañía fue visitada por el Papa Juan Pablo II, el cual presidió una misa en el templo el 30 de enero de 1985, además visitada por el Papa Francisco el 7 de julio del 2015 (Quito Turismo, 2018).

La Iglesia de la Compañía de Jesús es una verdadera joya arquitectónica de estilo barroco colonial , considerada por muchos las más hermosa de américa , su simetría armoniza con el pan de oro en su interior, su silencio ayuda a conectarse conectándose la espiritualidad , las visitas son guiadas con explicación muy entretenidas lo que facilidad la comprensión de la historia y características del templo , se encuentra en un excelente estado de conservación gracias a los esfuerzos e inversión de la fundación para su restauración. Es el principal atractivo del Centro Histórico de Quito que los visitantes nacionales y extranjeros no dejan de visitar.



Imagen 15: Iglesia de la Compañía de Jesús “Fachada”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18



Imagen 16: Iglesia de la Compañía de Jesús “Interior”

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2.4 Iglesia de Santo Domingo

La Iglesia de Santo Domingo se encuentra ubicada en la calle Flores en el Centro Histórico de Quito. El conjunto de convento, iglesia, capillas y museo ocupa una manzana de espacio en una de las estructuras más importantes de la centro de la ciudad. Su construcción inicia en el año 1540 a cargo de la orden religiosa dominicana; posteriormente después de haber ser levantado una capilla, los planos del templo fueron levantados en 1581 por el arquitecto Francisco Becerra, la obra fue concluida en 1688 por el Fray Juan Mantilla. En 1880 la iglesia cambio radicalmente, La misión religiosa italiana eliminó el añejo y maltrecho barroco y lo reemplazó por un sobrio y elegante estilo neogótico renacentista que se aprecia actualmente (Quito Turismo, 2018).

La iglesia con una única portada central, una torre hermosa adornada con un reloj elegante y dos puertas falsas a los lados, tiene una sola nave y capillas laterales recubiertas en pan de oro, pintura neoclásica. Dominado por un techo combinado con colores vivaces y el dorado de la madera. A la derecha del altar principal se encuentra la capilla de la Virgen del Rosario, un retablo llamativo cubierto en pan de oro (Zambrano, R., 2006).

La plaza de Santo Domingo se encuentra frente a la Iglesia, la cual históricamente era la entrada a Quito donde se podía encontrar a las famosas “cajoneras”, vendedoras de las tradicionales muñecas de trapo y de productos de lino. La plaza tiene una superficie de 7200 metros cuadrados y es una explanada pavimentada con piedra, en el centro se encuentra el monumento al mariscal Antonio José de Sucre, prócer de la Independencia. Alrededor de la plaza se levantan edificios importantes como la mansión del expresidente Gabriel García Moreno y la antigua universidad de Santo Romas de Aquino (Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador, 2007).

La iglesia es un gran ejemplo de la arquitectura neoclásica y manierista que ha sabido mantener la esencia de su estilo original, no es tan visitada como las demás iglesias del Centro Histórico de Quito, pero tampoco deja de ser interesante. La iglesia es diferente a las demás ya que su torre principal se encuentra en la esquina, durante la noche al visitar el convento puede pasear explotando su piso superior cuando las luces iluminan la maravillosa arquitectura de la iglesia. Acceder a la plaza no es complicado ya que se encuentra en el corazón del Centro Histórico, en la parte frontal está ubicada una parada de trolebús desde la cual puede comenzar su visita al casco colonial.



Imagen 17: Iglesia y Convento de Santo Domingo

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2.5 Basílica del Voto Nacional

La Basílica del Voto Nacional es la iglesia neogótica más grande de Latinoamérica, ubicada en el sector de Santa Prisca, en las calles Carchi y Venezuela, junto al Convento de los padres oblatos, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1978. La idea de la construcción de la iglesia inicia en 1883 por el Padre Julio Matovelle, el cual logro la autorización de ejecución por decreto en la Asamblea Nacional, en 1884 el Congreso asigna la cantidad de 1000 pesos mensuales para su construcción, un año después la obra se convirtió en un Voto al Sagrado Corazón de Jesús. Los planos de la iglesia fueron realizados por el arquitecto francés Emilio Tarlier. Su estructura como la conocemos actualmente empezó a construirse el 10 de julio de 1892, inicialmente de piedra y posteriormente de hormigón. La Basílica fue bendecida por el Papa Juan Pablo II en 1985; consagrada e inaugurada en 1988, su construcción ha durado 100 años y aún se considera inconclusa, tanto es el mito que se dice que cuando esté terminada se acabará el mundo (Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador, 2007).

La iglesia tiene 150 m. de largo por 35 m. de ancho; 35 m. de altura en la nave central, las torres miden 78.23m. De altura, lo que la convierte en la segunda estructura religiosa más alta de América. Cuenta con 24 capillas laterales, 7 puertas de acceso, 33 criptas y el Panteón Nacional de Jefes de Estado. El principal distintivo de la Basílica son las gárgolas ubicadas en los laterales superiores de la nave central, constituyen un aporte inédito de estilo neogótico ecuatoriano ya que representan la fauna endémica del Ecuador como: tortugas Galápagos, piqueros de patas azules, caimanes, monos aulladores, armadillos, pumas entre otros. Es importante recalcar que estas figuras antropomorfas según la creencia en el medioevo ayudan a espantar a los malos espíritus (Quito Turismo, 2018).

En la parte media de la torres se encuentra un pequeño museo, una cafetería y un mirador, el cual es un punto estratégico para observar el Centro Histórico de la Ciudad. La torre más alta se halla a 115m. de altura y es conocida como “Torre de los Cóndores” ya que en lugar de gárgolas presenta solamente cóndores, ave nacional y símbolo del escudo nacional del Ecuador (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011).

La Basílica del Voto Nacional y su construcción imponente puede apreciarse desde cualquier punto del Centro Histórico de Quito, observar los imponentes vitrales en su interior lo dejara impresionado, para acceder a las torres debe subir bastantes gradas verticales, no aptas para las personas con vértigo, pero al llegar a lo alto la vista de la ciudad de Quito lo dejará sin aliento, en su interior alberga una tienda de artesanías y un restaurante donde podrá deleitarse de platos típicos ecuatorianos. El estado de conservación de la iglesia es bueno, pero necesita mantenimiento ya que la parte alta de las torres y en las cúpulas se encuentran grafitis, algo que no debería pasar en este lugar tan emblemático. Para llegar a la iglesia puede usar transporte público o caminar desde la plaza grande subiendo la cuesta por la calle Venezuela.



Imagen 18: Basílica del Voto Nacional

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2.6 Iglesia de San Agustín

La iglesia de San Agustín está ubicada sobre la calle Chile, entre las calles Guayaquil y Flores, su construcción se le atribuye a la orden agustina que llegó a Quito a fines del siglo XVI y al arquitecto Francisco Becerra quien realizó los planos y cimientos de la iglesia y el convento. En 1606 Juan del Corral, arquitecto burgalés continuó con la obra, la construcción del templo duró diez años al pasar por varias vicisitudes como erupciones volcánicas y terremotos (Instituto Cervantes, 2018).

La fachada de la iglesia es sencilla y de color blanco de la cual sobresale el sólido cuerpo de la portada de piedra, a su costado se levanta una sola torre de dos metros de ancho. En su Altar Mayor se encuentra la escultura de la Virgen María con el niño Jesús en brazos, en la parte superior destacan los tallados de la Santísima Trinidad con San Pedro y San Pablo, a los costados del altar se revelan dos cuadros inmensos “El Triunfo de San Agustín” y “La Regla” el cual representa a la Orden Agustina y a su infinidad de rostros de personajes antiguos, por lo que es considerado como el cuadro de las mil caras, realizados por Miguel de Santiago en el siglo XVII (Zambrano, R., 2006).

El convento de San Agustín posee una serie de corredores en los cuales destaca una galería de 39 cuadros que narran la vida de San Agustín obra de Miguel de Santiago, siendo un lugar de encuentro con el arte colonial de los siglos XVII y XVIII de maestros de la Escuela Quiteña, el claustro posee un solo jardín de estilo colonial con una pila en el centro y una doble galería artesonada de formas geométricas y decoración floral (Adés, S. y Graham, M., 2003).

La iglesia es una reliquia del arte colonial, visitarla es viajar retrospectivamente en la historia, ya que en el interior se encuentran obras y pinturas de la escuela quiteña, la decoración es sutil con detalles de la época, ofrece al visitante la posibilidad de encontrar un lugar de paz y oración en medio del estrés de la ciudad, sus patios interiores son imponentes, la iglesia guarda varios acontecimientos importantes de la historia ecuatoriana. La calle en donde está ubicada es bastante concurrida y ruidosa pero al entrar a la iglesia el silencio se apodera de esta. Después de visitarla puede disfrutar de un helado de paila o de comida típica ecuatoriana en la famosa “Heladería de San Agustín” ubicada al lado derecho de la iglesia en la calle Guayaquil.

Nathalia Molina



Imagen 19: Iglesia de San Agustín

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.2.7 Iglesia y Convento de El Carmen Alto

La iglesia y monasterio de El Carmen Alto es un conjunto católico de convento, iglesia y capillas, ubicado sobre la calle García Moreno y Rocafuerte, en el Centro Histórico de Quito. Su construcción inicio en la última década del siglo XVI a cargo del arquitecto jesuita Marcos Guerra, fue levantado donde nació la primera santa católica del Ecuador “Santa Mariana de Jesús”, conocida por su prácticas de autoflagelación y por aseverar que no serían los terremotos los que acabarían con Ecuador, sino los malos gobiernos (Fundación Museos de la Ciudad, 2016).

Tras su muerte en 1645, la casa pasó a manos de la Orden de Carmelitas Descalzas, el 4 de febrero de 1653 lo convirtieron en monasterio de claustro, fundado bajo el nombre de “El Carmen de San José”. El nombre de “Carmen Alto” fue popularizado por las religiosas de la misma orden, tras la destrucción de su monasterio en Latacunga en el terremoto de 1698, se vieron forzadas a establecerse en Quito, pero debido a una regla que prohibía más de 21 monjas de claustro en cada monasterio, establecieron otra casa en el barrio de San Juan, recibiendo el nombre de “El Carmen Bajo” y la que existía previamente tomó el nombre de “El Carmen Alto” (Quito Turismo, 2018).

El 5 de diciembre del 2013, por primera vez, los claustros más antiguos del Monasterio se abren como museos al público, aquellos en los que se dice habitó Santa Mariana de Jesús, con la finalidad de mostrar el patrimonio cultural, artístico, histórico y espiritual de la Orden de Carmelitas. El Museo del Carmen Alto exhibe obras de arte inéditas, un espacio educacional y espiritual (Fundación Museos de la Ciudad, 2016).

El visitante puede admirar los pequeños pero hermosos jardines del convento, igualmente tendrá la oportunidad de conocer la casa donde vivió Santa Mariana de Jesús, la cruz donde murió para salvar a la ciudad de Quito, las obras del artista español Diego Robles, además podrá adquirir productos como: dulces típicos, miel, vino, hierbas aromáticas entre otros, vendidos por las monjas de claustro a través de un torno giratorio de madera colocado en la pared.



Imagen 20: Iglesia y Convento de El Carmen Alto

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.3 Zonas de interés

2.3.1 Plaza de la Independencia

La plaza de la Independencia o Plaza Grande es la principal y más importante plaza de Quito, el centro de vida política y social del país, delimitado por las calles García Moreno, Chile, Venezuela y Espejo. La plaza mayor no solo existe desde los trazos originales de la ciudad en 1573, fue el cuadro inicial para trazar la nueva ciudad, tenía un pila central la cual abastecía de agua a los pobladores, siendo un punto vital de la vida urbana (Quito Turismo, 2018).

En el centro de la plaza se encuentra el monumento a la Libertad en conmemoración a la Independencia, una bella escultura en honor a los Próceres de 1809, la Libertad representada por una mujer que lleva una antorcha en su mano, a sus pies yergue un león ibérico herido el cual representa el dominio español y en lo alto el cóndor andino el cual lleva en su pico cadenas rotas, el monumento fue realizado en Milán por el escultor italiano Adriano Trolí y transportado en barco desde Italia hasta Guayaquil, trasladado por tierra hacia Quito para montar las piezas y concluir con el monumento inaugurado en 1908 como parte del festejo del centenario (Moya, R. y Peralta, E., 2006).

En la actualidad es el núcleo de la ciudad y el mejor lugar para iniciar la visita al Centro Histórico de Quito, está rodeada por cuatro pilares de la sociedad: al este El Municipio, al norte el Palacio Arzobispal, al oeste El Palacio de Gobierno y al sur la Iglesia de la Catedral. La plaza constituye un parque con composición diagonal, arbolada y con jardines en forma de estrella con ocho avenidas, predominando vegetación propia del Ecuador (Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador, 2007).

La Plaza Grande es el corazón de la ciudad, rodeado de edificios singulares donde transcurre la vida de Quito, siendo un lugar donde se expresan manifestaciones, protestas políticas y sociales, revueltas populares que lograron derrocar a presidentes y cambiar el curso de la política del país.

En las bancas de piedra se sientan los jubilados para conversar, los lustrabotas pasan de un cliente a otro, es un lugar para observar el humor y drama de la vida de los quiteños, el lugar en si es limpio y seguro, la calle de la Presidencia de la Republica es peatonal lo que hace que se pueda disfrutar tranquilamente sin ruidos de carros, todos los lunes a las 11 de la mañana sucede el cambio de guardia presidencial, es todo un acto cívico para disfrutar junto a su familia, además de desfiles de caballos y música de bandas.



Imagen 21: Monumento a la Independencia del Ecuador

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18



Imagen 22: Palacio de Carondelet

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.3.2 Loma del Panecillo

El Panecillo es una elevación natural de 3000 m. sobre el nivel del mar, fue bautizada así por su parecido con un pequeño pan; se erige en el corazón de la ciudad de Quito como un mirador, el cual se ha convertido en uno de los sitios más visitados de la ciudad, desde el cual se aprecia la urbe de la capital y sus cuatro puntos cardinales. En la época preincaica se construyó sobre la loma un templo dedicado al culto del dios sol en quichua “Yavirac”, según los historiadores y cronistas, este templo fue destruido por Rumiñahui mientras resistía contra el ejército español (Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador, 2007).

El Panecillo está actualmente coronado por una escultura gigante de aluminio “ La Virgen de Quito” obra realizada en 1975 por el artista español Agustín de la Herrán Matorras e inaugurada en la ciudad de Quito el 28 de marzo del mismo año, el Padre Julio María Matovelle motivó y promovió la construcción de este monumento en honor a la Inmaculada Virgen María, la imagen de treinta metros está compuesta por siete mil piezas de aluminio numeradas las cuales fueron transportadas desde España y unidas en Quito como si fuera un rompecabezas, basada en la escultura de treinta centímetros la “Virgen de Legada” realizada por el escultor de la Escuela Quiteña Bernardo de Legarda , la escultura está representada como se la describe en el libro del Apocalipsis ;una mujer con alas , la cual lleva una cadena que apresa a la serpiente bajo sus pies , la imagen descansa sobre una base de piedra y cemento armado de once metros y es considerada como la representación en aluminio más grande del mundo (Virgen del Panecillo, 2018).

El Panecillo posee una vista espectacular de la ciudad de Quito, se puede admirar las construcciones e iglesias de la época colonial en todo su esplendor tanto de día como en la noche, la virgen es tan grande que es posible observarla desde kilómetros de distancia, estando a sus pies es mucho más hermosa e impactante, en su interior se encuentra un museo el cual alberga la historia y leyendas de Quito. En este mirador se puede disfrutar del aire puro, hacer pequeño recorridos, comer algo en los puestos de comidas o comprar algún recuerdo al igual que hacer bellas fotografías. Se puede acceder en transporte público o automóvil propio, durante el mes de diciembre el Panecillo se convierte en un pesebre navideño gigante, se levantan figuras encendidas con luz LED las cuales acompañan a la virgen y brindan un espectáculo digno de admirar.



Imagen 23: Virgen del Panecillo

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.3.3 La Ronda

La Ronda es un barrio histórico y emblemático de Quito. Su arteria principal es la calle Juan de Dios Morales, pero es conocida por los quiteños como la Calle de La Ronda, según el historiador Fernando Jurado esta calle estuvo trazada perfectamente desde 1480, cuando los Incas invadieron Quito. Se caracteriza por su arquitectura de balcones prominentes sus patios interiores, acabados de madera, los techos adintelados, la influencia andaluza en la construcción de sus estrechas calles es notoria, por lo que se la compara con la calle Sierpes de Sevilla. Afamados poetas como Sergio Mejía, cantautores y compositores habitaron esta calle donde se asentó la “filosofía bohemia” en sus fondas, debajo de sus balcones intactos hasta hoy, decorados con bellos geranios (Quito Turismo, 2018).

Durante el día se pueden realizar varias actividades culturales, visitar la Casa 707 la cual sirve como escenario de presentaciones de música ecuatoriana gratuitas, talleres de hojalatería, artesanos de juguetes de madera como el trompo, artesanías de todo tipo, los juegos tradicionales son parte de una de las tantas exposiciones callejeras del sitio. En cuanto a gastronomía La Ronda ofrece una legendaria picantería, tiendas de dulces tradicionales de Quito y cafetería literarios, la tienda de Republica del Cacao ofrece deliciosas barras de chocolate de fino aroma (El Comercio, 2013).

En la noche La Ronda abre su baúl de recuerdos y se ilumina de fiesta a lo tradicional, los pasillos se tocan en la calle, mientras la gente disfruta de un canelazo con las famosas empanadas de viento, los bares y restaurantes ofrecen música en vivo, así como deliciosa gastronomía. La calle aunque estrecha está muy bien conservada, parece que el tiempo se hubiera detenido desde la época colonial, y recuerda a los pueblos medievales europeos. Durante las fiestas de Quito nacionales y extranjeros reviven las tradiciones quiteñas y disfrutan de un buen momento. Acceder a la famosa calle es fácil, puede estacionar su automóvil en el parqueadero del sector con costos aceptables o llegar en transporte público hasta la estación de trole en la plaza de Santo Domingo y caminar unas pocas cuadras.



Imagen 24: Calle la Ronda

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.4 Teatros

2.4.1 Teatro Sucre

El Teatro Nacional Sucre ubicado en la calle Manabí N8-131, entre Guayaquil y Flores, es uno de los teatros de ópera más antiguos de Sudamérica y una de las joyas de arquitectura que adornan la ciudad de Quito, siguiendo un modelo de inspiración europeo al estilo italiano. Durante el gobierno de García Moreno la ciudad se volvió más dinámica y organizada por lo que se abandonaron las corridas de toros que se realizaban en la plaza donde ahora se encuentra la edificación y se implementó en su lugar formas de expresión de corte laico como el teatro (Moya, R. y Peralta, E., 2006).

En 1879 durante la presidencia del General Ignacio de Veintenilla se dispone de la plaza para la construcción, como pedido exclusivo de su sobrina Marieta, una mujer que cumplió un papel importante en la política y sociedad quiteña reemplazando al presidente cuando este se encontraba fuera del país. Los planos de la edificación fueron realizados por el arquitecto alemán Francisco Schmidt, la obra culmina en 1886 inaugurada bajo el nombre “Teatro Nacional” con una presentación musical del pianista francés Capitán Voyer acompañado por la Orquesta Nacional (Fundación Teatro Nacional Sucre, 2015).

Posteriormente el teatro llevaría el nombre del Mariscal de Ayacucho Antonio José de Sucre, la fachada del teatro es de estilo neoclásico rematada por tímpanos, sostenidos por columnas jónicas, debajo de los cuales se extiende una galería exterior en la cual está ubicada la estatua de Sucre realizada por el escultor español José González. En 1922 se presenta la ópera italiana como celebración del Centenario de la Batalla de Pichincha, desde entonces el teatro adquirió gran importancia por sus espectáculos culturales. El teatro aunque pequeño en dimensión presenta una platea y hermosos palcos luciendo una majestuosidad propia de los teatros decimonónicos (Fundación Teatro Nacional Sucre, 2015).

El Teatro Sucre conserva la magia teatral y expone obras para un público variado, frecuentemente realiza espectáculos gratuitos. Encierra la sensibilidad y el gusto por el arte y la pasión convirtiéndose en un icono de la ciudad. Lamentablemente solo se puede acceder durante eventos ya que no hay visitas guiadas, sin embargo es un lugar que no debe dejar de visitar en su visita al Centro Histórico de Quito, para llegar al teatro se puede tomar trolebús hasta la estación plaza del teatro.



Imagen 25: Teatro Sucre

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.4.2 Teatro Bolívar

El Teatro Bolívar está ubicado en la calle Espejo , entre Guayaquil y Flores, es considerado el mayor exponente de arquitectura art-nuvó en el país, fue declarado patrimonio en su totalidad y forma parte del inventario que la Unesco levantó para proclamar al Centro Histórico de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad, el teatro posee una historia de 75 años, a principios del siglo XX , los hermanos Cesa y Carlos Mantilla Jácome se propusieron desarrollar la Empresa de Teatros y Hoteles de Quito C.A , conformada por varios teatros cinematográficos y hoteles. Para la construcción del Teatro Bolívar los hermanos contrataron una a la afamada firma de arquitectos de Filadelfia Hoffman & Henon, la obra fue comandada por el arquitecto Augusto Ridder e inaugurada el 15 de Abril de 1933, con capacidad para 2.400 personas, siendo el primer escenario para eventos de gran magnitud en toda la costa del Pacífico (Teatro Bolívar, 2016).

Desde 1933 hasta la década de los 70s el Teatro Bolívar fue escenario de grandes noches, numerosos conciertos, recitales, ballet, opera, obras teatrales, acogió grandes directores como Leonard Berstein con la Filarmónica de Londres, compañías de ballet de Miami, el Bolso de Rusia etc. Su estilo neoclásico con tendencia árabe plasmado de elementos decorativos formo un ambiente acogedor para el público quiteño convirtiéndose en un atractivo arquitectónico y cultural. El teatro tuvo un gran auge hasta la introducción de la televisión, este hecho provocó que en la década de los 80 se arrendara a una empresa de cine comercial ya que el teatro recibía solo 30 y 50 personas por espectáculo (Burbano, G., 2015).

En 1997 se readecuo el espacio nuevamente para recibir obras de teatro y conciertos sinfónicos, lamentablemente el 8 de agosto de 1999 se produjo un incendio que consumió el 70% de las instalaciones, provocado por un local de Pizza Hut el cual no se hizo responsable por el flagelo. Posteriormente en el año 2002 se crea la Fundación Teatro Bolívar, para obtener fondos y restaurar el bien patrimonial, reconstruyendo el edificio en un 85%, actualmente el teatro se encuentra abierto al público, cuenta con 963 butacas, la platea y dos galerías, también ofrece al visitante una cafetería, restaurante, salón de eventos, centro cultural, un espacio de enseñanza para disciplinas artísticas y el museo que narra la historia del teatro (Martínez, A., 2017).

El Teatro Bolívar no está completamente restaurado, aún se pueden observar marcas del incendio de 1999, a pesar de esto el entorno es fabuloso su fachada antigua de estilo neoclásico y el entorno que lo rodea es perfecta para tomar fotografías y admirar su belleza. En la actualidad se pueden apreciar obras a menudo, la nueva propuesta invita a la gente amante del teatro que lo visite, en su interior hay un bonito restaurante donde puede disfrutar de un buen café, definitivamente es un sitio que debe visitar. Para acceder al mismo es recomendable hacerlo en taxi o caminando ya que es difícil encontrar estacionamientos cercanos.



Imagen 26: Teatro Bolívar

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.4.3 Teatro Variedades Ernesto Albán

El teatro de Teatro Variedades es uno de los primeros teatros establecidos en la ciudad de Quito, ubicado en la Plaza del Teatro, opuesto al Teatro Sucre, lleva el nombre de uno de los comediantes más importantes y reconocidos de Quito “Ernesto Albán”. Diseñado por el arquitecto Giacomo Badiconzini y construido en 1914, en el año de 1940 el teatro pasó a ser parte de la cadena de cines Mantilla, pero como sucedió con la mayoría de teatros en la década de los 80s empezaron a quebrar por la aparición de la televisión y las nuevas tecnologías, obligando al teatro a cerrar sus puertas en 1994. Pasaría los años y en el 2005 el Fondo de Salvamento del Municipio de Quito (FONSAL) reinaugura el espacio con el nombre de Teatro de Variedades Ernesto Albán, cerca de dos millones de dólares se destinaron para su recuperación (Fundación Teatro Nacional Sucre, 2015).

Fuera del teatro se encuentra una escultura de Ernesto Albán su personaje más celebre: Don Evaristo Corral y Chancleta, el cual cautivó e hizo reír a los quiteños en su época, realizando las famosas estampas quiteñas: interpretaciones sobre tradiciones y política de Quito de una manera caricaturesca. En la actualidad el Teatro Variedades es administrado por la Fundación Teatro Nacional Sucre, acoge a quiteños y extranjeros, su aforo es de 250 personas, ofrece un acercamiento a las artes escénicas y oferta cultural convirtiéndolo en un espacio histórico para recordar a uno de los grandes actores de la ciudad, además de estampas quiteñas el teatro ofrece comedia política, espectáculos de cabaret, café conciertos, títeres, obras de teatro, música de cámara y danza (Quito Turismo, 2014).

El teatro variedades está muy bien conservado, su arquitectura exterior cautiva a los turistas, el lugar es tranquilo y tiene un ambiente colorido, ya que afuera se puede apreciar teatro callejero, eventos sociales y culturales y el ritmo de vida de los ecuatorianos. Acceder al teatro es fácil ya que solo debe tomar el trolebús y llegar hasta la estación Plaza del Teatro, es recomendable usar transporte público ya que no hay estacionamiento disponible cercano.



Imagen 27: Teatro Variedades Ernesto Albán

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -18

2.5 Eventos culturales programados

2.5.1 *Semana Santa*

El calendario litúrgico predomina durante la Semana Santa la cual ofrece 90 actividades programadas para este año, se desarrollan 37 conciertos, 27 actos litúrgicos , 5 rutas turísticas urbanas, exposiciones artísticas y ferias gastronómicas extendiendo la programación hasta fines de abril, convirtiéndose en uno de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad de Quito además de su importancia religiosa, alrededor de 64 000 turistas internacionales llegan a la ciudad durante esta temporada (Quito Turismo, 2012).

La Semana Mayor comienza con el Festival Internacional de Música Sacra el cual presenta recitales de alabanza con tonadas del siglo XVII hasta música contemporánea, con intérpretes de altísima calidad provenientes de diversos países, el festival se da lugar en iglesias del Centro Histórico así como teatros. La procesión Jesús del Gran Poder congrega a más de 50.000 devotos, los cucuruchos son unos de sus personajes principales quienes caminan descalzos, cubiertos por un traje morado manteniendo el anonimato. El recorrido inicia en la Plaza de San Francisco, finalizando en el atrio de la misma iglesia (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2018).



Imagen 28: Cucuruchos “Procesión Jesús del Gran Poder”

Autor: Quito Turismo

Fecha: 06-04-17

El recorrido por las 7 iglesias representa el camino que siguió Jesús hasta el calvario, entre las iglesias visitadas están: San Francisco, La Compañía, La Catedral, San Agustín. La Concepción, Carmen Alto y Santa Clara (El Comercio, 2017).

El Arrastre de Caudas, rito con más de 500 años de historia, representa el luto por la muerte de Jesús, hace pocos años se realizaba en las catedrales de Lima y Sevilla, en la actualidad Quito es la única ciudad que mantiene este rito, las “caudas” son unas capas largas y negras de cinco metros de largo, que cuelgan desde el cuello de los primados arrastrándolas por el suelo de la majestuosa Catedral Metropolitana de Quito (El Universo, 2013).



Imagen 29: Arrastre de Caudas

Autor: Quito Turismo

Fecha: 04-04-17

La “Fanesca” plato típico representativo de la cuaresma, es un guiso a base de granos y pescado seco, este plato fusiona la tradición indígena junto con la española, en honor a los doce apóstoles lleva 12 granos típicamente andinos como: choclo, habas, arveja, lenteja, maní, chochos, garbanzo, frejol, entre otros. Durante la Semana Santa se realiza un concurso para premiar a la mejor fanesca, los quiteños y visitantes seleccionan la fanesca de su preferencia y el establecimiento más votado se lleva la placa donde se le acredita como “la fanesca más popular”, en este proyecto realizado por Quito Turismo y la Universidad de las Américas, participan numerosos establecimientos como hoteles, restaurantes, huecas y mercados (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2017).



Imagen 30: Fanesca

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 07- 04 -16

2.5.2 Festival Internacional de Música Sacra

Quito abre las puertas de sus iglesias y capillas en el mes de marzo para celebrar la Semana Santa con el XVII Festival de Música Sacra en Quito, organizado por la Fundación Teatro Nacional Sucre en compañía con la Alcaldía Metropolitana de Quito, el cual llena de armonía el patrimonio artístico y religiosa del Centro Histórico de Quito. El Patrimonio Cultural de la Humanidad cuenta con 35 campanarios, 10 órganos históricos y un magnifico repertorio de música colonial, creado por compositores indígenas y mestizos, a este encuentro asisten organistas nacionales e internacionales, además de grupos especializados en repertorios sacros (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011).

La primera edición del festival se realizó del 11 al 24 de abril del 2011, albergando sus conciertos en la Iglesia de Compañía, Basílica del Voto Nacional, Iglesia de la Catedral y el Teatro Nacional Sucre. Permitiendo el acercamiento de los quiteños al patrimonio histórico y obras de arte, musicales locales, históricos y culturales permitiendo valorizar el patrimonio cultural tangible e intangible (Fundación Teatro Nacional Sucre, 2015).

Este año del 18 al 28 de Marzo se realizara la XVII edición del Festival Internacional de Música Sacra, hará énfasis en la exploración de lo sacro a través de lo vocal, para el cual se unieron el reconocido tenor y académico inglés John Potter; el ensamble vocal femenino Mycale; el coro alemán Vocal consort Berlín; la agrupación otavaleña Yarina con más 30 años de trayectoria; Shairi Quimbo el sabio espiritual de la comunidad de Peguche y Frecuencia Fundamental, para presentar el Réquiem de Mozart (Ópera Latinoamérica, 2018).



Imagen 31: Festival de Música Sacra

Autor: El Comercio

Fecha: 02- 04 -16

2.5.3 Fiesta de la luz

La “Fiesta de las Luces” o “Fête des Lumières” es una celebración nacida en la ciudad francesa de Lyon rescatando una antigua tradición en honor a la Virgen María desarrollado cada año durante el mes de diciembre. Es una gran festival de arte luz, un espectáculo visual realizado por primera vez en el Centro Histórico de Quito en el mes de Octubre del 2016, en el marco de la conferencia de la ONU sobre vivienda y desarrollo urbano sostenible “Hábitat III” convirtiendo a Quito en la primera ciudad de América en acoger la celebración (El Universo, 2017).

Este año en celebración de los 40 años de la declaratoria de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad y del Día de la Independencia, se realizará la tercera edición del festival del 8 al 12 de agosto, producido por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en colaboración con el Municipio de Lyon, consolidando un espacio para la difusión de propuestas artísticas creadas a partir de técnicas de iluminación (Secretaría de Cultura de Quito, 2018).

En Quito, la “Fiesta de la luz” en sus primeras dos ediciones tuvo gran acogida, atrayendo a más de dos millones de personas en el año 2017, convirtiéndose en el evento cultural con mayor asistencia en la historia del país. Se conjugaron tradición y modernidad, valorizando el patrimonio, ofreciendo un producto artístico de calidad. La puesta en escena estuvo a cargo de artistas ecuatorianos y franceses que utilizaron tetinas de iluminación creativa, del video-mapping y del arte-luz, sobre las fachadas de edificaciones patrimoniales como: las iglesias de La Compañía y Santo Domingo, el Centro Cultural Metropolitano, la plaza La Merced y el Teatro Sucre (Ville de Lyon, 2018).

Para este año se han planteado innovaciones artísticas y mayor número de lugares donde se realizarán las proyecciones. El Municipio de Quito implementará un plan de seguridad, movilidad y servicios para garantizar el bienestar de la ciudadanía, la dinámica del Centro Histórico cambiara para recibir a turistas nacionales e internacionales (Secretaría de Cultura de Quito, 2018).



Imagen 32: Fiesta de la luz

Autor: Nathalia Molina

Fecha: 18- 10 -16

2.5.4 Día de los muertos

El 2 de noviembre de cada año se celebra el “Día de los Difuntos”, representa un viaje a la cultura, tradiciones y costumbres ancestrales. Es la fecha en la que se honra a los muertos con diversos ritos que combinan la espiritualidad con un clima festivo y colorido. En el Centro Histórico de Quito desde muy temprano miles de ciudadanos se acercan a los cementerios para realizar pequeños altares con ofrendas de flores y cruces para los familiares y seres queridos que han partido de este mundo, simbólicamente comparten alimentos típicos, rezos y canciones que en vida les deleitaba (Ministerio de Turismo, 2015).

Otra tradición realizada en esta fecha es la preparación de la “colada morada”, una bebida hecha de harina de maíz negro o morado, canela, clavo de olor, mortiño y frutas como piña, babaco y frutilla, la cual según el sincretismo cultural representa la sangre y el cuerpo de los difuntos, aunque hay varias opiniones al respecto de su origen y significado. La colada morada se la acompaña con “guaguas de pan”: figuras de pan con la forma de un muñeco, preparadas con una masa de pan dulce y decorado con glaseado de colores. La palabra “guagua” significa bebé en quichua, al igual que muchas palabras quichuas usadas frecuentemente en el hablar diario de los ecuatorianos (El Comercio, 2017).

Entre el 1 y 4 de noviembre se realiza un recorrido nocturno por el Centro Histórico, teatralizado por los artistas de Quito eterno, un poeta del renacimiento, un alma del purgatorio, el diablo, una beata, un danzante y una cusinga, visitan el cementerio de San Diego, el Museo María Augusta Urrutia y las criptas de la Basílica del Voto Nacional, la Compañía y el Convento de Santo Domingo. El objetivo de esta ruta es promover la costumbre de retratar a los muertos, actividad popular del siglo XIX (El Comercio, 2017).



Imagen 33: Día de los difuntos

Autor: El Universo

Fecha: 02- 11 -17

2.5.5 Fiestas de Quito:

Quito celebra a los grande sus fiestas durante la primera semana de diciembre de cada año, en conmemoración a la fundación española de San Francisco de Quito el 6 de diciembre de 1534, la capital del Ecuador fue fundada por Sebastián de Benalcázar junto a las faldas orientales del volcán Pichincha. Para este año en su aniversario 483, la Comisión de Turismo y Fiestas presenta una agenda de actividades en las cuales destaca la música, eventos de índole cultural y social, desfile de carros alegóricos y bailes populares. Los eventos se distribuyen en cuatro plazas del Centro Histórico de Quito: la Plaza Grande, la Plaza del Teatro y la Plaza de Santo Domingo en la cual se desarrolla el pregón de las fiestas y finalmente el Parque Cumandá (El Comercio, 2017).

Uno de los lugares más concurridos del Centro Histórico es la calle la Ronda donde los ciudadanos pueden disfrutar de música en vivo, comida típica, teatro y el jugar cuarenta, actividad que lleva más de cuatro décadas de tradición. Los tradicionales coches de madera es otro de los eventos preferidos por los quiteños, la competencia es una de las primeras actividades de las fiestas la cual conecta a los chicos con el niño interior de sus padres y abuelos. Durante el mes de diciembre el Museo de la Ciudad abre sus puertas a los visitantes sin costo alguno, además de su exposición permanente en su Espacio Educativo se realizan actividades para recuperar los juegos tradicionales de la ciudad como: las canicas, el zumbambico, el trompo y el elástico o piola (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011).



Imagen 34: Fiestas de Quito

Autor: El Comercio

Fecha: 06-12-15

CAPÍTULO III

3. Resultado y análisis de las encuestas realizadas en el Centro Histórico de Quito.

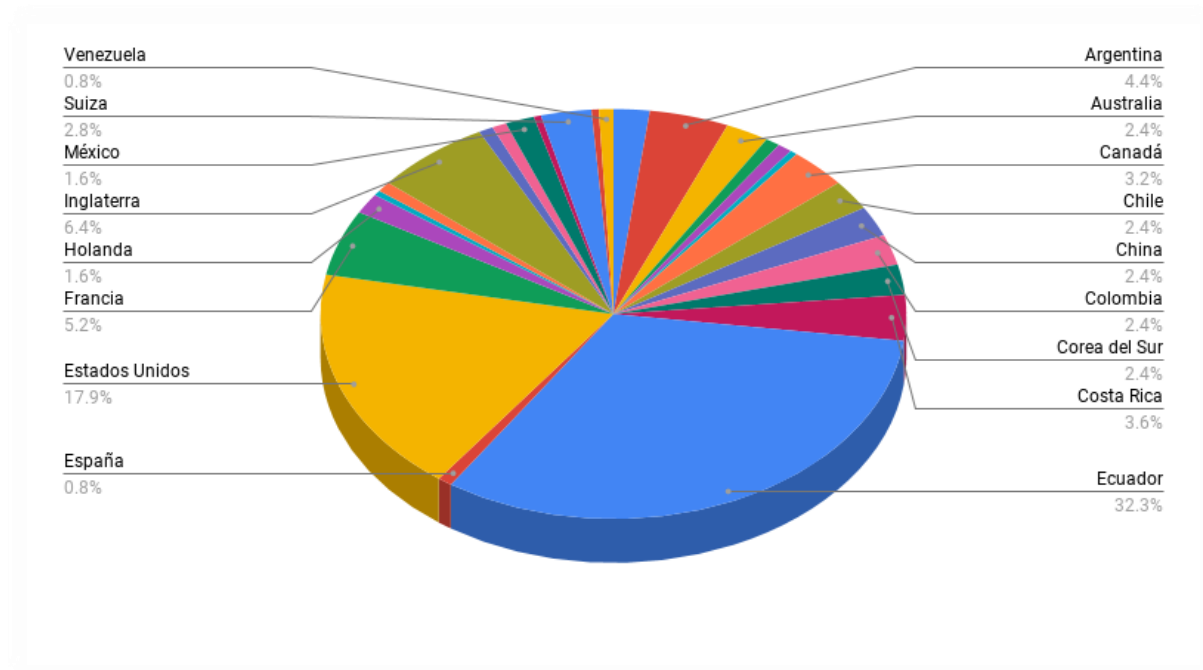
La investigación presenta el análisis de los resultados de datos obtenidos en 368 elementos muestrales aplicados en los atractivos culturales más visitados del Centro Histórico de Quito como: Museo de la Ciudad, Museo Alberto Mena Caamaño, Museo Franciscano Fray Pedro Gocial y Fundación Iglesia de la Compañía.

Por lo tanto los porcentajes presentados en los gráficos siguientes están calculados en función al tamaño de la muestra.

3.1 Estudio del perfil sociodemográfico

Pregunta 1: País de origen

Gráfico 1: País de origen



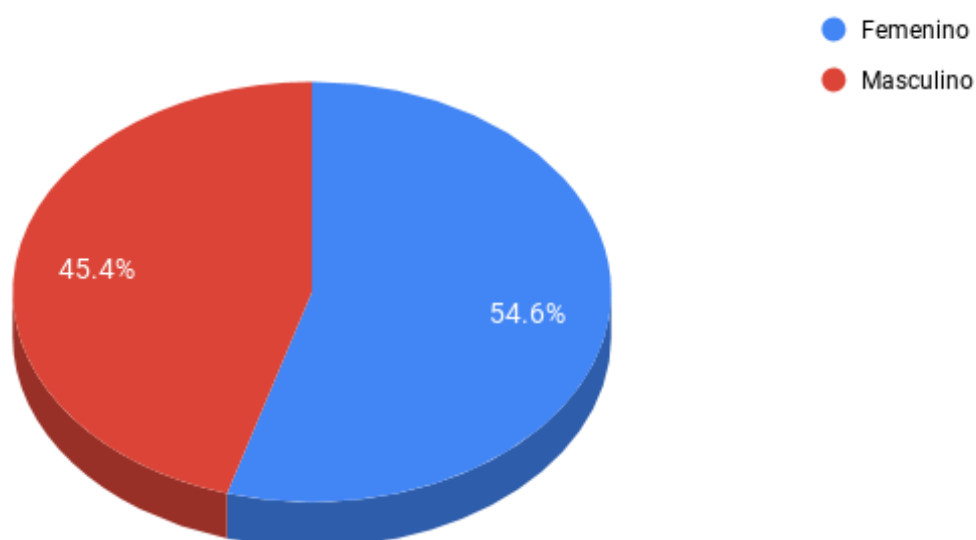
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

Según los datos obtenidos mediante 368 elementos muestrales, el 32.3% de los visitantes del Centro Histórico de Quito son nacionales, el 67.7 % son extranjeros en su mayoría provenientes de Norteamérica incluyendo Estados Unidos y Canadá (21.1%) convirtiéndose en el principal mercado emisor junto con Europa (21.1%) incluyendo países como Alemania, Bélgica, España, Francia, Holanda, Hungría, Inglaterra, Irlanda, Serbia y Suiza. Le sigue Latinoamérica (16.7%) con visitantes provenientes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Uruguay y Venezuela. En menor porcentaje está Asia (6.4%), incluyendo China, Corea del Sur, India y Japón. Oceanía representa el 2.4%.

Pregunta 2: Género

Gráfico 2: Género



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

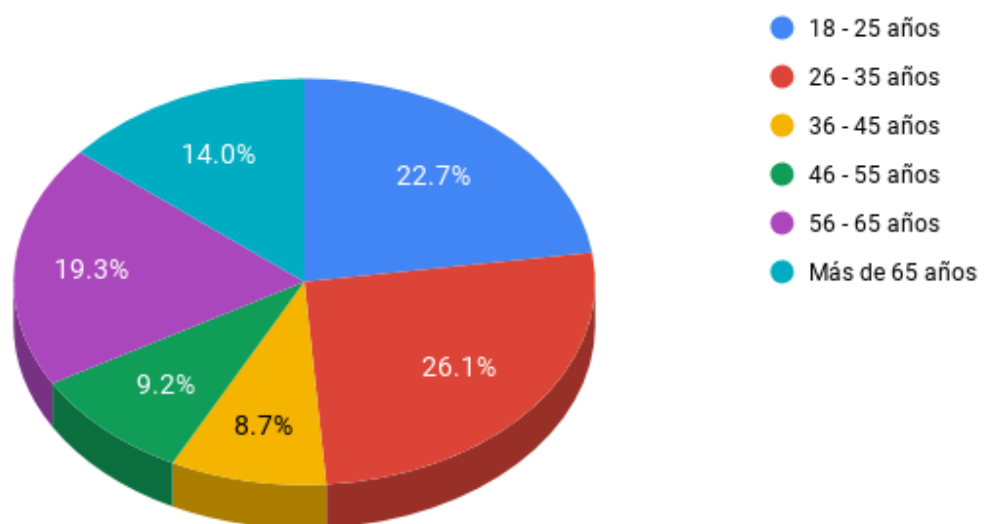
La distribución por genero indica un porcentaje equitativo con una diferencia mínima el género femenino representa el 54.6% y el masculino el 45.4%

Al filtrar las variables los datos reflejan que los turistas nacionales son mayormente representados por el género femenino con el 59%, el género masculino representa el 41%.

El porcentaje es equitativo con respecto a los turistas extranjeros ya que el 51.2% representan al género femenino y el 48.8% al género masculino.

Pregunta 3: Edad

Gráfico 3: Edad



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

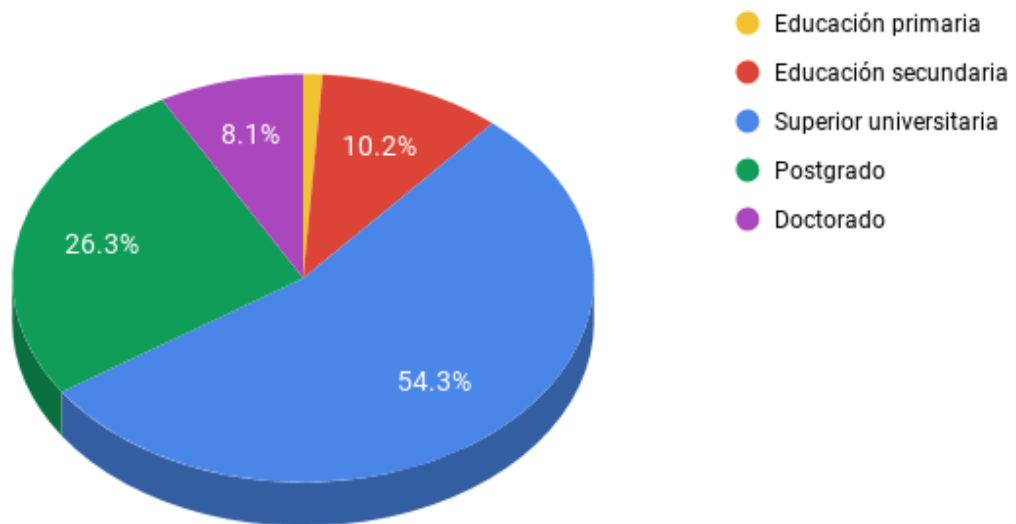
El intervalo de edad está mayormente representado por turistas de 26 a 35 años con el 26.1%, seguido por una mínima diferencia los turistas de 18 a 25 años con el 22.7%, al que le sigue el segmento de 56 a 65 años con el 19.3%, el grupo de edad mayores de 65 años representa el 14%, seguidos por el segmento de 46 a 55 años con el 9.2% y finalmente los adultos de 36 a 45 años tienen el menor porcentaje.

La mayoría de turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Quito son jóvenes entre las edades de 18 a 35 años con el 82%, el 9% está representado por turistas de 36 a 55 años al igual que los turistas de 56 a mayores de 65 años.

En cuanto a los turista extranjeros la edad predominante esta entre el rango de 56 a mayores de 65 años con el 43.3%, le siguen los jóvenes de 18 a 35 años con el 36.2% por último se encuentra el rango de edad de 36 a 55 con el 20.4%.

Pregunta 4: Nivel de estudios

Gráfico 4: Nivel de estudios



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

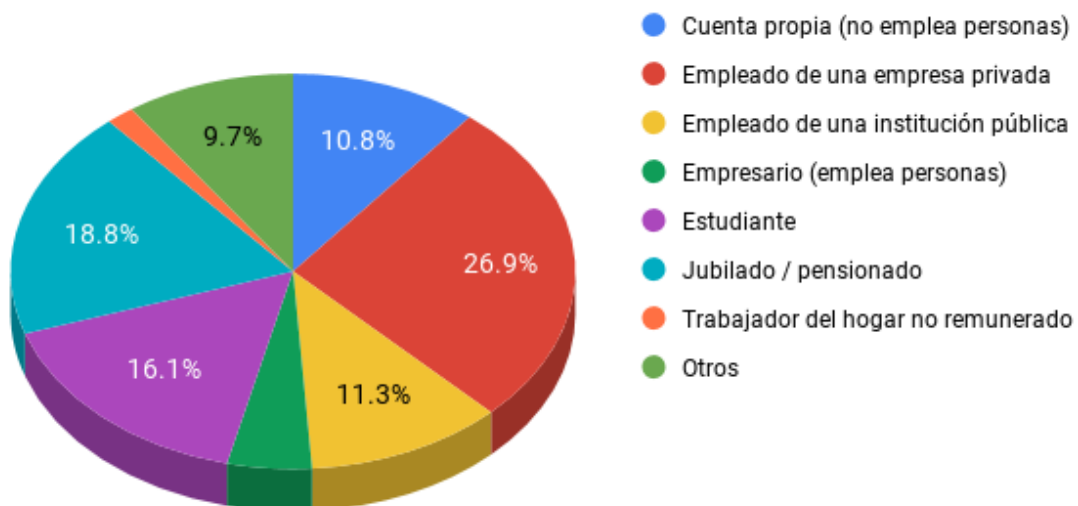
Según los resultados obtenidos, el 54.3% de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito tienen educación superior universitaria, el 26.3% poseen un postgrado y el 8.1% posee un doctorado, es decir el 88.7% posee un nivel de estudios alto. Tan solo el 10.2% de los turistas tienen título de bachiller y solamente el 1.1% de los turistas poseen educación primaria.

Los visitantes nacionales en su mayoría poseen educación superior universitaria con el 73%, el 14% posee educación secundaria, el 10% tienen un título de cuarto nivel ya sean maestrías o PhD y tan solo 2% posee el grado máximo académico “doctorado”, al igual que los visitantes con educación primaria.

Los visitantes extranjeros por su parte reflejan un nivel de estudios superior al de los visitantes nacionales, con el 45.7% representado por visitantes con título universitario, el 33.9% de visitantes extranjeros poseen un postgrado, le sigue el 11% con doctorado, un 8.7% posee título de bachiller y con el mínimo porcentaje 0.8% están los visitantes que solo han culminado su educación primaria.

Pregunta 5: ¿Cuál es su ocupación actual?

Gráfico 5: Ocupación actual



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

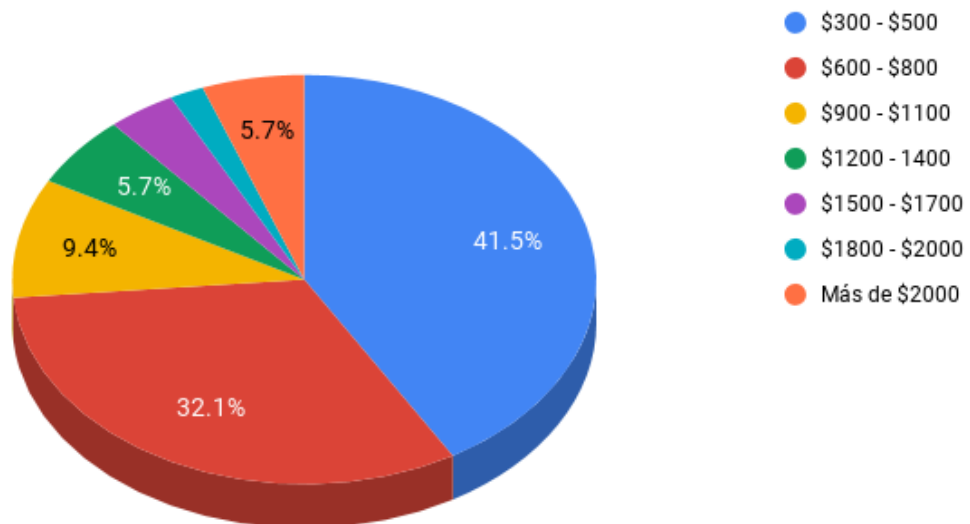
La ocupación actual más habitual es la de empleado de una empresa privada con un 26.9%, el segmento de los jubilados ocupa el 18.8%, los estudiantes representan 16.1%, siguiéndoles los empleados de instituciones públicas con 11.3%, las personas que trabajan por cuenta propia representan el 10.8%, la opción “otros” representa el 9.7%, mientras que en un porcentaje bajo se encuentran los empresarios que emplean personas con 4.8% y los trabajadores del hogar no remunerados con el 1.6%.

Los visitantes nacionales son en su mayoría son estudiantes con el 36%, le siguen las personas que trabajan en una empresa privada con el 24%, los empleados de instituciones públicas ocupan el 14%, la personan que trabajan por cuenta propia representan el 10%, los empresarios representan el 8%, los trabajadores del hogar no remunerados y la opción “otros” ocupan el 3% cada uno, tan solo el 2% de los visitantes nacionales son jubilados.

La ocupación actual más frecuente en los visitantes extranjeros es la de empleado de una empresa privada con el 28.3% con un valor similar 26.8% están los jubilados, le sigue el 12.6% con la opción “otros”, las personas que trabajan por cuenta propia representan el 11%, los empleados de instituciones públicas ocupan el 10.2% los estudiantes ocupan el 7.1%, el 3.1% es representado por los empresarios y tan solo el 0.8% de los visitantes son trabajadores del hogar no remunerados.

Pregunta 6: ¿Cuál es su ingreso mensual? (visitante nacional)

Gráfico 6: Ingreso mensual nacionales



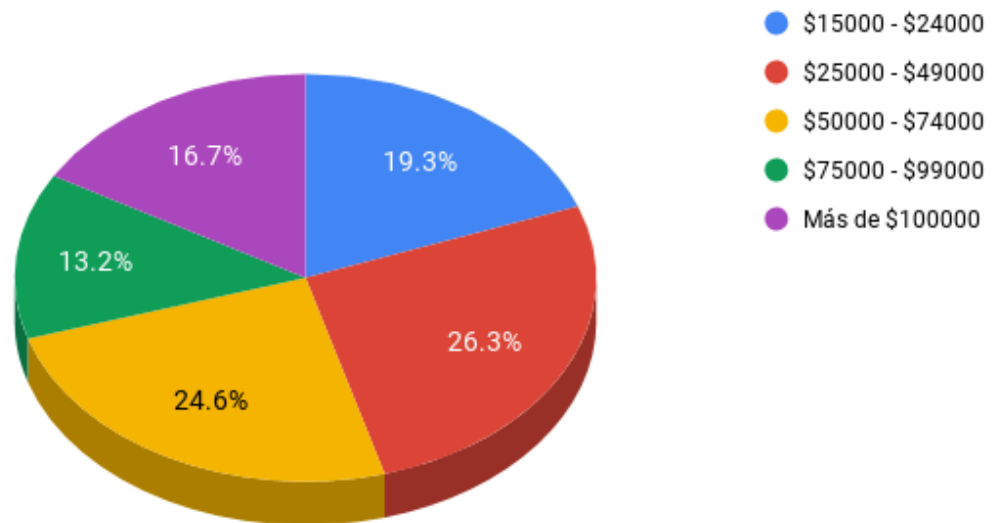
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

La mayor parte de los visitantes nacionales (73.6%) tienen un ingreso mensual de \$300 a \$800 representando un sueldo básico, el 32.1% de los encuestados tienen un ingreso mensual de \$600 a \$800, seguidos por ingresos de \$900 a \$1100 con el 9.4%, ingresos de \$1200 a \$1400 al igual que ingresos mayores a \$2000 ocupan un 5.7% , un valor mínimo de portaje es ocupado por las personas con ingresos de \$1500 a \$1700 y \$1800 a \$2000 con 3.8% y 1.9% respectivamente. Estos valores indican que el 73.6% de los visitantes nacionales representan a la clase media al no tener ingresos mensuales mayores a \$1000 dólares, pero también podemos recalcar que el 51% de visitantes nacionales son estudiantes universitarios con trabajos de medio tiempo sujetos a recibir un sueldo básico.

Pregunta 7: ¿Cuál es su ingreso anual? (Solo extranjeros)

Gráfico 7: Ingreso anual extranjeros



Fuente: Investigación de campo

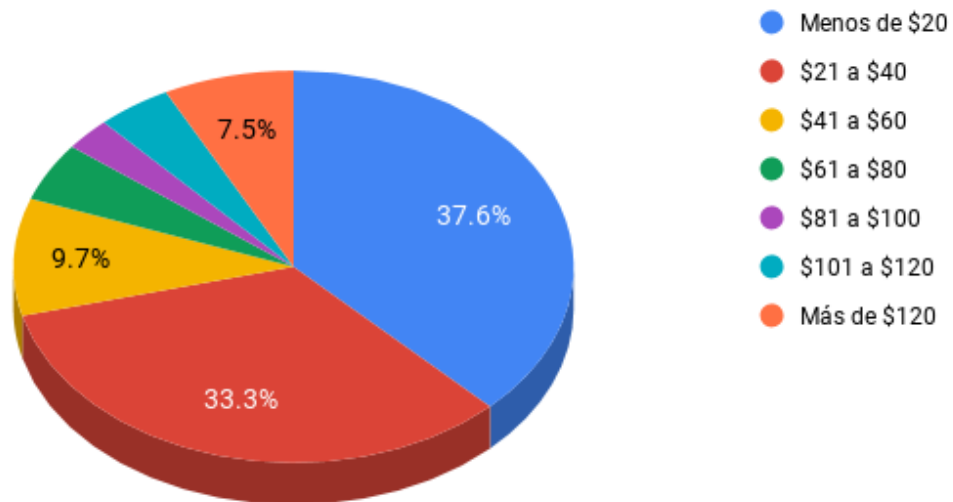
Elaboración: Nathalia Molina

El 26.3% de los visitantes extranjeros poseen un ingreso anual que oscila entre \$25000 y \$49000, le sigue con un mínimo de diferencia los visitantes con ingresos de \$50000 a \$74000 ocupando el 24.6%, el 19.3% de los encuestados tienen ingresos de \$15000 a \$24000, seguidos por porcentajes similares con el 16.7% ingresos mayores a \$100000 e ingresos de \$750000 a \$99000 ocupando el 13.2%. Los datos indican que los visitantes extranjeros tienen un nivel alto de ingresos, dinamizando la economía del Centro Histórico de Quito beneficiando al sector del comercio y del turismo cultural.

3.2 Estudio de la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos.

Pregunta 8: ¿Cuál es su promedio de gasto diario en el Centro Histórico de Quito?

Gráfico 8: Promedio de gasto diario en el Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

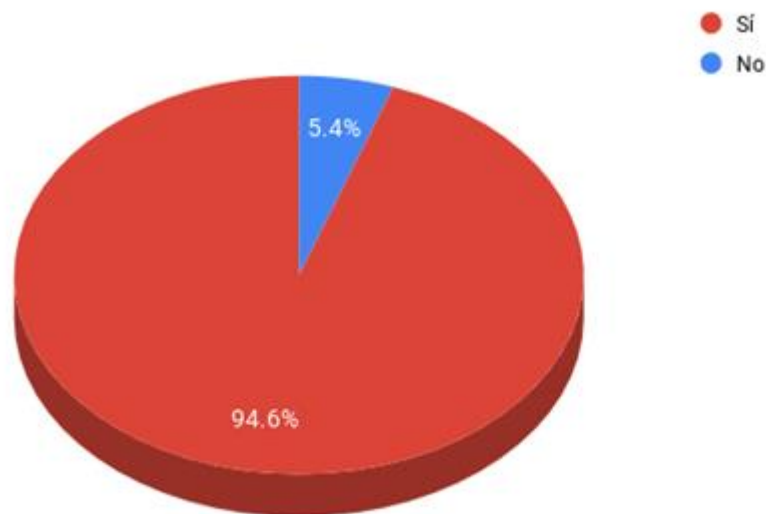
En cuanto a los resultados de la encuesta se aprecia que el mayor desembolso de presupuesto es menor a \$20 con un 37.6%, seguido por el rango de \$21 a \$40 con el 33.3%, el 9.7% de personas encuestadas gasta de \$41 a \$60 diarios, el gasto promedio diario de \$120 representa el 7,5%, en menor porcentaje se encuentran los rangos de \$61 a \$80 con 4.8% y \$101 a \$120 con el 4.3%, finalmente el rango de \$81 a \$100 ocupa el 2.7%.

El 68% de los visitantes nacionales gastan menos de \$20 diarios en el Centro Histórico de Quito, el 27% gasta de \$21 a \$40 y tan solo un 5% gasta de \$41 a \$60, según los comentarios de las personas el desglose de los gastos se destina mayormente a comidas y bebidas, seguido de adquisición de entradas a sitios culturales.

Los visitantes extranjeros tienen un gasto promedio diario de \$21 a \$60 con el 48%, el 23,6% gasta menos de \$20, el 17,3 % de los visitantes extranjeros gastan de \$101 y más de \$120, mientras que el 11% gasta diariamente de \$61 a \$100, sus gastos están destinados principalmente a entradas a sitios culturales, en la compra de artesanías y alimentos.

Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto a pagar para ingresar a un sitio cultural?

Gráfico 9: Disposición a pagar para ingresar a un sitio cultural



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

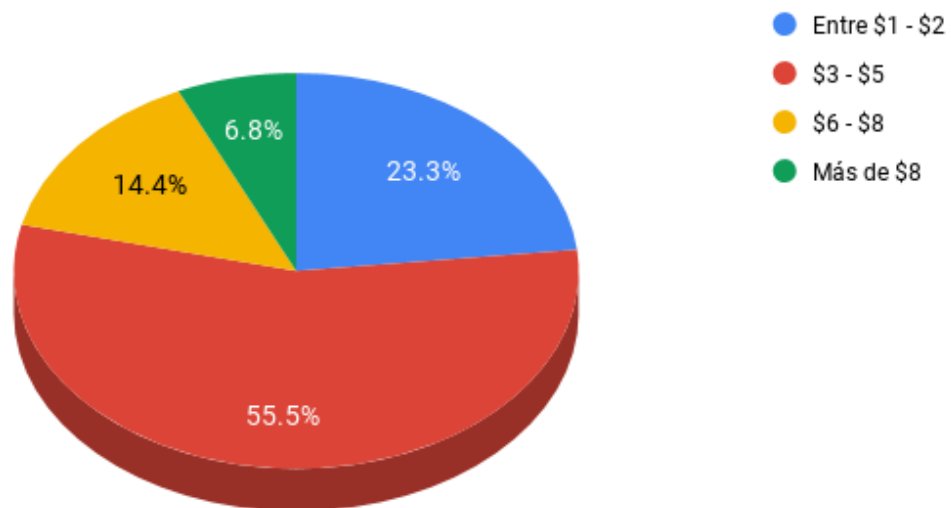
El 94.6% de los encuestados están dispuestos a pagar un precio para ingresar a un sitio cultural, mientras que en un mínimo porcentaje (5.4%) no está de acuerdo.

La mayoría de los visitantes nacionales con el 86% están dispuestos a pagar un precio para ingresar a los atractivos culturales, el 14% no está de acuerdo. En cuanto a los extranjeros los porcentajes son similares con el 98.4% de turistas dispuestos a pagar por una entrada y tan solo el 1,6% no estaría dispuesto.

De las personas que estarían dispuestas a pagar un precio de entrada sus razones fueron: que es importante dar mantenimiento de los atractivos culturales, mejorar la infraestructura y brindar un buen servicio a los turistas, además de contar con la guía de personas especializadas. El porcentaje que está en desacuerdo sus razones fueron: los bienes culturales deben ser públicos y ser mantenidos, conservados y mejorados por el Estado por lo que la entrada a las atracciones culturales debería ser gratuita.

Pregunta 10: ¿Hasta cuanto pagaría para ingresar a un sitio cultural?

Gráfico 10: Precio a pagar para ingresar a un sitio cultural



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

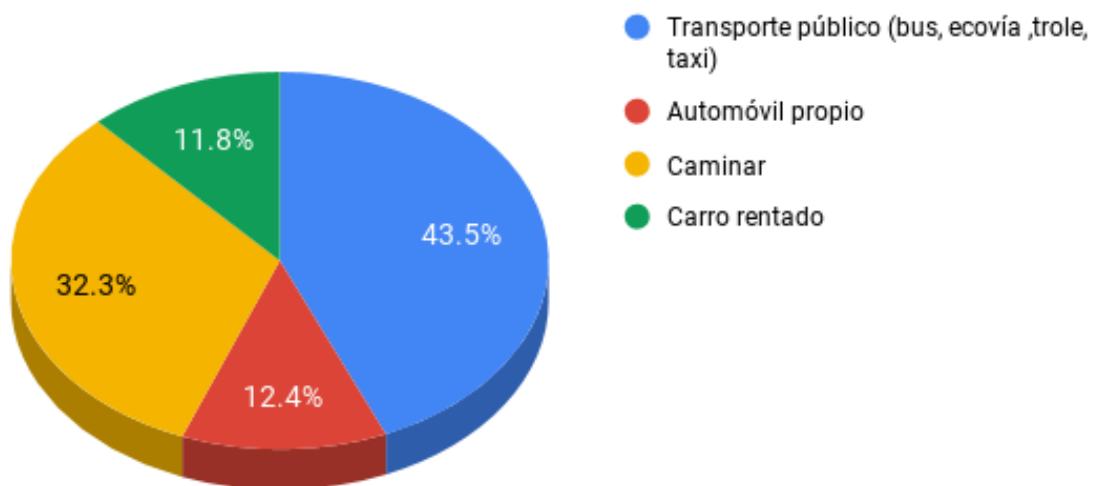
La mayoría de los encuestados (55.5%) respondieron que pagarían entre \$3 a \$5 por la entrada a un sitio cultural, el 23.3% pagaría entre \$1 a \$2, le sigue el segmento de encuestados que pagaría de \$6 a \$8 y el 6.8% pagaría más de \$8 por la entrada a un sitio cultural.

Los visitantes nacionales en su mayoría pagarían entre \$3 a \$5 con el 49%, el 32% pagaría solo \$1 a \$2 por entrar a un sitio cultural, mientras que el 19% estaría dispuesto a pagar entre \$6 y más de \$8. Según los resultados obtenidos las personas con educación superior universitaria están dispuestos a pagar un precio de entrada mayor al establecido en la mayoría de museos e iglesias.

El 69.8% de los visitantes extranjeros pagaría entre \$3 a \$5 por la entrada a un sitio cultural, el 16.3% estaría dispuesto a pagar entre \$6 a más de \$8 representados en su mayoría por visitantes provenientes de Estados Unidos y tan solo el 13.5% pagaría entre \$1 a \$2.

Pregunta 11: ¿Qué medio de transporte utiliza para acceder al Centro Histórico de Quito?

Gráfico 11: Medio de transporte utiliza para acceder al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

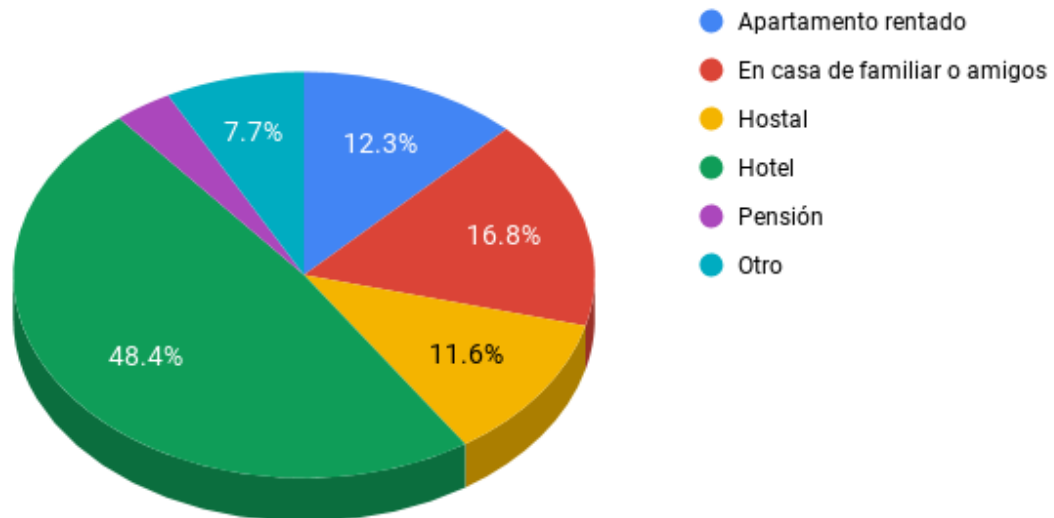
El medio de transporte más utilizado es el transporte público con 43.0%, bus, eco vía, trole y taxis son preferidos para desplazarse al Centro Histórico de Quito, seguido por “caminar a pie” con el 32.3%, los turistas prefieren desplazarse caminando ya que evitan el tráfico de la ciudad y sobre todo disfrutan conocer el destino de esta manera. El 12.9% prefiere desplazarse en automóvil propio, sobre todo por la inseguridad del transporte público y el abarrotamiento del mismo, el 11.8% renta un automóvil.

El 61% de los visitantes nacionales prefieren utilizar transporte público, el 25% utilizan automóvil propio, el 10% llega al Centro Histórico a pie, y tan solo el 3% renta un auto siendo visitantes nacionales que no residen en Quito.

Los visitantes extranjeros acceden al Centro Histórico de Quito mediante transporte público con el 40% en su mayoría taxi y bus desde el norte de la ciudad, el 27.8% de los extranjeros utilizan carro rentado principalmente transporte del tour y automóviles, el 25% prefiere llegar caminando y tan solo el 7.2 % utiliza automóvil propio principalmente extranjeros que residen en el país.

Pregunta 12: ¿Dónde está alojado? (excepto residentes de Quito)

Gráfico 12: Alojamiento (excepto residentes de Quito)



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

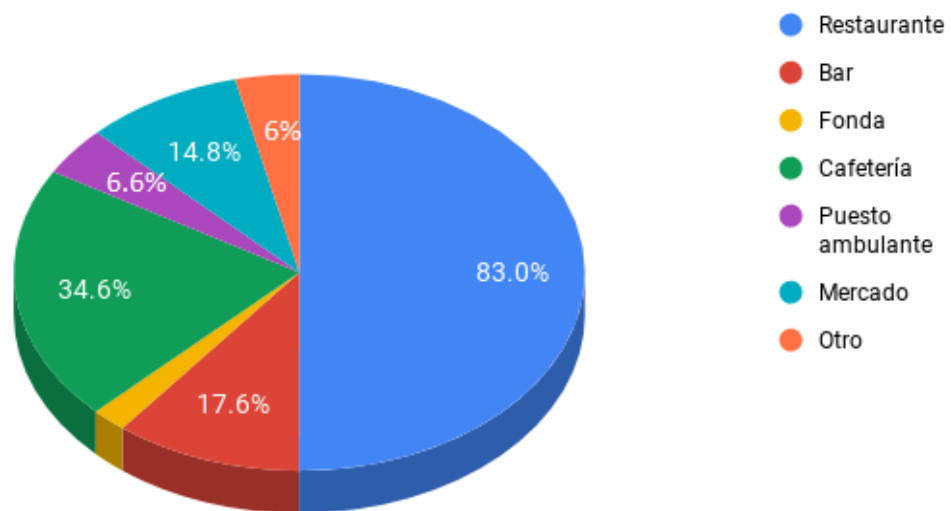
El 48.4% de los visitantes (excepto residentes de Quito) prefieren alojarse en hotel, la segunda opción con el 16.8% es pasar la noche en “casa de familiares o amigos”, el 12.3% prefiere rentar un apartamento. Le siguen las personas que prefieren alojarse en hostales con el 11.6% sobre todo visitantes jóvenes los cuales prefieren este tipo de alojamiento por sus bajos costos. El 7.7% eligió la opción “otros” como alojamiento de preferencia y en una mínima cantidad con el 3.2% prefieren alojarse en pensiones.

El 36% de visitantes nacionales se aloja en casa de familiares o amigos, le sigue la renta de apartamento con el 25% al igual que la opción “otro”, los hoteles ocupan el 7%, mientras que los hostales y pensiones ocupan el 4% cada uno.

Los extranjeros que visitan la ciudad prefieren alojarse en hotel con el 57.5% por comodidad y seguridad, le sigue el 13.4% de visitantes extranjeros que prefieren alojarse en hostales, principalmente jóvenes de 18 a 35 años los cuales viajan por Sudamérica y optan por los bajos costos. El 12.6% se hospeda en casa de familiares o amigos, y el 9.4% renta apartamentos por medio de aplicaciones móviles como airbnb.

Pregunta 13: ¿En qué tipo de establecimiento comercial consumió alimentos y/o bebidas durante su visita? (opción múltiple)

Gráfico 13: Establecimientos comerciales alimenticios



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

Al ser una pregunta de opción múltiple la mayoría de los encuestados (83%) prefieren ingerir alimentos y/o bebidas en un restaurante, en segundo lugar están las cafeterías con 34.6%, le sigue los bares con el 17.6%, los mercados son otro de los lugares preferidos por los turistas con 14.6%, la opción “otros” ocupa el 6% de total, en mínimo porcentaje están los puestos ambulantes y las fondas con 6.6% y 3.3% respectivamente.

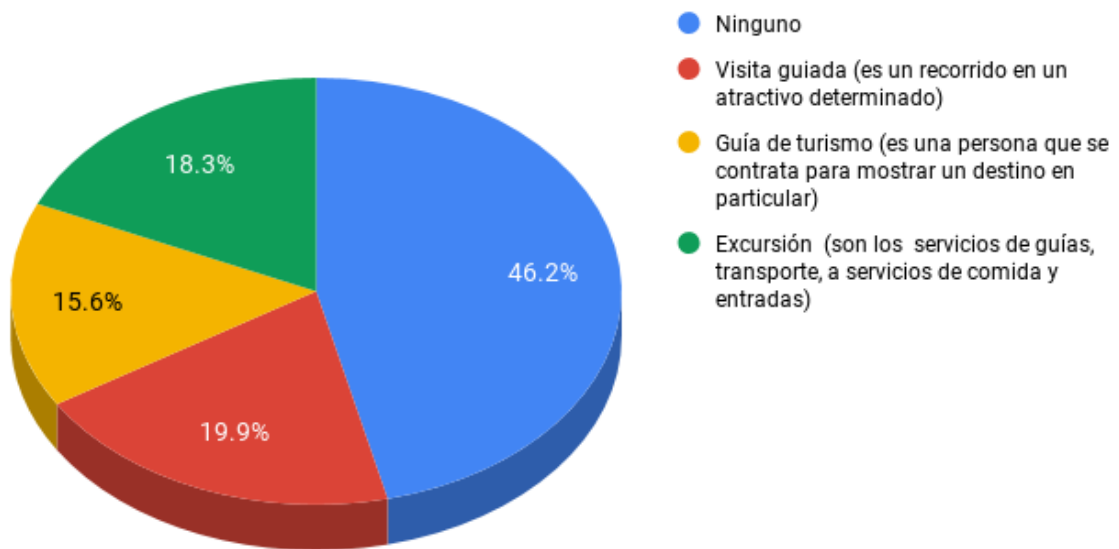
Por consiguiente los turistas que visitan el Centro Histórico prefieren los establecimientos comerciales de alimentos como restaurante, cafeterías y bares ya que son las opciones que más se repiten.

El 66% de los visitantes nacionales prefieren consumir alimentos y bebidas en un restaurante, la segunda opción son las cafeterías con el 36% , le sigue los bares con el 14% , el 10% lo ocupan los mercados , mientras que el 9% está la opción “otros”, con el 5% están los establecimientos de mayor categoría como fonda y puestos ambulantes.

Los extranjeros casi en su totalidad (91.1%) consumen alimentos en un restaurante, la segunda opción son las cafeterías con el 33.9%, le siguen los bares con el 19.4%, los mercados son importantes también con el 16.9% ya que a los turistas extranjeros les gusta experimentar nuevos sabores y la cultura gastronómica del país, los puestos ambulantes ocupan el 8.1% y las fondas el 4%.

Pregunta 14: ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos contrató en el destino?

Gráfico 14: Servicios turísticos contratados



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

Según los datos obtenidos el 46.2% de los encuestados no contrató ningún servicio turístico, el 19.9% pagó por una visita guiada en los atractivos culturales como museos e iglesias. Le sigue el servicio de excursiones con el 18.3% el cual incluye: guía especializado, transporte, servicio de alimentación y entradas a atractivos turísticos. Finalmente se encuentra la contratación de guías de turismo con el 15.6%. El 50% de los encuestados visitan el Centro Histórico de Quito por cuenta propia, mientras que la otra mitad contratan paquetes turísticos por medio de agencia de viajes con todos los servicios incluidos.

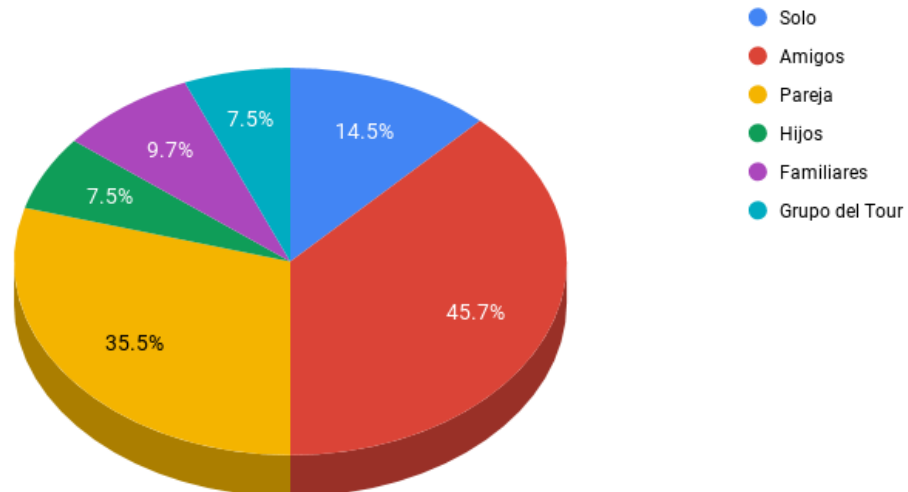
El 66% de los visitantes nacionales no contrató ningún servicio, el 29% pagó por una visita guiada ya que usualmente los atractivos culturales tienen guías, el 4% contrato o pagó por un guía de turismo particular o guía del tour, solo el 2% pagó por un servicio de excursión.

La mayoría de los visitantes extranjeros optó por realizar turismo por su cuenta ya que el 38.6% no contrató ningún servicio turístico, el 26% pago por excursiones en la cual está incluido el transporte, guía de turismo y otros servicios, le sigue la contratación de guías de turismo con el 18.9% y con un porcentaje similar 16.5% están las visitas guiadas.

3.3 Estudio de organización del viaje y variables motivacionales.

Pregunta 15: ¿Cuál es su compañía durante su visita? (opción múltiple)

Gráfico 15: Compañía durante su visita



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

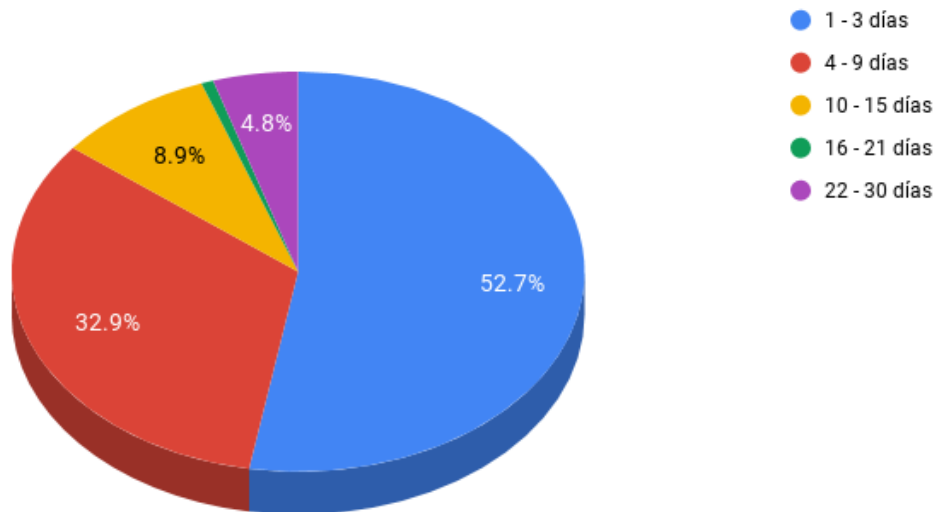
Del total de personas encuestadas la mayoría (45.70%) prefiere viajar en compañía de amigos, mientras que el 35.5% viaja en compañía de su pareja, el 14.5% viaja solo, en porcentajes menores los encuestados viajan en compañía del grupo del tour (7.5%), con sus hijos en igual porcentaje y con familiares el 9.7%.

Los visitantes nacionales en su mayoría prefieren viajar en compañía de amigos y familiares con el 63% del total, la segunda adopción es viajar en compañía de su pareja con el 29%, el 17% viaja con sus hijos, finalmente las personas que viajan solas y en compañía del grupo del tour representan el 7% respectivamente.

Los extranjeros prefieren viajar en compañía de amigos y pareja con el 77.2% el 18.1% viajan solos, mientras que el 10.2% viaja en compañía de familiares, los visitantes extranjeros en un 7.9% viajan con personas del tour y solamente el 3.1% visita la ciudad en compañía de sus hijos.

Pregunta 16: ¿Cuál es su promedio de estadía en la ciudad? (Excepto residentes de Quito)

Gráfico 16: Promedio de estadía en la ciudad de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

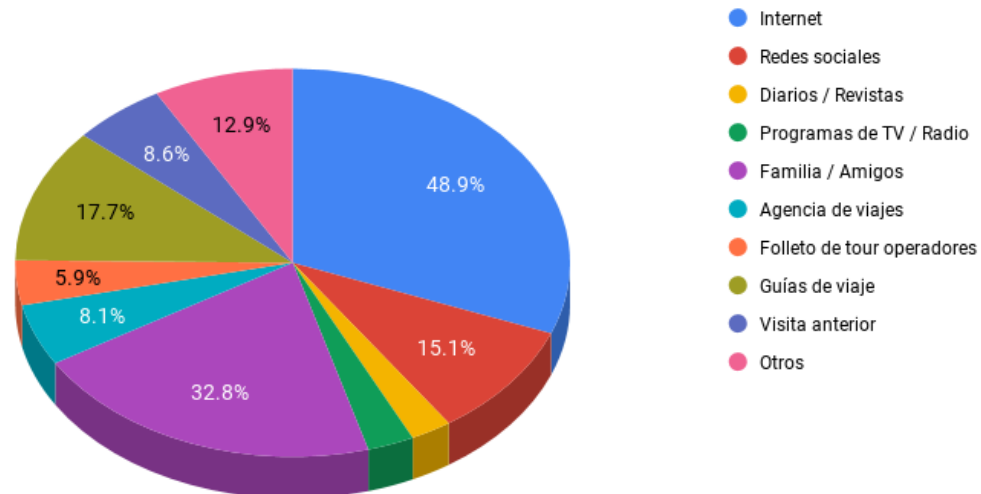
El tiempo promedio de permanencias de los visitantes del Centro Histórico de Quito (excepto residentes de Quito) es de 1 a 3 días con el 52.7%, le sigue el rango de 4 a 9 días con el 32.9%, el rango de 10 a 15 días ocupa el 8.9%, siguiéndole el rango de 22 a 30 días con el 4.8% principalmente de turistas que se alojan en la casa de familiares o amigos, finalmente está el rango de 16 a 21 días con el 0.7%.

El 67% los visitantes nacionales no residentes de Quito tienen una estadía promedio de 1 a 3 días, le sigue el 24% de visitantes que permanecen de 4 a 9 días, le sigue el rango de 16 a 30 días con el 9%.

El promedio de permanencia de los extranjeros es de 1 a 3 días con el 50.8%, le sigue el rango de 4 a 9 días con el 34.1%, el rango de 10 a 15 días ocupa el 10.3% y finalmente están los visitantes que permanecen en la ciudad de 22 a 30 días con el 4.8%.

Pregunta 17: De las siguientes fuentes de información, indique cuáles fueron relevantes para planear su visita al Centro Histórico de Quito. (Opción múltiple)

Gráfico 17: Fuentes de información relevantes para planear la visita al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

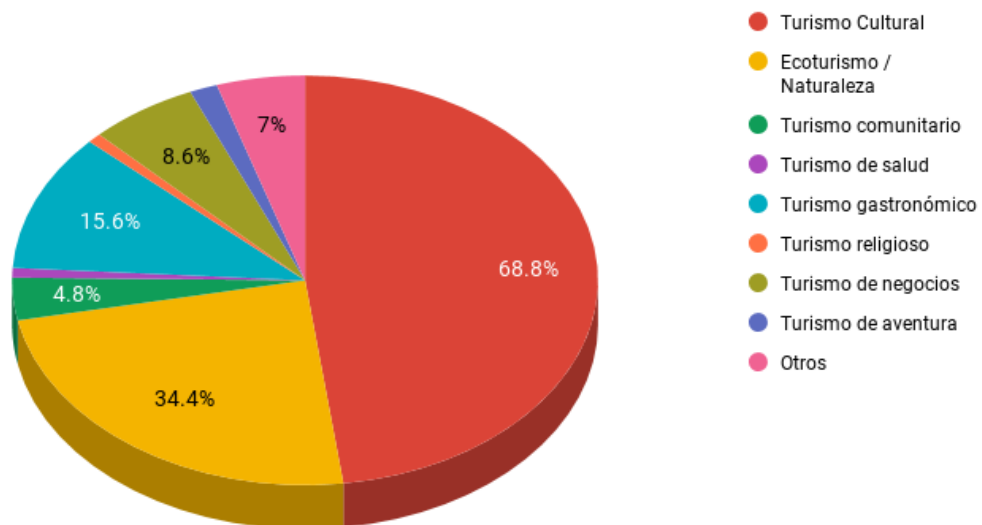
Respecto a las fuentes de información relevantes para planear la visita al Centro Histórico de Quito, el internet es la más importante con el 48.9%, los encuestados también le dan importancia a los consejos de su “familia y amigos” para elegir un destino turístico, un 17.7% se informaron del destino mediante guías de viaje, las redes sociales también tienen importancia al momento de organizar la visita ocupando el 15.10%, esto se debe a que en la actualidad existen anuncios turísticos en las mismas globalizando el turismo. La opción “otros” ocupa el 12.9%, un 8.6% respondió que ya había visitado antes el destino por lo que deciden regresar para realizar turismo, un 8.1% deciden consultar a cerca del destino mediante agencias de viaje. El uso de folletos de tour operadores es utilizado tan solo en un 5.9%, un 3.8% se informaron a través de programas de TV y radio, mientras que los diarios y revistas son las fuentes de información menos utilizadas con el 4.3%.

El 41% del total de visitantes nacionales utilizaron en su mayoría el internet para planear su visita al Centro Histórico, el 34% se informaron mediante familia y amigos, las redes sociales también tienen importancia en el momento de visitar un destino con el 31% , la visita anterior y la opción “otros” ocupan el 17% cada uno , mientras que los programas de TV y radio ocupan el 12%, en mínimos porcentajes los visitantes nacionales obtuvieron información mediante folletos de tour operadores con el 8%, diarios y revistas con el 5% , agencia de viajes y guías de viaje con el 3% cada uno.

Los extranjeros le dan importancia al internet con el 52.8% como primera opción, le sigue los consejos de familiares y amigos para elegir un destino turístico con el 32.3% , los extranjeros consideran importante la información obtenida mediante guías de viaje con el 24.4% y las agencias de viaje con el 10.2% , en porcentajes menores se encuentran las redes sociales con el 7.9%, los folletos de tour operadores con 4.7% al igual que su visita anterior al destino, le siguen la información obtenida mediante diarios y revistas con el 3.1% y por ultimo con menor importancia se encuentran los programas de TV y radio con el 0.8%

Pregunta 18: ¿Qué tipo de turismo realiza normalmente? (Opción múltiple)

Gráfico 18: Tipo de turismo



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

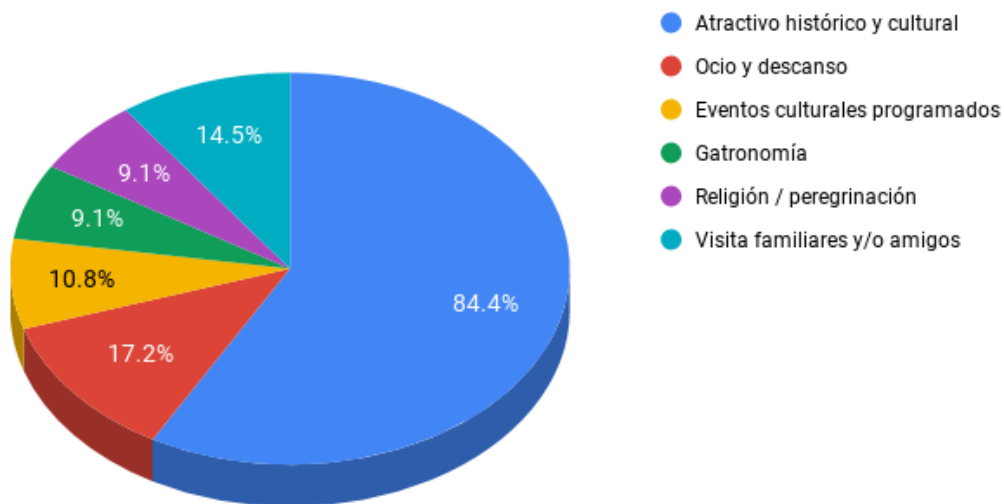
De los encuestados se obtuvo que la mayor parte realiza turismo cultural con un 68.8%, seguido del turismo de sol y playa con 41. % del total de encuestados, un 34.4% realiza Ecoturismo o turismo de naturaleza, el 15.6% realiza turismo gastronómico, mientras que el 8.6% visita la ciudad por turismo de negocios, el 4.8% realiza turismo comunitario, el 2.2% realiza turismo de aventura, y tan solo el 1.1% realiza turismo religioso al igual que turismo de salud.

Como primera opción para los visitantes nacionales está el turismo de sol y playa al igual que el turismo cultural con el 56% cada uno, la segunda opción es realizar ecoturismo con el 31%, le sigue el turismo gastronómico con el 25%, la opción “otros” ocupa el 8%, los visitantes nacionales le dan menor importancia al turismo comunitario y religioso con el 5% cada uno, el turismo de salud y aventura con el 2% cada uno y ningún visitante nacional respondió realizar turismo de negocios .

Los extranjeros le dan mayor importancia al turismo cultural con el 74.8%, su segunda opción es realizar ecoturismo con el 36.2% seguido por el turismo de sol y playa con el 35.4%, el turismo gastronómico y religioso ocupan porcentajes similares con el 11% y 10.2% respectivamente, mientras que la opción “otros” ocupa el 6.3%, el turismo comunitario no es realizado a menudo ya que tan solo ocupa el 4.7% , el 2.4% realiza turismo de aventura , el turismo de salud y negocios son los menos realizados con el 1.6% cada uno.

Pregunta 19: ¿Por qué motivo visita el Centro Histórico de Quito? (Opción múltiple)

Gráfico 19: Motivo de visita al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

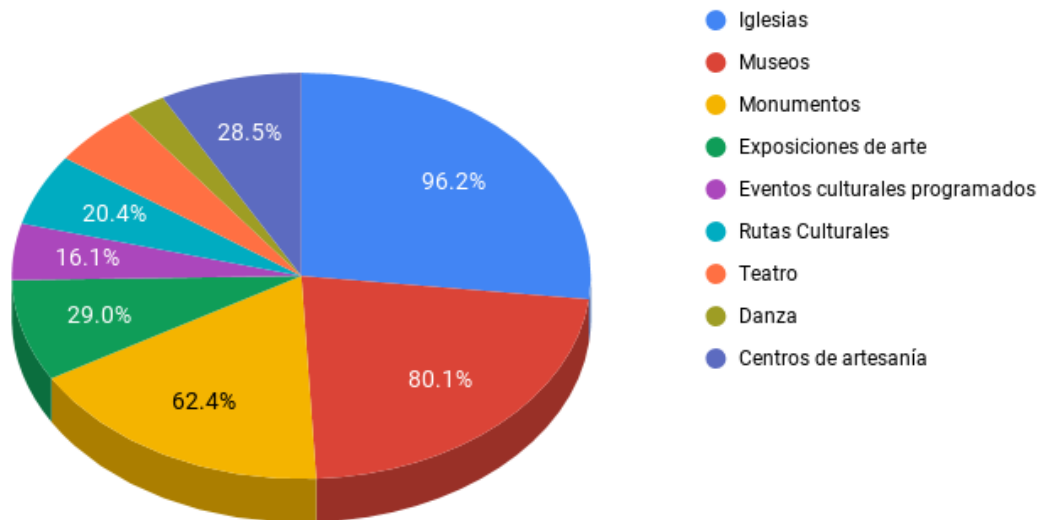
Las principales razones que motivan al turista cultural para visitar el Centro Histórico de Quito son la visita al atractivo histórico y cultural con el 84.4% del total de los encuestados, los turistas van al centro también para realizar actividades de ocio y descanso con el 17.2%, la visita a familiares y/o amigos ocupa el 14.5%, los eventos culturales programados el 10.8%, mientras que en una minoría con el 9.1% el motivo de visita está dirigido hacia la religión/ peregrinación y la gastronomía cada uno. Los resultados indican que los visitantes tienen un gran interés en el turismo cultural.

Los visitantes nacionales se sienten motivados por el atractivo histórico y cultural del Centro Histórico ocupando el 76%, la gastronomía también es una de las razones para visitar el destino con un 24% por su variedad y platos típicos que ofrecen los diferentes establecimientos comerciales alimenticios, el 20% también visita el Centro Histórico por los eventos culturales programados como: semana santa, día de los difuntos, fiesta de la luz, velada libertaria y fiestas de Quito. El ocio y descanso es otra de las actividades preferidas con el 15%, la visita a familiares y amigos ocupa el 14%, mientras que las actividades empresariales o profesionales ocupan el 10%, tan solo el 5% de los ecuatorianos que visitan los atractivos culturales están atraídos por la religión y peregrinación.

Para los extranjeros la razón más importante para visitar el Centro Histórico de Quito es su atractivo histórico y cultural con el 88.2%, la segunda opción es el ocio y descanso con el 18.1%, la visita a familiares y amigos es también una de las razones para visitar la ciudad con el 15%, le sigue el interés por la religión y peregrinación con el 11% principalmente por turistas que pertenecen a congregaciones religiosas los cuales visitan monasterios, conventos o museos religiosos de la ciudad como el Museo Franciscano Fray Pedro Gocial. Las actividades empresariales o profesionales y la gastronomía no son tan importantes para los extranjeros ya que solo ocupan el 3.1% y 2.4% respectivamente.

Pregunta 20: ¿Cuáles de las siguientes atracciones culturales ha visitado en el Centro Histórico de Quito? (Opción Múltiple)

Gráfico 20: Atracciones culturales visitadas en el Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

Según los resultados las atracciones culturales más visitadas en el Centro Histórico de Quito son las iglesias con el 96.2% y los museos con el 80.1% del total de los encuestados, le siguen los monumentos con el 62.4%, las exposiciones de arte con el 29%, los centros de artesanías con el 28.5%, la rutas culturales ocupan el 20.4%, los teatros con el 17.7% y los eventos culturales programados con el 16.1%. Finalmente se encuentran los espectáculos de danza con el 8.1%, indicando que hay preferencia general por las iglesias y monumentos siendo el atractivo principal del Centro Histórico.

Las atracciones culturales más visitadas por turistas nacionales son iglesias y museos con el 97% y 83% respectivamente, le sigue las exposiciones de arte con el 56% principalmente exposiciones temporales que presenta el Centro Cultural Metropolitano y colecciones de pinturas religiosas antiguas de los museos. Los monumentos son otra de las atracciones preferidas con el 47%, le siguen los centros de artesanía ubicados en la calle la Ronda y los eventos culturales programados con el 41% cada uno. Los teatros también son frecuentados con el 37% principalmente el Teatro Sucre por la calidad de sus obras y la belleza arquitectónica, las rutas culturales y la danza ocupan el 22% siendo unas de las atracciones menos visitadas.

El 96.1% de los visitantes extranjeros visitaron iglesias, el 78.7% visitó museos, los monumentos también son unas de las atracciones preferidas con el 69.3%, el 26% visitó exposiciones de arte, los centros de artesanía con el 22.8% son uno de los atractivos culturales que los extranjeros no dejan de visitar, seguidos por las rutas culturales que ofrece el destino con el 20.5%, una minoría visita teatros y eventos culturales programados con el 8.7% y 4.7% respectivamente. Los espectáculos de danza son la atracción cultural menos visitada con el 1.6%.

3.4 Perfil del turista nacional que visita el Centro Histórico de Quito.

Perfil sociodemográfico

El turista cultural nacional que visita el Centro Histórico de Quito está representado equitativamente por los géneros masculino y femenino, son jóvenes entre las edades de 18 a 35 años, poseen en su mayoría educación superior universitaria, su ocupación actual más habitual es la de estudiante, seguido por los empleados de empresas privadas, este segmento tiene ingreso mensual que oscila entre \$300 a \$800.

Consumo de bienes y servicios turísticos

El mayor desembolso de presupuesto en bienes y servicios turísticos es menor a \$20 diarios, el desglose de los gastos está destinado mayormente a comidas y bebidas, seguido por la adquisición de entradas a sitios culturales como iglesias y museos, los bajos costos de los establecimientos alimenticios, así como el precio de entrada a los atractivos culturales son determinantes en el gasto promedio diario.

Está dispuesto a pagar entre \$3 a \$5 para ingresar a un sitio cultural, el medio de transporte más utilizado para acceder al Centro Histórico de Quito es el transporte público, prefiere alojarse en casa de familiares o amigos como también rentar un departamento.

Los establecimientos comerciales alimenticios preferidos por los turistas nacionales son: restaurantes, seguidos por las cafeterías y bares. Los visitantes nacionales prefieren realizar turismo cultural por su cuenta, ya que no contratan servicios turísticos como guías particulares o excursiones.

Organización del viaje y variables motivacionales

El visitante cultural nacional prefiere viajar en compañía de amigos y familiares, su segunda opción es viajar en compañía de su pareja, el tiempo promedio de permanencia en la ciudad (excepto residentes de Quito) es de 1 a 3 días. Respecto a las fuentes de información relevantes para planear su visita el Centro Histórico de Quito el internet es la más importante, seguido por los consejos de “familia y amigos” para elegir un destino turístico, las redes sociales también juegan un papel importante en su elección. Además de la cultura, este tipo de turista gusta por el turismo de sol y playa, así como también realizar ecoturismo.

El motivo para visitar el Centro Histórico de Quito es su atractivo histórico y cultural, la gastronomía también es una de las razones para visitar el destino por su la variedad de platos y dulces típicos de la serranía ecuatoriana, también muestran interés por los eventos culturales programados.

Los datos indican que hay preferencia por el valor histórico, artístico y arquitectónico siendo las iglesias y museos el atractivo principal del Centro Histórico de Quito, seguido de las exposiciones de arte y monumentos, los centros de artesanía y eventos culturales programados también son frecuentados por el turista nacional.

3.5 Perfil del turista cultural extranjero que visita el Centro Histórico de Quito.

Perfil sociodemográfico

El turista cultural extranjero en su mayoría proviene de Norteamérica incluyendo Estados Unidos y Canadá convirtiéndose en el principal mercado emisor, le siguen los turistas provenientes de Europa de países como: Inglaterra, Francia, Alemania y Suiza, en tercer lugar están los visitantes latinoamericanos de países como: Argentina, Costa Rica, Chile, Colombia, México y Brasil, finalmente con el menor porcentaje se encuentran los turistas provenientes de Asia y Oceanía de países como: Corea del Sur, China, Australia y Japón.

La distribución por género indica un porcentaje equitativo entre el género femenino y masculino, la edad predominante está entre los 56 a mayores de 65 años, seguidos por los jóvenes de 18 a 35 años, los visitantes extranjeros reflejan un nivel de estudios alto, poseen en su mayoría educación superior universitaria y postgrados, su ocupación actual más frecuente es la de empleado de una empresa privada y jubilados, este segmento tiene un ingreso anual de \$25000 a \$74000.

Consumo de bienes y servicios turísticos

El visitante cultural extranjero gasta en promedio \$21 a \$60 diarios, el desglose de los gastos está destinado mayormente a entradas a sitios culturales como iglesias y museos, seguido por la compra de artesanías al igual que alimentos y bebidas. En cuanto al precio de entrada para ingresar a un sitio cultural, el visitante extranjero está dispuesto a pagar entre \$3 a \$5, el medio de transporte más utilizado para acceder al Centro Histórico de Quito es el transporte público o transporte del tour, el turista extranjero prefiere alojarse en hoteles principalmente por comodidad y seguridad.

Los establecimientos comerciales alimenticios preferidos por los turistas extranjeros son: restaurantes, seguidos por las cafeterías y bares, los mercados son también importantes, ya que a los extranjeros les gusta experimentar nuevos sabores y la cultura gastronómica del Ecuador. El turista cultural extranjero en su mayoría opta por realizar turismo por su cuenta, aunque una parte importante contrata servicios turísticos como excursiones.

Organización del viaje y variables motivacionales

El visitante cultural extranjero prefiere viajar en compañía de amigos y de su pareja, su segunda adopción es viajar solos, el tiempo promedio de permanencia en la es de 1 a 9 días. Respecto a las fuentes de información relevantes para planear su visita el Centro Histórico de Quito los extranjeros le dan importancia al internet como primera opción, seguido por los consejos de “familia y amigos” para elegir un destino turístico, la información obtenida mediante guías de viaje también juegan un papel importante en su elección.

Los extranjeros dan mayor importancia al turismo cultural, su segunda opción es realizar turismo de sol y playa al igual que ecoturismo, el motivo más importante para visitar el Centro Histórico de Quito es su atractivo histórico y cultural. Las iglesias, museos y monumentos son el atractivo histórico artístico y arquitectónico principal del destino, seguido por las exposiciones de arte, los centros de artesanía son uno del atractivo culturales que los extranjeros no dejan de visitar, seguidos por las rutas culturales.

3.6 Estudio de la satisfacción del turista cultural en relación a los bienes y servicios consumidos.

Califique los bienes y servicios consumidos en su visita al Centro Histórico de Quito mediante el siguiente criterio de evaluación.

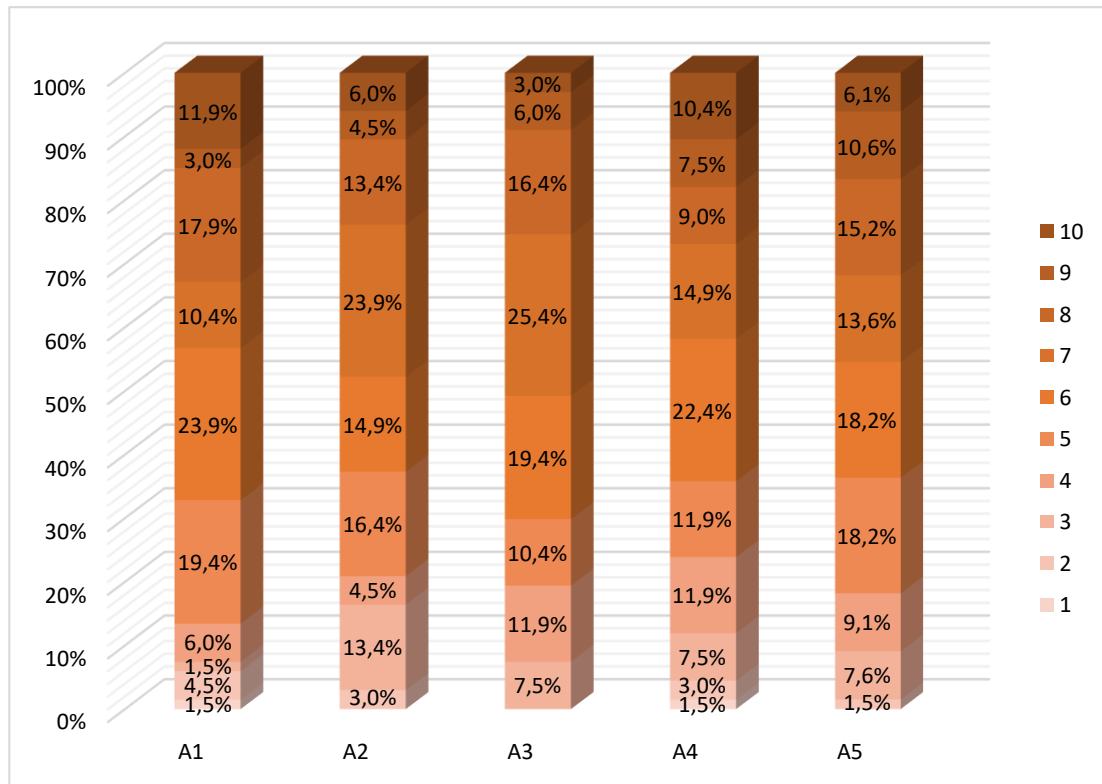
Tabla 1: Criterio de evaluación general

Evaluación Cuantitativa	Evaluación Cualitativa
9 a 10	Muy bueno
7 a 8	Bueno
5 a 6	Regular
3 a 4	Malo
1 a 2	Muy malo

Pregunta 21: Califique de forma general la señalización para llegar al Centro Histórico de Quito.

A1 En su opinión la señalización para llegar al Centro Histórico de Quito es :
A2 Califique la disponibilidad de opciones de transporte para llegar al Centro Histórico de Quito.
A3 Califique la calidad de la infraestructura de acceso (el estado de los caminos y carreteras) que usó para llegar.
A4 Califique el mantenimiento y calidad de las instalaciones del medio de transporte utilizado (aeropuerto, centrales de autobuses).
A5 Califique la atención del personal del servicio de transporte.

Gráfico 21: Acceso al destino e infraestructura



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

A1 El 43.3% de los visitantes califican la señalización para llegar al Centro Histórico de Quito en el rango de 5 a 6 siendo percibida como regular, el 28.4% califica la señalización como buena en el rango de 7 a 8, el 14.9% califica la señalización como muy buena en el rango de 9 a 10, el rango de 3 a 4 ocupa el 7.5% considerado como malo y tan solo el 6% considera que la señalización es muy mala.

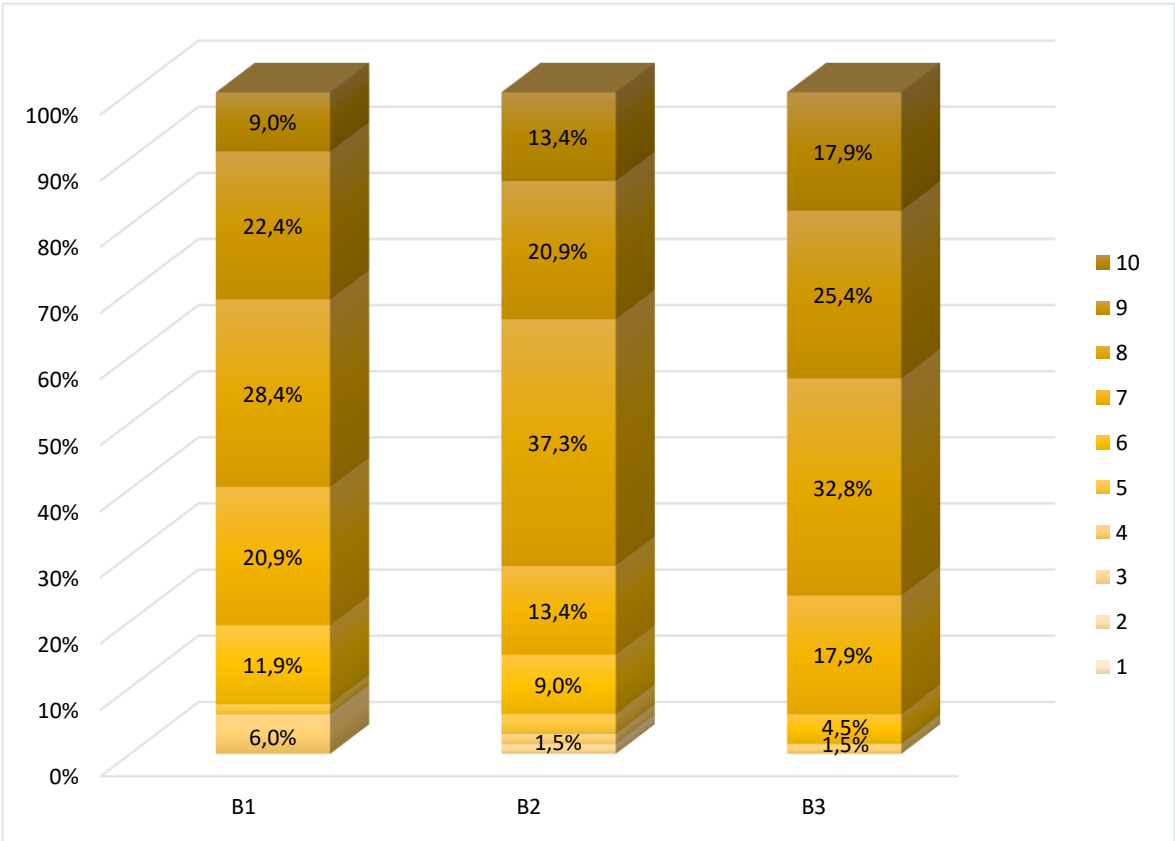
A2 El 37.3% considera que la disponibilidad de transporte es buena en el rango de 7 a 8, el 31.3% califica en el rango de 5 a 6 como regular, el 17.9% considera que la disponibilidad de transporte es mala en el rango de 3 a 4, le sigue el 10.4% que considera la disponibilidad de transporte es muy buena en el rango de 9 a 10, tan solo el 3% piensa que es muy mala en el rango de 2.

- A3** El 41.8% de los visitantes considera que la infraestructura de acceso como el estado de los caminos y carreteras es buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 29.9% calificado en el rango de 5 a 6 considerado como regular, el 19.4% considera que la infraestructura de acceso es mala en el rango de 3 a 4, tan solo el 9% califica la infraestructura como muy buena con un rango de 9 a 10.
- A4** El 34.3% de los encuestados califica al mantenimiento y la calidad de instalaciones del transporte como regular en el rango de 5 a 6, mientras que el 23.9% considera que es muy bueno en el rango de 7 a 8, el 19.4% califica el mantenimiento como malo con un rango de 3 a 4, el 17.9% lo califica como muy bueno con la rango de 9 a 10, solo el 4.5% considera que es muy malo con la mínima rango de 1 a 2.
- A5** La mayoría de los encuestados 36.4% considera que la atención del personal de servicio de transporte es regular en el rango de 5 a 6, el 28.8% piensa que es bueno con un rango de 7 a 8, el 16.7% considera que la atención del personal es muy buena en el rango de 9 a 10, el 16.7% califica como malo en el rango de 3 a 4, tan solo el 1,5% piensa que la atención es muy mala en el rango de 1 a 2.

Pregunta 22: Califique en general los atractivos y los servicios que se ofrecen.

- B1** Califique en general, el estado de conservación de los atractivos culturales (se refiere a la forma como están conservados y presentados al público los museos, monumentos, iglesias, ruinas, lugares típicos).
- B2** Califique la variedad de los atractivos turísticos en este destino.
- B3** Califique la calidad de los atractivos turísticos en este destino.

Gráfico 22: Atractivo y oferta turística del Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

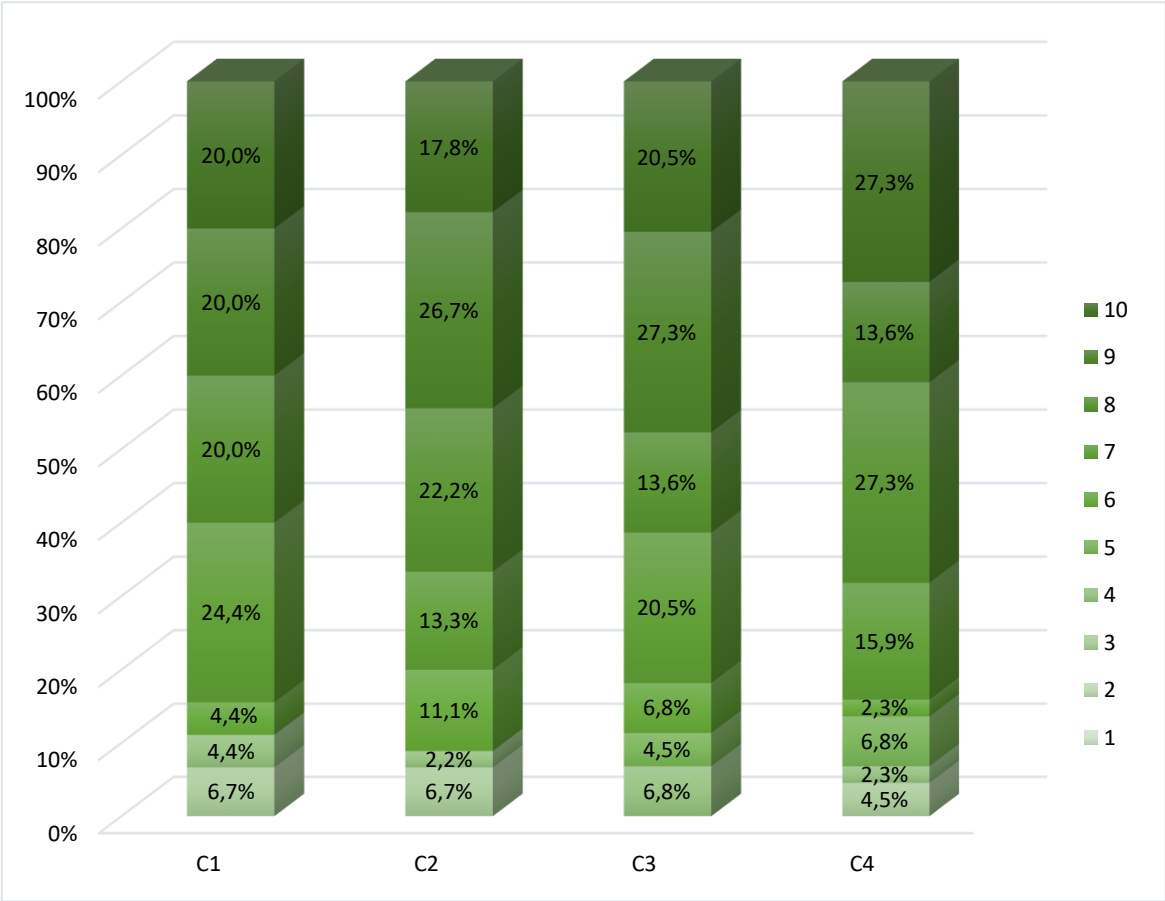
Elaboración: Nathalia Molina

- B1** El estado de conservación de los atractivos culturales es percibido como bueno con el 49.3% en el rango de 7 a 8, el 31.3% considera que es muy bueno en el rango de 9 a 10, el 13.4% califica el estado de conservación como regular en el rango de 5 a 6, y finalmente el 6% considera que es malo en el rango de 3 a 4.
- B2** La mitad de los visitantes 50.7% califica a la variedad de atractivos turísticos del Centro Histórico de Quito como buena en el rango de 7 a 8, mientras que un 34.3% considera que es muy buena con la rango de 9 a 10, le sigue el 11.9% de los encuestados que consideran que la variedad de atractivos es regular en el rango de 5 a 6, solo el 3% opina que la variedad es mala con la rango de 3 a 4.
- B3** La calidad de los atractivos turísticos es percibida con un 50.7% como buena y tiene una rango de 7 a 8, le sigue el 43.3% de los visitantes que califican la calidad de los atractivos como muy buenos en el rango de 9 a 10, solo el 4.5% calificó como regular con la rango de 5 a 6 y el 1.5% calificó la calidad de los atractivos como mala con la rango de 3 a 4.

Pregunta 23: Califique el servicio de hospedaje que utilizó en el Centro Histórico de Quito.

C1 Califique en general su estancia donde se hospedó.
C2 Califique la limpieza del hospedaje (aseo de cuartos, baño).
C3 Califique la atención del personal (recepcionista, camarero).
C4 Califique la facilidad con la que encontró el tipo de hospedaje que usted necesitaba.

Gráfico 23: Servicio de Hospedaje en el Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

- C1** Según los datos obtenidos el 44.4% califica su estancia como buena, en el rango de 7 a 8, le sigue el 40.4% el cual considera que su estancia fue muy buena en el rango de 9 a 10, el 11.1% de los encuestados califica su estancia como mala en el rango de 3 a 4, mientras que tan solo el 4.4% la califica como regular, con la rango de 5 a 6.
- C2** La limpieza del hospedaje es calificada como muy buena con el 44.4% y una rango de 9 a 10, el 35.6% considera que es buena con la rango de 7 a 8, mientras que el 11.15 califica la limpieza del hospedaje como regular, solo el 8.9% de los encuestados considera que es mala.
- C3** El 47.7% de los visitantes califica la atención del personal del hospedaje como muy buena en el rango de 9 a 10, el 34.1% considera que la atención es buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 11.4% de los encuestados que califica la atención como regular con la rango de 5 a 6, solo el 6.8% considera que es mala en el rango de 3 a 4.
- C4** El 43.2% califica la facilidad para encontrar hospedaje en el Centro Histórico de Quito como buena en el rango de 7 a 8, le sigue con una diferencia el 40.9% que considera que es muy buena con la rango de 9 a 10, el 9.1% considera que la facilidad para encontrar hospedaje es regular en el rango de 5 a 6, finalmente el 6.8% piensa que es mala con la rango de 3 a 4.

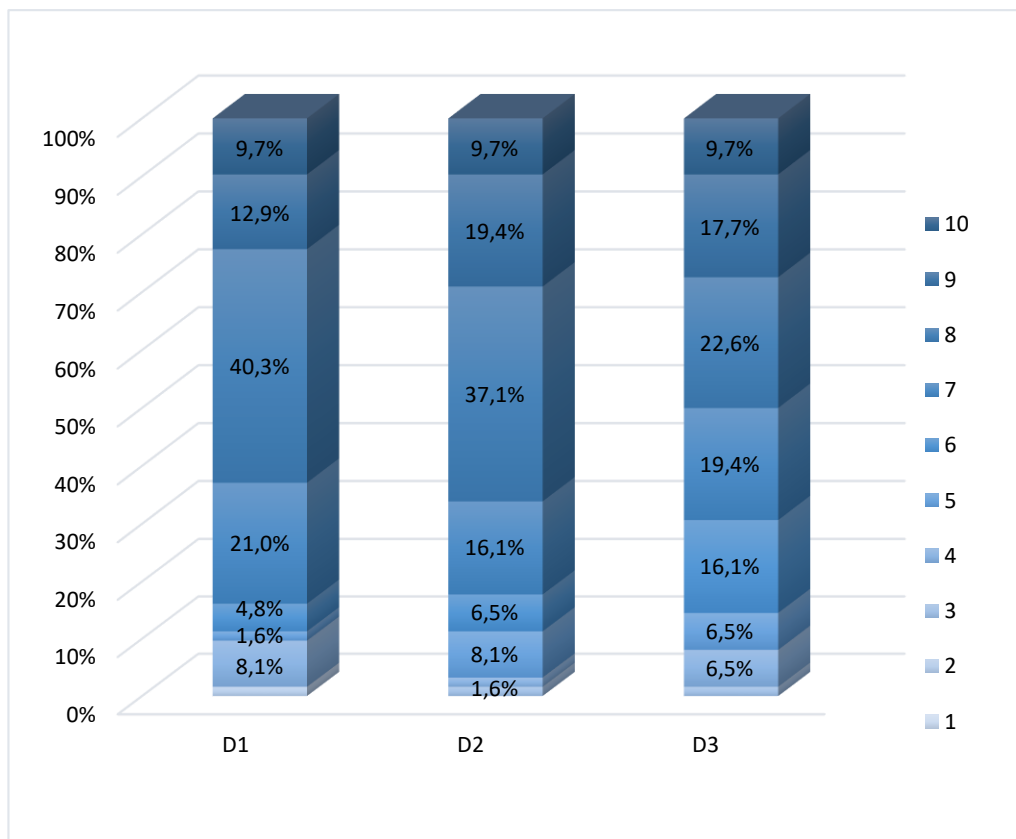
Pregunta 24: Califique el servicio de alimentación que utilizó en el Centro Histórico de Quito.

D1 Califique en general la experiencia del consumo de alimentos y bebidas.

D2 Califique la calidad de los alimentos y bebidas en los establecimientos del destino turístico.

D3 Califique en general la limpieza/higiene de los establecimientos, de los alimentos y bebidas en el destino turístico.

Gráfico 24: Servicio de alimentación en el Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

- D1** Según los datos obtenidos el 61.3% de los visitantes califican su experiencia de consumo de alimentos y bebidas como buena en el rango de 7 a 8, seguida por el 22.6% que considera que su experiencia fue muy buena en el rango de 9 a 10, en mínimos porcentajes se encuentran el 8.1% que considera su experiencia de consumo de alimentos y bebidas como mala en el rango de 3 a 4, el 6.5% califica como regular en el rango de 5 a 6, tan solo el 1.6% califica como muy mala su experiencia, en el rango de 1 a 2.
- D2** El 53.2% califica la calidad de los alimentos y bebidas de los establecimientos del Centro Histórico de Quito como buena, el 29% considera que es muy buena con la rango máxima de 9 a 10, le sigue el 14.5% el cual califica la calidad de los alimentos como regular en el rango de 5 a 6, solamente el 3.2% considera que es muy mala con la mínima rango.
- D3** El 41.9% de los visitantes califica la limpieza de los establecimientos alimenticios como buena en el rango de 7 a 8, el 27.4% considera que la limpieza es muy buena con la máxima rango de 9 a 10, con un porcentaje similar 22.6% de los visitantes opinan que la limpieza es regular en el rango de 5 a 6, finalmente el 8.1% califica la limpieza de los establecimientos alimenticios como mala con la rango de 3 a 4.

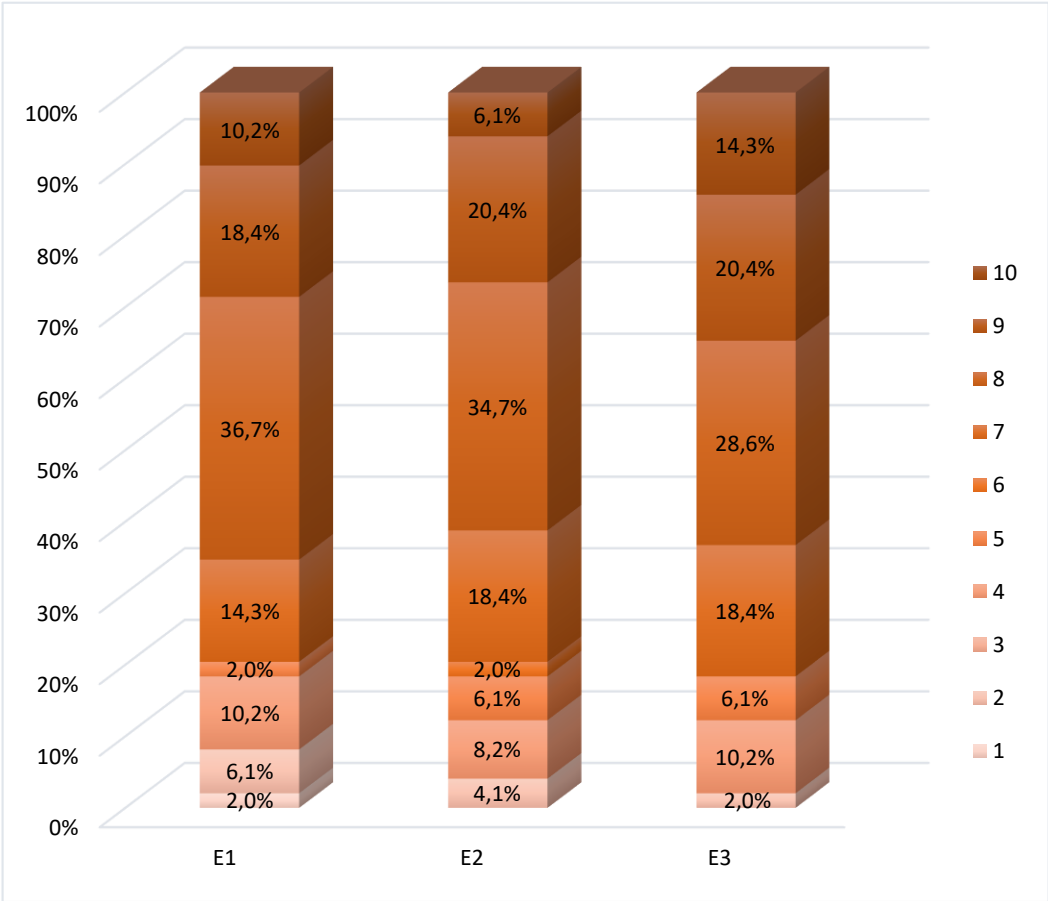
Pregunta 25: Califique los servicios turísticos contratados en su visita al Centro Histórico de Quito.

E1 Califique en general los servicios de excursión/turísticos contratados.

E2 Califique la calidad de los servicios de excursión/turísticos contratados.

E3 Califique la atención del personal de los servicios de excursión/turísticos.

Gráfico 25: Servicios contratados en el Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

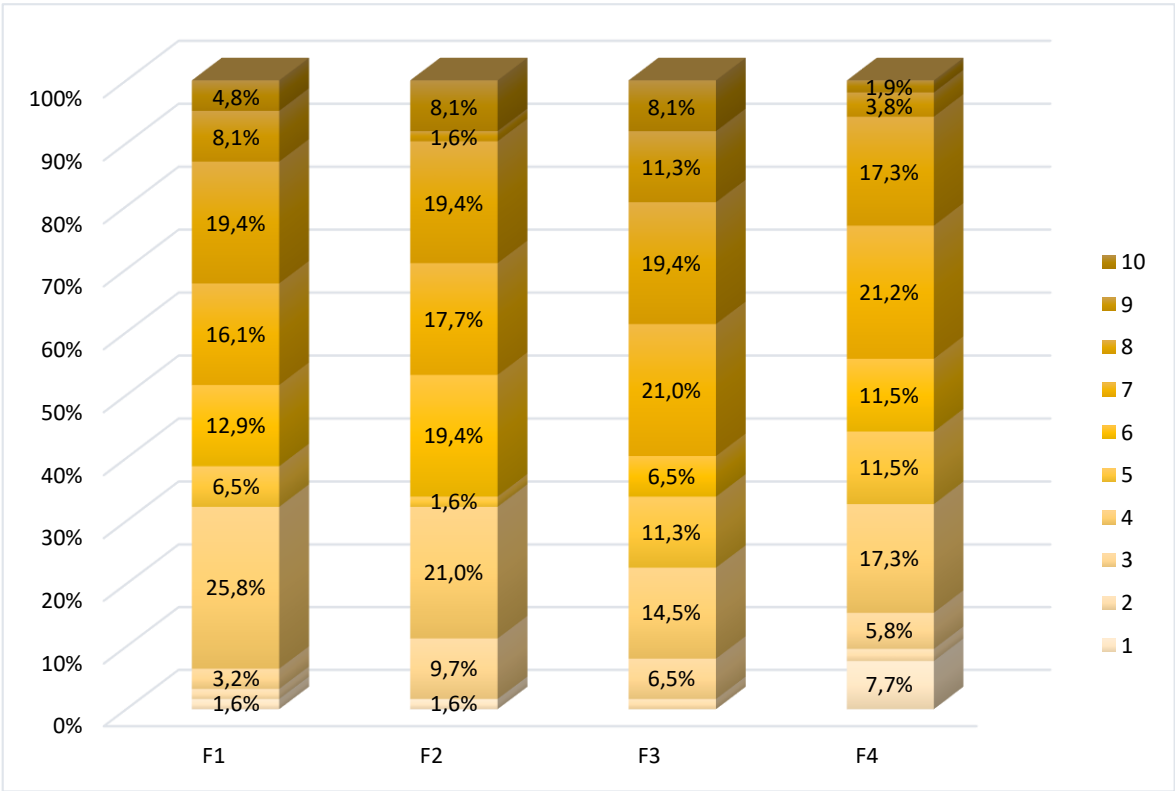
Elaboración: Nathalia Molina

- E1** La mayoría de los visitantes con el 51% califican los servicios de excursión como muy buenos, el 28.6% considera que son muy buenos calificados con la máxima rango de 9 a 10, le sigue el 10.2% de los visitantes que consideran los servicios como malos con la rango de 3 a 4, el 8.2% califica como muy malos con la rango de 1 a 2, y tan solo el 2% considera que son regulares con la rango de 5 a 6.
- E2** .El 53.1% considera que la calidad de los servicios turísticos es percibida como buena con la rango de 7 a 8, el 26.5% considera que es muy buena con la rango de 9 a 10, el 8.2% califica la calidad de los servicios turísticos como regular con la rango de 5 a 6, el mismo porcentaje considera que es mala con la rango de 3 a 4, finalmente el 4.1% la califica como muy mala con la mínima rango de 1 a 2.
- E3** Menos de la mitad de los visitantes 46.9% considera que la atención del personal de los servicios turísticos es buena con la rango de 7 a 8, el 34.7% opina que la atención es muy buena con la máxima rango, el 10.2% califica la atención del personal como mala, le sigue el 6.1% considerándola como regular con la rango de 5 a 6, tan solo el 2% considera que es muy mala con la rango de 1 a 2.

Pregunta 26: Califique el transporte que ha utilizado para acceder al Centro Histórico de Quito.

F1 Califique en general la calidad del transporte público que utilizó para acceder al destino (bus, taxi, eco vía, trole).
F2 Califique la atención del personal del servicio de transporte.
F3 Califique la disponibilidad del transporte (la frecuencia y oportunidad).
F4 Califique la disponibilidad de estacionamiento (libre o de cobro).

Gráfico 26: Calidad de transporte utilizado para acceder al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

- F1** El 35.5% de los visitantes considera que la calidad del transporte público utilizado para acceder al Centro Histórico de Quito es bueno con el rango de 7 a 8, el 29% considera que es malo en el rango de 3 a 4, el 19.4% califica el transporte público como regular con el rango de 5 a 6, el 12.9% considera que es muy buena con el rango máximo, mientras que el 3.2% considera que es muy mala.
- F2** Según los datos obtenidos el 37.1% de los visitantes califican la atención del personal de transporte público como bueno con el rango de 7 a 8, el 30,6% considera que la atención es mala con el rango de 3 a 4, le sigue el 21% calificándola como regular con el rango de 5 a 6, el 9.7% considera la atención del personal de transporte como muy bueno con el rango máxima de 9 a 10, tan solo el 1.6% considera que es muy mala con 1 a 2 puntos.
- F3** El 40.3% califica la disponibilidad del transporte es decir la frecuencia con la que circulan los vehículos como buena con el rango de 7 a 8, el 21% considera que la disponibilidad es mala con el rango de 3 a 4, el 19.4% considera que es muy buena con el rango de 9 a 10, el 17.7% califica la disponibilidad como regular con el rango de 5 a 6, tan solo el 1.6% considera que es muy mala con el mínimo rango.
- F4** El 38.5% de los encuestados califica la disponibilidad de estacionamientos libres y con costo como bueno con el rango de 7 a 8, la calificación regular con el rango de 5 a 6 y la calificación mala con el rango de 3 a 4 representan el 23.1% cada uno, el 9,6% considera que la disponibilidad de estacionamiento es muy mala, seguidos por el 5.8% calificando la disponibilidad de estacionamiento como muy buena.

Pregunta 27: Califique el precio que pagó por los servicios recibidos según el siguiente criterio de evaluación.

Tabla 2: Criterio de evaluación de precio

Evaluación Cuantitativa	Evaluación Cualitativa
9 a 10	Muy aceptable
7 a 8	Aceptable
5 a 6	Regular
3 a 4	Poco aceptable
1 a 2	Nada aceptable

G1 Califique en general la relación calidad- precio de este destino turístico.

G2 Califique qué tan adecuados le parecieron los costos de transportación por el servicio recibido (gasolina, taxi, autobús, eco vía, trole).

G3 Califique el precio que pagó por el servicio de hospedaje recibido.

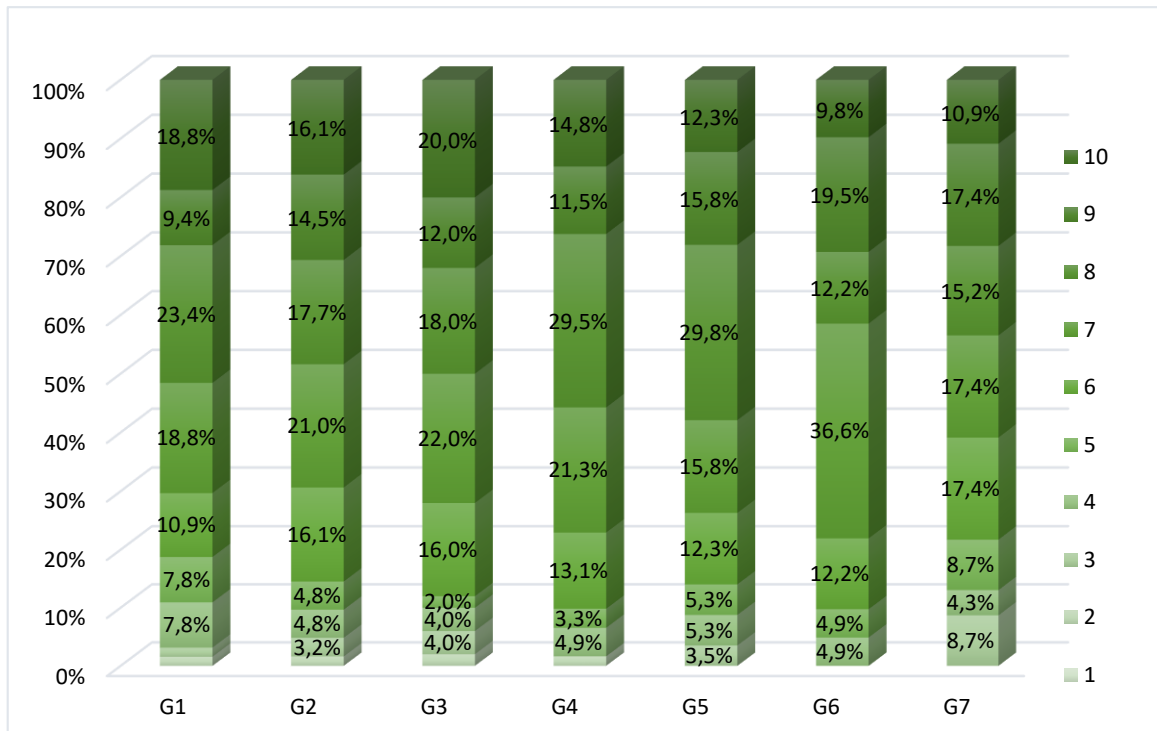
G4 Califique el precio que pagó por el servicio de alimentos y bebidas recibido.

G5 Califique el precio que pagó en relación a los servicios de excursión/turísticos recibidos (incluya todos).

G6 Califique el precio que pagó por el servicio de transporte privado utilizado. (Solo aplica para quien contrató servicios de excursión/turísticos en el destino)

G7 Califique el precio del estacionamiento, en caso de haber pagado por este servicio.

Gráfico 27: Precio pagado por servicios recibidos



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

H1 El 42.2% de los visitantes considera que la relación calidad-precio del Centro Histórico de Quito es aceptable con el rango de 7 a 8, el 28.1% considera que es muy aceptable con el rango máximo de 9 a 10, el 18.8% califica la relación calidad-precio como regular con el rango de 5 a 6, el 9.4% considera que es poco aceptable con el rango de 3 a 4, mientras que el 1.6% la considera nada aceptable con el mínimo rango de 1 a 2.

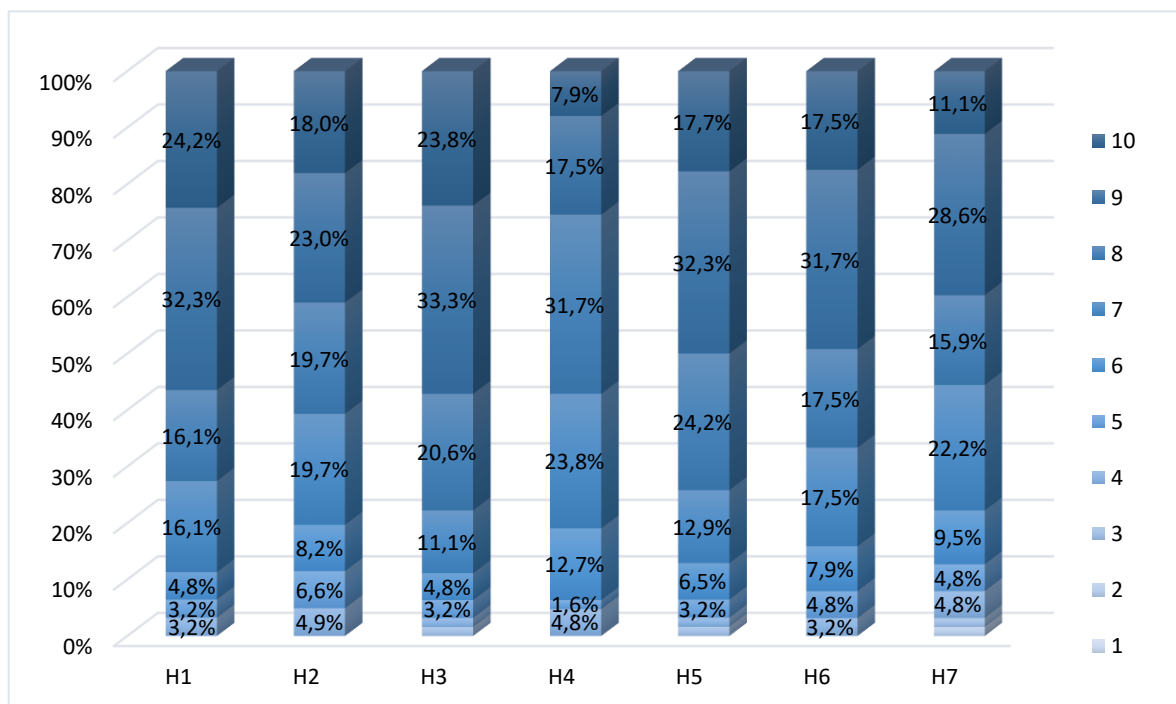
H2 Según los datos obtenidos el 38.7% considera que los costos de transportación por el servicio recibido son aceptables en el rango de 7 a 8, el 30.6% considera que los costos son muy aceptables con el rango de 9 a 10, el 21% califica los costos como regulares con el rango de 4 a 5, le sigue el 8.1% de visitantes que consideran los costos de transportación como poco aceptables y tan solo el 1.6% considera que son nada aceptables.

- H3** Los precios de hospedaje son considerados en su mayoría aceptables con el 40% y un rango de 7 a 8, le sigue el 32% de visitantes que consideran que son muy aceptables con un rango de 9 a 10, el 18% considera que los precios de hospedaje como regulares con el rango de 5 a 6, el 18% califica los precios como poco aceptables con el rango de 3 a 4 y el 2% considera que los precios de hospedaje no son nada aceptables con el mínimo rango.
- H4** El 50.8% de los visitantes consideran que el pago por los servicios de alimentos y bebidas tiene un costo aceptable con el rango de 1 a 8, el 26.2% considera que los costos son muy aceptables con el rango de 9 a 10, mientras que el 16.4% califica los costos como regulares con el rango de 6 a 7 puntos, el 4.9% considera que los costos son poco aceptables y tan solo el 1.6% los considera como nada aceptables con el mínimo rango de 1 a 2.
- H5** El costo de los servicios turísticos es calificado como aceptable con el 45.6% y un rango de 7 a 8, le sigue el 28.1% de los visitantes que consideran los servicios como muy aceptables en el rango de 9 a 10, el 17.5% califica los servicios turísticos como regulares con el rango de 5 a 6, mientras que el 8.8% considera que son poco aceptables en el rango de 3 a 4.
- H6** El 48.8% califica los costos de transporte privado como aceptable con 7 a 8 puntos, el 29.3% considera que son muy aceptables en el rango de 9 a 10, le sigue el 17.1% de visitantes que consideran los costos de transporte como regulares con el rango de 5 a 6, tan solo el 4.9% califica los costos como poco aceptables en el rango de 3 a 4.
- H7** Los precios de los estacionamientos son considerados como aceptables con el 32.6% en el rango de 7 a 8, le sigue el 28.3% de los visitantes que consideran que los precios son muy aceptables con un rango de 9 a 10, el 26.1% califica los precios como regulares en el rango de 5 a 6, finalmente el 13% considera que los precios del estacionamiento son poco aceptables en el rango de 3 a 4.

Pregunta 28: Califique su experiencia de visita en el Centro Histórico de Quito en relación a:

H1 La experiencia de visita fue:
H2 La hospitalidad de los residentes que no trabajan en la industria (si es que convivió con alguno)
H3 La experiencia de visitar los atractivos culturales fue:
H4 La variedad de actividades recreativas.
H5 Su emoción de visitar este sitio.
H6 Le ofrece una experiencia diferente.
H7 Disponibilidad de información turística (hospedaje, restaurantes, recorridos, servicios, etc.) durante el viaje.

Gráfico 28: Experiencia de visita en el Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

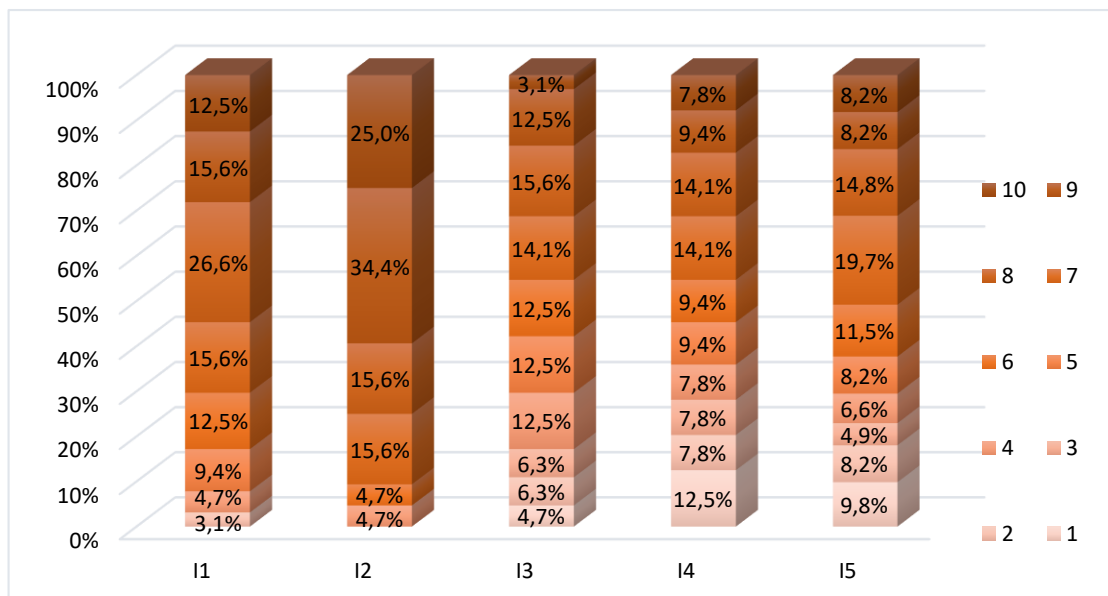
- H1** Según los datos obtenidos 56.5% califica su experiencia de viaje como muy buena en el rango de 9 a 10, el 32.3% considera que es buena en el rango de 7 a 8, mientras que el 8.1% califica su experiencia de viaje como regular con el rango de 5 a 6, finalmente el 3.2% considera que su experiencia fue mala con el rango de 3 a 4.
- H2** La hospitalidad de los residentes que no trabajan en la industria de turismo es considerada como muy buena con el 41% en el rango de 9 a 10, el 39.3% considera que la hospitalidad es buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 14.8% de visitantes que consideran que es regular con el rango de 5 a 6, solo el 4.9% califica la hospitalidad de los residentes como mala en el rango de 3 a 4.
- H3** El 57.1 % de los encuestados califican la experiencia de visita a los atractivos culturales como muy buena en el rango de 9 a 10, el 31.7% considera que su experiencia fue buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 7.9% que considera que fue regular en el rango de 5 a 6, tan solo el 3.2% califica su experiencia de visita como mala en el rango de 3 a 4.
- H4** La variedad de las actividades recreativas también tiene una calificación positiva con el 55.6% considerándola como buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 25.4% considerándola como muy buena en el rango de 9 a 10, el 14.3% de los visitantes califica la variedad de actividades recreativas como regular en el rango de 5 a 6, finalmente el 4.8% considera que la variedad es mala en el rango de 3 a 4.
- H5** La emoción de los turistas al visitar el Centro Histórico de Quito es calificada como muy buena con el 50% en el rango de 9 a 10, el 37.1% considera que su emoción fue buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 9.7% que califica su emoción al visitar el destino como regular en el rango de 5 a 6, solo el 3.2% considera que fue mala en el rango de 3 a 4.
- H6** El 49.2% de los visitantes consideran que el Centro Histórico de Quito ofrece una experiencia diferente muy buena en el rango de 9 a 10, el 34.9% considera que ofrece una experiencia diferente buena en el rango de 7 a 8, le sigue el 12.7% que opina que el destino ofrece una experiencia diferente regular en el rango de 5 a 6, finalmente el 3.2% considera que ofrece una experiencia mala en el rango de 3 a 4.

H7 La disponibilidad de información turística acerca de hospedaje, restaurantes, recorridos, servicios etc. es considerada como muy buena con el 39.7% en el rango de 9 a 10, el 38.1% considera que la disponibilidad de información es buena en el rango de 7 a 8, el 14.3% de los visitantes califica la disponibilidad de información como regular en el rango de 5 a 6, mientras que el 6.3% la califica como mala en el rango de 3 a 4, tan solo el 1.6% de los visitantes califica la disponibilidad de información turística como mala.

Pregunta 29: Califique ahora la imagen que tiene usted después de su visita al Centro Histórico de Quito.

I1	La percepción de seguridad durante su visita.
I2	La imagen que se lleva de los atractivos culturales.
I3	Los vendedores ambulantes.
I4	El tránsito vehicular, autobuses en el lugar.
I5	Limpieza de calles y áreas públicas.

Gráfico 29: Imagen percibida del Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

- I1** La percepción de seguridad en el Centro Histórico de Quito es considerada como buena con el 42.2% en el rango de 7 a 8, el 28.1% considera que la seguridad es muy buena en el rango de 9 a 10, le sigue el 21.9% de los visitantes que perciben la seguridad como regular en el rango de 5 a 6, el 4.7% considera que la seguridad del destino es mala en el rango de 3 a 4 y el 3.1% califica la seguridad como muy mala en el rango de 1 a 2.
- I2** La imagen percibida de los atractivos culturales es calificada positivamente con el 59.4% considerada como muy buena en el rango de 9 a 10, el 31.3% considera que es buena en el rango de 7 a 8, el 4.7% de los visitantes se lleva una imagen regular de los atractivos en el rango de 5 a 6, en igual porcentaje 4.7% percibieron una imagen mala en el rango de 3 a 4.
- I3** Los vendedores ambulantes tienen una calificación buena con el 29.7% en el rango de 7 a 8, mientras que en un porcentaje similar con el 25% de los visitantes considerando a los vendedores ambulantes como regulares en el rango de 5 a 6, el 18.8% los califica como malos en el rango de 3 a 4, le sigue el 15.6% que considera a los vendedores ambulantes como muy buenos en el rango de 9 a 10, y por último el 10.9% los califica como muy malos.
- I4** El 28.1% de los visitantes califica al tráfico vehicular como bueno en el rango de 7 a 8, el 20.3% califica negativamente al tráfico vehicular como muy malo en el rango de 1 a 2, el 18.8% considera que es regular en el rango de 5 a 6, le sigue el 17,2% de los visitantes que consideran el tráfico vehicular en el Centro Histórico de Quito como muy bueno y el 15.6% lo califica como malo en el rango de 3 a 4.
- I5** La limpieza de las calles y áreas públicas es calificada como buena con el 34.4% en el rango de 7 a 8 , el 19.7% de los visitantes consideran que la limpieza es regular en el rango de 7 a 8 , mientras que el 18% considera que es muy mala en el rango de 1 a 2, el 16.4% califica la limpieza de las calles y áreas públicas como muy buena en el rango de 9 a 10 , y el 11.5% considera que es mala en el rango de 1 a 2.

Pregunta 30: Califique su satisfacción y su recomendación en cuanto a este destino turístico, con el siguiente criterio de evaluación:

Tabla 3: Criterio de evaluación de satisfacción

Evaluación Cuantitativa	Evaluación Cualitativa		
	J1	J2	J3 - J4
1 a 4	No se cumplieron	Muy Lejano	Definitivamente no
4 a 6	Medianamente	Medianamente	No está seguro
7 a 10	Se cumplieron	Muy Cercano	Definitivamente si

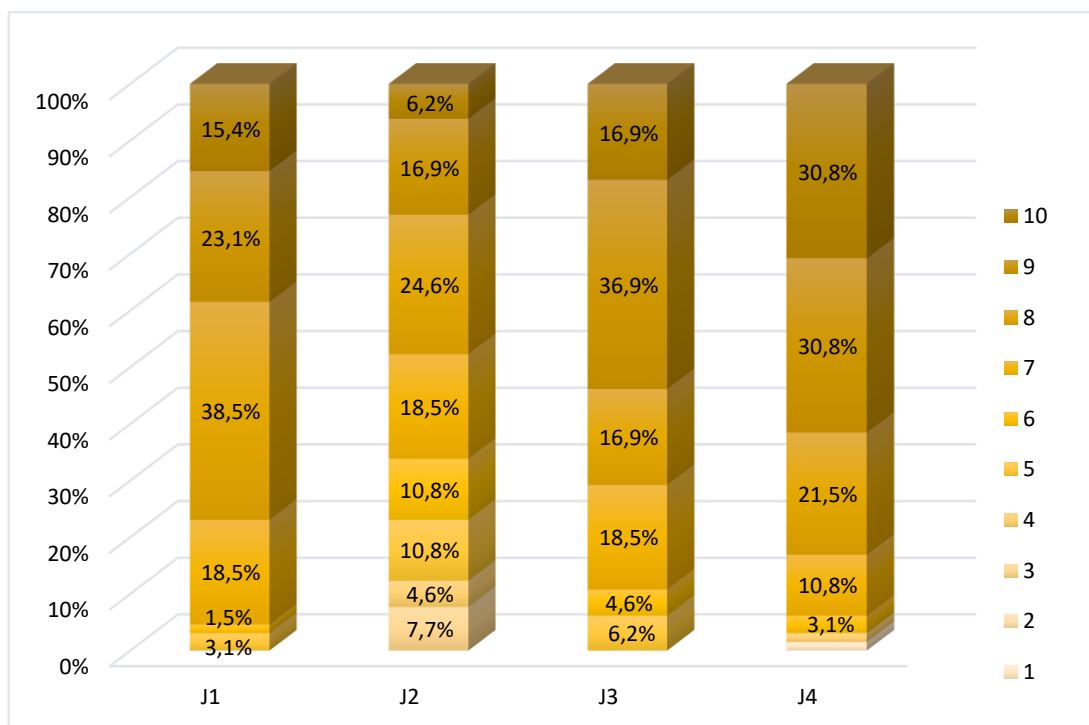
J1 ¿De acuerdo a sus expectativas que tan satisfecho quedó con su visita?

J2 Olvídense de este destino turístico actual y piense en uno mejor que haya conocido ¿Qué tan lejos está este destino turístico del ideal?

J3 Califique usted su disposición a visitar de nuevo el Centro Histórico de Quito en el futuro.

J4 Califique si usted recomendaría a sus amigos o familiares, visitar este destino turístico.

Gráfico 30: Satisfacción y recomendación en cuanto al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Nathalia Molina

- J1** El 76.9% de los visitantes consideran que sus expectativas de acuerdo a su visita se cumplieron en el rango de 8 a 10 mientras que el 23.1% considera estar medianamente satisfechos con las expectativas que tenían sobre su visita en el rango de 5 a 7.
- J2** Según los datos obtenidos, el 47.7% de los encuestados afirma que el Centro Histórico de Quito está muy cerca de ser su destino ideal, el 40% afirma que esta medianamente cercano a ser su destino ideal, tan solo el 12.3% considera que el Centro Histórico de Quito está muy lejos de ser su destino ideal.
- J3** El 70.8% de los visitantes tienen disposición para visitar nuevamente el Centro Histórico de Quito en el futuro, el 29.2% no está seguro en visitarlo por segunda vez.
- J4** En cuanto a recomendar el destino turístico a sus amigos o familiares, el 83.1% definitivamente lo recomendaría, el 13.8% no está seguro en recomendar el destino y tan solo el 3.1% definitivamente no lo recomendaría.

CAPÍTULO IV

4. Plan de estrategias y acciones operativas para dinamizar las actividades turísticas culturales en el Centro Histórico de Quito

4.1 Análisis FODA

Con base a los resultados de la investigación, se realizó un análisis FODA, herramienta que sirve para conocer la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización), analizando los factores internos (fortalezas y debilidades) y factores externos (oportunidades y amenazas) en una matriz cuadrada, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos estratégicos formulados.

4.1.1 Factores internos

Tabla 4: Análisis FODA, factores internos.

Fortalezas	Debilidades
1. El estado de conservación de los atractivos culturales es bueno. 2. La variedad de atractivos turísticos es buena. 3. La calidad de los atractivos turístico es buena. 4. La atención del personal de hospedaje es muy buena. 5. Existe facilidad para encontrar hospedaje en el Centro Histórico de Quito.	1. La señalización para llegar al Centro Histórico de Quito es regular. 2. La infraestructura de acceso, el estado de los caminos para acceder al Centro Histórico de Quito es regular. 3. Falta de inversión y desarrollo de tecnologías interactivas en museos del Centro Histórico de Quito. 4. Disponibilidad de estacionamientos regular.

6. Los establecimientos comerciales alimenticios son de calidad. 7. Los servicios turísticos contratados como: visitas guiadas, guías de turismo y excursiones son buenos. 8. La atención del personal de servicios turísticos es buena 9. Los costos de los servicios de alimentación en el Centro Histórico de Quito son muy aceptables. 10. Los costos de hospedaje en el Centro Histórico de Quito son aceptables. 11. Los costos de los servicios turísticos en el Centro Histórico de Quito son aceptables. 12. El precio de los estacionamientos en el Centro Histórico de Quito es aceptable. 13. La hospitalidad de los residentes que no trabajan en la industria de turismo es muy buena. 14. La variedad de actividades recreativas es buena. 15. La disponibilidad de información acerca de atractivos culturales, servicios turísticos, hospedaje, servicios de alimentación, recorridos es muy buena.	5. Los vendedores ambulantes son considerados como malos para la imagen del destino. 6. El tráfico vehicular es caótico. 7. La mayoría de guías turísticos en los atractivos culturales no dominan el inglés. 8. El personal de establecimientos alimenticios no domina el inglés. 9. Contaminación auditiva. 10. Contaminación ambiental por polución. 11. La información de las exhibiciones en los museos solo está en español e inglés. 12. Falta de adecuación de servicios y accesibilidad para las personas con discapacidad, en los atractivos culturales.
--	--

16. La seguridad en el Centro Histórico de Quito es buena. 17. La limpieza de las calles y espacios públicos es buena. 18. El Centro Histórico de Quito está cerca de ser el destino ideal de los turistas.	
---	--

4.1.2 Factores externos

Tabla 5: Análisis FODA, factores externos.

Oportunidades	Amenazas
1. Promoción del turismo cultural a nivel nacional. 2. Incremento rutas alternas para acceder al Centro Histórico de Quito. 3. Capacitación turística ofertada por entidades gubernamentales a las personas que desarrollan actividades turísticas. 4. Aumento de alianzas de cooperación entre los sectores públicos y privados. 5. Promoción de atractivos culturales del Centro Histórico de Quito. 6. Crecimiento de la demanda de turistas culturales extranjeros que visitan el destino. 7. La imagen percibida de los atractivos culturales es muy buena. 8. Los turistas están dispuesto a visitar otra vez el destino. 9. Los turistas definitivamente recomendarían el Centro Histórico de Quito a sus amigos y familiares. 10. Creación del Metro de Quito. 11. Incremento de profesionales bilingües en el ámbito turístico	1. El mantenimiento y la calidad del transporte público para acceder al Centro Histórico de Quito es regular. 2. La atención del personal del transporte público es regular. 3. Falta de estandarización de tarifas en taxis. 4. Deficiente gestión para regular la saturación de los atractivos culturales patrimoniales en eventos culturales programados como la fiesta de la luz. 5. Débil gestión del tráfico vehicular en el Centro Histórico de Quito por parte de la alcaldía. 6. Falta de mejoramiento de vías alternas para acceder al Centro Histórico de Quito. 7. No existe inversión para mejorar el transporte público de la ciudad. 8. Falta de capacitación turística a los policías metropolitanos del Centro Histórico de Quito. 9. Falta de capacitación turística a los residentes que no trabajan en la industria del turismo

12. Los turistas consideran su estancia en la ciudad como muy buena. 13. La disponibilidad de transporte público para acceder al Centro Histórico de Quito es buena. 14. Los costos de transporte público por el servicio recibido son aceptables.	10. Competencia a nivel nacional y latinoamericana de destino turísticos culturales. 11. Falta de cobertura de internet sin costo.
--	--

4.2 Priorización de factores críticos de éxito

4.2.1 Priorización de factores críticos de éxito F.O

F.O = Cruce de fortalezas y oportunidades valoradas del 1 a 5 según su importancia, para identificar los 6 factores críticos de mayor valor.

Tabla 6: Priorización de factores críticos de éxito F.O

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	O14	Total
F1	4	2	3	3	5	4	2	3	3	5	5	3	3	2	47
F2	5	2	2	2	4	3	5	4	3	3	5	3	2	2	45
F3	4	2	2	3	4	4	5	5	5	1	3	5	2	1	46
F4	4	1	4	2	2	5	5	4	5	1	5	5	1	1	45
F5	4	2	2	1	3	5	2	2	3	2	2	4	3	2	37
F6	2	1	5	4	2	5	5	3	3	1	5	5	1	1	43
F7	4	2	5	2	4	5	2	4	3	2	5	4	1	2	45
F8	3	2	5	2	4	4	4	5	5	4	5	5	2	2	52
F9	1	1	2	3	5	1	3	4	1	1	4	5	4	1	36
F10	5	1	2	2	2	5	4	5	5	5	2	3	1	1	43
F11	4	2	4	4	3	2	4	5	4	1	5	5	1	1	45
F12	1	4	1	4	1	5	2	1	1	2	1	1	1	1	26
F13	5	1	5	2	4	4	5	5	5	1	1	5	1	1	45
F14	5	1	1	4	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	49
F15	5	1	1	5	5	2	4	4	3	4	2	4	4	1	45
F16	5	1	1	4	5	5	5	5	5	5	1	5	4	1	52
F17	5	1	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	53
F18	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
Total	71	28	54	57	68	74	72	74	69	49	62	77	38	27	

4.2.2 Priorización de factores críticos de éxito D.O

D.O = Cruce de debilidades y oportunidades valoradas del 1 a 5 según su importancia, para identificar los 6 factores críticos de mayor valor.

Tabla 7: Priorización de factores críticos de éxito D.O

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	O14	Total
D1	4	5	2	1	3	3	2	3	3	5	3	3	2	3	42
D2	4	5	1	4	4	3	3	4	5	5	1	3	4	2	48
D3	5	1	1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	1	1	52
D4	3	2	1	3	2	5	2	1	1	1	1	2	1	1	26
D5	5	1	5	4	2	5	5	5	5	1	1	5	1	1	46
D6	5	5	1	2	1	4	5	5	5	5	1	5	5	2	51
D7	4	1	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	54
D8	5	1	5	1	4	5	4	5	5	1	5	5	2	1	49
D9	2	1	2	2	2	5	5	5	5	5	1	1	5	1	42
D10	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	54
D11	5	1	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	52
D12	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	1	54
Total	52	29	29	35	43	55	51	53	54	42	31	49	31	16	

4.2.3 Priorización de factores críticos de éxito F.A

F.A = Cruce de fortalezas y amenazas valoradas del 1 a 5 según su importancia, para identificar los 5 factores críticos de mayor valor.

Tabla 8: Priorización de factores críticos de éxito F.A

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	Total
F1	2	1	1	5	4	1	2	1	1	5	1	24
F2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	18
F3	1	1	1	5	4	2	4	4	4	5	5	36
F4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	1	18
F5	2	1	1	5	3	1	1	1	1	5	1	22
F6	1	1	1	3	1	1	1	2	5	5	5	26
F7	1	1	1	4	5	5	1	3	2	5	2	30
F8	1	5	4	2	1	1	1	5	5	5	1	31
F9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	5	1	16
F10	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	19
F11	1	1	1	2	1	3	4	3	2	5	2	25
F12	1	1	1	5	5	2	1	1	1	1	1	20
F13	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	1	23
F14	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5	5	21
F15	1	1	1	5	1	1	1	1	4	5	5	26
F16	4	3	3	5	1	1	4	5	1	5	1	33
F17	1	1	1	5	3	1	2	2	5	5	1	27
F18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Total	27	28	27	63	40	30	33	43	50	86	43	

4.2.4 Priorización de factores críticos de éxito D.A

D.A = Cruce de debilidades y amenazas valoradas del 1 a 5 según su importancia, para identificar los 6 factores críticos de mayor valor.

Tabla 9: Priorización de factores críticos de éxito D.A

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	Total
D1	4	2	1	2	5	5	2	1	1	4	1	28
D2	5	4	2	2	4	5	3	1	1	5	1	33
D3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	19
D4	1	1	1	5	5	2	1	1	1	4	1	23
D5	1	1	1	3	2	1	1	5	5	1	1	22
D6	5	2	4	3	5	5	5	2	1	4	1	37
D7	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25
D8	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	2	20
D9	5	2	1	5	5	4	5	1	1	5	1	35
D10	5	1	1	2	5	5	5	1	1	5	1	32
D11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	18
D12	5	1	1	5	1	1	5	2	1	5	1	28
Total	35	18	16	31	36	32	31	22	24	53	22	

4.3 Matriz de objetivos estratégicos

Tabla 10: Matriz de objetivos estratégicos

		Fortalezas	Debilidades
Variables internas	1	El estado de conservación de los atractivos culturales es bueno.	1 La señalización para llegar al Centro Histórico de Quito es regular.
	3	La calidad de los atractivos turístico es buena.	2 La infraestructura de acceso, el estado de los caminos para acceder al Centro Histórico de Quito es regular.
	7	Los servicios turísticos contratados como: visitas guiadas, guías de turismo y excursiones son buenos.	3 Falta de inversión y desarrollo de tecnologías interactivas en museos del Centro Histórico de Quito.
	8	La atención del personal de servicios turísticos es buena	6 El tráfico vehicular es caótico.
	14	La variedad de actividades recreativas es buena.	7 La mayoría de guías turísticos en los culturales no dominan el inglés.
	16	La seguridad en el Centro Histórico de Quito es buena.	9 Contaminación auditiva.
	17	La limpieza de las calles y espacios públicos es buena.	10 Contaminación ambiental por polución.
Variables externas	18	El Centro Histórico de Quito está cerca de ser el destino ideal de los turistas.	11 La información de las exhibiciones en los museos solo está en español e inglés.
			12 Falta de adecuación de servicios y accesibilidad para las personas con discapacidad en los atractivos culturales.

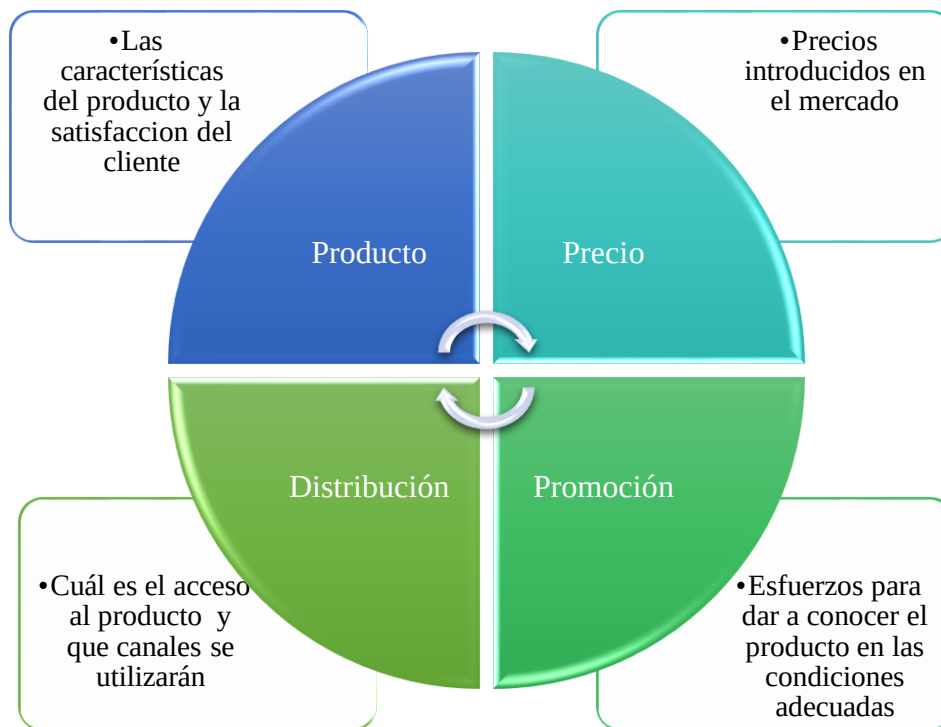
	Oportunidades		F.O Objetivo estratégico		D.O Objetivo estratégico
1	Promoción del turismo cultural a nivel nacional.		Aprovechar la calidad de los atractivos turísticos culturales bien conservados, la variedad de actividades recreativas, los bajos costos de hospedaje y alimentación, la limpieza y seguridad de sus calles y espacios públicos, así como la buena atención del personal de servicios turísticos y la creación del Metro de Quito para incrementar la promoción del turismo cultural en el destino a nivel nacional y mantener la buena imagen que proyecta en los turistas nacionales e internacionales.		Invertir en el desarrollo de tecnologías interactivas, mejorar el nivel de información en varios idiomas en las exhibiciones y adaptar los servicios y accesibilidad para turistas discapacitados en los atractivos culturales del Centro Histórico del Quito, para así captar un nuevo mercado de turistas y mantener la buena imagen que proyecta el destino en turistas nacionales e internacionales.
6	Crecimiento de la demanda de turistas culturales extranjeros que visitan el destino.				
7	La imagen percibida de los atractivos culturales es muy buena.				
8	Los turistas están dispuestos a visitar otra vez el destino.				
9	Los turistas definitivamente recomendarían el Centro Histórico de Quito a sus amigos y familiares.				
10	Creación del Metro de Quito.				
12	Los turistas consideran su estancia en la ciudad como muy buena.				

	Amenazas		F.A Objetivo estratégico		D.A Objetivo estratégico
1	El mantenimiento y la calidad del transporte público para acceder al Centro Histórico de Quito son regular.				
4	Deficiente gestión para regular la saturación de los atractivos culturales patrimoniales en eventos culturales programados como la fiesta de la luz.		Mejorar la calidad y mantenimiento del transporte público.		El Gobierno ecuatoriano y la Alcaldía Metropolitana de Quito deben incrementar la inversión en la mejora de señalización e infraestructura de acceso al Centro Histórico de Quito,
5	Débil gestión del tráfico vehicular en el Centro Histórico de Quito por parte de la alcaldía.		Capacitar turísticamente a policías metropolitanos y a residentes que no trabajan en la industria del turismo.		Crear un plan de transporte urbano sostenible para mejorar el tránsito vehicular y la calidad de aire del Centro Histórico de Quito, para así poder competir con destinos culturales internacionales que destacan por la calidad de su infraestructura y red de transporte público.
6	Falta de mejoramiento de vías alternas para acceder al Centro Histórico de Quito.		Posicionar al Centro Histórico de Quito como el destino ideal frente a destinos competidores a nivel Latinoamericano como Lima.		
7	No existe inversión para mejorar el transporte público de la ciudad.				

8	Falta de capacitación turística a los policías metropolitanos del Centro Histórico de Quito.				
9	Falta de capacitación turística a los residentes que no trabajan en la industria del turismo				
10	Competencia a nivel nacional y latinoamericana de destino turísticos culturales.				
11	Falta de cobertura de internet sin costo.				

4.4 Estrategias del mix de marketing

Gráfico 31: Mix de marketing



4.4.1 *Producto*

El Centro Histórico de Quito cuenta con una variedad de atractivos turísticos culturales como iglesias, museos, teatros, monumentos, eventos culturales programados, exposiciones de arte, rutas culturales y centros de artesanía, los cuales satisfacen las necesidades del turista cultural nacional e internacional.

Estrategia de producto

Para mejorar la calidad de los atractivos turísticos culturales y la atención del personal de servicio turístico en el Centro Histórico de Quito se aplicarán las siguientes estrategias.



Crear un culturalpass¹ que permita el acceso a la mayor parte de atractivos culturales, los cuales incluyan la visita a diferentes museos, iglesias, exposiciones de arte, eventos etc. Se puede adquirir para 2, 4 y 6 días, es rentable especialmente para estancias largas, ya que al comprarlo ahorra dinero y tiempo.

Para esto los sitios culturales deben colaborar conjuntamente.



Realizar capacitaciones turísticas a policías metropolitanos y a personas que residen en el Centro Histórico de Quito que no trabajan en la industria del turismo, mediante la contratación de un equipo de profesionales y tendrá una duración de 48 horas , cada sesión será de tres horas diarias , una vez por semana ; entre los principales temas que contiene el programa se encuentra: el desarrollo de estrategias y habilidades de comunicación en la atención al cliente , claves estratégicas del servicio al cliente, entre otros.



Implementar en las exhibiciones de los productos culturales información en varios idiomas ya que la mayoría de personas que realizan turismo cultural en el Centro Histórico de Quito son extranjeros provenientes de Norteamérica, Europa, Asia y Oceanía. (ver anexo 8.2)

¹ Es una tarjeta turística que permite entrar, sin esperar colas y cuantas veces se quiera a cualquier atracción cultural del Centro Histórico de Quito.



Los sitios culturales deben contratar guías que dominen inglés y otros idiomas para mejorar la comprensión y la calidad del servicio ofrecido a los turistas extranjeros.



Adecuar los servicios y accesibilidad universal para que turistas con discapacidad cuenten con todas la facilidades para realizar turismo cultural en el Centro Histórico de Quito.



Implementar una de red wifi gratuita para el uso público de turistas y ciudadanos en el Centro Histórico de Quito, para facilitar la ubicación de atractivos turísticos culturales y establecimientos comerciales.

Implementación de tecnologías interactivas en museos del Centro Histórico de Quito como:



App de museos

Desarrollar aplicaciones para los visitantes, en la cual se encuentre la agenda de exhibiciones y actividades del museo, así como información detallada de las obras que se encuentran en la salas.



Códigos QR

Implementar códigos QR en las obras expuestas, permitiendo despertar la curiosidad de los visitantes, así podrán elegir obras en las que tenga interés por conocer su historia y serán capaces de valorarlas, generando una experiencia enriquecedora.



Red wifi sin costo

Implementar una red wifi abierta para que los visitantes puedan conectarse gratuitamente y facilitar la interacción tecnología-museo, ya que así puede acceder a la web del museo y a códigos QR de algunas obras.



Podcast

Los podcast son archivos de audio descargables de libre distribución, que se pueden bajar a través de internet y luego escuchar en cualquier momento y lugar en tu teléfono móvil, los podcast pueden entenderse a modo de audiología, pudiendo abarcar toda la información del museo.



Gamificación

La gamificación es una técnica de aprendizaje a medida de juego, que permite al usuario absorber conocimientos de manera interactiva. Mediante la acumulación de puntos se pueden canjear premios y ventajas adicionales, generando una experiencia positiva en el usuario ya que consigue motivarlo e incentivando el ánimo de superación.



Arte digital

El arte digital es una disciplina de las artes plásticas que comprende obras en las que se usan elementos digitales, las técnicas utilizadas para el arte digital son muy diversas, entre ellas está la fotografía e imagen digital, la escultura digital, la interactividad, el Net art y por último el modelado 3D.

4.4.2 Precio

El turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito estudia y examina el costo total de su estadía. Está dispuesto a pagar más de lo actualmente establecido en alojamiento, ocio, restauración, entrada a sitios culturales, oferta comercial y transporte. Si el producto refleja un servicio óptimo y de calidad.

Estrategia de precio



Incrementar los precios de entrada a los atractivos culturales del Centro Histórico de Quito al nivel de productos turísticos similares en Latinoamérica, ya que los turistas están dispuestos a pagar más siempre y cuando se incremente la calidad de los servicios prestados ,se dé un buen mantenimiento a la infraestructura, además de contar con la guía de personas especializadas.



Coordinar entre las fundaciones y organizaciones propietarias de servicios turísticos culturales del Centro Histórico de Quito, para homologar los precios que se ofrecen a los turistas para así no discriminar a los segmentos por precio.

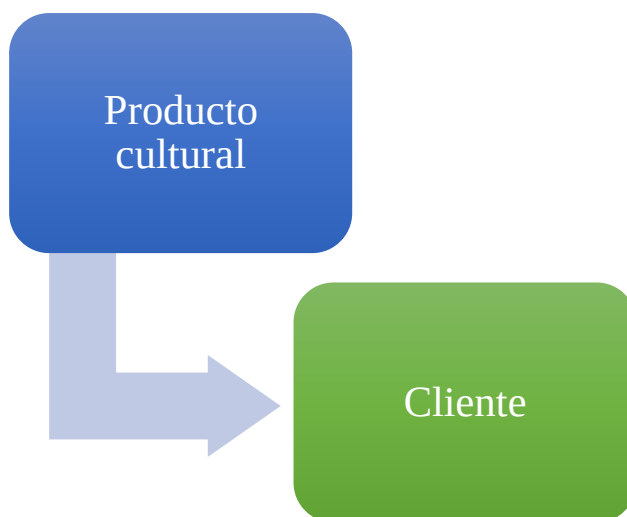
4.4.3 Plaza o distribución

El canal de distribución traslada el producto hacia el consumidor, permite su disponibilidad informando las características y prestaciones que ofrece, realiza una labor de intermediación entre el prestador de servicios y el cliente, también asesora el viaje y permite la diferenciación de destinos turísticos, añadiéndoles valor y contribuyendo a mejorar su imagen.

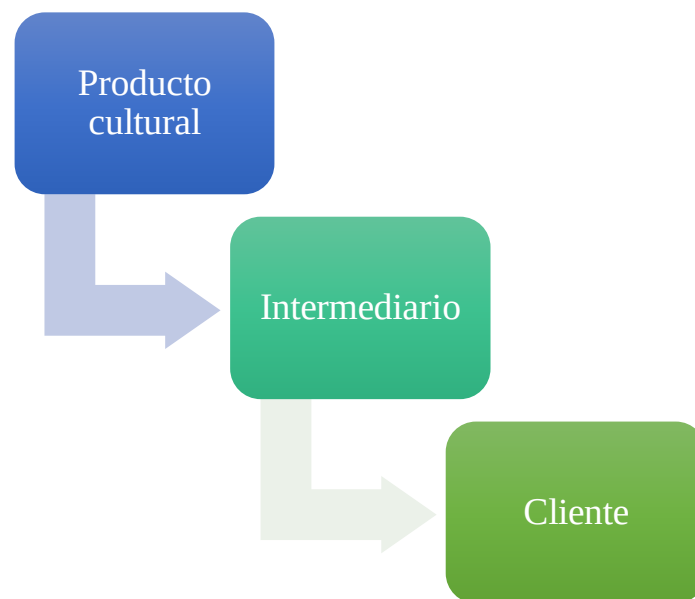
Estrategia de distribución

Distribuir el producto turístico cultural mediante:

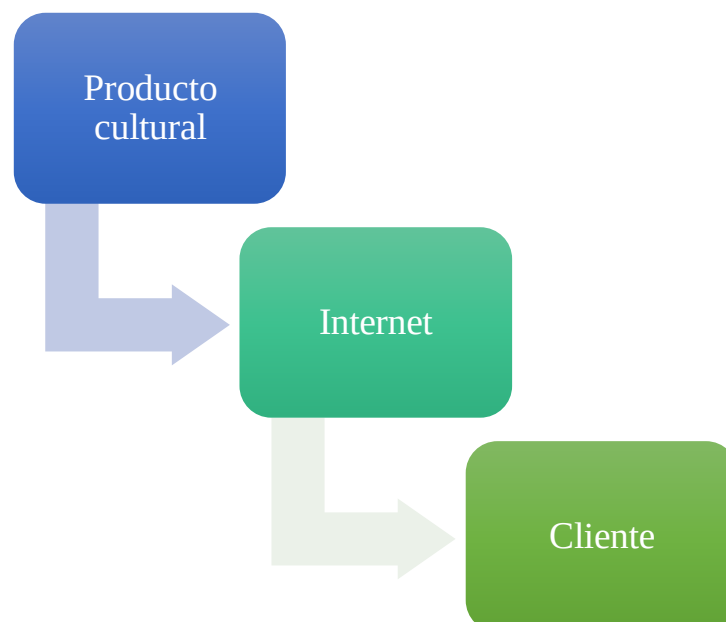
- **Canal directo:** distribución directa in situ en los productos culturales del Distrito Metropolitano de Quito, en horarios de atención al público.



- **Canal indirecto:** en locales que brinden alojamiento, restauración, bares, actividades turísticas, experiencias vivenciales.



- **Central de reservas online:** software online que dispone de información inmediata de plazas disponibles y características de los productos, para que los usuarios puedan contratar servicios en tiempo real y realizar reservas correspondientes.



Distribuidores Online



Airbnb

Plataforma de software que permite realizar reservas de alojamiento y experiencias alrededor del mundo, los propietarios ofrecen sus apartamentos, casas, mansiones o islas particulares, en un abanico ilimitado de precios.



Booking

Plataforma de software que permite realizar reservas y encontrar variedad de ofertas en hoteles, hostales y apartamentos alrededor del mundo.



Hostelworld

Aplicación de viajes que permite realizar reservas en hostales, hoteles, albergues y hostels, elegir habitaciones privadas y dormitorios compartidos en lugares céntricos en más de 170 países.



TripAdvisor

Este software ayuda a encontrar tarifas aéreas económicas, los mejores hoteles, restaurantes fantásticos y actividades divertidas, además contiene millones de opiniones de viajeros, fotos y mapas.



El tenedor por tripadvisor

Así como la página de viajes, esta aplicación filtra restaurantes según las opiniones de los usuarios, ofrece grandes ofertas y no requiere de pago para reservar.



Mytable

Esta aplicación desarrollada en Suiza funciona como Google Maps, sobre un mapa indica la ubicación de los restaurantes disponibles en la ciudad. Al pulsar sobre ellos se despliega la información sobre el restaurante.



Restorando

Plataforma que permite hacer reservas en restaurantes desde tu Smartphone, de manera gratuita y en tiempo real. Escoge los mejores restaurantes por zona, disfruta de una gran cantidad de restaurantes y los mejores descuentos para salir a comer.



Citybus

Permite realizar reservas de visitas guiadas, viajes ,hoteles, recorrido en autobús turístico por la ciudad ,compra de entradas y tickets para museos, espectáculos, alquiler de bicicletas de forma sencilla y rápida.

4.4.4 Promoción

La promoción es una de las variables del marketing mix, la cual ayuda a construir una identidad propia y proyecta una imagen adecuada del destino.

Estrategias de promoción

4.4.4.1 Campaña de valorización del Patrimonio

Promover una mayor valorización del patrimonio cultural en las instituciones educativas, incorporando niveles de educación escolares con el concepto de patrimonio cultural y la importancia de su preservación mediante presentaciones de obras teatrales representando leyendas tradicionales quiteñas como :



Cantuña y el Atrio de San Francisco

La leyenda cuenta cómo el convento de San Francisco de Quito fue construido por Cantuña mediante un pacto con el diablo. Cantuña atrasado en la entrega de la obra apostó su alma a cambio de la culminación de la obra, numerosos diablillos trabajaron toda la noche para terminar la iglesia, al amanecer el contrato fue sellado con sangre. El indígena resignado iba a cumplir su parte, cuando se dio cuenta de que aún faltaba colocar una piedra por lo que arguyó que la obra estaba incompleta y por lo tanto el contrato no tenía validez, librándose así del pacto (Rivera, O., 2008).



El gallo de la catedral

Don Ramón Ayala y Sandoval era un hombre adinerado, bohemio y dedicado a la buena vida; además mantenía un vicio por las mistelas. Todas las tardes bajaba a la Plaza Grande y se paraba frente al gallo de la Catedral para burlarse de él. Una tarde don Ramón volvió a desafiar el gallo, en ese momento sintió una enorme espuela que le rasgaba las piernas y cayó herido; el gallo lo sujetaba y no le permitía moverse, haciéndole prometer que nunca más volvería a tomar mistelas. Después el gallo regresó a su puesto (El Universo, 2014)



La casa 1028

Bella Aurora era una niña de una familia rica, ella y sus padres solían visitar las corridas de toros en la Plaza Grande. En una de estas corridas un toro negro se acercó hacia Bella Aurora, quien se desmayó del susto y fue llevada a su casa. El toro desesperado al no ver a Aurora saltó la barrera y se dirigió hacia la casa 1028 donde descansaba la niña; rompió la puerta de la calle llegando hasta el dormitorio de Bella Aurora. el toro la embestió desapareciendo después, dejando a la niña muerta (Rivera, O., 2008).

4.4.4.2 Campaña en redes sociales

Realizar campañas publicitarias sobre la conservación del patrimonio cultural y la divulgación del mismo en colegios y universidades. Mediante redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat y Pinterest, plataformas indispensables y estratégicas ya que este segmento entiende y necesita un entorno online donde las conexiones sociales son muy importantes.



4.4.4.3 Ferias internacionales con tecnología interactiva

Participar en ferias de turismo internacionales mostrando atractivos culturales a través de tecnología digital que harán realidad la hiperconectividad de los usuarios y consolidarla durante su visita a los stands, poniendo a disposición del visitante experiencias de realidad virtual como:



Tecnología 360°

La tecnología 360 grados, como su nombre indica la posibilidad de disfrutar de un contenido no solo como lo alcanza una cámara convencional, sino que pasa alrededor, encima y debajo. Es decir: 360 grados alrededor del protagonista, esta tecnología permite vivir las imágenes y videos como si estuviéramos dentro de la escena.

Un claro ejemplo es el video de realidad virtual 360° creado por La Oficina Nacional de Turismo de Japón para promoción el país asiático. Esta nueva herramienta, de la campaña “JAPAN – Where tradition meets the future”, permite viajar a través de 16 lugares turísticos y experimentar en primera persona toda la cultura japonesa tradicional.



Tecnología 7D

Basada en realidad virtual, pretende hacer que las personas vivan experiencias inolvidables a través de la interacción. Creada por la empresa Magic Leap, consiste en proyectar hologramas con movimiento y color para lograr una imagen hiperrealista, además incorpora olores, sonidos surround y sensaciones como humo, países como Japón ya usan esta tecnología en espacios públicos, tal es el caso que en este país existe un zoológico donde no hay animales reales sino proyecciones 7D.

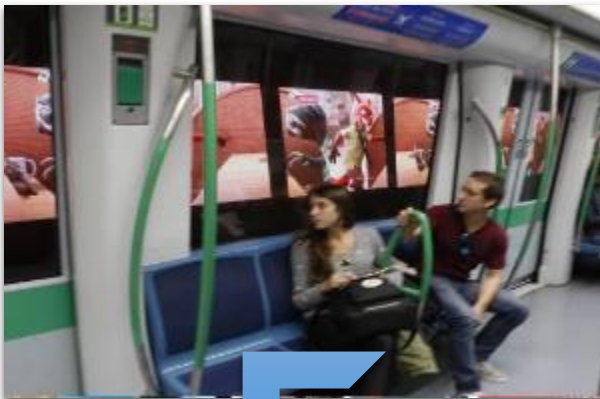


Gafas VR

Deben este nombre a lo que se conoce como realidad virtual (Virtual Reality), ya que a través de estos cascos o gafas VR, se puede experimentar un entorno generado por medio de la informática para que el usuario tenga la sensación de estar inmerso en él. Debido a su proximidad con los ojos las gafas VR consiguen que las imágenes resulten mucho mayores que la percibida por pantallas normales.

En el ámbito turístico la realidad virtual es una potente herramienta de marketing ya que mediante videos 360° o videos recreados en 3D de escenarios históricos y artísticos, permite al usuario visitar e interactuar con distintos elementos de su próximo viaje.

4.4.4.4 Medios tradicionales



Publicidad dinámica en Metros

Publicidad dinámica en túneles de Metros la cual permite visualizar anuncios animados sin sonido a través de las ventanas de los trenes cuando estos atraviesan el túnel. El soporte está patentado por la compañía canadiense Adtrack Media y consiste en la instalación de un sistema secuencial de LED activado por el movimiento del tren, el cual usa una combinación de arquitectura de tecnologías electrónica y digital, además de visualización computarizada, utilizando un concepto de imágenes en movimiento y la remanencia de imágenes en la visión humana. Actualmente el sistema LED de publicidad dinámica en túneles está presente solo en algunos metros del mundo como: Hong Kong, Seúl, Santiago de Chile, Sao Paulo y Madrid.



Revistas de aerolíneas

Publicidad en revistas de aerolíneas a nivel internacional, estas revistas tienen costos de marketing y distribución mínimos, los lectores provienen del tráfico de pasajeros teniendo a su disposición una amplia gama de formatos publicitarios, el perfil del lector tiene un poder adquisitivo superior a la media y es un medio cuya audiencia es exponencial y superior a la de otras revistas



Digital Signage

Realizar campañas publicitarias a nivel internacional en aeropuertos, estaciones de tren, estaciones de metro, estación de buses etc. Mediante Digital Signage conocida como señalización digital dinámica o señalización digital multimedia, la cual usa contenidos digitales emitidos a través de pantallas como monitores LCD, pantallas de plasma, un panel de LED o proyectores un entorno único para la comunicación de marca ya que permite cubrir todos los objetivos de un anunciante: cobertura, notoriedad, innovación, impacto y nuevas tecnologías.

5. Conclusiones

- La oferta turística en el Centro Histórico de Quito identificada está conformada por iglesias, capillas, plazas, plazoletas y atrios, monasterios, salas capitulares y refectorios, teatros, museos, edificaciones civiles, monumentos, calles patrimoniales e infinidad de residencias legendarias las cuales mantienen su arquitectura desde el siglo XVI, además de ofrecer eventos culturales programados a lo largo del año.
- En el Centro Histórico de Quito se determinó dos tipos de segmentos. El primero está formado por turistas nacionales y otro grupo corresponde a turistas extranjeros.
- El perfil sociodemográfico del turista cultural nacional que visita el Centro Histórico de Quito indica que son en su mayoría personas jóvenes entre las edades de 18 a 35 años, representados en su mayoría por el género femenino.
- El turista cultural nacional posee en su mayoría educación superior universitaria, el interés por el patrimonio cultural de la ciudad ha crecido en los últimos años sobre todo en los estudiantes universitarios nacionales.
- La ocupación actual más habitual del turista cultural nacional es la de estudiante, seguido por los empleados de empresas privadas, este segmento tiene ingreso mensual que oscila entre \$300 a \$800.
- En cuanto al consumo de bienes y servicios turísticos el mayor desembolso de presupuesto del turista cultural nacional es menor a \$20 diarios, el desglose de los gastos está destinado mayormente a comidas y bebidas, seguido por la adquisición de entradas a los atractivos culturales como iglesias y museos, los bajos costos de los establecimientos alimenticios como el precio de entrada a los atractivos culturales son determinantes en el gasto promedio diario.
- El turista cultural nacional está dispuesto a pagar entre \$3 a \$5 para ingresar a un sitio cultural, de las personas que estarían dispuestos a pagar un precio de entrada sus razones fueron: que es importante dar mantenimiento de los atractivos culturales, mejorar la infraestructura y brindar un buen servicio a los turistas, además de contar con la guía de personas especializadas.

- Un porcentaje menor de turistas nacionales no está desacuerdo en pagar un precio de entrada para ingresar a un atractivo cultural y sus razones fueron: los bienes culturales deben ser públicos y ser mantenidos, conservados y mejorados por el Estado por lo que la entrada a las atracciones culturales debería ser gratuita.
- El medio de transporte más utilizado por los turistas culturales nacionales para acceder al Centro Histórico de Quito es el transporte público, por sus bajos costos y por la falta de estacionamiento en el destino.
- El turista cultural nacional que visita el Centro Histórico de Quito prefiere alojarse en casa de familiares o amigos, para evitar los gastos de alojamiento, como también rentar un departamento.
- Los turistas nacionales prefieren desplazarse caminando, ya que así evitan el tráfico de la ciudad y sobre todo disfrutan conociendo el destino de esta manera.
- Los establecimientos comerciales alimenticios preferidos por los turistas nacionales son: restaurantes, seguidos por las cafeterías y bares, sobre todo por la variedad de platos y dulces típicos ecuatorianos, el ambiente de los mismos es importante para disfrutar de un buen momento.
- Los visitantes nacionales prefieren realizar turismo cultural por su cuenta, ya que no contratan servicios turísticos como guías particulares o excursiones.
- El visitante cultural nacional prefiere viajar en compañía de amigos y familiares, su segunda opción es viajar en compañía de su pareja, el tiempo promedio de permanencia en la ciudad (excepto residentes de Quito) es de 1 a 3 días.
- El visitante nacional da mayor importancia al internet para planear su visita al Centro Histórico de Quito, seguido por los consejos de “familia y amigos” para elegir un destino turístico, las redes sociales también juegan un papel importante en su elección.
- Además de la cultura, este tipo de turista gusta por el turismo de sol y playa, así como también realizar ecoturismo.
- Para el visitante nacional el motivo más importante para visitar el Centro Histórico de Quito es su atractivo histórico y cultural, la gastronomía también es una de las razones para visitar el destino por la variedad de platos y dulces típicos de la serranía ecuatoriana, también muestran interés por los eventos culturales programados.

- Según los datos obtenidos el turista cultural nacional tiene preferencia por el valor histórico, artístico y arquitectónico de la ciudad, siendo las iglesias y museos el atractivo principal del Centro Histórico de Quito, seguido por las exposiciones de arte y monumentos, los centros de artesanía y eventos culturales programados también son frecuentados por el turista nacional.
- El turista cultural extranjero que visita el Centro Histórico de Quito en su mayoría proviene de Norteamérica incluyendo Estados Unidos y Canadá convirtiéndose en el principal mercado emisor, le siguen los turistas provenientes de Europa de países como: Inglaterra, Francia, Alemania y Suiza, en tercer lugar están los visitantes latinoamericanos de países como: Argentina, Costa Rica, Chile, Colombia, México y Brasil, finalmente con el menor porcentaje se encuentran los turistas provenientes de Asia y Oceanía de países como Corea del Sur , China, Australia y Japón.
- La distribución por género del turista cultural extranjero indica un porcentaje equitativo entre el género femenino y masculino.
- El rango de edad predominante está entre los 56 a mayores de 65 años, convirtiéndose en el principal mercado emisor, ya que a esta edad las personas tienen el tiempo libre suficiente al igual que los ingresos; le siguen los jóvenes de 18 a 35 años que también representan un mercado importante por su entusiasmo y vivacidad a la hora de visitar un atractivo cultural.
- Los visitantes extranjeros reflejan un nivel de estudios alto, poseen en su mayoría educación superior universitaria y postgrados, su ocupación actual más frecuente es la de empleado de una empresa privada y jubilados, este segmento tiene un ingreso anual de \$25000 a \$74000.
- En cuanto al consumo de bienes y servicios turísticos el turista cultural extranjero gasta en promedio \$21 a \$60 diarios, el desglose de los gastos está destinado mayormente a entradas a sitios culturales como iglesias y museos, seguido por la compra de artesanías al igual que alimentos y bebidas.
- Los turistas extranjeros están dispuestos a pagar entre \$3 a \$5 por ingresar a un sitio cultural, denotando el interés por el patrimonio cultural y por un buen mantenimiento del mismo, al igual que brindar servicios de calidad.

- El medio de transporte más utilizado por el turista cultural extranjero para acceder al Centro Histórico de Quito es el transporte, público seguido de automóvil rentado principalmente transporte del tour.
- El turista extranjero prefiere alojarse en hoteles principalmente por la comodidad y seguridad de los mismos, al ser en su mayoría jubilados es notable su elección, por otra parte los jóvenes prefieren alojarse en hostales sobre todo por los bajos precios y por el folclore de los mismos ya que pueden experimentar la cultura de los habitantes de esta manera.
- Los establecimientos comerciales alimenticios preferidos por los turistas extranjeros son: restaurantes, seguidos por las cafeterías y bares, los mercados son también importantes, ya que a los extranjeros les gusta experimentar nuevos sabores y la cultura gastronómica del Ecuador.
- El turista cultural extranjero en su mayoría opta por realizar turismo por su cuenta, aunque una parte importante contrata servicios turísticos como excursiones o paquetes turísticos en los que visita varias ciudades del Ecuador.
- El visitante cultural extranjero prefiere viajar en compañía de amigos y de su pareja, su segunda adopción es viajar solo ya que así experimenta nuevas vivencias y sobretodo una madurez emocional.
- El tiempo promedio de permanencia en la ciudad de Quito es de 1 a 9 días, además de visitar el Centro Histórico de Quito, recorren sus alrededores sobretodo atraídos por el bosque nublado, su fauna y flora.
- Respecto a las fuentes de información relevantes para planear su visita el Centro Histórico de Quito los turistas extranjeros le dan importancia al internet como primera opción, seguido por los consejos de “familia y amigos” para elegir un destino turístico, la información obtenida mediante guías de viaje también juega un papel importante en su elección.

- El turista extranjero da mayor importancia al turismo cultural, su segunda opción es realizar turismo de sol y playa al igual que ecoturismo, el motivo más importante para visitar el Centro Histórico de Quito es su atractivo histórico y cultural. Las iglesias, museos y monumentos son el atractivo histórico artístico y arquitectónico principal del destino, seguido por las exposiciones de arte, los centros de artesanía son uno del atractivo culturales que los extranjeros no dejan de visitar, seguidos por las rutas culturales.
- La disponibilidad de transporte para acceder al Centro Histórico es buena, a pesar de los horarios de circulación mal establecidos. Existen líneas de transporte público como San Francisco, Latinos, Cooperativa Quito, Eco vía, Trole bus y Metro vía.
- El estado de conservación de los atractivos culturales es bueno, las empresas públicas y privadas que manejan los atractivos culturales han invertido en su conservación como en su restauración en los últimos años.
- El Centro Histórico de Quito cuenta con una variedad de atractivos culturales buenos, enfocados principalmente en la visita de museos e iglesias, sin dejar de lado las exposiciones de arte.
- La calidad de los atractivos turísticos así como los servicios que brindan es buena.
- Los turistas extranjeros y nacionales están satisfechos con su estancia en la ciudad de Quito, por lo que la califican como muy buena.
- La atención del personal de hospedaje tanto de hoteles como hostales, pensiones etc. es percibida como muy buena por parte de los turistas nacionales e internacionales.
- Existe facilidad para encontrar hospedaje en el Centro Histórico de Quito, gracias a las páginas web como Quito Travel, manejada por Quito Turismo o aplicaciones móviles como airbnb.
- Los establecimientos comerciales alimenticios son de calidad, ofrecen gran variedad de comida típica ecuatoriana y una buena atención al cliente.
- La atención del personal de servicios turísticos es buena, ya que informan al visitante sobre la historia de los atractivos culturales visitados con claridad y de forma interactiva.
- La disponibilidad de transporte público para acceder al Centro Histórico de Quito es buena, existe variedad de transporte público para acceder al destino ya sean buses, eco vía, trolebús o taxis, en la actualidad se estar construyendo el metro de Quito el cual conectara a la ciudad desde el norte hasta el sur facilitando la movilidad de los ciudadanos y turistas.
- Los costos de transporte público por el servicio recibido son aceptables, en comparación a otros países de Latinoamérica y del mundo.

- Los costos de los servicios de alimentación son muy aceptables, el Centro Histórico se caracteriza por su variedad de establecimientos comerciales alimenticios, los precios pueden variar de acuerdo a la categoría del lugar.
- Los costos de hospedaje son aceptables, las tarifas varían de acuerdo a la época del año, pero sin embargo los precios son asequibles.
- Los costos de los servicios turísticos son aceptables, tanto las entradas a los atractivos culturales como la contratación de tour o excursiones por la ciudad.
- Los visitantes nacionales e internacionales consideran que la relación calidad-precio por los servicios recibidos es buena.
- El precio de los estacionamientos ubicados en el Centro Histórico de Quito es aceptable.
- Los turistas nacionales y extranjeros consideran que su experiencia de visita al Centro Histórico de Quito es muy buena, por la calidad y variedad de los atractivos turísticos, lo bien conservados que se encuentran y por la buena atención que reciben por parte de personas que ofrecen estos servicios.
- El turista nacional y extranjero considera que la hospitalidad de los residentes que no trabajan en la industria de turismo es muy buena.
- La experiencia de visita a los atractivos culturales es muy buena ya que ofrecen variedad de actividades recreativas.
- La disponibilidad de información acerca de atractivos culturales, servicios turísticos, hospedaje, servicios de alimentación y recorridos es muy buena.
- Los turistas consideran que la seguridad del Centro Histórico de Quito es buena.
- Las expectativas de acuerdo a la visita se cumplieron, el Centro Histórico de Quito está cerca de ser el destino ideal de los turistas, por lo que la mayoría de turistas visitarían de nuevo el destino, además definitivamente recomendarían el Centro Histórico d Quito a sus amigos y familiares.
- La señalización para llegar al Centro Histórico de Quito es regular, los mapas ubicados en varios puntos del Centro histórico de Quito no son claros o están en mal estado, la infraestructura de acceso y el estado de los caminos es regular.

- El transporte es uno de los mayores problemas de la ciudad, las unidades de buses están deterioradas, al igual que las unidades de eco vía y trole, los taxis alteran los taxímetros abusando de los usuarios, la atención del personal de transporte es regular, la disponibilidad del transporte por su parte no mantiene un horario fijo, al no establecer horas de circulación de buses. La saturación del mismo en horas pico, molesta a los ciudadanos y turistas que hacen uso de este tipo de transporte.
- La disponibilidad de estacionamiento libre y con costo es regular, sus calles estrechas y edificaciones patrimoniales dificultan la construcción de los mismos.
- Los vendedores ambulantes son considerados como malos para la imagen del destino.
- El tráfico vehicular es malo, principalmente en los fines de semana cuando algunas calles del Centro Histórico solo pueden ser usadas por peatones, el tráfico es producido por la cantidad de buses y vehículos que transitan por las estrechas calles del Centro Histórico al igual que el eco vía, causando contaminación ambiental y auditiva.
- La mayoría de guías turísticos en los atractivos culturales, así como establecimientos alimenticios no dominan el inglés, la información de las exhibiciones muchas en su mayoría solo están en español e inglés, generando insatisfacción en los turistas extranjeros ya que están acostumbrados a leer o escuchar información en su idioma a pesar de que la mayoría de visitantes Europeos dominan el inglés.
- Existe una mala gestión para regular la saturación de los atractivos culturales patrimoniales en eventos culturales programados como la fiesta de la luz, en sus primeras dos ediciones tuvo gran acogida, atrayendo a más de dos millones de personas en el año 2017, convirtiéndose en el evento cultural con mayor asistencia en la historia del país, por una parte beneficia al turismo pero contrasta con las políticas de un turismo sostenible ya que causa impactos en la infraestructura del patrimonio cultural de Quito , además de inseguridad ciudadana.
- Falta de capacitación turística a los policías metropolitanos y residentes del Centro Histórico de Quito.
- Falta de adecuación de servicios y accesibilidad para las personas con discapacidad, en los atractivos culturales.

6. Recomendaciones

- El Gobierno ecuatoriano, así como la Alcaldía Metropolitana de Quito deben mejorar el nivel de promoción turística en el Centro Histórico de Quito tanto a nivel nacional como internacional, la restauración y el mantenimiento de los atractivos debe ser permanente, se debe incrementar la inversión para promocionar los atractivos culturales menos visitados generalmente en exposiciones de arte, espectáculos de danza, música, cine, obras de teatro, y rutas culturales. De esta manera se consolidará la cultura en el país y revalorizará el patrimonio tanto a nivel nacional como internacional.
- Los establecimientos turísticos deben conocer el perfil del turista que visita el Centro Histórico de Quito, el perfil sociodemográfico, su estructura de consumo en cuanto a bienes y servicios turísticos, al igual que la organización del viaje y las variables que motivan al turista para visitar el destino.
- Promover una mayor valorización del patrimonio cultural en las instituciones educativas, incorporando niveles de educación escolares con el concepto de patrimonio cultural y la importancia de su preservación mediante presentaciones de obras teatrales representando leyendas tradicionales quiteñas como: la casa 1028, el gallo de la Catedral, Cantuña y el Atrio de San Francisco.
- Realizar campañas publicitarias sobre la conservación del patrimonio cultural y la divulgación del mismo en colegios y universidades. Mediante redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat y Pinterest, plataformas indispensables y estratégicas ya que este segmento entiende y necesita un entorno online donde las conexiones sociales son muy importantes.
- Incrementar el recurso estatal para proyectos de protección y conservación del patrimonio cultural del Centro Histórico de Quito, fomentando el apoyo de entidades como ONG.
- Es necesario mejorar la calidad y el mantenimiento del transporte público de la ciudad, capacitar al personal de transporte público en atención al cliente, optimizar la malla vial y su uso, crear rutas alternas para evitar el tráfico vehicular, mejorar la infraestructura y vías de acceso al Centro Histórico de Quito.
- Realizar capacitaciones sobre atención al cliente a las personas que residen en el Centro Histórico de Quito y que no trabajan en la industria del Turismo.

- Implementar tecnologías interactivas en museos del Centro Histórico de Quito como: App de museos, códigos QR, red wifi sin costo, arte digital etc. Para generar resultados atractivos para todo público.
- Control para mejorar la calidad del aire, promoviendo el uso de la bicicleta, caminar o utilizar el transporte público para acceder al Centro Histórico, evitar los desplazamientos innecesarios con vehículo particular.
- Control para evitar la contaminación auditiva, los establecimientos comerciales suelen tener parlantes con música en alto volumen contrastando con el silencio y tranquilidad de los atractivos culturales, provocando molestias en los turistas.
- Crear políticas para regular el turismo de masas en eventos culturales programados.
- Adecuar los servicios y accesibilidad universal para que turistas con discapacidad cuenten con todas la facilidades para realizar turismo cultural en el Centro Histórico de Quito.
- Realizar capacitaciones turísticas a policías metropolitanos y a personas que residen en el Centro Histórico de Quito que no trabajan en la industria del turismo, mediante la contratación de un equipo de profesionales.
- Implementar una de red wifi gratuita para el uso público de turistas y ciudadanos en el Centro Histórico de Quito, para facilitar la ubicación de atractivos turísticos culturales y establecimientos comerciales.
- Implementar en las exhibiciones de los productos culturales información en varios idiomas ya que la mayoría de personas que realizar turismo cultural en el Centro Histórico de Quito son extranjeros provenientes de Norteamérica, Europa, Asia y Oceanía.
- Incrementar los precios de entrada a los atractivos culturales del Centro Histórico de Quito al nivel de productos turísticos similares en Latinoamérica, ya que los turistas están dispuestos a pagar más siempre y cuando se incremente la calidad de los servicios prestados ,se dé un buen mantenimiento a la infraestructura, además de contar con la guía de personas especializadas.
- Coordinar entre las fundaciones y organizaciones propietarias de servicios turísticos culturales del Centro Histórico de Quito, para homologar los precios que ofrecen a los turistas.
- Los atractivos culturales deben contratar guías que dominen el inglés y si son posible otros idiomas para mejorar la comprensión y la calidad del servicio ofrecido a los turistas extranjeros.

- Distribuir el Centro Histórico de Quito como producto turístico cultural mediante central de reservas online como: airbnb, tripadvisor, mytable, restorando, citybus y booking.
- Participar en ferias de turismo internacionales mostrando atractivos culturales a través de tecnología digital que harán realidad la hiperconectividad de los usuarios y consolidarla durante su visita a los stands, poniendo a disposición del visitante experiencias de realidad virtual como: tecnología 7D, tecnología 360° y gafas VR
- Realizar campañas publicitarias a nivel internacional en aeropuertos, estaciones de tren, estaciones de metro, estación de buses etc. Mediante Digital Signage conocida como señalización digital dinámica o señalización digital multimedia.
- Promocionar el Centro Histórico de Quito mediante publicidad en revistas de aerolíneas a nivel internacional, estas revistas tienen costos de marketing y distribución mínimos, los lectores provienen del tráfico de pasajeros teniendo a su disposición una amplia gama de formatos publicitarios, el perfil del lector tiene un poder adquisitivo superior a la media y es un medio cuya audiencia es exponencial y superior a la de otras revistas.
- Promover el Centro Histórico de Quito mediante publicidad dinámica en túneles de Metros la cual permite visualizar anuncios animados sin sonido a través de las ventanas de los trenes cuando estos atraviesan el túnel.
- Incentivar al turistas cultural a que permanezca más tiempo en la ciudad, para que así invierta mayor cantidad de dinero en alojamiento, alimentación, transporte, entradas a sitios culturales, mejorando la calidad de los servicios y precios para que logren satisfacer al turista.
- Las autoridades Gubernamentales, los ministerios y Municipio deben crear políticas y preocuparse por educar a la sociedad para que aprecie la cultura, ya que el turismo cultural puede ser una gran actividad que dinamice la economía del país aprovechándola de la mejor manera.

7. Bibliografía

- Alcaldía Metropolitana de Quito. (2007). *Museos de Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador: Trama Ediciones. Recuperado el 12 de 03 de 2018
- 24 Horas. (25 de 04 de 2017). *La nueva tecnología 7D que impacta al verla por primera vez*. Recuperado el 29 de 04 de 2018, de <http://www.24horas.cl/tendencias/ciencia-tecnologia/-nueva-tecnologia-7d--2364204>
- Adés, S. y Graham, M. (2003). *The Rough Guide to Ecuador*. Nueva York: Rough Guides. Recuperado el 18 de 03 de 2018
- Alcaldía Metropolitana de Quito. (2017). *La "Semana Santa Quiteña 2017" se vive con tradición y fe*. Recuperado el 21 de 03 de 2018, de http://noticiasquito.gob.ec/modules/umFileManager/pndata/test/abril_12_ac_pdf_50387.pdf
- Alcaldía Metropolitana de Quito. (2018). *Semana Santa Quiteña 2018*. Recuperado el 21 de 03 de 2018, de <http://semanasantaquito.com/evento/procesion-jesus-del-gran-poder/>
- Banco Central del Ecuador. (1978). *Historia Numismática del Ecuador*. Quito: Abya Yala. Recuperado el 13 de 03 de 2018
- Banco Central del Ecuador. (05 de 2016). *Museo Numismático del Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <https://numismatico.bce.fin.ec/>
- Budowski, G. (2008). *Turismo Sustentable con énfasis en ecoturismo : Las nuevas tendencias en el mercado mundial*. Madrid: COTAL.
- Burbano, G. (2015). Teatro Bolívar: Renace un referente del movimiento cultural. *Bienes Raíces Clave*. Recuperado el 20 de 03 de 2018, de <https://www.clave.com.ec/2017/08/31/teatro-bolivar/>
- Campo, J. (06 de 2012). *Estrategias de marketing de destino turísticos*. (Santander, Ed.) Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://repositorio.unican.es:8080/xmlui/bitstream/handle/10902/1365/%5B2%5D%20Campo%20Olaiz%2C%20J.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carvajal, M. (21 de 10 de 2016). *10 Estrategias d emarketing turístico que te haran ser invencible en 2018*. Recuperado el 26 de 04 de 2018, de Turismo 2.0 Marketing y Redes Sociales: <https://www.mabelcajal.com/2016/10/marketing-turistico-10-tendencias-clave-para-tus-estrategias.html/>
- Catedral Metropolitana de Quito. (2016). *Catedral Metropolitana de Quito*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de <http://www.catedraldequito.org/el-museo/#historia>
- Centro Cultural Metropolitano de Quito. (2018). *Centro Cultural Metropolitano de Quito*. Recuperado el 09 de 04 de 2018, de <http://www.centroculturalq.quito.gob.ec/ccmq.php?c=92>
- CESTUR. (2012). *Metodología del Estudio de Perfil y Satisfacción del Turista*. México: Secretaria de Turismo. Recuperado el 27 de 11 de 2017, de http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST_formato2.pdf
- Cortés, P. T. (2005). *Recuperación de patrimonio cultural urbano como recurso turístico*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de www.ebrary.com
- Creators. (2017). *El arte digital y su relación con los museos virtuales del futuro*. Recuperado el 28 de 04 de 2018, de https://creators.vice.com/es_mx/article/ezmax4/el-arte-digital-y-su-relacin-con-los-museos-virtuales-del-futuro
- De Maximy, R., Peyronnie, K. (2002). *Quito inesperado: de la memoria a la mirada crítica*. Quito: Abya Yala.

- Diario El Telégrafo. (2016). *Historia y cultura en el centro histórico de la capital*. Recuperado el 27 de Enero de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimodia/51/historia-y-cultura-en-el-centro-historico-de-la-capital>
- El Comercio. (2013). *Quito Patrimonio Digital*. Recuperado el 19 de 03 de 2018, de <http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-contemporaneo/la-ronda/historia#.WrGFbujOXIU>
- El Comercio. (2017). 90 eventos en la agenda por Semana Santa. *El Comercio*. Recuperado el 21 de 03 de 2018, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito/90-eventos-agenda-semana-santa.html>
- El Comercio. (2017). Colada morada y guaguas de pan, una tradición con muchas variaciones. *El Comercio*. Recuperado el 29 de 03 de 2018, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/coladamorada-guaguasdepan-tradicion-recetas-sondeo.html>
- El Comercio. (2017). En el Centro Histórico de Quito se vive la Noche de las Plazas con música y baile. *El Comercio*. Recuperado el 29 de 03 de 2018, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/centrohistorico-quito-fiestas-baile-musica.html>
- El Comercio. (2017). Siete personajes de antaño recorrerán las calles del Centro Histórico de Quito por el Día de Difuntos. *El comercio*. Recuperado el 29 de 03 de 2018, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/personajes-recorrido-calles-diadedifuntos-quito.html>
- El Universo. (27 de 03 de 2013). El "Arrastre de caudas", un viejo rito católico que sobrevive en Quito. *El Universo*. Recuperado el 21 de 03 de 2018, de <https://www.eluniverso.com/2013/03/27/1/1447/arrastre-caudas-un-viejo-rito-catolico-sobrevive-quito.html>
- El Universo. (06 de 12 de 2014). La leyenda del gallo de la catedral. *El Universo*. Recuperado el 26 de 04 de 2018, de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/12/06/nota/4308846/gallo-catedral>
- El Universo. (09 de 08 de 2017). Fiesta de la Luz iluminó el Centro Histórico de Quito. *El Universo*. Recuperado el 29 de 03 de 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/08/09/nota/6323245/fiesta-luz-ilumino-centro-historico-quito>
- Entorno Turístico. (2018). *Entorno Turístico*. Recuperado el 10 de 04 de 2018, de <http://www.entornoturistico.com/5-maneras-conmemorar-dia-los-difuntos-quito-ecuador/>
- Escudero, X. (2006). *Iglesia y conventos de Quito antiguo: Guía para visitar los principales conjuntos religiosos*. Quito: Quito Trama. Recuperado el 14 de 03 de 2018
- Esteban, C. J. D. (2003). *Turismo cultural y gestión de museos*. Madrid: Dykinson. Obtenido de www.ebrary.com
- Esteban, C. J. D. (2006). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de www.ebrary.com
- Ferrari y Montero. (2015). *Investigaciones, métodos y análisis del Turismo*. Barcelona: Septem Ediciones.
- Fundación Iglesia de la Compañía. (2015). *Fundación Iglesia de la Compañía*. Recuperado el 15 de 03 de 2018, de <http://fundacioniglesiadelacompania.org.ec/portal/>
- Fundación Museos de la Ciudad. (02 de 03 de 2016). *Museo de El Carmen Alto*. Recuperado el 08 de 05 de 2018, de <http://www.museocarmenalto.gob.ec/index.php/el-museo/historia-del-museo/>

- Fundación Museos de la Ciudad. (05 de 2017). *Museo de la Ciudad*. Recuperado el 02 de 03 de 2018, de <http://www.museociudadquito.gob.ec/index.php/el-museo/>
- Fundación Teatro Nacional Sucre. (2015). *Teatro Nacional Sucre*. Recuperado el 19 de 03 de 2018, de <https://www.teatrosucre.com/escenario/teatro-nacional-sucre>
- Gaitán, V. (17 de 10 de 2013). *Gamificación: el aprendizaje divertido*. Recuperado el 27 de 04 de 2018, de <https://www.educativa.com/blog-articulos/gamificacion-el-aprendizaje-divertido/>
- Gómez. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Editorial Brujas.
- González, J. (13 de 11 de 2013). *XATAKA*. Recuperado el 26 de 04 de 2018, de Arte y tecnología, cuando ambos se encuentran en un museo: <https://www.xataka.com/otros/arte-y-tecnologia-cuando-ambos-se-encuentran-en-un-museo>
- Hernández, Fernández y Baptista. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: Mcgraw - Hill. Recuperado el 12 de Febrero de 2017, de <http://www.dgsc.go.cr/DGSC/documentos/cecadec/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Hiriart, P. C. (2016). *Panorama Mundial del Turismo Cultural*. Recuperado el 25 de 11 de 2016, de <http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo1.pdf>
- Holy week in Quito. (2017). *Holy week in Quito "Live the holy week in Quito"*. Recuperado el 10 de 04 de 2018, de <http://holyweek.quito.com.ec/event/festival-internacional-de-musica-sacra/>
- Instituto Cervantes. (2018). *Centro Virtual Cervantes*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de https://cvc.cervantes.es/artes/ciudades_patrimonio/quito/paseo/catedral.htm
- Instituto Metropolitano de Patrimonio de Quito. (05 de 2015). *Instituto Metropolitano de Patrimonio de Quito*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de <http://www.patrimonio.quito.gob.ec/index.php/patrimonio-cultural/patrimonio-material/novedades/255-catedral-metropolitana>
- Instituto Universitario de Geografía Universidad de Alicante. (08 de 07 de 2011). *Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible : Propuesta para la creación de un sistema de Indicadores*. Recuperado el 12 de 02 de 2017, de http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20506/1/Planificacion_gestion_sostenible_desarrollo_turistico_sostenible.pdf
- JCDcaux. (2016). *Metro de Madrid*. Recuperado el 29 de 04 de 2018, de <http://www.jcdcaux.es/index.php/extensions/metro/metro-de-madrid>
- Kotler, P. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A. Recuperado el 28 de 04 de 2018, de <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Kravets, I., Camargo, P. (02 de 07 de 2008). *La Importancia del Turismo Cultural en la Construcción de la Identidad Nacional , Cultur, Revista de Cultura e Turismo*. Recuperado el 12 de 02 de 2017, de <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao3/artigo1.pdf>
- La Vanguardia. (2018). *La Vanguardia*. Recuperado el 30 de 04 de 2018, de <http://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20180119/4481798009/japon-video-realidad-virtual-360-turismo.html>
- Lara, P. (15 de 12 de 2017). *Soluciones Telcel*. Recuperado el 29 de 04 de 2018, de El potencial de la realidad virtual en el turismo: <http://www.telceloluciones.com/articulos/el-potencial-de-la-realidad-virtual-en-el-turismo>

- Martínez, A. (04 de 05 de 2017). Teatro Bolívar en Quito revive junto a los millennials. *Metro Ecuador*. Recuperado el 20 de 03 de 2018, de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/05/03/teatro-bolivar-quito-revive-junto-millennials.html>
- Media Trends. (2016). *Media Trends*. Recuperado el 29 de 04 de 2018, de <https://www.mediatrends.es/a/64732/que-son-fotos-videos-360-grados-camaras/>
- Mediamusea. (06 de 2007). *Podcast en museos*. Recuperado el 27 de 04 de 2018, de <https://mediamusea.files.wordpress.com/2007/06/mediamusea-podcast-en-museos.pdf>
- MET Quito. (06 de 2015). *Centro Cultural Metropolitano*. Recuperado el 03 de 10 de 2018, de <http://www.centroculturalq.quito.gob.ec/internacmq.php?c=1847>
- Ministerio de Cultura. (13 de 04 de 2011). *Centro de Documentación Cultural*. Recuperado el 13 de 01 de 2017, de <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/biblioteca-y-centros-de-documentacion/cdcul/publicaciones/guia-lector/guialector14/guialector14.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (02 de 2014). *Museos de Defensa*. Recuperado el 03 de 13 de 2018, de <http://www.museosdefensa.gob.ec/>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2017). *Patrimonio Cultural*. Recuperado el 23 de 01 de 2017, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador. (2007). *Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad*. Quito: Trama Ediciones. Recuperado el 15 de 03 de 2018
- Ministerio de Turismo. (2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 29 de 03 de 2018, de <http://www.turismo.gob.ec/dia-de-los-difuntos-y-la-colada-morada-conserva-la-tradicion-del-ecuador/>
- Mondéjar, J. J. A. (2009). *Turismo cultural en ciudades patrimonio de la humanidad*. Castilla. Castilla: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Recuperado el 01 de 02 de 2017, de www.ebrary.com
- Morere, R. N., & Perello, O. S. (2013). *turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundacion EOI. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf
- Morere, R. N., & Perello, O. S. (2013). *Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundacion EOI. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf
- Moya, R. y Peralta, E. (2006). *Quito Heritage*. Quito: TRAMA ediciones. Recuperado el 15 de 03 de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=8ks_ZWPY9fMC&pg=PA15&dq=museos+del+centro+historico+de+quito&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiltUyUhurZAhUI7FMKHeP-Ba8Q6AEIMzAD#v=onepage&q=museos%20del%20centro%20historico%20de%20quito&f=false
- Municipio de Quito. (1989). *Plan Distrito Metropolitano. Quito Actual Fase 1. Diagnóstico del Centro Histórico*. (F. C. Mena, Ed.) Obtenido de https://works.bepress.com/fernando_carrion/49/
- Municipio de Quito. (1991). *Plan distrito metropolitano: Atlas del centro histórico, Volume 4*. Quito.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2011). *Quito Capital Americana de la Cultura*. Recuperado el 15 de 03 de 2013, de <http://www.cac-acc.org/newsletter/MemoriaQuito2011.pdf>

- Museo Franciscano Fray Pedro Gocial. (06 de 2014). *Museo Fray Pedro Gocial*. Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <http://www.museofraypedrogocial.com/>
- OMT. (06 de Julio de 2012). *World Tourism Organization*. Recuperado el 19 de 10 de 2015, de <http://omt@UNWTO.org>
- Ópera Latinoamérica. (2018). *Ola Ópera Latinoamérica*. Recuperado el 20 de 03 de 2018, de <http://www.operala.org/calendario/xvii-festival-internacional-de-musica-sacra-quito-ecuador/2018-03-26/>
- Perez, D. L. H. M. (2004). *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid: Mundi-Prensa. Recuperado el 02 de 02 de 2017, de www.ebrary.com
- Pinassi, C. (2012). *El marketing turístico del patrimonio cultural como alternativa de desarrollo del centro histórico de Bahía Blanca (Argentina)*. Recuperado el 27 de 04 de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/4735/473547088006/>
- Pino, M. T. I. D. (2010). *Centro Histórico de Quito: una centralidad urbana hacia el Turismo*. Quito: Ediciones Abya-Yala. Obtenido de www.ebrary.com
- Quito Turismo. (2012). *Agenda Turística Semana Santa 2012*. Recuperado el 21 de 03 de 2018, de <https://www.quito-turismo.gob.ec/component/phocadownload/category/42-material-turistico>
- Quito Turismo. (2014). *Quito Arte Cultura y Patrimonio*. Recuperado el 20 de 12 de 2016, de <http://www.quito.com.ec/que-visitar/arte-cultura-y-patrimonio>
- Quito Turismo. (2015). *La experiencia del destino turístico: Quito en cifras*. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito%20en%20cifras%202.pdf>
- Quito Turismo. (2017). *Semana Santa Quiteña*. Recuperado el 10 de 04 de 2018, de <http://semanasantaquito.com/>
- Quito Turismo. (2018). *Quito*. Recuperado el 15 de 03 de 2018, de <http://quitotravel.ec/es/>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*. Recuperado el 02 de 03 de 2017, de <http://www.rae.es/recursos/diccionarios>
- Revista Líderes. (18 de 01 de 2018). *Revista Líderes*. Recuperado el 30 de 04 de 2018, de Feria de Madrid muestra las tecnologías avanzadas aplicadas al turismo: <http://www.revistalideres.ec/lideres/feria-fitur-tecnologia-turismo-viajes.html>
- Rivera, O. (2008). *Leyendas y tradiciones quiteñas*. Quito: Sur Editores. Recuperado el 26 de 04 de 2018
- Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de Argentina. (15 de 06 de 2008). *Estrategia de Turismo Sustentable : En reservas debiósfere y sitios Ramsar de Argentina*. Recuperado el 19 de 03 de 2017, de <http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/turismo/File/Libro%20Estrategia%20de%20Turismo%20Sustentable%20-%20versin%20PDF.pdf>
- Secretaría de Cultura de Quito. (2018). *Quito Cultura*. Recuperado el 29 de 03 de 2018, de <http://www.quitocultura.info/propuestas-fdl-2018/>
- Sistema de Museos y Centros Culturales de Quito. (03 de 02 de 2015). *Fundación Museos de la Ciudad*. Recuperado el 10 de 03 de 2018, de <http://www.museosquito.gob.ec/index.php/component/k2/item/53-museo-de-la-ciudad>
- Tamayo, D. M. (2013). *Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito*. Recuperado el 30 de 01 de 2017, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6107/T-PUCE-6344.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Teatro Bolívar. (2016). *Fundación Teatro Bolívar*. Recuperado el 20 de 03 de 2018, de <http://www.teatrobolivar.org/sobre.html>
- Telemadrid. (10 de 10 de 2016). *Telemadrid*. Obtenido de Metro de Madrid pone en marcha un sistema de publicidad dinámica en túnel: <http://www.telemadrid.es/noticias/madrid/noticia/metro-de-madrid-pone-en-marcha-un-sistema-de-publicidad-dinamica-en-tunel>
- Tripadvisor. (2018). *Tripadvisor Argentina*. Recuperado el 26 de 04 de 2018, de <https://www.tripadvisor.com.ar/>
- Two Reality. (2017). *Two Reality*. Recuperado el 29 de 04 de 2018, de Viaja por el mundo gracias a la realidad virtual: <https://www.tworeality.com/turismo-realidad-virtual/>
- UNESCO. (2016). *Patrimonio y Turismo Sostenible, Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. Recuperado el 15 de 02 de 2017, de http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/dynamic-content-single-view/news/call_openheritage_and_sustainable_tourism/
- Vallejo, N. (28 de 07 de 2015). *15 ejemplos de tecnología en Museos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://ojulearning.es/2015/07/15-ejemplos-de-tecnologia-en-museos/>
- Van Gogh Museum. (2018). *Van Gogh Museum*. Obtenido de <https://www.vangoghmuseum.nl/en>
- Vásquez, J. (17 de 11 de 2015). *Dosdoce*. Recuperado el 28 de 04 de 2018, de DIMODA. Un museo de arte digital con exposiciones virtuales: <http://www.dosdoce.com/2015/11/17/dimoda-un-museo-de-arte-digital-con-exposiciones-virtuales/>
- Ville de Lyon. (2018). *Fête des Lumières*. Recuperado el 29 de 03 de 2018 , de <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/en/edition/edition-2017>
- Virgen del Panecillo. (2018). *Virgen del Panecillo*. Recuperado el 19 de 03 de 2018, de <http://www.virgendelpanecillo.com/>
- Zambrano, R. (2006). *Quito Patrimonio de la Humanidad*. Quito: Libresa. Recuperado el 13 de 03 de 2018
- Zeithaml, Parasuraman, Berry. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Ediciones Díaz de Santos.

8. Anexos

8.1 Encuesta

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Hotelería y Turismo



Entrevistador : Nathalia Molina

Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito

1. País de origen

2. Género

Marcar solo un óvalo.

☐ Masculino

☐ Femenino

3. Edad

Marcar solo un óvalo.

☐ 18 – 25 años

☐ 26 – 35 años

☐ 36 – 45 años

☐ 46 – 55 años

☐ 56 – 65 años

☐ Más de 65 años

4. Nivel de Estudios

Marcar solo un óvalo.

- ☐ Educación Primaria
- ☐ Educación Secundaria
- ☐ Superior Universitaria
- ☐ Postgrado
- ☐ Doctorado

5. ¿Cuál es su ocupación actual?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Empleado de una empresa privada
- ☐ Empleado de una institución pública
- ☐ Empresario (emplea personas)
- ☐ Cuenta propia (no emplea personas)
- ☐ Jubilado / pensionado
- ☐ Estudiante
- ☐ Trabajador del hogar no remunerado
- ☐ Otros

6. ¿Cuál es su ingreso mensual? (visitante Nacional)

Marca solo un óvalo.

- ☐ \$300 - \$500
- ☐ \$600 - \$800
- ☐ \$900 - \$1100
- ☐ \$1200 - 1400
- ☐ \$1500 - \$1700
- ☐ \$1800 - \$2000
- Más de \$200

7. ¿Cuál es su ingreso anual? (Solo Extranjeros)

Marcar solo un óvalo.

- ☐ \$15000 - \$24000
- ☐ \$25000 - \$49000
- ☐ \$50000 - \$74000
- ☐ \$75000 - \$99000
- ☐ Más de \$100000

8. ¿Cuál es su promedio de gasto diario en el Centro Histórico de Quito?

Marcar solo un óvalo.

- ☐ Menos de \$20
- ☐ \$21 a \$40
- ☐ \$41 a \$60
- ☐ \$61 a \$80
- ☐ \$81 a \$100
- ☐ \$101 a \$120
- ☐ Más de \$120

9. ¿Estaría dispuesto a pagar para ingresar a un sitio cultural?

Marcar solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No

10. ¿Hasta cuanto pagaría para ingresar a un sitio cultural?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Entre \$1 - \$2
- ☐ \$3 - \$5
- ☐ \$6 - \$8
- ☐ Más de \$8

11. ¿Qué transporte utilizó para acceder al Centro Histórico de Quito?

Marcar solo un óvalo.

- ☐ Transporte público (bus, eco vía, trole, taxi)
- ☐ Automóvil propio
- ☐ Carro rentado
- ☐ A pie
- ☐ Moto
- ☐ Bicicleta

12. ¿Dónde está alojado? (excepto residentes de Quito)

Marcar solo un óvalo.

- ☐ Hotel
- ☐ Hostal
- ☐ Pensión
- ☐ Apartamento rentado
- ☐ En casa de familiar o amigos
- ☐ Otro

13. ¿En qué tipo de establecimiento comercial consumió alimentos y/o bebidas durante su visita?

Seleccionar todas las opciones que correspondan.

- ☐ Restaurante
- ☐ Bar
- ☐ Fonda
- ☐ Cafetería
- ☐ Puesto ambulante
- ☐ Mercado
- ☐ Otro

14. ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos contrató en el destino?

Marcar solo un óvalo.

- ☐ Visita guiada (es un recorrido en un atractivo determinado)
- ☐ Guía de turismo (persona que se contrata para mostrar un destino)
- ☐ Excursión (servicios de guías, transporte, alimentos y entradas)
- ☐ Ninguno

15. ¿Cuál es compañía durante su visita?

Seleccionar todas las opciones que correspondan.

- ☐ Solo
- ☐ Amigos
- ☐ Pareja
- ☐ Hijos
- ☐ Familiares
- ☐ Grupo del Tour

16. ¿Cuál es su promedio de estadía en la ciudad? (Excepto residentes de Quito)

Marcar solo un óvalo.

- ☐ 1 - 3 días
- ☐ 4 - 9 días
- ☐ 10 - 15 días
- ☐ 16 - 21 días
- ☐ 22 - 30 días

17. De las siguientes fuentes de información, indique cuáles fueron relevantes para planear su visita al Centro Histórico de Quito.

Seleccionar todas las opciones que correspondan.

- ☐ Internet
- ☐ Redes Sociales
- ☐ Diarios / Revistas
- ☐ Programas de TV / Radio
- ☐ Familia / Amigos
- ☐ Agencia de viajes
- ☐ Folleto de Tour operadores
- ☐ Guías de viaje
- ☐ Visita anterior
- ☐ Otro

18. ¿Qué tipo de turismo realiza normalmente?

Seleccionar todas las opciones que correspondan.

- ☐ Turismo de sol y playa
- ☐ Turismo cultural
- ☐ Ecoturismo / naturaleza
- ☐ Turismo comunitario
- ☐ Turismo de salud
- ☐ Turismo gastronómico
- ☐ Turismo de negocios
- ☐ Turismo religioso
- ☐ Turismo de aventura
- ☐ Otros

19. ¿Por qué motivo visita el Centro Histórico de Quito?

Seleccionar todas las opciones que correspondan.

- ☐ Atractivo histórico y cultural
- ☐ Ocio y descanso
- ☐ Eventos culturales programados
- ☐ Gastronomía
- ☐ Religión/ peregrinación
- ☐ Visita familiares y/o amigos
- ☐ Empresarial o profesional

20. ¿Cuáles de las siguientes atracciones culturales ha visitado en el Centro Histórico de Quito?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Iglesias
- ☐ Museos
- ☐ Monumentos
- ☐ Exposiciones de arte
- ☐ Eventos culturales programados
- ☐ Rutas Culturales
- ☐ Teatros
- ☐ Danza
- ☐ Centros de artesanía

Estudio de la satisfacción del turista cultural en relación a los bienes y servicios consumidos.

Califique los bienes y servicios consumidos en su visita al Centro Histórico de Quito mediante el siguiente criterio de evaluación.

Evaluación Cuantitativa	Evaluación Cualitativa
9 a 10	Muy bueno
7 a 8	Bueno
5 a 6	Regular
3 a 4	Malo
1 a 2	Muy malo

21. Califique de forma general la señalización para llegar al Centro Histórico de Quito.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
A1 En su opinión la señalización para llegar al Centro Histórico de Quito es :	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A2 Califique la disponibilidad de opciones de transporte para llegar al Centro Histórico de Quito.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A3 Califique la calidad de la infraestructura de acceso (el estado de los caminos y carreteras) que usó para llegar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A4 Califique el mantenimiento y calidad de las instalaciones del medio de transporte utilizado (aeropuerto, centrales de autobuses).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A5 Califique la atención del personal del servicio de transporte.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

22. Califique en general los atractivos y los servicios que se ofrecen.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
B1 Califique en general, el estado de conservación de los atractivos culturales (se refiere a la forma como están conservados y presentados al público los museos, monumentos, iglesias, ruinas, lugares típicos).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B2 Califique la variedad de los atractivos turísticos en este destino.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B3 Califique la calidad de los atractivos turísticos en este destino.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

23. Califique el servicio de hospedaje que utilizó en el Centro Histórico de Quito.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
C1 Califique en general su estancia donde se hospedó.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C2 Califique la limpieza del hospedaje (aseo de cuartos, baño).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C3 Califique la atención del personal (repcionista, camarero).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C4 Califique la facilidad con la que encontró el tipo de hospedaje que usted necesitaba.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

24. Califique el servicio de alimentación que utilizó en el Centro Histórico de Quito.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
D1 Califique en general la experiencia del consumo de alimentos y bebidas.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D2 Califique la calidad de los alimentos y bebidas en los establecimientos del destino turístico.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D3 Califique en general la limpieza/higiene de los establecimientos, de los alimentos y bebidas en el destino turístico.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

25. Califique los servicios turísticos contratados en su visita al Centro Histórico de Quito.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
E1 Califique en general los servicios de excursión/turísticos contratados.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E2 Califique la calidad de los servicios de excursión/turísticos contratados.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E3 Califique la atención del personal de los servicios de excursión/turísticos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

26. Califique el transporte que ha utilizado en su visita.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
F1 Califique en general la calidad del transporte público que utilizó para acceder al destino (bus, taxi, eco vía, trole).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
F2 Califique la atención del personal del servicio de transporte.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
F3 Califique la disponibilidad del transporte (la frecuencia y oportunidad).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
F4 Califique la disponibilidad de estacionamiento (libre o de cobro).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

27. Califique el precio que pagó por los servicios recibidos.

	Costo muy malo					Costo aceptable				
G1 Califique en general la relación calidad precio de este destino turístico.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G2 Califique qué tan adecuados le parecieron los costos de transportación por el servicio recibido (gasolina, taxi, autobús, eco vía, trole).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G3 Califique el precio que pagó por el servicio de hospedaje recibido.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G4 Califique el precio que pagó por el servicio de alimentos y bebidas recibido.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G5 Califique el precio que pagó en relación a los servicios de excursión/turísticos recibidos (incluya todos).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G6 Califique el precio que pagó por el servicio de transporte privado utilizado. (Solo aplica para quien contrató servicios de excursión/turísticos en el destino)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G7 Califique el precio del estacionamiento, en caso de haber pagado por este servicio.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

28. Califique su experiencia de visita en el Centro Histórico de Quito en relación a:

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
H1 La experiencia de visita fue:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H2 La hospitalidad de los residentes que no trabajan en la industria (si es que convivió con alguno)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H3 La experiencia de visitar los atractivos culturales fue:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H4 La variedad de actividades recreativas.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H5 Su emoción de visitar este sitio.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H6 Le ofrece una experiencia diferente.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
H7 Disponibilidad de información turística (hospedaje, restaurantes, recorridos, servicios, etc.) durante el viaje.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

29. Califique la imagen que tiene usted después de su visita al Centro Histórico de Quito.

	Muy baja /Muy mal					Muy alta/Muy Buena				
I1 La percepción de seguridad durante su visita.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I2 La imagen que se lleva de los atractivos culturales.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I3 Los vendedores ambulantes.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I4 El tránsito vehicular, autobuses en el lugar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I5 Limpieza de calles y áreas públicas.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

30. La satisfacción incluye muchas cosas, hablemos de su satisfacción y su recomendación en cuanto a este destino turístico

	No se cumplieron					Se cumplieron				
J1 ¿De acuerdo a sus expectativas que tan satisfecho quedó con su visita?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Muy lejano					Muy cercano				
J2 Olvídense de este destino turístico actual y piense en uno mejor que haya conocido ¿Qué tan lejos está este destino turístico del ideal?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Definitivamente no					Definitivamente sí				
J3 Califique usted su disposición a visitar de nuevo el Centro Histórico de Quito en el futuro.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Definitivamente no					Definitivamente sí				
J4 Califique si usted recomendaría a sus amigos o familiares, visitar este destino turístico.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

¡Su opinión es muy valiosa, gracias por responder esta encuesta!

8.2 Museo Van Gogh

El Museo Van Gogh es una pinacoteca ubicada en Ámsterdam, Países Bajos, alberga la colección de obras del pintor neerlandés Vincent van Gogh. La exhibición cuenta con más de 200 pinturas y 400 dibujos del artista, además el museo posee, tours guiados, biblioteca, actividades para niños, eventos entre otros (Van Gogh Museum, 2018).

El visitante puede disfrutar de la exhibición mediante una audio guía interactiva, que brinda una experiencia multimedia atractiva y real de las obras de Van Gogh. El recorrido de audio está disponible en once idiomas: inglés, holandés, francés, alemán, italiano, portugués, español, ruso, chino (mandarín), japonés y coreano (Van Gogh Museum, 2018).



El dispositivo de audio guía interactiva permite al visitante:

- Innovadora experiencia
- Uso muy intuitivo. Diseño y menús claros y fáciles de comprender.
- Todo tipo de contenidos multimedia (imágenes, comentarios de audio, mapas, textos, vídeos).
- Sencillo y rápido de rellenar con todo tipo de contenidos. Gracias a su gestor web desde cualquier sitio y momento.
- Ideal para actualizaciones constantes, incluso exposiciones temporales.
- Totalmente personalizable, logos, colores, apariencia etc.
- Posibilidad de aprovechar sus contenidos de su audio guías actuales, así como complementarlos en cualquier momento.
- Fácil de llevar en la mano y robusta.