

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



CARRERA ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

Plan de valoración y difusión turística del patrimonio intangible del cantón Latacunga

Estudiante

Diana Stefanía Revelo Viera.

Tutor

Ing. Carlos Guijarro.

Quito - Ecuador

Noviembre 2012

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

De: Ing. Carlos Guijarro

Para: Directores del Departamento de Conocimientos

Asunto: Autorización de empastado

Fecha: 29 de octubre del 2012

Por medio de la presente certifico que la srta. Diana Stefanía Revelo Viera con C.I 0503383986, ha realizado las modificaciones necesarias de acuerdo a las actas de pre – defensa el documento de tesis titulada **PLAN DE VALORACION Y DIFUSION TURISTICA DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DEL CANTON LATACUNGA**, de la carrera de Administración Turística y Hotelera, el documento está concluido y se autoriza su empastado.

Atentamente

Ing. Carlos Guijarro

Tutor

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO DE AUTORIA

El documento de tesis con título **“PLAN DE VALORACION Y DIFUSION TURISTICA DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DEL CANTON LATACUNGA”**, HA SIDO ELABORADO POR Diana Stefanía Revelo Viera con C.I 050338398-6, persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

Atentamente

Diana Stefanía Revelo Viera

Dedicatoria

*Dedico este trabajo de manera especial:
a Dios por haber guiado mi camino siempre,*

*A mi abuelita Mariana por haberme guiado aunque no esté conmigo
físicamente se que está orgullosa de mis logros.*

*A mis padres Elena y Vicente por tener mucha paciencia a pesar de que
piensen que soy una hija ingrata y que no los amo.*

*A mis hermanas Belén y Melany por estar a mi lado y por que han sido mi
inspiración para que me vean como un buen ejemplo y por ser parte importante
de mi vida.*

*A mi segunda mamá Martita Viera, que siempre ha estado a mi lado
incondicionalmente y que me ha apoyado en todo momento sin dejar de creer
en mí a pesar de mi errores*

*A C.E.V.A la persona que llego a mi vida sin pensarlo, me enseñó que el amor
es en las buenas y malas, supo llegar con sus consejos y apoyo, me dio la
fuerza para seguir adelante y a pesar de todo siempre estará en mi corazón.*

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitir alcanzar una meta más en mi vida,

A mis padres por su comprensión y apoyo incondicional

A mis hermanas, Belén que me apoyo día a día para alcanzar mis metas y Melany que es la personita que siempre ha estado conmigo en las buenas y malas.

A mis tíos Martha y Renán Lara que cuando más necesite ayuda estuvieron ahí sin reparo y me dieron fuerzas para seguir adelante.

A La Universidad Tecnológica Israel entregar profesionales de calidad.

A mi tutor el Ing. Carlos Guijarro quién con su paciencia supo guiarme para continuar con mi trabajo de titulación

A los profesores que con paciencia y dedicación me transmitieron sus conocimientos.

Al Gobierno Municipal de Latacunga por el apoyo que brinda a los estudiantes para elaborar proyectos que generen beneficio a la población.

A mis amigos y compañeros porque durante el tiempo que compartimos en el aula siempre estuvimos en las buenas y las malas

Resumen

La presente investigación propone: Un plan de valoración y difusión turística del Patrimonio Intangible del catón Latacunga; generando alternativas para el desarrollo de la actividad turística de manera participativa y difundiendo esta cultura; realizando el estudio de mercado, determinando la oferta turística constituida por los prestadores de servicios que constan en el catastro y los atractivos turísticos que se inventario con la metodología del MINTUR, en el caso de la demanda turística determinó el perfil de turistas nacionales y extranjeros, con el estudio técnico priorizaron 14 atractivos turísticos de los cuales se hizo una investigación más profunda sobre los mismos.

Se propone elaborar una guía turística donde se destaquen estos atractivos, además de establecer las estrategias y alianzas estratégicas para que se difunda todo este patrimonio como atractivos potenciales del cantón Latacunga.

Summary

This research proposes: An evaluation plan and dissemination of Intangible Heritage tourism Latacunga canton , generating alternatives for the development of tourism in a participatory manner and disseminating this culture, performing market research, determining tourism providers consisting services consisting in the land and attractions that inventory MINTUR methodology, in the case of tourism demand determined the profile domestic and foreign tourists, with the technical study prioritized 14 attractions which made a further research on them.

It intends to develop a guidebook which highlight these attractions, in addition to establishing strategies and strategic alliances to diffuse all this heritage as potential attractions Latacunga canton.

Índice

1. Introducción
 - 1.1 Antecedentes
 - 1.2 Formulación del Problema
 - 1.3 Sistematización
 - 1.3.1 Diagnostico
 - 1.3.2 Pronostico
 - 1.3.3 Control del pronóstico
 - 1.4 Objetivos
 - 1.4.1 objetivo general
 - 1.4.2 objetivos específicos
 - 1.5 Justificación
 - 1.5.1 Justificación Teórica
 - 1.5.2 Justificación Práctica
 - 1.5.3 Justificación Metodológica
 - 1.6 Alcance y Limitaciones
 - 1.6.1 Alcance
 - 1.6.2 Limitaciones
 - 1.7 Estudio de Factibilidad
 - 1.7.1 Técnica
 - 1.7.2 Operativa
 - 1.7.3 Económica
 - 1.7.3.1 Costo de Inversión
 - 1.7.3.2 Beneficio

Capítulo II

2. Marco de Referencia
 - 2.1 Marco Teórico
 - 2.1.1 Fundamentación turística
 - 2.1.2 ¿Qué es el turismo?
 - 2.1.3 El turismo en el Ecuador
 - 2.1.4 Turismo Cultural
 - 2.1.5 Patrimonio Cultural
 - 2.1.6 Patrimonio Cultural en el Ecuador
 - 2.1.7 Importancia de la conservación del Patrimonio Cultural
 - 2.1.8 ¿Quién debe cuidar el Patrimonio Cultural?
 - 2.2 Atractivos Turísticos
 - 2.2.1 Tipos de Atractivos
 - 2.2.2 Inventario turístico
 - 2.2.3 Etapas para elaborar el inventario de atractivos
 - 2.2.4 Clasificación de los atractivos

- 2.2.5 Recopilación de información
- 2.2.6 Trabajo de campo
- 2.2.7 Evaluación y Jerarquización
- 2.3 Promoción y Publicidad turística
 - 2.3.1 Promoción
 - 2.3.2 Publicidad
- 2.4 Marco Conceptual
- 2.5 Marco Legal
- 2.6 Marco Espacial

CAPITULO III

- 3. Proceso de Investigación
 - 3.1 Unidad de investigación
 - 3.2 Tipos de investigación
 - 3.3 Método de investigación
 - 3.4 Técnica
 - 3.5 Instrumento
 - 3.6 Metodología específica

CAPITULO IV

- 4. Valoración del patrimonio Intangible del Cantón Latacunga
 - 4.1 Análisis de la situación del turismo en el Ecuador
 - 4.2 Perfil del Visitante
 - 4.3 Inventario de atractivos culturales intangibles
 - 4.4 Cantón Latacunga
 - 4.4.1 Parroquias urbanas
 - 4.4.1.1 La matriz
 - 4.4.1.2 Eloy Alfaro (San Felipe)
 - 4.4.2 Parroquias Rurales
 - 4.4.2.1 11 de noviembre
 - 4.4.2.2 Poaló
 - 4.4.2.3 Belisario Quevedo
 - 4.4.2.4 Mulaló
 - 4.4.2.5 Guaytacama
 - 4.4.2.6 José Guango
 - 4.5 Evaluación y jerarquización del Patrimonio Inmaterial del cantón Latacunga
 - 4.5.1 Resumen de atractivos potenciales en Parroquias urbanas
 - 4.5.2 Resumen de atractivos potenciales en Parroquias rurales
 - 4.6 Análisis de los atractivos potencialmente turísticos
 - 4.6.1 Atractivos de jerarquía IV
 - 4.6.2 Atractivos de jerarquía III
 - 4.7 Impacto Socio- cultural del turismo en las fiestas populares.

CAPITULO V

- 5. Difusión turística
 - 5.1 Estudio de Mercado
 - 5.1.1 Introducción
 - 5.1.2 Objetivos
 - 5.1.3 Determinación de la Muestra
 - 5.1.3.1 Calculo de la muestra
 - 5.1.3.2 Encuesta
 - 5.1.3.3 Resultado de la Encuesta
 - 5.2 Demanda
 - 5.2.1 Perfil del futuro visitante
 - 5.2.2 Registro de Visitantes a la áreas naturales y de vida silvestre
 - 5.2.3 Matriz de involucrados
 - 5.3 Oferta
 - 5.3.1 Promoción y publicidad turística
 - 5.3.1.1 Promoción
 - 5.3.1.2 Publicidad
 - 5.3.2 Medios de comunicación
 - 5.3.3 Redes Informáticas
 - 5.3.4 Medios de difusión
 - 5.3.5 Oferta
 - 5.3.6 Catastro de los servicios turísticos del cantón Latacunga

CAPITULO VI

- 6. Propuesta de difusión
 - 6.1 Titulo de la Propuesta
 - 6.2 Justificación e Importancia
 - 6.3 Fundamentación
 - 6.3.1 Fundamentación educativa
 - 6.3.2 Fundamentación social
 - 6.3.3 Fundamentación Sicológica
 - 6.3.4 Fundamentación para la sustentabilidad
 - 6.3.5 Fundamentación turística
 - 6.4 Objetivos
 - 6.5 Ubicación sectorial y física
 - 6.6 Desarrollo de la propuesta
 - 6.7 Estrategias de Publicidad
 - 6.8 Estrategias de Mercado
 - 6.8.1 Matriz 4 P
 - 6.8.2 Producto
 - 6.8.3 Precio

- 6.8.4 Plaza
- 6.8.5 Promoción

6.9 Alianzas estratégicas

- 6.9.1 Presupuesto para el plan de difusión
- 6.9.2 Costo beneficio
- 6.9.3 Plan de Comunicación
 - 6.9.3.1 Merchandising
 - 6.9.3.2 Merchandising Visual
 - 6.9.3.3 Merchandising de seducción
 - 6.9.3.3.1 Estrategias

6.10 Novedades

- 6.11 Impactos
 - 6.11.1 Impacto Social
 - 6.11.2 Impacto Cultural
 - 6.11.3 Impacto Ambiental
 - 6.11.4 Impacto Turístico
- 6.12 Valor Agregado

- 7. Conclusiones
- 8. Recomendaciones
- 9. Anexos

Cuadros

Cuadro 1. Diagnóstico

Cuadro 2. Costos de inversión

Cuadro 3. Marco teórico

Cuadro 4. Marco Legal

Cuadro 5. Resumen de atractivos potenciales en parroquias urbanas

Cuadro 6. . Resumen de atractivos potenciales en parroquias rurales

Cuadro 7. Matriz de involucrados

Cuadro 8. Catastro de servicio turísticos en el cantón Latacunga

Cuadro 9. Matriz 4P

Cuadro 10. Alianzas estratégicas

Cuadro 11. Presupuesto para plan de difusión

Cuadro 12. Costo beneficio

Gráficos

Gráfico 1. Tabulación pregunta 1

Gráfico 2. Tabulación pregunta 2

Gráfico 3. Tabulación pregunta 3

Gráfico 4. Tabulación pregunta 4

Gráfico 5. Tabulación pregunta 5

Gráfico 6. Tabulación pregunta 6

Gráfico 7. Tabulación pregunta 7

Anexos

Anexo A. Ficha de la leyenda del Señor de la Maca

Anexo B. Ficha de la leyenda del chuzalongo

Anexo C. Ficha el Chirote en la Hoya del Cutuchi.

Anexo 1. Fichas de inventario de la parroquia La Matriz

Anexo 2. Fichas de inventario de la parroquia Eloy Alfaro

Anexo 3. Fichas de inventario de la parroquia 11 de Noviembre

Anexo 4. Fichas de inventario de la parroquia Poaló

Anexo 5. Fichas de inventario de la parroquia Belisario Quevedo

Anexo 6. Fichas de inventario de la parroquia Mulaló

Anexo 7. Fichas de inventario de la parroquia de Guaytacama

Anexo 8. Fichas de Jerarquización de atractivos de las parroquias urbanas

Anexo 9. Fichas de Jerarquización de atractivos de las parroquias rurales

Anexo 10. Entrevista al Sr. Byron Gómez

Anexo 11 Entrevista al Sr. Luis Alberto Alomoto

Anexo 12. Entrevista al Capitán Carlos Ayala

Anexo 13. Entrevista Sr. Javier Solano

Anexo 14. Entrevista Sr. Edward Jiménez

Anexo 15. Sr. Marina Toapanta.

1. Introducción

Latacunga hermosa ciudad, que desgraciadamente muchos viajeros pasan por la carretera Panamericana sin detenerse. En los últimos años los gobiernos seccionales se han empeñado en hacer conocer a este cantón por su con gran conocida fiesta “La Mamá Negra”, pero han dejado de lado otras representaciones culturales importantes como, tradiciones, costumbres, que son parte de Patrimonio Inmaterial de este cantón. Aún así es casi imposible acaparar un masivo turismo de estancia en este cantón, por lo que cada vez más esfuerzos se unen y compiten por hacer de Latacunga el rincón de la serranía conocido y difundido por el turismo nacional y extranjero, tomando a la experiencia como la mejor carta de presentación.

Junto con este esfuerzo se pretende valorar todo este Patrimonio inmaterial que posee este cantón, para que abastezca a la población de conocimiento de toda la cultura que este cantón posee. El Ilustre Municipio acoge ideas de cambio y progreso que beneficien la actividad turística dentro de Latacunga, y da pie a que se plantee la asignación de una marca turística, con la que no solo la cultura y el patrimonio intangible de la ciudad de Latacunga sea conocida, sino que promueve el patrimonio inmaterial del cantón entero y muy posible la mirada futura de extender el accionar hacia los cantones restantes de la provincia.

Este proyecto pretende masificar la verdadera importancia de convertirse en excelentes anfitriones, bien informados, y concienciar sobre la relevancia de la cultura dentro del turismo y ello se complementa al facilitar el material necesario para este propósito, que en el caso primordial de este trabajo es el de conocer los atractivos culturales inmateriales más importantes que ayude tanto a los pobladores como a los visitantes. No solo se pretende con ello la mejora de la calidad de vida de los pobladores, con el auge de la actividad turística son además el entregarle al país una zona diversa culturalmente.

1.1. Antecedentes

En los últimos años han sido pocos los esfuerzos que se han realizado por recuperar el patrimonio intangible de Cotopaxi, el último trabajo que se hizo fue el del “Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural”, en donde tres fueron sus principales ejes de acción:

- 1) Dotación de seguridades a los bienes en riesgo: se colocaron sistemas de seguridad en 300 contenedores (bibliotecas, museos, iglesias). Más de 100 bienes inmuebles, arqueológicos, muebles, documentales e inmateriales fueron intervenidos para evitar su desaparición. Adicionalmente, se implementó la campaña nacional de fumigación que permitió trabajos en alrededor de 370 contenedores de bienes documentales y museos, así como en inmuebles construidos básicamente en madera.¹

Estas medidas solo ayudaron para conservar el patrimonio tangible, bienes inmuebles, que ya son parte del inventario del INPC, pero no se tomó en cuenta para ser considerados como atractivos turísticos culturales

- 2) Creación del Sistema Nacional de Gestión de los Bienes Culturales: por primera vez en la historia, con el apoyo de profesionales especializados, cuatro universidades y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, se realizó un inventario patrimonial en temas de arqueología, bienes inmuebles, bienes muebles, patrimonio documental y patrimonio inmaterial.²

La creación de este Sistema Nacional de Gestión de Bienes Culturales ayudó a conocer cual es el Patrimonio Material e Inmaterial que tiene el país sin embargo todavía falta por conocer mucho más y además de valorarlo turísticamente.

¹ Ministerio Coordinador del Patrimonio, “Recupera el Patrimonio de la Provincia de Cotopaxi”, pag-2

² Ministerio Coordinador del Patrimonio, “Recupera el Patrimonio de la Provincia de Cotopaxi”, pag-3

- 3) Difusión y sensibilización ciudadana para valorar el patrimonio: el trabajo de rescate y recuperación de nuestro patrimonio no tiene sentido si los ecuatorianos no nos apropiamos de estos elementos y los incorporamos a nuestra vida. Por ello, la Unidad de Gestión de Emergencia de Patrimonio Cultural, acompañó su trabajo con la difusión en todo el país de spots de televisión, cuñas de radio y anuncios de prensa, con el mensaje de valorar y proteger el rico legado cultural que poseemos³.

Es poca por no decir casi nula la difusión, que se ha dado del Patrimonio, solo se ha tomado en cuenta las tradiciones, fiesta y costumbres más importantes dejando de lado las demás.

Aparte de este último estudio no hay otro que se haya hecho de la declaratoria por el Ministerio de Coordinación del patrimonio. Mediante Decreto 871 de enero de 2008, el Gobierno del Ecuador se adhirió a la Convención de la UNESCO, considerando el punto de vista técnico del INPC, según el cual el texto de la Convención es coherente con la realidad de país pluricultural y multiétnico.

Desde el año 2001 hasta el 2007 se declaró Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado a doce manifestaciones. En los últimos dos años se emitieron seis de las doce declaratorias, entre estas las octavas del Corpus Christi en el 2001 y la de la Mama Negra.

Es importante que se haga un diagnóstico del conocimiento sobre todo el patrimonio intangible que tiene el cantón Latacunga, porque así se podrá conservar todo los bienes inmateriales que tiene este cantón, que son parte de la cultura ecuatoriana, de esta manera quienes antes solo conocían de toda la riqueza cultural que tiene este cantón podrán conocer la gran variedad de bienes intangibles que tiene no solo la Mama Negra, sino también otras fiestas, cuentos, leyendas, costumbres, tradiciones, que sin esta investigación se pueden ir perdiendo con el tiempo a pesar de ya estar inventariadas en el

INPC. Con una correcta valoración turística de estos bienes se podrán dar a conocer a turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes podrán disfrutar de toda esta variedad cultural, y compartirla con otras personas, Además que el gobierno seccional de este cantón podrá contar con otra fuente de ingreso económico al promocionar este tipo de atractivos turísticos, así también la comunidad será la beneficiaria directa si se realiza la valoración turística, porque así se darán a conocer sus costumbres y tradiciones que se están perdiendo poco a poco, con esta investigación se dejará un gran avance en la valoración de patrimonio intangible no solo de este cantón y de esta provincia sino que así se podrá seguir investigando de otros lugares del país y así conocer de costumbres que se están perdiendo

1.2. Formulación del problema

En el Ecuador nos encontramos frente a una particular diversidad étnica: tsáchilas, chachis, awás, épera, los recientemente “redescubiertos” huancavilcas y manteños, quichuas, sionas, secoyas, cofanes, shuar, achuar, huao y todos conservan, además, su propio idioma hasta la actualidad, 500 años después del inicio de la Conquista europea y en plena época de globalización. Hay que sumar a éstos los grupos afro, ubicados principalmente en las provincias de Esmeraldas e Imbabura, que, si bien llegaron accidentalmente.

La cultura cambia inexorablemente en el tiempo y el espacio. Si se pretende conservar la cultura. En torno a todo lo que se refiere con el patrimonio intangible que tiene la provincia de Cotopaxi se han realizado pocos estudios, y se han tomado en cuenta tan solo las fiestas principales de la provincia como: La Mama Negra en Latacunga y El Corpus Cristi en Pujilí. Dejando de lado todo lo que es el patrimonio intangible, tradiciones orales, juegos tradicionales, leyendas, costumbres, etc. Comunidades que todavía conservan todas sus costumbres, también forman parte de todo este patrimonio intangible.

Por ello se presenta la necesidad de promover un plan acción sobre el diagnóstico para valorar todo el patrimonio intangible del cantón Latacunga

esto llevará a la conclusión de presentar y difundir todo este patrimonio cultural intangible que tiene este cantón

Básicamente el problema se presenta por la falta de difusión turística del patrimonio intangible, y el poco o casi nulo soporte que brindan las institucionalidades del cantón, de la provincia, no por el descuido sino más bien por la imposibilidad de medios y recursos, humanos y técnicos

1.3. Sistematización

1.3.1. Diagnóstico.

Cuadro 1.

Latacunga al ser el principal cantón de la provincia de Cotopaxi, tiene una variedad de riquezas ya sean estas naturales o culturales, sin embargo muchos no todas son valoradas correctamente, sobre todo lo que son bienes culturales inmateriales, como costumbres, tradiciones, fiestas populares, leyendas, cuentos, etc. Es por eso que el principal problema que enfrenta este tipo de bienes es la **Pérdida del Patrimonio Intangible del cantón Latacunga**, el origen de este problema tiene muchas causas como: los irrisorios de medios

para la difusión de estos bienes culturales, pocos planes publicitarios, los cuales como efecto traen la mínima difusión del patrimonio del cantón. Otra de las causas que origina este problema es que existen pocos estudios turísticos específicos de estos bienes culturales al igual que han sido las manifestaciones culturales inventariadas turísticamente por el MINTUR⁴ lo que ocasiona imperceptible valoración turística del Patrimonio intangible de este cantón.

Así también la escasa información no solamente del estado en que se encuentra el patrimonio sino también de la importancia como atractivo turístico, y la inexistencia de planes de conservación, han hecho que tanto los gobiernos seccionales como los centrales se despreocupen por velar por la protección y preservación de este patrimonio. Finalmente otras de las causas para que se de este problema son los pocos planes de rescate del legado cultural de este cantón de la misma manera el desconocimiento por parte de la población provoca la pérdida de las costumbres y tradiciones.

1.3.2. Pronóstico.

Si no se conoce el valor turístico del patrimonio intangible del cantón Latacunga, su legado cultural y una difusión turística, se perderán todas estas costumbres que son parte de la cultura de la provincia y consecuentemente del Ecuador, además que sin este plan tampoco se podrán desarrollar futuros proyectos turísticos que podrían beneficiar a toda la comunidad, ya sea económica, social o culturalmente.

- Muchas de las costumbres y tradiciones que tiene el cantón ya no son tomadas en cuenta por los propios habitantes lo que podría terminar en que todas estas se pierdan por completo.
- Los pocos estudios que se han realizado sobre el patrimonio ha hecho que el Ecuador conozca Latacunga solo por la famosa fiesta de popular, que en muchos casos también es mal vista por la “cultura alcohólica” que hay en estas festividades. Son varias las guías turísticas, escritas,

⁴ Ministerio de Turismo del Ecuador

on –line, revistas de turismo, etc, donde se menciona sobre todos los atractivos turísticos naturales y culturales que tiene la provincia de Cotopaxi, sin embargo no se ha tomado en cuenta el legado cultural inmaterial de la provincia y menos del cantón Latacunga, lo que ha hecho que se vaya perdiendo el valor por la cultura.

- Son pocos los esfuerzos hechos tanto los gobiernos seccionales, como el gobierno central para poder rescatar el valor turístico que tiene el patrimonio inmaterial del cantón Latacunga, originando que mucha de esta cultura se vaya perdiendo con el tiempo.
- Los planes desarrollados para el rescate del patrimonio inmaterial son muy pocos por no decir escasos, el último que se hizo fue el de inventariar este patrimonio por parte del INPC, en el cual solo se ponen características generales, pero en este no se da el valor turístico que se necesita para que sea difundido.

1.3.3. Control del Pronóstico.

Es importante que se haga un diagnóstico del conocimiento sobre todo el legado cultural intangible que tiene el cantón Latacunga, porque así se podrá conservar todo el patrimonio intangible⁵ que tiene este cantón, que son parte de la cultura ecuatoriana, de esta manera quienes antes solo conocían de toda la riqueza cultural que tiene este cantón podrán conocer la gran variedad de bienes intangibles que tiene no solo la Mama Negra, sino también otras fiestas, cuentos, leyendas, costumbres, tradiciones, que sin esta investigación se pueden ir perdiendo con el tiempo, con una correcta valoración turística de estos bienes se dará turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes disfrutarán de toda esta variedad cultural, y compartirla con otras personas, Además que el gobierno seccional de este cantón contará con otra fuente de ingreso económico al promocionar este tipo de atractivos turísticos, así también la comunidad será la beneficiaria directa, porque así no se perderán sus costumbres y tradiciones, con esta investigación se dejará un gran avance en

⁵ El patrimonio intangible quiere significar los valores, conocimientos, sabidurías, tradiciones, formas de hacer, de pensar, de percibir y ver el mundo; de vivir, de convivir y hasta de morir que tiene un territorio y su pueblo.

la valoración de patrimonio intangible no solo de este cantón y de esta provincia y se podrá seguir investigando de otros lugares del país.

Para Difundir los atractivos turísticos culturales potenciales se recurrirá a la difusión de los mismos con un plan publicitario, siguiendo las normas del MINTUR, para planes publicitarios turísticos.

Según el plan Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Crear un plan de análisis del estado del Patrimonio Intangible en el cantón Latacunga y hacer una valoración turística para proponer un plan de difusión turística de este legado cultural inmaterial

1.4.2. Objetivos específicos

- ✓ Analizar el inventario del patrimonio intangible del cantón Latacunga.
- ✓ Mejorar el sistema de valoración del patrimonio intangible del cantón Latacunga para así favorecer la competitividad de los atractivos turísticos
- ✓ Diseñar un plan de promoción configurando a estas manifestaciones culturales como atractivos turístico

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Teórica

Para poder realizar el análisis del estado en que se encuentra el patrimonio intangible del cantón Latacunga se va utilizar la *investigación descriptiva*, "El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a

la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento”.⁶

Es por eso que se ha escogido la investigación descriptiva, porque ya se han hecho estudios previos, donde se han recolectados datos, los cuales mediante este tipo de investigación van hacer analizados y en las fichas del MINTUR, se describirán todas las características que tiene cada uno de estos bienes inmateriales. Otro autor menciona, “La investigación descriptiva es de tipo concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del problema en cuestión”⁷ Por eso se realizaran los respectivos análisis, para poder así hacer la valoración correspondiente de cada uno de los bienes culturales inmateriales del cantón y se establecerá un plan para la difusión de estos atractivos culturales potenciales

1.5.2. Justificación Práctica

Este proyecto se realizará con la finalidad de valorar el patrimonio intangible que posee el cantón Latacunga, así también de conocerlo. Ayudará mucho para que todas las personas conozcan sobre el legado cultural inmaterial que posee esta provincia. En lo que se refiere al plan de difusión turística de los atractivos turísticos potenciales del cantón, va a hacer un aporte muy grande tanto para la comunidad, beneficiándola no solo culturalmente porque se van a rescatar sus fiestas populares y juegos tradicionales, sino también económicamente porque todo este patrimonio al ser reconocido turísticamente la comunidad va a poder explotar de manera correcta lo que generará ingresos económicos que ayudaran a mejorar la infraestructura y superestructura turística

⁶ William J. Meyer, “Estrategia de la Investigación descriptiva”. Pg 67

⁷ Malhotra.G, edición 1997, p.90

1.5.3. Justificación Metodológica

El presente diagnóstico y valoración del patrimonio intangible del cantón Latacunga se inicia con la metodología de investigación adecuada en este caso la de Méndez, en donde menciona el seguir algunas fases para un diseño de investigación “1. Selección y definición del sistema de investigación, 2. Planteamiento, formulación y sistematización del problema de investigación, 3. Establecimiento de los objetivos, 4. Marco de referencia, 5. Hipótesis del trabajo, 6. Justificación, 7. Aspectos metodológicos, 8. Tabla de contenido, 9. Bibliografía, 10. Cronograma, 11. Presupuesto.”⁸ Así también se analizará toda la información con respecto a los bienes inmateriales de Latacunga. Para realizar el respectivo análisis de toda esta información, se recurrirá a la “FICHA GENERAL DE REGISTRO”, del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, y para poder hacer la valoración turística se recurrirá a las fichas del MINTUR, después se hará su respectiva ponderación y de esta forma dar la valoración del patrimonio intangible de este cantón.

Para el estudio de mercado, del plan se realizará con el apoyo del libro "Proceso de Investigación de Mercado" de Ivan Thompson,. Finalmente para realizar el plan estratégico de publicidad, para tener una base se guiará en el Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador PIMTE 2014. Para lograr el cumplimiento de los objetivos se acudirá al empleo de técnicas de investigación como entrevistas que servirán para investigar sobre las costumbres, leyendas etc, de las personas de este cantón. El realizar la valoración de todos estos bienes inmateriales, ayudara a establecer los que serán atractivos potenciales para este cantón, darlos a conocer y que sean una fuente de ingresos económicos para la comunidad.

1.6. Alcance y Limitaciones

1.6.1. Alcance

La realización de este proyecto, contempla el análisis del registro del INPC, hecho esto se realizará las fichas turísticas de valoración, y como resultado de

⁸ Méndez. C “Metodología de Investigación”, edición 1995 p. 85

esta se tomen los atractivos turísticos con más alto porcentaje. Realizada toda la investigación sobre los bienes culturales inmateriales del cantón los cuales contemplaran, fiestas populares, juegos tradicionales, costumbres, tradiciones y gastronomía. Se hará el plan publicitario de acuerdo al PIMTE 2014, donde se resaltarán los atractivos más sobresalientes que son parte del patrimonio inmaterial del cantón. En este plan se analizará la demanda de estos atractivos tanto del turismo nacional como del internacional, el gasto turístico, las estrategias de mercadeo, las estrategias del producto, la estrategia comercial. El impacto social con el desarrollo de este proyecto será muy grande porque las personas que viven en este cantón, van a darse cuenta que toda la cultura que ellos tienen es muy importante para el país, además que económicamente el que hayan más atractivos turísticos van a generar ingresos que ayudarán para el desarrollo del cantón.

1.6.2. Limitaciones

El Plan de análisis de valoración turística no contemplará, inventariar otros bienes culturales inmateriales en el registro del INPC. De igual forma no se documentaran ni de manera escrita, fotográfica o en video, para conocer cual es todo este patrimonio por cuanto todas estas manifestaciones culturales se dan en diferentes épocas del año. Para realizar la valoración turística se tomaran en referencia el registro ya hecho por el INPC, así se podrá ponderar cada uno de los bienes patrimoniales del cantón. Finalmente la propuesta del plan de difusión turística no contempla una propuesta de diseño publicitario ni el entregar medios publicitarios, como propaganda en televisión, en periódicos, revistas, páginas web, flayers, cuñas radiales etc. De igual forma no se evaluara cual serían los medios para difundir estos atractivos turísticos, tampoco un estudio de cual sería un presupuesto de inversión para la difusión del patrimonio intangible del cantón.

1.7 Estudios de factibilidad

1.7.1 Técnica

Recursos Tecnológicos: “Un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual). En la actualidad, los recursos tecnológicos son una parte imprescindible de las empresas o de los hogares. Es que la tecnología se ha convertido en un aliado clave para la realización de todo tipo de tareas. Una empresa que cuenta con computadoras modernas, acceso a Internet de alta velocidad, redes informáticas internas, teléfonos inteligentes y equipos multifunción estará en condiciones de competir con éxito en el mercado, más allá de las características propias de sus productos o servicios.”⁹

El plan de análisis del estado del Patrimonio Intangible del cantón Latacunga, necesita de recursos tecnológicos como:

- Computadora portátil y de escritorio

Se utilizará cuando se realicen las investigaciones de campo esto quiere decir cuando se tenga que hacer los levantamientos de las fichas de valoración turística según el MINTUR y se tenga que ir a lugares específicos dentro del cantón Latacunga.

- Grabadora

Este recurso se utilizará para las entrevistas que se tengan que hacer tanto a las personas de la comunidad como a las autoridades del cantón, quienes darán la información necesaria sobre algunas de las inquietudes o datos que se necesiten en la investigación.

⁹ <http://definicion.de/recursos-tecnologicos/>

- Internet de alta velocidad

Se necesitara de este recurso, para poder obtener las fichas del inventario que se encuentran en el INPC, las cuales están publicadas en su página web, y de esta manera ya poder realizar la investigación de lo que concierne a la valoración turística.

Para el plan de difusión turística se necesitaran los mismos recursos, porque como ya se menciona en el alcance del proyecto no es un plan publicitario para que se necesite de otras herramientas.

El único recurso tecnológico existente para realizar esta investigación es la pagina web del INPC, donde se encuentra el inventario, de igual manera la del MINTUR, donde están los lineamientos para realizar el plan de difusión turística.

1.7.2. Operativa

Es importante que se haga el inventario sobre todo el patrimonio intangible que tiene el cantón Latacunga, porque con esta información se podrá conocer sobre los bienes inmateriales que tiene este cantón, que son parte de la cultura ecuatoriana, de esta manera quienes antes solo conocían poco de la riqueza cultural que tiene este cantón podrán saber la gran variedad de bienes intangibles que tiene fiestas, cuentos, leyendas, costumbres, tradiciones, que sin esta investigación se pueden ir perdiendo con el tiempo a pesar de ya estar inventariadas en el INPC. Con un correcto plan de difusión de estos bienes se podrán dar a conocer a turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes podrán disfrutar de toda esta variedad cultural, y compartirla con otras personas, Además que el gobierno seccional de este cantón podrá contar con otra fuente de ingreso económico al promocionar este tipo de atractivos turísticos, así también la comunidad será la beneficiaria directa si se ejecuta este plan, porque así sus costumbres y tradiciones no se perderán.

El impacto de esta investigación es en todas las personas que viven en este cantón porque así tendrán una conciencia cultural sobre todo el patrimonio intangible que poseen a su alrededor, para así recuperar todas sus

costumbres, leyendas, tradiciones orales, gastronomía, etc, que con el tiempo se están o se han perdido ya completamente. De esta manera puede explotar a estos atractivos culturales con los que cuenta, siendo así una fuente de ingresos económicos. Así también se quiere fortalecer la identidad cultural, no solo por parte de quienes están involucrados directamente con estos sino también los turistas nacionales y extranjeros, para que sepan, que cada rincón del Ecuador el cual no solo cuenta con atractivo naturales y culturales sino también con atractivos turísticos inmateriales que son parte de la cultura del país. Además de mejorar la calidad de la infraestructura turística para que los visitantes puedan conocer todos estos atractivos

1.7.3. Económica.

Evaluación Socioeconómica

Durante la fase de factibilidad del proyecto, se ha elaborado una evaluación socioeconómica que ha considerado los costos socioambientales del proyecto, aplicadas a la difusión turística de los atractivos. El propósito de la evaluación socioeconómica es identificar, cuantificar y valorar los costos y beneficios sociales del, para posteriormente obtener la Tasa Interna de Retorno (TIR) y los Valores Actuales Netos (VAN). Se aplica el criterio de comparar las TIRs de cada alternativa debido a que los beneficios sociales son crecientes en el tiempo, mientras que los montos de la inversión se mantienen más o menos constantes a lo largo de los años en términos reales. Es decir que en este tipo de proyectos el criterio de aceptación es el valor de la Tasa Interna de Retorno, que es superior a la Tasa Social de Descuento.

1.7.3.1 Costos de Inversión

Los costos de inversión representan los costos de la investigación de los atractivos turísticos potenciales del cantón, tales como, movilización a los diferentes lugares dentro del cantón, el uso del internet para la consulta de algunos datos, mano de obra, etc. Entonces se tiene para las alternativas planteadas sus costos financieros y económicos correspondientes

Cuadro 2.

Descripción	Costo estimado por mes	Costo final proyectado para 5 meses
Movilización	30,00	150,00
Internet	20,00	100,00
Mano de obra	50,00	250,00
	Total de Costos	500,00

Elaborado por: Diana Stefanía Revelo

1.7.3.2 Beneficios

Beneficio social directo de un proyecto turístico es que al mejorar la infraestructura turística, se mejorara la calidad de vida, porque tanto los gobiernos seccionales como el gobierno central, ya que invertirán, en mejorar las carreteras, construir nuevas donde hagan falta, optimizar los servicios básicos para que estos lleguen a todo el cantón.

c) Ingreso de divisas por turismo

Este beneficio no solo sería a nivel cantonal sino a nivel nacional porque, ya no serán ofertados los mismos atractivos turísticos sino con este tipo de investigaciones se puede promocionar el turismo, cultural, el comunitario, etc, que en el Ecuador cada día va creciendo. “Según información estadística elaborada al 31 de julio de 2008 por la Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa del Ministerio de Turismo con la colaboración de la Dirección Nacional de Migración, durante el primer semestre del 2007 llegaron 551.761 visitantes, mientras que en el segundo semestre del mismo año se registraron 385.726 visitas. Cifras que sin embargo fueron superadas durante el primer semestre del 2008, lo que ratifica el crecimiento exponencial de la actividad turística, a pesar de las influencias producidas por la fuerte estación invernal que azotó al litoral ecuatoriano a inicios de año así como la ruptura de relaciones diplomáticas con Colombia, segundo mercado emisor de turistas.

Es preciso apuntar que durante el 2006 arribaron 840.555 turistas, el 2007 ingresaron 937.438 y al 31 de diciembre de 2008, se espera sobrepasar el millón de visitantes de continuar la tendencia, informó la Ministra Sión.

El incremento de turistas va de la mano con el incremento de divisas, por lo tanto según Verónica Sión únicamente en el primer trimestre del 2008 se registraron 166,2 millones de dólares lo que constituye un incremento del 22,02 por ciento con respecto a similar período en el 2007, cuando la actividad generó 136,2 millones de dólares.

En cuanto a la procedencia de turistas extranjeros el informe señala que el mayor mercado proviene de Estados Unidos con 155.991 visitantes, Colombia 116.623; Perú 80.352; España 28.503; Gran Bretaña 16.759; Chile 14.753; Canadá 14.535; Argentina 13.124; Alemania 12.999, entre otros.”¹⁰

Todas estas estadísticas son de los últimos años, pero el Plandetour 2020, esta cifra se quiere mejorar, junto al plan del buen vivir.

b) Aumento del turismo nacional

“En la actualidad no se cuenta con información estadística oficial actualizada sobre el comportamiento vacacional de los ecuatorianos en calidad de turista o excursionista. La última investigación oficial sobre el turismo interno la hizo el MINTUR a raíz de la implementación del Proyecto Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador (CSTE) conjuntamente con el SETE – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, que se realizó durante el periodo junio 2002- julio 2003 en cooperación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR).”¹¹

¹⁰ http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=722

¹¹ http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf

Es por eso que con el plan de difusión turística de este tipo de atractivos culturales, los turistas nacionales, ya sea en feriados, días festivos o fines de semana tengan una nueva opción para visitar y conocer más sobre la cultura del Ecuador.

c) Crecimiento de gasto turístico

“A nivel de crecimiento en gasto turístico (Tasa de Crecimiento Anual Medio), Ecuador ha crecido a una tasa de 7,3% de 2002 a 2007 muy por debajo de la media de crecimiento que es del 18,8%. Argentina es el país que más ha crecido proporcionalmente en gasto turístico (23,8%), seguido por Perú (21,6%), Panamá (20,4%) y Brasil (19,8%). Estos cuatro países han sido los únicos que han crecido por encima de la media. Ecuador y México son los países que se sitúan a más distancia por debajo de la media”¹²

En los últimos años ha sido poco el crecimiento del Ecuador en cuanto al gasto turístico, es por eso que con planes para el desarrollo de los diferentes tipos de turismo, sobre todo el de la tendencia actual que es el ecoturismo, el agroturismo, turismo natural, aviturismo, etc, para aumentar este gasto turístico.

¹² http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf

CAPITULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 Marco teórico:

Cuadro 3



2.1.1 Fundamentación turística

El turismo es una alternativa de desarrollo socio económico para el Ecuador, puesto que este país cuenta con una diversidad de lugares turísticos naturales, y a su vez también manifestaciones culturales, los cuales hacen que llame la atención de turistas nacionales como extranjeros, los mismos que visitan estos sitios por diversión, esparcimiento e investigación entre otros.

2.1.2 ¿Qué es el turismo?

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo conforman.

Según la Organización Mundial de Turismo Define que *“El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”*.¹³

En 1942, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, definían al turismo como: *“La Suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto, en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”*.¹⁴

Según Oscar de la Torre Padilla, en su libro Turismo Fenómeno Social: *Turismo “es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario, no motivado por razones de negocios o profesionales.”*

Aunque es una definición sencilla y breve, sirve como idea previa de lo que constituye la materia de estudio. Si bien esta y otras definiciones no se han modificado, el concepto si se amplió recientemente para adaptarlo a la actualidad de este mundo.

El turismo es una de las actividades más dinámicas, el mismo que moviliza a casi 800 millones de personas en el mundo, inyectando a la economía alrededor de 600 millones de dólares, y creando un número de empleos directos como ninguna otra actividad.

El turismo en el Ecuador está cambiando; el desafío es que el turismo cambie al Ecuador. No es una transformación simple, sino un proceso minucioso y complejo.

Según datos estadísticos, en el país la actividad turística es un segmento fundamental y que representa el 53 por ciento de la demanda total. Es importante destacar que más de dos millones de personas, se movilizan por los

¹³ (OMT 2004)

¹⁴ Hunziker y K. Krapf 19

diferentes atractivos del país en los grandes feriados como: carnaval, semana santa, difuntos, fin de año y otros feriados; adicionalmente, esta actividad, es una gran generadora de empleo, según datos estadísticos del Ministerio de Turismo, se calcula que más de 56 mil personas están directamente empleadas en la actividad turística, lo que representa el 3.1% de la población económica activa del Ecuador.

El turismo, desde el punto de vista conceptual, es sino un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio motivado, en su gran mayoría, por una actividad no lucrativa.

En los últimos años se han producido una gama de elecciones de viajes, turismo alternativo, dichas opciones de desplazamientos incluyen entre otras, el turismo cultural, de aventura, el rural, el ecológico o ecoturismo. Todos ellos, lógicamente, son una serie de variantes que dependen de las características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas.

Actualmente la tendencia a nivel mundial es el turismo alternativo, la gente desea conocer, tener un contacto más estrecho con los pueblos y sus manifestaciones culturales; experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común; conocer, disfrutar las prácticas de las labores cotidianas; o, simplemente, aprovechar de los beneficios de la naturaleza de la historia y el patrimonio de nuestros antepasados. En este caso, Ibarra es una ciudad que cuenta con un sin número de manifestaciones culturales.

2.1.3 El turismo en el Ecuador

El Ecuador es considerado como uno de los países con mayor diversidad biológica por unidad de área, riqueza que se sustenta en una gran variedad de condiciones ambientales, que generan una impresionante diversidad de hábitat y tipos de vegetación, que se convierten en óptimos escenarios para el desarrollo de actividades como el Turismo, que permite a los visitantes nacionales y extranjeros recorrer sus escenarios y deslumbrarse con cada una de las expresiones socio culturales que poseen los grupos humanos que residen en cada una de sus provincias.

Desde Quito, la capital del País, los turistas nacionales y extranjeros, por vía terrestre, inician su viaje hacia la zona centro del país y en menos de dos horas visualizan la Provincia de Cotopaxi.

2.1.4 Turismo Cultural

El turismo cultural pone en contacto la historia, el patrimonio, las identidades y la cultura de los pueblos, pero para que este proceso sea efectivo se debe concebir como una experiencia respetuosa de diálogo, contacto y aprendizaje intercultural, que implique valorar nuestras culturas en su diversidad, conocerlas, reconocerlas y saber que el turismo cultural y todo lo relacionado al mismo incumbe a toda la sociedad.

El turismo cultural es aquel que se desplaza por razones de ocio pero con el objetivo preciso de conocer determinados lugares, o asistir a determinados acontecimientos relacionados con la cultura. En este sentido el turismo cultural es un sector del turismo especializado que se desarrolla en los últimos años y que son divididos, en otros como el de aventura, el ecológico, el rural y el de salud.

2.1.5 Patrimonio Cultural

Patrimonio cultural es el conjunto de todos los bienes, materiales (tangibles) o inmateriales (intangibles), que, por su valor propio, deben ser considerados de interés relevante para la permanencia de la identidad y la cultura de un pueblo. Es la herencia cultural propia del pasado, con la que un pueblo vive hoy, y transmitimos a las generaciones futuras.

Se entiende por "**Patrimonio cultural inmaterial**" los usos representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a las comunidades, los grupos y, en algunos casos, para que los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia,

infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural con creatividad humana.

Las entidades que identifican y clasifican determinados bienes como relevantes para la cultura de un pueblo, de una región o de toda la humanidad, velan también por la protección de esos bienes, de forma que sean preservados debidamente para las generaciones futuras y que puedan ser objeto de estudio como también una fuente de experiencias emocionales para todos aquellos que los usen, disfruten o visiten.

El pueblo ecuatoriano posee un riquísimo patrimonio cultural que se remonta a las épocas prehispánicas, pasa por el legado de los 300 años de Colonia y continúa con los logros del período independiente hasta nuestros días. El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural fue creado el 9 de Junio de 1978, según Decreto Supremo 2600 y publicación en el Registro Oficial No. 618. La Ley de Patrimonio Cultural fue expedida el 19 de junio de 1979, según Decreto Supremo 3501 y publicada en el Registro Oficial No. 865.

2.1.6 Patrimonio Cultural en el Ecuador

Entre los bienes materiales cabe mencionar los objetos de las culturas prehispánicas **(la multiplicación de hallazgos arqueológicos nos está permitiendo conocer un poco mejor aquella tan prolongada y rica fase de nuestra historia)**. Igualmente deben contarse entre ellos las innumerables obras de arte arquitectónico, escultórico y pictórico de los siglos coloniales: los libros, documentos y demás objetos que reflejan el estilo de vida que, impuesto por España, llegó a mestizarse con el indígena para darle al Ecuador sus actuales características culturales.

Los documentos y objetos que traen a la memoria las luchas de la Independencia; o, la creación de la República también son parte de los bienes culturales materiales.

De este modo, no sólo las obras de arte constituyen el patrimonio cultural. Forman parte también los objetos de uso diario, que caracteriza el estilo de vida de nuestro pueblo o de una parte de él, durante una determinada época: su indumentaria, los adornos personales, los implementos domésticos y de

trabajo, los objetos que emplea en sus fiestas, los instrumentos musicales, etc. Forman parte de todo este patrimonio.

Además de los edificios individuales que en cada ciudad o pueblo destacan por sus méritos de construcción, ornamentación, o por ser representativos de un estilo de arquitectura religiosa, civil o popular, también debemos incluir en el concepto de "**patrimonio cultural material**" los conjuntos pueblerinos y urbanos completos que le dan su carácter específico a una aldea o una ciudad. En sí misma es un bien cultural la unidad de la pequeña ciudad andina con su plaza, su iglesia, sus casas de muros encalados y techos de teja; pertenece al patrimonio cultural la armoniosa unidad de una gran ciudad señorial con sus calles adoquinadas, las casonas de patios con traspatios y balcones; o viviendas montubias con corredores adornados de flores, tan ligadas a los ríos de nuestra vertiente occidental; es, asimismo, la unidad de un pueblo o ciudad costeña con sus típicas casas de madera.

Esto nos lleva a mencionar la estrecha relación que hay entre el patrimonio cultural (el creado por el hombre) y el patrimonio natural, no sólo en lo que se refiere al valor económico de éste, sino principalmente en lo que toca a su belleza e interés científico.

En efecto, desde las casas montubias diseminadas en los parajes fluviales hasta los grandes centros urbanos, la vivienda humana siempre forma parte de un paisaje natural con el cual interactúa. Bosques praderas, ríos, cascadas, cuevas, riscos, junto con su flora y su fauna, deben guardarse de contaminaciones y destrucciones tanto como las mismas creaciones humanas.

2.1.7 Importancia de la Conservación del Patrimonio Cultural

En el patrimonio cultural se fundamentan las características de la nación; gracias a él nos identificamos como ecuatorianos. Al propio tiempo, con los logros culturales, alcanzados a lo largo de su milenaria historia, ofrecemos una valiosa contribución al patrimonio cultural del continente y del mundo.

De aquí que dos de las numerosas riquezas del país la ciudad de Quito y el Archipiélago de las Galápagos hayan sido declarados recientemente por la UNESCO "**Patrimonio Universal de la Humanidad**". (1978).

Existen muchas razones por las cuales es relevante el saber en qué consiste el Patrimonio pues no se podrá cuidar y proteger cualquier objeto, si antes no se sabe distinguir qué valor tiene para los demás y para uno mismo, cuando no se tiene el conocimiento de que es un patrimonio es fácil desacerere de cosas que estando consciente de su valor.

“Cualquier tipo de objeto mueble o inmueble, físico o moral, natural, puede ser o convertirse en Patrimonio de nación, o mundial, pues estos, nos revelaran nuestro pasado, el origen de nuestra identidad como sociedad única y con características especiales, el patrimonio documental nos revelara hechos históricos, acontecimientos que forjaron nuestra identidad, el patrimonio cultural, nos dejar ver el por qué de nuestra forma de pensar de actuar, dejando en claro cuál es nuestra identidad”¹⁵

2.1.8 ¿Quien debe cuidar el Patrimonio Cultural?

Para que el Ecuador siga siendo Ecuador, es imprescindible preservar el patrimonio cultural. La responsabilidad en esta labor recae sobre todos, ya que el patrimonio es de todos los ecuatorianos. Sin embargo, para protegerlo se tienen que tomar medidas muy concretas que deben responder a una toma de conciencia sobre la importancia que tienen nuestros bienes culturales. Hace falta una estrecha colaboración entre las instituciones del país y la ciudadanía en general para impedir que se sigan saqueando centros arqueológicos, exportando cuadros y esculturas, adulterando costumbres y tradiciones.

Una participación fundamental en esta labor de conservación la tiene el maestro, gracias a su declarada vocación educativa cultural, es el maestro quien infunde en sus alumnos (a través de éstos también en los padres) respeto, amor y orgullo por lo propio, es él quien de la manera más idónea sabe guiar a los niños y jóvenes con el objeto de que cuiden lo más valioso que tiene nuestro país, que es precisamente su herencia cultural. Con la colaboración de ciudadanos conscientes y, ante todo, del Magisterio, es posible aún salvar lo nuestro: enseñando a la población a cuidar el patrimonio, también

¹⁵ http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=722

denunciando a las autoridades competentes cualquier atentado que se cometa contra él.

2.2. Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbre y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

2.2.1 Tipos de Atractivos

Según el manual de inventarios de Atractivos Turísticos del Ecuador dice: Que los atractivos turísticos se clasifican en:

SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES

Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

Manifestaciones culturales: Se registran los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

Históricas: Son el conjunto de sitios y manifestaciones de épocas pasadas, que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, o aquellos bienes elaborados como apoyo al desarrollo de una época y que actualmente se conservan en iglesias, conventos, museos y colecciones particulares.

a) Arquitectura: Comprende las edificaciones civiles, religiosas y militares, realizadas como obra individual o de conjunto.

b) Zonas Históricas: Grupos de edificaciones o asentamientos del pasado que se agrupan según su tamaño, homogeneidad estética y conservación en ciudades, sectores y sitios históricos.

c) Minas Antiguas: Explotaciones mineras del pasado.

d) Sitios Arqueológicos: Encierran las áreas donde se hallan ubicados vestigios de estatuas, tumbas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería y otras manifestaciones aborígenes. Se los ha clasificado en zonas y conjuntos parciales en función de tamaños, si muestran una parte de una civilización o apenas son un ejemplo aislado de una cultura. Además, se deberán inventariar a los objetos elaborados durante la época precolombina mostrando rasgos fundamentales de su cultura, tales como cerámica, orfebrería, textiles, lítica, artículos de madera, cuero, hueso, concha, metal, fósiles, etc.

e) Museos: Son los sitios donde se conservan y exhiben públicamente colecciones de obras de arte o de valor histórico. Se los ha clasificado en religiosos, coloniales, arqueológicos, históricos, técnicos, artísticos, generales, etnográficos y todos aquellos que ofrezcan muestras relevantes del pasado.

f) Colecciones Particulares: Sitios privados donde se conservan obras de arte o de valor histórico.

Etnográficas: Esta categoría representa al grupo de atractivos que dan a conocer las expresiones tradicionales que aun tienen vigencia en las costumbres de los pueblos.

Realizaciones artísticas contemporáneas: Esta categoría relaciona al grupo de atractivos cuya principal función es mostrar a los turistas y visitantes la celebración de eventos organizados actuales, en los cuales la población puede ser actora o espectadora.

Características relevantes de los atractivos: Son aquellas cualidades en base a las cuales se puede identificar, valorar y diferenciar a los atractivos unos de otros.”

2.2.2 Inventario Turístico

El ministerio de Turismo del Ecuador en su manual de inventarios dice que: el inventario de atractivos turísticos “Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país.

Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico”.¹⁶

2.2.3 Etapas para la elaborar el inventario de atractivos

Para realizar un inventario de atractivos turísticos se deberá seguir los siguientes pasos:

2.2.4 Clasificación De Los Atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

2.2.5 Recopilación De Información: En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

2.2.6 Trabajo De Campo: Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios, Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

2.2.7 Evaluación Y Jerarquización: Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

¹⁶ www.tripadvisor.com

2.3 Promoción y publicidad turística

Dentro de la estrategia de productos, se han definido cuatro objetivos estratégicos principales:

1. Consolidar los productos ya existentes en Ecuador manteniendo sus niveles de notoriedad e identificación de posicionamiento y producto, con el objetivo de rentabilizar al máximo la promoción efectuada durante el último período.
2. Alcanzar niveles de notoriedad y presencia en canales altos y medio altos, para los productos clave y de consolidación, y para todos los mundos de Ecuador.
3. Diversificar la oferta turística de Ecuador para desestacionalizar la demanda, distribuir los visitantes e integrar la ventaja competitiva de concentración de experiencias turísticas de Ecuador

2.3.1 Promoción

Es un conjunto de acciones que se sitúan dentro de un plan de marketing con la finalidad de desarrollar las ventas a corto plazo y alcanzar objetivos específicos.

La promoción es una herramienta utilizada para comunicar los atributos o méritos de los productos y al mismo tiempo persuadir al público del mercado meta.

2.3.2 Publicidad

Es considerada una de las herramientas más eficaces de la mercadotecnia y específicamente de la promoción, se utiliza para dar a conocer un mensaje relacionado con un producto o servicio. Este tipo de publicidad es pagada por un patrocinador identificado: “sean empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado o personas individuales, con el fin de informar, persuadir o atraer posibles compradores”.

2.4 Marco Conceptual

Atractivos turísticos: Los Atractivos Turísticos “Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante”.

Tipos de atractivos: Según el manual de inventarios de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador dice. Que los atractivos turísticos se clasifican en dos categorías:

Actividad Turística: Es la llevada a cabo por las empresas y profesiones turísticas, realizando actuaciones tendentes a procurar el descubrimiento, conservación, promoción, conocimiento y disfrute de los servicios turísticos.

Atractivo Natural: Que atrae o tiene fuerza para atraer y se constituye en la parte principal de un recorrido o tour.

Antepasados: Dicho de tiempo anterior a otro tiempo pasado abuelo o ascendiente

Biodiversidad: Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.

Cultura: Conjunto de costumbres sociales, religiosas, y manifestaciones interculturales, artísticas, que caracterizan a una sociedad.

Complejidad: Cualidad de complejo.

Desplazamiento: Acción y efecto de desplazar.

Destino turístico: Es el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes.

Demanda: Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

Disciplina: Conjunto de las disposiciones morales y canónicas de la Iglesia. Doctrina, instrucción de una persona, especialmente en lo moral.

Difusión: Acción o efecto de difundir, dilatación en lo hablado o escrito.

Diseñar: Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Diversidad: Una unidad compuesta de muchos individuos diferente. Un barrio con personas de diferentes nacionalidades y razas viviendo en él es diverso. Una comunidad natural que tiene muchos diferentes tipos de plantas y animales viviendo en ella, también es diversa. En la naturaleza, la diversidad es importante no solo estéticamente, sino también en términos de sobre vivencia.

Destino: Lugar de llegada.

Ecoturismo: Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

Especies: Conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres comunes.

Esparcimiento: Conjunto de actividades con que se llena el tiempo libre. Acción y efecto de esparcir

Identidad: Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.

Inventario: Lista de bienes de una persona o entidad, documento que consta.

Manifestaciones: Comportamientos de un pueblo o lugar.

Museo: lugar en que se guardan objetos artísticos, científicos, o de otro tipo, y en general de valor cultural, convenientemente colocados para que sean examinados.

Oferta Turística: Es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo.

Patrimonio Turístico: Conjunto potencial de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer las necesidades turísticas”

Patrimonio: Hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes. Conjunto de los bienes propios adquiridos por cualquier título.

Promocionar: Elevar y hacer valer artículos comerciales, cualidades, personas. En el lenguaje sociológico comercial.

Perspectiva: Arte que enseña el modo de representar en una superficie los objetos, en la forma y disposición con que aparecen a la vista.

Publicidad: Conjunto de medios usados para divulgar una noticia, un mensaje, etc.

Patrimonio: Bienes propios adquiridos por cualquier cosa.

Potencial Turístico: Lugar o sitio turístico que atrae la demanda de turistas.

Recuperar: Volver a tomar o adquirir lo que antes se tenía. Trabajar un determinado tiempo para compensar lo que no se había hecho por algún motivo. Volver a un estado de normalidad después de haber pasado por una situación difícil.

Recurso Arqueológico: Es un artefacto arqueológico, objeto, o sitio sobre el cual puede ser demostrado claramente que, sin tener que añadir al cuerpo del conocimiento, hay una gran probabilidad que cumpla con cualquiera de los

siguientes criterios: contener información requerida para responder importantes preguntas de información y que exista un interés público demostrable en esa información, tenga una calidad especial y particular tal como el más viejo en su tipo o el mejor ejemplo disponible en su tipo, estar directamente asociado con algún evento o persona importante prehistórica o de la historia reconocido científicamente". Por nativos americanos o euro-americanos.

Servicio: Estado de persona o cosa que está prestando sus funciones.

Turista: Persona que se desplaza a otros lugares que sea diferente a la de su residencia por un periodo transitorio de tiempo. Mayor de 24 horas.

Tipo: Modelo, ejemplar. Símbolo representativo de algo figurado.

Turismo: Es el movimiento temporal de la gente por periodos inferiores a un año a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.

Turismo Cultural: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Tradiciones: Son hechos históricos leyes, doctrinas y costumbres a ser conmemoradas.

Viajes: Traslado que se hace de una parte a otra por aire, mar o tierra. Acción y efecto de viajar.

2.5 MARCO LEGAL

Cuadro 4.



Para la realización del proyecto se tomarán primero las bases que establece el Plan de Tour 2020 en el que señala *“Se debe destacar que este es el diseño general del PLANDETUR 2020, y que las propuestas de proyectos y actividades deberán consolidarse una vez que se realicen los diseños particulares de cada programa y proyecto en la siguiente etapa prevista para dar comienzo inmediatamente después del cierre de este diseño”*¹⁷.

Dentro de este se proponen 22 programas con 72 proyectos a los cuales va orientado para el de valoración turística.

Programa“

1.5 Sistema de información estratégica para el turismo del Ecuador (siete)

Proyecto

1.5.1 Reestructuración del Inventario de Turismo del Ecuador

1.5.2 Creación de un sistema de registro automatizado

1.5.3 Optimización del sistema de estadísticas turísticas del Ecuador y de la cuenta satélite del turismo del Ecuador

1.5.4 Creación de un sistema de observatorios turísticos por destinos

1.5.5 Unidad de inteligencia de mercados”

Ira enfocada dentro de este programa, porque con la valoración del patrimonio inmaterial del cantón Latacunga, ya será parte del inventario del MINTUR cumpliendo con el proyecto establecido en el Plandetour 2020.

Para el plan de difusión turística de este legado cultural inmaterial, se tomara en cuenta:

Programa

3.2 Fortalecimiento del marketing turístico del Ecuador

¹⁷ PLAN DE TOUR 2020 pg. 31

Proyecto

3.2.1 Evaluación y actualización periódica del Plan de Marketing Turístico del Ecuador para el mercado internacional

3.2.2 Plan de Marketing Turístico del Ecuador para el mercado interno

“El proyecto busca la elaboración del Plan de Marketing Turístico del Ecuador para el mercado interno cada cuatro años, sustentando su diseño en una verdadera investigación de mercado, incluyendo segmentos de la demanda nacional.

Para la elaboración del plan se revisará, analizará y articulará con planes locales de marketing de destinos; inclusive estableciendo sinergias con otros planes de marketing turístico. Dentro del diseño de las acciones se debe dar especial relevancia a: campañas de sensibilización turística”¹⁸

2.6 Marco Espacial

El análisis y valoración turística del patrimonio intangible del cantón Latacunga se realizará tanto en las parroquias rurales y urbanas del cantón. Se tomará la información ya registrada en el INPC, donde constan los registros de todos los bienes inmateriales que posee la provincia. La propuesta del plan de difusión turística se realizará para el mismo sector. Realizada toda la investigación sobre los bienes culturales inmateriales del cantón los cuales contemplaran, fiestas populares, juegos tradicionales, costumbres, tradiciones y gastronomía. Se hará el plan publicitario de acuerdo al PIMTE 2014, donde se resaltarán los atractivos más sobresalientes que son parte del patrimonio inmaterial del cantón. En este plan se analizará la demanda de estos atractivos tanto del turismo nacional como del internacional, el gasto turístico, las estrategias de mercadeo, las estrategias del producto, la estrategia comercial.

¹⁸ http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf

CAPITULO III

3.1. Proceso de investigación

3.1. Unidad de análisis

El análisis de todo este inventario, las fichas turísticas respectivas para la valoración, el resultado de esta, el reconocimiento de los atractivos turísticos con más alto porcentaje y finalmente el plan publicitario para que estos atractivos se puedan difundir turísticamente. Se realizara en el cantón Latacunga de la provincia de Cotopaxi, todo lo que son parroquias rurales y parroquias urbanas donde se encuentre el Patrimonio Cultural Intangible

3.2. Tipo de investigación.

Para realizar todo el plan propuesto, se van a utilizar los siguientes tipos de investigación:

- Investigación Aplicada

“Es la que tiende a modificar una realidad presente con alguna finalidad practica. La mayor parte de las investigaciones que se realizan son aplicada”¹⁹

En este caso la realidad que se va a modificar es el incrementar los atractivos turísticos del cantón, enfocados a los que son Patrimonio Cultura Intangible, para que estos pasen a ser tan bien parte del inventario del INPC.

- Investigación de campo

“Es la que se realiza en lugares indeterminados, donde se encuentran los sujetos o el objeto de investigación”²⁰

Claramente se necesita de este tipo de investigación porque se la va a realizar en el cantón Latacunga, el cual tiene tanto parroquias urbanas como rurales, donde se realizara todo el plan propuesto.

¹⁹ Leiva, Francisco, “Nociones de metodología de investigación científica”, edición 2002, pg. 8

²⁰ Leiva, Francisco, “Nociones de metodología de investigación científica”, edición 2002, pg. 9

- Investigación descriptiva

“Es la que estudia, analiza o describe la realidad presente, actual en cuanto a hechos, personas, situaciones, etc.”²¹

Dentro de este tipo de investigación se da el estudio de una variedad de casos como estudio de costumbres, las cuales son parte del Patrimonio Intangible, análisis de documentos, se necesitaran del análisis de las fichas de inventario de Patrimonio del INPC.

3.3 Método

La metodología, “estudio científico que nos enseña a descubrir nuevos conocimientos.... Es el estudio de los métodos destinados a enseñar la verdad.”²²

Para esta investigación se utilizara el Método Deductivo el cual: *“sigue un proceso sintético- analítico; se presentan conceptos principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las cuales se aplican; o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales, presentada”²³*

Es el método apropiado para realizar esta investigación porque las definiciones, teorías normales generales, etc, ya se encuentran establecidas, pero con el resto de la investigación se llegaran a conclusiones como el conocer cuales son los atractivos culturales con mayor potencial, y la consecuencia es que se presentara el plan publicitario para la difusión de los mismos.

3.4 Técnica

Defina la técnica que se utilizará para la recopilación de la información, esta puede ser cuestionarios, entrevistas, encuestas observación directa etc.

Esta investigación requerirá de dos técnicas: la entrevista y el fichaje

²¹ Leiva, Francisco, “Nociones de metodología de investigación científica”, edición 2002, pg. 9

²² Leiva, Francisco, “Nociones de metodología de investigación científica”, edición 2002, pg. 11

²³ Leiva, Francisco, “Nociones de metodología de investigación científica”, edición 2002, pg. 13

- Entrevista

“Técnica que consiste en un interrogatorio dirigido a aquellas personas que pueden dar información sobre el asunto investigado”²⁴

Con esta técnica se llenaran los vacios que se puedan encontrar en las fichas del INPC, las entrevistas serán hechas a las personas que viven la cultura, costumbres, tradiciones, cuentos, etc, quien más que los protagonistas para conocer sobre este Patrimonio Cultural.

- Fichaje

“Una de las técnicas mas útiles en todo trabajo de investigación. Consiste en ir elaborando sistemáticamente fichas de todos los pasos, datos y resultados de la investigación. Toda la información que se obtiene debe anotarse en fichas debidamente elaboradas y ordenadas”

El uso de esta técnica es parto realizar el inventario de los atractivos culturales turísticos, según las fichas de inventario turístico del MINTUR y de igual forma para de estas fichas hacer la correspondiente ponderación y conocer cuales son los atractivos potenciales

3.5 Instrumento

Para la entrevista el instrumento que se utilizara es el *Cuestionario*, el cual contendrá preguntas concretas que ayudaran a conseguir la información requerida sobre el Patrimonio Cultural Intangible del cantón Latacunga.

Quando se realice la entrevista *“se considera necesario que exista interacción y diálogo entre el investigador y la persona.”²⁵*

Con la técnica del fichaje el instrumento a utilizarse serán las fichas de inventario del MINTUR, en donde van información sobre la ubicación, estado, y características de los atractivos.

²⁴ http://www.fundacionfuturo.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=53

²⁵ <http://cienciasocialeskathy.obolog.com/instrumentos-investigacion-633764>

3.6 Metodología específica

En el caso de este plan de investigación si se tiene que regir por metodologías específicas ya establecidas en este caso por el MINTUR y el INPC, los cuales establecen los procesos a seguir, para realizar:

- El inventario de Patrimonio Intangible (INPC)
- Inventario de atractivos turísticos (MINTUR)
- Valoración de los atractivos turísticos (MINTUR)
- Planes publicitarios turísticos (MINTUR)

Todas estas metodologías que ya están explicadas detalladamente en el marco teórico

CAPITULO IV

4. Valoración del patrimonio intangible del cantón Latacunga

4.1 Análisis de la situación del turismo interno en el ECUADOR

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la amazonia, presentan una gran riqueza. Las zonas que se puede visitar, se caracteriza por la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera en la región amazónica, en cuanto a la región sierra, se tiene una producción agrícola, ganadera y florícola.

“Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. Los mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos). También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24%) o por negocios o trabajo (62%). En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación. Se han inventariado más de 920 atractivos turísticos, de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas, etc.”²⁶

Actualmente el Ecuador cuenta con el PLANDETOUTOUR 2020, donde menciona “El PLANDETOUTOUR 2020 plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta ha reconocido la necesidad de aunar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador”.²⁷

²⁶ Plan de Acción Gubernamental para mejorar la Competitividad del Conglomerado de Turismo, elaborado por Gustavo J. Segura, diciembre del 2003.

²⁷ PLANDETOUTOUR 2020

De la misma manera el plan contiene objetivos, en los cuales se ha basado este plan para fomentar el desarrollo del turismo mediante la valoración del patrimonio intangible.

Los objetivos del turismo sostenible son los siguientes:

- Viabilidad económica ü Prosperidad local
- Calidad de empleo ü Equidad social
- Satisfacción del visitante ü Control local
- Riqueza cultural ü Integridad física
- Diversidad biológica ü Eficiencia en uso de los recursos
- Pureza ambiental

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

En el 2006, pese a que las llegadas disminuyeron, los ingresos turísticos aumentaron. No hay duda, que existe una fuerte dependencia de los países vecinos que son Colombia y Perú, como así se demuestra en la cifra recogida en el 2006, y que se atribuye al descenso de las llegadas de Colombia tras la disposición del gobierno nacional que obliga a los ciudadanos colombianos que entran en el territorio ecuatoriano a presentar el record policial o llamado también pasado judicial para asegurar que no tengan antecedentes penales. El Ecuador ocupa la quinta posición luego de Perú, en ingresos por llegada.

4.2 Perfil del turista

En lo que concierne al perfil del turista, según un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España de Quito titulado “El Turismo en Ecuador – Año 2006”, el perfil más común del turista que llega en Ecuador es el de personas con estudios de posgrado o universitarios, que viajan solos, visitaron Ecuador más de una vez, gestionaron los billetes ellos mismos a través de Internet o de amigos y familiares e hicieron un gasto promedio de 1000 dólares.

Los motivos de las visitas fueron la recreación o el esparcimiento, aunque también el encuentro con amigos y familiares o los negocios o motivos profesionales. Entre las actividades más solicitadas se encuentran las visitas a comunidades indígenas, práctica de deportes, diversión y observación de flora y fauna.

4.3 Inventario de atractivos del patrimonio inmaterial cantón Latacunga

La institución que ha reflexionado más profundamente sobre el patrimonio cultural es la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Cultura y la Educación, UNESCO. Esta entidad define al patrimonio cultural como *“la herencia del pasado, aquello con lo que vivimos hoy y que dejamos para las generaciones futuras. El patrimonio es una fuente irremplazable de vida e inspiración”*²⁸. Además ha categorizado el patrimonio para comprender los bienes culturales patrimoniales de una comunidad.

- Patrimonio cultural material o tangible
- Patrimonio cultural inmaterial o intangible

La UNESCO, en su 32ª reunión, celebrada en París del veintinueve de septiembre al diecisiete de octubre del 2003: *“Reconoce que las comunidades, en especial las indígenas, los grupos y en algunos casos los individuos*

²⁸ www.unesco.org/culture. (10 /diciembre/ 2007)

desempeñan un importante papel en la producción, la salvaguardia, el mantenimiento y la recreación del patrimonio cultural inmaterial, contribuyendo con ello a enriquecer la diversidad cultural y la creatividad humana; Define al “Patrimonio Cultural inmaterial” como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

Resuelve que el “Patrimonio Cultural Inmaterial” se manifiesta en particular en los ámbitos siguientes:

- Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del Patrimonio cultural inmaterial;*
- Artes del espectáculo;*
- Usos sociales, rituales y actos festivos;*
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;*
- Técnicas artesanales tradicionales.²⁹*

Las tradiciones y expresiones orales

El ámbito de las tradiciones y expresiones orales comprende una enorme diversidad de formas, que incluye los proverbios, las adivinanzas, los cuentos, las canciones infantiles, las leyendas, los mitos, los cantos y poemas épicos, los encantamientos, las plegarias, los cánticos, las canciones, las representaciones dramáticas, etc. Transmiten conocimientos, valores y recuerdos colectivos, y desempeñan un papel esencial en la vitalidad cultural; muchas formas han sido siempre un entretenimiento popular. Aunque la lengua es un elemento central del patrimonio cultural inmaterial de muchas

²⁹ Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, Documento elaborado en la 32ª reunión de la UNESCO dada en París, 2003

comunidades, las lenguas en sí mismas no son objeto de promoción en virtud de la Convención del 2003.

Deben ser, no obstante, salvaguardadas como vehículo del Patrimonio Cultural Intangible. Dentro de una comunidad no solo se reproducen condiciones materiales de su existencia, sino también las relaciones sociales existentes, a través de la adquisición de habilidades y valores que rigen dicha sociedad.

En las sociedades campesinas, que normalmente carecen de medios formales de socialización, esta reproducción se las hace mediante la tradición oral, la misma que se halla íntimamente vinculada con la vida práctica diaria relacionada con actividades como: agricultura, pastoreo, artesanía, prácticas religiosas, médicas, formas de comportamiento, deberes, valores, división del trabajo, etc., todos estos aspectos se ven reforzados por la narración de mitos, leyendas, etc.

En la zona rural de Latacunga coexisten diversas expresiones de cultura popular cuya transmisión se la hace fundamentalmente por medio de la tradición oral, además que se imponen los valores de la cultura occidental mediante la educación formal y otros mecanismo de difusión, por lo que se produce un choque entre estos dos mecanismos de socialización, y de esta manera se relega a la tradición oral y sus contenidos a segundo plano. Sin embargo, la función de reproducción de la tradición oral puede servir para ejercer funciones de autoafirmación e identidad cultural así como de impugnación a la cultura hegemónica.

Hoy en día, las conversaciones de la familia campesina en torno al *fogón*¹⁸ han sido sustituidas por un televisor que aniquila totalmente el diálogo familiar y cultural. Sin embargo, aún perduran momentos y lugares propicios para que los ancianos de la comunidad traigan a la memoria aspectos característicos de su cultura, tales como los relatos que aludes a la religiosidad popular, relatos de los milagros del Señor de Cuicuno, del Niño de Isinche, del Señor de Maca; los que tienen relación con la medicina popular, señalando así los lugares peligrosos en donde se puede coger el espanto, el mal aire, etc.,

Numerosos trabajos coinciden en señalar la importancia del patrimonio inmaterial como un fenómeno de la sociedad humana, por un lado y, por el

otro, como un objeto de estudio cuya comprensión es susceptible de diversos enfoques: histórico, sociológico, etnográfico, folklórico, turístico, etc. El último enfoque es el que tomará el presente trabajo, y es preciso recalcar que no existen estudios especializados en el tema del patrimonio intangible y su relación con el Turismo, ante lo cual esta monografía se complementará con aquellos enfoques que más relación tengan con el sector turístico que son el etnográfico, sociológico y folklórico.

Desde una perspectiva etnográfica y antropológica de las fiestas populares y religiosas en el Ecuador han contribuido Marco Vinicio Rueda con su obra *La fiesta Religiosa Campesina en los Andes Ecuatorianos*; Luis Fernando Botero con *Compadres y Priostes*; y, Luz Alba Moya con *La Fiesta Religiosa Indígena en el Ecuador*. Por otro lado el sociólogo y fotógrafo, Pablo Cuvi ha contribuido con su obra *Ecuador: ¡Viva la Fiesta!*.

En Cotopaxi, los estudios sobre sus fiestas desde cualquier enfoque, se han dedicado a dos manifestaciones de la zona urbana: la fiesta de la “Mama Negra” y “Corpus Christi”. Pero se debe mencionar el trabajo de Franklin Barriga López con la obra *Monografía de Cotopaxi* y Marcelo Naranjo V. con *La Cultura Popular en el Ecuador en su tomo II sobre Cotopaxi*; quienes valoran la cultura de la zona rural y mencionan algunas de sus fiestas tradicionales. Las fiestas en Cotopaxi que han sido promocionadas turísticamente son las ya mencionamos “Corpus Christi” en Pujilí y la “Mama Negra” en Latacunga, las mismas que no han tenido en cuenta el impacto que el Turismo les puede generar.

Latacunga cabecera cantonal y capital provincial, comprende las parroquias urbanas de: Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (Parque Flores), Juan Montalvo (San Sebastian), La Matriz, San Buenaventura; y, las parroquias rurales de: Alaquez, Belisario Quevedo (Guanailin), Guaytacama, Joseguango Bajo, Mulalo, 11 de Noviembre (Illinchisi), Poalo, San Juan de Pastocalle, Toacazo.

“Con una población de 143.979 habitantes, se encuentra a 2800 m.s.n.m con una temperatura de 12 grados C. Esta ciudad, sobresalió en la colonia por sus obrajes, su producción se enviaba a México y a Argentina; también funcionó la

fábrica de pólvora donde hoy está el Instituto Superior del ejército. Entre los siglos XVI Y XVIII Latacunga y sus alrededores sufrió terribles erupciones del volcán Cotopaxi; 1534,1742,1743,1744,1766,1768,1803,1878; catástrofes que no menguaron la tenacidad de sus habitantes que se conservando la traza original, reconstruyeron y siguieron adelante.³⁰

4.4 Cantón Latacunga

Es la capital de la provincia de Cotopaxi, se encuentra a 2780 metros de altura sobre el nivel del mar, la temperatura varía entre 8°C y 23°C. Está a 87 Km. De la ciudad de Quito.

Límites: Al Norte con la Provincia de Pichincha, al Sur con Salcedo y Pujilí al Este con la Provincia del Napo y al Oeste con Sigchos y Saquisilí

Población: según registros del INEC, 143.979 Habitantes de los cuales 69.598 son hombres y 74.381 mujeres, constituidos 51.689 en el sector urbano y 92.290 en el rural. La población del cantón Latacunga, según el censo del 2001, representa el 41,2% del total de la provincia de Cotopaxi; ha crecido en el último período inter censal 1990-2001, en un ritmo de un 1.8% promedio anual. El 64.1% reside en el área rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 43.6%, son menores de 20 años.

Parroquias Urbanas y Rurales.- Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (Parque Flores), Juan Montalvo (San Sebastián), La Matriz y San Buenaventura; y por las parroquias rurales Alagues (Alagues), Belisario Quevedo (Guanailín), Guitacama (Guaytacama), Joseguango Bajo, Mulaló, 11 de Noviembre (Llinchisí), Poaló, San Juan de Pastocalle, Tanicuchí y Toacaso.

Economía: El valle de Latacunga posee un magnífico suelo apto para la producción agrícola de cebada, trigo, maíz, legumbres, hortalizas y frutas, mientras que el sector occidental es propicio para el cultivo de banano, caña de

³⁰ Rodríguez, Roberto, "La Región Interandina Ecuatoriana", pag 4

azúcar y varios productos tropicales. La riqueza forestal es considerable, pues existen áreas boscosas compuestas de nogal, aliso, laurel, roble, entre otros. La ganadería es una de las más importantes del país. Se destaca el ganado ovino y vacuno, que mantiene una importante producción de carne, leche y sus derivados.

Turismo: en la actualización del Inventario de Atractivos turísticos del Cantón Latacunga del año 2005, se contabilizan 26 atractivos turísticos, de los cuales se destacan el Parque Nacional Cotopaxi y la fiesta de la “Mama Negra”.

Parque Nacional Cotopaxi: forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, creado bajo acuerdo ministerial del 11 de agosto de 1975, posee 33.393 hectáreas. Su principal atractivo es el volcán Cotopaxi, su nombre significa “cuello de luna”, su altura es de 5.897 metros sobre el nivel del mar, su atractivo se complementa con la laguna de Limpiopungo y la diversidad en flora y fauna principalmente del páramo. Junto al parque se encuentra el Área Nacional de Recreación el Boliche.

4.4.1 Parroquias urbanas

4.4.1.1 La matriz

Ubicada en el centro de la capital de provincia, es la más antigua de todas y allí se encuentran los principales centros administrativos de la provincia, como Gobernación, Curia Diocesana, Corte de Justicia, Jefatura de Tránsito, Direcciones de Educación, de Salud, etc. Tiene los siguientes barrios: Centro, Chile, El Calvario, La Merced, La Estación, Libertad, Maldonado Toledo, El Carmen, La Cocha, La Laguna, Monserrat, El Loreto, San Francisco, El Nilo, Las Fuentes, Betlehemitas, etc., y otros más que se siguen creando conforme la ciudad crece. En esta parroquia se encuentra el centro histórico de la ciudad, que tiene una superficie aproximada de 30 manzanas, que son protegidas por la Ley de Patrimonio Cultural. Recordemos que Latacunga fue declarada "Patrimonio Cultural del Estado" en mayo de 1982, siendo la primera en el país con esta denominación, ya que Quito se declaró pocos años antes como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". En esta área, la ciudad posee 5 iglesias

de importancia; La Matriz, Santo Domingo, San Agustín, La Merced y San Francisco. Algunas capillas y edificios de administración como la gobernación y el Palacio Municipal, único en el mundo, ya que es construido y ornamentado con piedra pómez en estilo neoclásico; su construcción demoró 26 años, de 1910 a 1936 y fue planificado por el arquitecto portugués Raúl María Pereira
Ver Anexo 1

4.4.1.2 Eloy Alfaro (San Felipe)

En la antigua Plaza Mayor se ubica el monumento al Dr. Vicente León, construido en Italia, justamente por un ex alumno del plantel vicentino, Carlos Mayer Stacey, monumento inaugurado el 10 de agosto de 1925. "Eloy Alfaro", más conocida y nombrada como "San Felipe", está situada al oeste de Latacunga, tiene una extensión de 100 km. cuadrados mas o menos. Esta histórica parroquia tiene renombre por sus minas de piedra pómez y cal, de igual manera, por sus molinos donde se muelen trigo y cebada. Algunos de sus barrios son: Patutan, Cashapamba, Chishi, Inchapo, Santo Samana, San Rafael, La Calera, Ilinchisí, Chan, San Juan, Tañiloma, etc. Es importante recalcar también que allí vivieron en el siglo XIX, importantes personajes de la historia como Simón Rodríguez (que tenía una rudimentaria fábrica de velas, y se dice también que intentó ubicar una de pólvora), el presbítero Rafael María Vásquez, primer rector del colegio "Vicente León" y gran personaje de la historia republicana del país, así como también el médico e independentista Camilo Marchizzio, etc.

Ver Anexo 2

4.4.2 Parroquias Rurales

Los estudios sobre la cultura de Latacunga se han restringido a la zona urbana, es por este motivo que ahora nos enfocamos en la zona rural que posee aún tradiciones y costumbres que los identifican y diferencian de lo urbano. La cabecera cantonal cuenta con las siguientes parroquias urbanas: Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (Parque Flores), Juan Montalvo (San Sebastián), La Matriz, San Buenaventura. Las parroquias rurales son: Toacaso, San Juan

de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchí, Guaytacama, Alaquez, Poaló, 11 de Noviembre, Latacunga, Belisario Quevedo, Joseguango Bajo.



4.4.2.1 11 De Noviembre

Generalidades: Antiguamente llamada Ilinchisí, esta parroquia fue elevada como tal el 8 de junio de 1939, con el nombre de la fecha magna en la cual Latacunga obtuvo una emancipación política, así como también fue elevada a la categoría de Villa. Once de Noviembre es parroquia eminentemente agrícola y ganadera.

• **Barrios:** La Libertad, San Gerardo, San Alfonso, Cristo Rey, Plaza Arenas e Inchapo de Chuquitarcos

Ver Anexo 3

4.4.2.2 Poalo

Históricamente esta parroquia perteneció al cantón Pujilí, hasta que el 10 de noviembre de 1953 pasó a la jurisdicción de la capital de provincia: Latacunga.

Barrios: Centro, Luz de América, Marques de Maenza, Pilligsillí, San Vicente, Chantilín Grande, Chantilín Pequeño; Escalera Loma, Mariscal Sucre, Bellavista, Maca Grande, Maca Chico, La Compañía y Ladera de Poaló.

Ver Anexo 4

4.4.2.3 BELISARIO QUEVEDO (GUANAPALIN)

Generalidades: Antiguamente se llamaba "Guanailín" fue elevado a la categoría de parroquia el 6 de agosto de 1936 (el gobierno del Ing. Federico Páez aprobó el decreto en julio de 1937) en la alcaldía de César Moya Sánchez. La parroquia cuenta con algunas iglesias, varias escuelas, y una artesanal, el colegio "Eudófilo Álvarez", una industria de cereales "La Pradera" e importantes propiedades agrícolas y ganaderas.

- **Barrios:** Centro, San Antonio, Limpiopungo, Lulunga, Potrerillos, Chaupi, Palopo, Culahuango, Galpón Loma, Pishcapamba, Illuchi, Barbayo, Marín Pamba, Gauanailín, Santa Rosa, Forasteros, La Cangagua.

Ver Anexo 5

4.4.2.4 MULALÓ

- **Historia:** Fernando Jurado menciona que, *Francisco Pizarro en 1539 proveyó las primeras encomiendas, para los conquistadores españoles, en lo que es ahora Cotopaxí, la parte de lo que corresponde hoy a Mulaló se le entregó a Diego de Sandoval. El cacique de la encomienda de aquel entonces se llamaba Manuel Zanipatím*¹⁴.³¹

Hacia 1566 llegan los franciscanos a Latacunga y empiezan a construir su iglesia, adicionalmente fueron los pioneros en la organización de obrajes, siendo los dueños de Mulaló, Toacazo y Sigchos. En 1570 se reduce a 6 pueblos el territorio de Latacunga quedando: Latacunga, Mulaló, Saquisilí, San Miguel, Tanicuchi y Aláquez. Mulaló pasó a ser el segundo pueblo en importancia luego de Latacunga.

³¹ Fernando, Jurado. Latacunga ante los últimos 4 siglos..., SAG, Quito, 1993, p.60.

• **Tambos:** A lo largo y ancho de la región interandina del Ecuador es frecuente encontrar la palabra quichua tambo, para identificar accidentes, geográficos o poblados. La dispersión del término se debe a la influencia del incario en los pueblos de la Sierra, durante el proceso de expansión del Tahuantinsuyo en los Andes Septentrionales a finales del siglo XV. De acuerdo al Diccionario Quichua-Español de Luis Cordero, tambu es una *“posada, hostería; alojamiento en los campos para descanso y comodidad de los viajeros”*³². En efecto, los tambos se construyeron en la ruta del Camino del Inca, cuyo sistema estaba conformado por dos vías troncales que se desplazaban por los Andes y por la Costa, uniendo los más importantes centros administrativos y productivos del Estado. Cuando el Inca, su corte y familia se movilizaban del Cuzco, pernoctaba y recibía las atenciones de su rango en edificaciones conocidas como “tambos reales”. Considerando la capacidad de caminar de una persona (y también de los animales de carga como la llama), los tambos se ubicaban generalmente cada 25 o 30 Km., que es la distancia que puede ser cubierta en una jornada. Los tambos de Pansaleo (Machachi), Mulaló, Tacunga y Molleambato, fueron los más conocidos de la zona. Adicionalmente servían de lugar de posta para los chasquis quienes recorrían el Camino Real llevando noticias de un lugar a otro.

• **Barrios:** Centro, Ticatilín, San Ramón, Macaló Chico, Macaló Grande, Salatilín, Trompucho, Chinchil de Robayo, Chinchil de Villamarín, Langualó Alto, Langualó Bajo, Quisinche Alto, Quisinche Bajo, Rumipamba de Espinoza, Rumipamba de Cruces, San Agustín de Callo, San Agustín del Bosque.

• **Economía:** Mulaló es preferentemente agrícola, y ganadero a esto se debe el gran número de industrias lácteas y sus derivados y en los últimos años han proliferado las empresas florícolas.

Ver Anexo 6

³² Luis, Cordero. Diccionario Quichua..., Corporación Editora Nacional, Quito, 1996, p. 113.

4.4.2.5 GUAYTACAMA

Historia: Su nombre viene de dos palabras quichuas: Guayta = Jardín de flores pequeñas y Camac = Cuidador; es decir Guaytacama es "Cuidador de Jardín de flores pequeñas".

La parroquia Guaytacama tiene un pasado histórico riquísimo que se remonta a la época de los Panzaleos, Caras, los Colorados, que habitaron en la hoya del Pumacunchi. Entre los grandes latifundios que se ubicaron en lo que hoy es el cantón Latacunga, sus parroquias rurales figuran Los Marqueses de Maenza de las haciendas: La Ciénega, La Avelina, Guaytacama, etc. en los trabajaban los indígenas. En esta época se explotó la fuerza de trabajo de los indígenas, quienes eran hábiles en la confección de paños, bayetas jergas, pólvora.

- **Generalidades:** Según el INEC en el año 2.001, Guaytacama dispone de 7.475 habitantes. La superficie aproximada es de 37 Km². Se caracteriza por ser plano con suelo arenoso en su mayoría. La única colina que sobresale en su relieve y constituye un hermoso mirador es en la parroquia eclesiástica de Cuicuno, El clima oscila entre 12 y 17 grados centígrados. La vegetación es de diversa índole, existen árboles de eucalipto, capulí, matas de chilco, sigse. La agricultura tiene su base en los cultivos de maíz, habas, fréjol, papas, zambo, zapallo, cebada, alverja, hierbas de pasto. Además se dedican a la crianza de animales menores. Cuenta con servicios básicos como: Agua (no es potable), alcantarillado sanitario, electricidad. En la mayoría de sectores tienen el servicio de teléfono, canales de riego y alumbrado público.

- **Límites:** Por el norte las parroquias de Toacaso y Tanicuchi; por el sur las parroquias de San Felipe y Poaló, el río Pumacunchi y la quebrada del mismo nombre, Rumipamba y la Calera; por el oriente el río Cutuchi que separa las parroquias Aláquez, Joseguango y por el occidente el cantón Saquisilí y la parroquia Chantilín

- **Barrios:** Centro, Narváez, Cuicuno, Pupaná Sur, Pupaná Norte, San Sebastián Chico, San Sebastián Grande, Pilacoto, Cevallos y La Florida.

Ver anexo 7

4.4.2.6 JOSÉ GUANGO BAJO

- **Generalidades:** Llamada también Santa Marianita, y fue elevada a parroquia civil el 11 de septiembre de 1973, un año después, el 30 de julio a parroquia eclesiástica. Tiene iglesia, casa parroquial, escuelas, parque y estadio; tiene aproximadamente 20 Km. cuadrados y cerca de 5 mil habitantes.

- **Barrios:** Quisínche, Tandaliví y Centro

4.4.2.7 ALÁQUEZ

- **Generalidades:** Pueblo antiquísimo poblado por los panzaleos que lo llamaban "Halaqui" o Alaque que significa "cabello amarillo" por la tradición ancestral de sus pobladores de teñirse el cabello según testimonios de sus pobladores. Juan de Londoño fue el primer encomendero español para el año de 1539 por orden de Francisco Pizarro, fue además Aláquez un antiguo centro doctrinero, donde se ubicaban algunos obrajes.

- **Barrios:** Aláquez Centro, Achupallas, Calapicha, Colaya Jurídico, Colaya Pamba, Cuchitingue, Crusillí, Chaguana, Chillos, Chitán Aláquez, Elena, El Banco-San Isidro, El Calvario, El Tejar, Isimbo, Jerusalén-Pumahuua, Laigua35 Bellavista, Laigua de Maldonado, Laigua de Vargas, Langualó Chico, Pilli San Antonio, San Marcos, Pilatán, Tandaliví, Vargas Suárez y Verdecocha.

- **Economía:** La parroquia tiene producción agropecuaria y agrícola, posee los servicios básicos indispensables y su cuerpo administrativo tanto educativo como político es muy unido. Hay que señalar que en esta parroquia se ubica el Instituto Tecnológico Agropecuario "Simón Rodríguez", creado en 1949 y elevado a Instituto en 1998. Esta institución cuenta con "Unidades de Producción Agropecuaria" de alto nivel, formando parte activa de la economía y producción del sector de la parroquia

4.5 Evaluación y jerarquización del patrimonio inmaterial como atractivos turísticos del cantón Latacunga

Según el instructivo para utilizar la “Ficha de Evaluación de atractivos” del MINTUR, los atractivos turísticos se dividen en 4 jerarquías.

Para efectos del estudio se escogieron a las parroquias que tiene hecho su inventario en el INPC ya que en estas existía mayor información bibliográfica y disponibilidad de la gente para realizar el trabajo: las parroquias a estudiarse son: Guaytacama, Mulalo, Poalo, Belisario Quevedo y 11 de Noviembre

Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I

Atractivos sin merito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

La evaluación de los atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. el proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía

Los rangos son:

1 a 25	puntos:	Jerarquía I
26 a 50	puntos:	Jerarquía II
51 a 75	puntos:	Jerarquía III
76 a 100	puntos:	Jerarquía IV

4.5.1 Resumen de atractivos potenciales en parroquias urbanas

Cuadro 5.

Parroquia	Atractivo	Jerarquía
La Matriz	Santísima tragedia de la Mama Negra	IV
La Matriz	Chugchucaras	III
San Felipe	Queso de Hoja	IV
San Felipe	Allullas	IV

Elaborado: Diana Stefanía Revelo (Jerarquización de atractivos) Ver Anexo 8

4.5.2 Resumen de atractivos potenciales en parroquias rurales

Cuadro 6.

Parroquia	Atractivo	Jerarquía
11 de Noviembre	Historia Local del pozo de agua de la Hacienda Tilípulo	III
11 de Noviembre	Historia Local sobre la Hacienda Obraje Tilípulo	III
Poaló	Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca	III
11 de Noviembre	Pastoreo de Ovejas	IV
Belisario Quevedo	Leyendas sobre el cerro	III

	Putzalahua	
Mulaló	Leyenda del tesoro escondido de Atahualpa en el Cerro Rumiñahui - Mulaló	IV
Mulaló	Sitio Sagrado, La Piedra Silintoza	III
Mulaló	Leyenda de la Piedra Silintoza	III
Guaytacama	Pendón "El Camilo" símbolo de los paracaidistas	IV
Guaytacama	Rito de los Paracaidistas del salto de la Torre	III
Guaytacama	Boina de los Paracaidistas	III
Guaytacama	Coplas de los paracaidistas	III
Guaytacama	Artesanías en totora	III
Guaytacama	Bandas de Pueblo de Cuicuno	III
Guaytacama	Leyenda de la Aparición del Señor del Árbol	IV

Elaborado por Diana Stefanía Revelo: Fichas del MINTUR (Anexo 9)

4.6 ANALISIS DE ATRACTIVOS POTENCIALES DE CANTÓN LATACUNGA

Realizada la jerarquización de los atractivos registrados por el INPC, y estos inventariados en las fichas de registro de atractivos del MINTUR, se pretende analizar AL Patrimonio Inmaterial como un fenómeno socio – cultural y folklórico, sin penetrar en lo doctrinal o teológico. Más adelante se detallará los atractivos que con mayor relevancia y que irán dentro del plan de difusión turística rurales de Latacunga, y se profundizará en las más representativas.

Para analizar los atractivos Con las categorías II y IV, se realizo las respectivas entrevistas que ayudaron a constatar la importancia de los mismos, para el turismo del cantón Latacunga, el testimonio de quienes comparten la cultura es muy importante para valorar el patrimonio inmaterial

4.6.1 ATRACTIVOS DE JERARQUIA IV

- **Santísima Tragedia de la Mama Negra**
- **Origen:** Se manejan dos hipótesis sobre el porqué de la celebración y principalmente de los personajes negros en la festividad. La primera es la de los que importan la Mama Negra desde España junto a los padres mercedarios y que, según ellos, es una reminiscencia del éxodo de la Reina Mora de la ciudad de Granada, como hecho consecuente de la expulsión de los Moros por los Reyes Católicos en 1492. La segunda tiene relación con la manumisión de los esclavos, hecho histórico de imponderable significación social que se dio en el gobierno del General José María Urbina en 1851, quien además formo un grupo miliar de élite con algunos negros libertos, a quienes denomino *tauras*.
- **Significado:** La celebración tradicional, auto sacramental capitania, tragedia, comparsa, comedia, se efectúa alrededor del 24 de septiembre, siendo este su día principal, con el objeto de homenajear a la Santísima Virgen de las Mercedes en su múltiple calidad de Madre y Virgen protectora de la ciudad de Latacunga, de Abogada y Patrona del volcán Cotopaxi. *“La consagración tuvo su inicio el 9 de diciembre de 1742 – lo afirma documentadamente Eduardo Paredes Ortega y lo ratifican otros autores- en acto solamente en el cual los moradores de Latacunga, entre otros actos propios de la liturgia católica, prometieron a la Virgen una serie de números acostumbrados en la época (corridas de toros, procesiones, comedias, juegos pirotécnicos, etc.) al hacer público reconocimiento de que, gracias a su amparo y protección se libró el Asiento de Latacunga de los horrores de la erupción del Cotopaxi ocurrida el 6 de julio de año 1742, cuyas funestar manifestaciones consistieron en temblores de tierra y devastadoras avenidas o aluviones con su secuela de muerte y destrucción en los campos y poblados de la comarca. Los festejos acordados para el 9 de diciembre, en el futuro, por razones obvias se traspusieron al 24 de septiembre, día propio de la virgen. No hay constancia de que entre los*

*números de esta primera celebración y en las posteriores, hubiera algo igual o parecido a la Mama Negra actual*³³

El sr. Byron Gómez, Mama Negra 2012 de septiembre conoce muy bien esta fiesta y dice “Hoy en día se celebra dos veces al año la “Mama Negra”, ya que las autoridades decidieron crear una nueva celebración para el 11 de noviembre con motivo de la independencia de Latacunga, donde participan los personajes de la “Mama Negra” y donde su significado se ha tergiversado ya que es una fecha donde la concurrencia es de personas ajenas a la tradición, con carácter elitista y con alto consumo de alcohol lo que genera hechos de violencia que dañan totalmente la imagen de las fiestas populares. La original fiesta que se celebra el 24 de septiembre es denominada la “fiesta de los mercados”, para muchos es una fiesta donde solo participa la gente pobre, sin saber que está es la fiesta original y por ende con mayor significación.

• **Desarrollo del evento:** A primera hora de la mañana, la Mama Negra realiza el acto de toma de posesión de su mandato anual, tomando el relevo a su predecesor del anterior año. La ceremonia es un solemne acto en el que también participan tomando el relevo de sus cargos los demás personajes principales. Así comienza el Auto Sacramental de la Santísima Tragedia de la Mama Negra.

A partir de este momento los desfiles de las comparsas toman el protagonismo en el escenario y una tras otra desfilan sin descanso bailando con los ritmos que crean las bandas de músicos que no cesan de hacer sonar los instrumentos musicales. Las comunidades indígenas llegan desde los páramos andinos para poner el acento colorista étnico más antiguo y las escuelas, asociaciones, peñas, grupos, todos acuden ataviados con exóticos vestidos, máscaras, disfraces disparatados y surreales a poner su grano de arena en ese evento lleno de *sincretismo*¹² y tradiciones.

³³ Paulo, Carvalho., La Mama Negra en Latacunga, Editorial Universitaria, Quito, 1973, p.68.

• **Personajes que participan:**

La Mama Negra: es la figura central de esta fiesta y va cabalgando ataviada con ricos ropajes típicos y coloristas compuestos de grandes faldones, blusa bordada ricamente de adornos y hermosos pañolones que le cambian dos asistentes en cada esquina del recorrido, mientras que una tercera persona porta una maletín lleno con una gama completa de colores y modelos de estas prendas. *“En las alforjas del caballo van introducidos dos muñecos negros que representan a los hijos de Mama Negra que en sus brazos lleva a la hija menor haciéndola bailar con gestos picarescos, de vez en cuando Mama negra aprieta un “chispero” lleno de leche y agua que moja a los boquiabiertos espectadores”*³⁴

Trota frenos: es el negro que guía a la Negra y el caballo es seleccionado cuidadosamente pues tiene que dominar el espantarse ante el enorme bullicio del gentío, los fuegos artificiales y las estruendosas bandas de música.

El Ángel de la Estrella: otra de las principales figuras, va vestido de blanco, con grandes alas en la espalda y corona en la cabeza, porta en la mano derecha un cetro y cabalga sobre un engalanado corcel blanco. Durante algunos momentos recita loas en alabanza a la Virgen de La Merced y al Capitán. El Ángel es un personaje incorporado sin duda por la tradición religiosa de los españoles y representa al Arcángel San Gabriel que se convierte en el protector del Prioste Mayor de la fiesta cuyo bienestar debe guardar para un buen término de la celebración.

El Rey Moro: Este personaje se incorporó posteriormente a la comparsa original con un origen controvertido. Según algunos estudiosos afirman es una figura de origen español que representa a Boadhil, el rey que perdió Granada y que por cierto tenía una esposa negra. Incorpora a la fiesta la tradición oriental otros estudiosos afirma que esta figura representa a los Jacho de Tacunga,

³⁴ Paulo, Carvalho., *La Mama Negra en Latacunga*, Editorial Universitaria, Quito, 1973, p.193.

legendarios gobernantes de estas tierras, cuya indumentaria es recordada por los vestidos del Rey Moro.

El Abanderado: desfila con su grupo de soldados, originalmente llevaba tres banderas, la española, la de los encomenderos y la del arco iris que fue usado desde épocas remotas por grupos indígenas como los Tacunga, Sigchos y otros. Actualmente solo porta la bandera indígena del arco iris, con ella el Abanderado realiza con gracia y energía una serie de movimientos conocidos como las “mil guaraguas”. Esta ceremonia presenta similitudes entre la tradición española y la nativa ya que exhibiciones como ésta fueron utilizada por ambas parte sin influencias y con fines similares.

El capitán: es el último de los principales personajes, va vestido con uniforme militar de época y representan al Prioste Mayor. Desfila llevando la espada sobre el hombro encabezando una pequeña tropa de soldados que disparan sus escopetas de cuando en cuando. Esta escena puede estar relacionada con las autoridades que gobernaron en época colonial, corregidores y alcaldes. Hay teorías que relacionan al Capitán con el mando del ejército que colaboró en la liberación de los esclavos negros.

Los Engastadores: dan vida a los grandes sacerdotes y nobles del imperio tacunga y que ejercieron una influencia fuerte durante la administración inca debido a la amistad del Jacho Tacunga con Hayna Capac, a estos personajes se les atribuye el ser embajadores entre los dioses menores y la gente.

Los Yumbos. Son otros personajes legendarios de remotas épocas que ya fueron incorporados al folklore indígena por los Jachos antiguos gobernantes recogiendo viejos cantos y danzas tribales. Yumbu en chimú, puquina, quichua o aymará quiere decir bailarín o danzante, “Los yumbos van vestidos de indígenas del oriente, puesto que este es su origen y portan lanzas de chonta y plumas de papagayo.

Las Ofrendas: son un grupo de mujeres que dirige la mujer del capitán, van vestidas de “cholitas” y portan cestas con flores, frutas, confituras, licores, etc., y ofrecen estos manjares a la gente durante el desfile.

Los Loeros: son unos personajes especialmente simpáticos que visten con blusones de llamativos colores y la cara tiznada de negro recordando a los esclavos, desfilan con comicidad recitando loas de carácter popular, llevan botellas con aguardiente y mistelas para invitar y brindar

Los champuceros: también representan a los negros y llevan un gran blade con el “champuz”, bebida compuesta con harina de maíz pimienta dulce, canela y especias, la mezcla es vertida sobre los espectadores molestos e invitan a beberla a los más respetables.

Los Ashangas: que antiguamente eran considerados esposos de la Mama Negra portan sobre la espalda una enorme cesta cargada con un cerdo entero asado, pollos, cuyes y abundante viandas y bebida para ser consumidas durante la fiesta, tienen que ser personas fornidas necesariamente que se preparan tres meses antes con dietas especiales para soportar el peso que portan en la celebración, a pesar de ello tienen que ser ayudados por otra persona que traslada una mesa para que el ashanguero apoye su peso para descansar durante las paradas.

Las Camisonas: son otro de los personajes más cómicos de la comparsa que siendo hombres visten amplios vestidos transparentes con vivos colores y llevan pelucas de mujer, en la mano lleva un látigo para azotar a los espectadores con el fin de despejar el camino a las comparsas pero también reparten caramelos a los niños, los camisonas representan, al mismo tiempo que denuncian, a las antiguas damas de la época colonial por el mal trato que dieron a los negros y a los criados en general.

Los curiquirenes: son aves andinas del tamaño de las gallinas, pero que comen serpientes. Pueden ser vistos como los míticos hombres – pájaro que atrae buena fortuna.

Los urcuyacas: o seres del monte, vestido con paja o musgo, provocan miedo y debe ser invitados pues representan las fuerzas salvajes de la naturaleza.

Los Huacos: Huaco o Huaconi en puquina o aymará significa el abrazados o acariciador y por su origen son figuras legendarias que se remontan a la época del imperio, cuando el gobierno del Tahuantinsuyo pasó a manos de Atahualpa y para celebrarlo preparó una gran ceremonia y el organizador inventó una comparsa de Huacos. Huascar urdió un plan para acabar con la vida de su hermano Atahualpa y envió a un grupo de guerreros de Huascar disfrazados de Yumbos se lanzaron contra Atahualpa para darle muerte, entonces los Huacos pelearon con gran valor en defensa de su emperador hasta terminar con el enemigo. En agradecimiento Atahualpa nombró a la comparsa de los Huacos escolta oficial y siempre le acompañaron durante la guerra contra Huascar.

Finalmente los huacos lucharon juntos a Atahualpa en Cajamarca dando la vida para evitar que éste fuera capturado por los conquistadores españoles dirigidos Por Pizarro. Actualmente los Huacos participan en la fiesta vestidos de blanco con una máscara pintada a rayas de colores, en la espalda llevan una especie de escudo atado con diversas figuras simbólicas y ornamentales, en la mano llevan lanzas de chonta y cuero de venado con cascabeles que pasan por el cuerpo de los espectadores con el objeto de limpiarlos de enfermedades y de los demonio maléficos mientras invocan en voz alta a las deidades de los volcanes ecuatorianos. Al frente de toda esta fantástica comitiva marchan los Volateros tirando cohetes en cada esquina, siendo unos extraordinarios pirotécnicos.”³⁵

- **Chugchucaras**

Algunas narraciones de quienes han visitado Latacunga siglos atrás mencionan de perniles, carnes, salazones de Latacunga, pues mas allá, de la búsqueda de documentos de estas delicias gastronómicas, resulta fundamental saber la tradición que habla de las “chugchucaras” desde la época colonial, ya

³⁵ Anexo 10

que, el puerco, chancho, cerdo, cuchi, se ha criado por aquí desde hace algunos siglos atrás.

Pedro Caiza de León, Jorge Juan y Antonio de Ulloa u otros que pasaron por Latacunga y probaron el ya afamado “cuero tembloroso”, todos coincidieron en su exquisitez.

Parece ser que la manteca que se extrae del puerco se la “exportaba” a otras latitudes, (en cajas metálicas bien empacadas) a otras ciudades, especialmente Guayaquil, donde ya se la vendía los días sábados y domingos en las respectivas ferias. Por lo tanto, los días viernes, ya sea en la tarde o entrada la noche, ciertos barrios de Latacunga se llenaban del riquísimo olor de la fritada y chugchucara no siendo la misma la una con la otra.

El riquísimo sabor que despedía la fritura del chancho los días viernes en Latacunga, parece ser que despertó el afán de muchos “mashcas” de entrarle a la probada de tan rico plato típico. Entonces es cuando aparecen los primeros negocios de venta de chugchucaras, que naturalmente solo atendían los días viernes y donde pailas y bateas cautivaban a quienes disfrutaban las primeras sazones de la carne.

El intelectual Latacungueño Rodrigo Campaña escribió un artículo relacionado con las chugchucaras, por el año de 1975, mencionaba que la costumbre de las chugchucaras tal como se la practica en la actualidad es relativamente reciente, y había que hace 40 o más años (es decir por los años 30 y 40 del pasado siglo) el negocio era atendido solo los viernes.

El palto se componía de la fritada en general, papas cocinadas, tostado, mote con chuzo fritada y un vaso de chicha, y no faltaba el aji molido en piedra. Posteriormente el palto tuvo sus variaciones y moderaciones, hoy se sirve con plátano y papas fritas en la misma manteca del chancho, las ricas empanadas que son un poco agridulces por el queso y el azúcar, el mote con chuzo fritada (de entrada), tostado y canguil. A la chicha se la ha variado o cambiado con cerveza.

Chugchu = tembloroso, temblar

Cara = cuero, piel

Por lo tanto significa “cuero tembloroso” o “cuero que tiembla”. Específicamente se refiere a la carne del puerco (se dice que el pecho de aquel animal) delicadamente reblandecida que parece que tiembla.

- **Queso de Hoja**

Producto tradicional de la gastronomía latacungueña. Su origen es antiguo y está vinculada su elaboración a la familia Rivas Gallo, según manifiesta el señor Eduardo Cassola Terán, nieto de la señora Joseta Rivas Gallo, en entrevista efectuada el 17 de agosto del 2005: “... el queso de hoja se hacía en la casa solo para consumo interno o cuando había alguna festividad especial. Pero después llegó el momento en el que por dificultades económicas, causadas por la baja actividad agrícola que sufrían hacendados, grandes productores, medianos y pequeños, ya sea por la poca importancia que le daba el gobierno de ese entonces a este sector, hizo que mi madre Azucena Terán Arellano de Cassola, pensara en el queso de hoja como negocio y se puso a elaborarlo mejorando el proceso y las condiciones de producción, que aprendió de su familia política.

El nombre de queso de hoja proviene de su preparación, pues este está hecho de hojas de queso, que se consiguen al amasar el queso fresco, y no porque está envuelto en hojas de atzera o achira. La hoja de achira le da un sabor especial al queso que se envuelve en ella, pues al juntarse estos dos elementos se produce una reacción química entre el suero que se desprende del queso, que se mezcla con la hoja, la misma que transmite su aroma y sabor. Las hojas de achira se traían de una hacienda llamada Colaisa o se adquirían de los huertos y jardines de las casas de Latacunga que tenían esta planta.

Los turistas que en gran cantidad llegan a Latacunga, tanto en septiembre como en noviembre, para disfrutar de “La Mama Negra”, suelen consumir el

queso de hoja, acompañado de allullas o de una taza de café. También lo Adquieren con las allulleras para llevarlo a sus respectivos hogares.

- **Allullas**

(Del árabe hallun, bollo de fiestas, y este del hebreo hallah, torta de pan acimo consumido en Pascua). Es producto tradicional de Latacunga. Es una especie de galleta, grasosa y crocante, redonda y aplanada, con una leve hendidura en el centro, que se elabora con harina de castilla, manteca de chanco, huevos, levadura, sal y agua. Se sirve como complemento del también tradicional queso de hoja.

Esta tradición de hacer las allullas no se ha perdido, hay familias que se dedican a preparar este plato típico entre estas están: la familia Cañas y la familia Molina que viven en el barrio de San Sebastián.

- **Pastoreo de Ovejas**

En el Ecuador existen miles de hectáreas de páramos que se encuentran a abandonados y mal aprovechados, se dice que la ovejería podría solucionar estos problemas. El ovino criollo en un 90% es un animal adaptado a condiciones extremas de clima y manejo, donde a excepción de los camélidos sudamericanos, es la única especie que se puede explotar.

“La ovejería en el país se encuentra donde existe la mayor población de campesinos, ya que la oveja les proporciona carne, lana, leche, pieles, abono, etc., muchas familias ecuatorianas subsisten de la producción ovina en el país. En otros países la ovejería es un buen negocio, y en muchos casos la economía de un país depende de la producción ovina como es el caso de Australia, Nueva Zelanda, Uruguay entre otros”.³⁶

En la provincia de Cotopaxi al ser una, provincia con actividad ganadera todavía presente, son más las personas que viven en las zonas rurales quienes se dedican a esta actividad poseen entre 15 y 25 ovejas y borregos.

No han perdido la costumbre de llevar a pastar a sus ovejitas. Así menciona el sr. Luis Alberto Alomoto, habitante de Poaló.”Antes la gente acostumbraba mas

³⁶ www.mx.geocities.com/ancoec/ovejeria/importancia

a llevar a pastar a su rebaño, ahora en día somos pocos los que tenemos esta costumbre, la mayoría de las personas hacen que sus ovejas coman ganado o simplemente ya se dedican a otras actividades fuera del campo. Igual ya los niños pequeños ya no quieren conocer sobre este oficio que en los tiempos de mis abuelos era necesario conocer.”³⁷

Todas estas costumbres no se deberían porque son de la cultura popular de los ecuatorianos. La oveja mal manejada puede causar problemas de erosión, destrucción de plantas nativas, pero es el hombre el causante directo de la destrucción de la naturaleza ya que no aplica las técnicas apropiadas de explotación de la tierra, por el contrario fertiliza los campos con productos químicos que con el tiempo matan el suelo, sin tan solo se pensara en fertilizar el suelo con abono natural de cualquier tipo de ganado, no solo que no daña la tierra sino que también le ayuda a mantenerse sana.

Es por eso que esta costumbre no debe perderse, se puede tomar como parte de una actividad dentro del turismo comunitario para que los turistas puedan compartir estas y otras costumbres de los pobladores no solo de esta comunidad sino en todo el Ecuador.

- **Leyenda del tesoro escondió de Atahualpa en el Cerro Rumiñahui**

“Cuando Atahualpa fue capturado por los españoles, cuenta la historia que, con el afán de recobrar su libertad, les ofreció un cuarto lleno de oro y dos de plata. Objetos de estos preciosos metales comenzaron a llegar a Cajamarca (donde se encontraba Atahualpa cautivo) en caravanas de indígenas que venían de diferentes partes; sin embargo, debido a la grandeza del imperio Inca, la entrega del codiciado rescate demoraba.

Corría el rumor entre los captores de que el ejército del General Rumiñahui se acercaba para matar a Francisco Pizarro y los demás conquistadores, a quemar todo y liberar a Atahualpa.

A tanto llegó el temor que, ocho meses después de la captura, el Inca fue asesinado. Se conoce que Pizarro se llevó la mayor parte del botín recaudado, pero no se sabe a ciencia cierta qué sucedió con el resto del rescate prometido,

³⁷ Entrevista Anexo 11

con las caravanas de oro y plata que iban en camino hacia Cajamarca. Al parecer, Rumiñahui pudo ocultar el rescate.

Tras la muerte de Atahualpa, Pizarro se dirigió hacia el Cuzco y Sebastián de Benalcázar y se encontró con una ciudad saqueada e incendiada. Después de ocuparla, siguió el rastro de Rumiñahui que, según cuentan las crónicas, se encontraba en las peñas de los altos de Píllaro, cerca de los Llanganates.

Finalmente lo capturaron y lo quemaron en la plaza principal de Quito, pero no lograron conocer en dónde se encontraba escondido el tesoro. Hasta ahora no se sabe qué ocurrió con el tesoro de Rumiñahui, pese a las continuas expediciones que se han realizado”³⁸

Así como estas han nacido, varias leyendas sobre este tesoro, no solo aquí en el Rumiñahui, sino también en los Llanganates y entre las provincias de Azuay y Cañar. Todos los pobladores de Mulaló conocen estas y más leyendas en torno al tesoro de Atahualpa, y otras más, quienes habitan en esta parroquia y sus alrededores cuentan que siempre ha existido esa curiosidad de ir a explorar el Rumiñahui para saber si existe o no ese tesoro.

- **Pendón “El Camilo” símbolo de los paracaidistas**

Es un estandarte usado por las unidades de Fuerzas Especiales el mismo que lleva la efigie de una calavera humana en la parte superior. Se lo conoce como Camilo en razón de que, la persona enterrada en esa tumba que fuera profanada en algún curso de comandos en las inmediaciones de Guaytacama su nombre era Camilo, desde esa fecha permaneció en el GFE-25 hasta el año 2004 en la ciudad de Esmeraldas donde se encontraba acantonada el G.F.E 25 y en ceremonia especial y misa campal.

Desde entonces todos los grupos de fuerzas especiales llevan en su estandarte el Camilo que en la actualidad es de madera que representa el terror y el pánico de las Fuerzas Especiales.

³⁸ <http://danielact.blogspot.com/2010/10/la-leyenda-de-el-tesoro-de-atahualpa.html>

Así también existe, el “Alipio”, que como cuenta el Capitán Ayala de las Fuerzas Especiales, “Dentro de los instructores de los primeros cursos de comandos, existía la presencia de uno de los instructores cuyo nombre era Alipio, el cual utilizaba este callado para apoyarse en sus largas caminatas y también permitía corregir los errores de los alumnos; hoy en la actualidad a tenido una evolución y en su parte superior tiene una calavera con una réplica de una gorra de instructor. Este distintivo permite identificar al instructor de Fuerzas Especiales en la fase de patrullas y cuando tienen marchas sean estas nocturnas o diurnas. La convivencia paracaidista es un proyecto de autogestión de la Escuela de Fuerzas Especiales cuyo objetivo es; utilizando las instalaciones de la 9-BFE”PATRIA” transmitir a la población civil del País la imagen del soldado paracaidista participando conjuntamente durante un fin de semana de las actividades diarias de un soldado de Fuerzas Especiales, conocimientos de paracaidismo, andinismo, técnicas de natación y buceo, tiro de pistola, organización de áreas de vivac, como reaccionar ante desastres naturales, visita al museo y legión de la vieja calavera así como de momentos de sano esparcimiento y camaradería”³⁹

4.6.2 ATRACTIVOS DE JERARQUIA III

- **Historia Local del Pozo de Agua de la Hacienda Tilípulo**

“La reliquia arquitectónica colonial, la hacienda el monasterio de San Juan Bautista de Tilipulo que cuenta con 3220 metros cuadrados de construcción. La belleza de Tilípulo se complementa con los jardines y el estanque, arboles, agaves, geranios, palmeras, sauces llorones. Caminos trazados sobre la arena, conducen a lugares recoletos y placenteros”⁴⁰

Allí meditaron los monjes y observaron día a día trabajar en los obrajes, a las mujeres, niños y ancianos, que hacían tejidos para exportar. Con el pasar de los años, el Monasterio fue propiedad del Marqués de Miraflores (1772). La historia dice que en **Tilípulo** se reunieron los patriotas para planificar la independencia de Latacunga. El Monasterio guardaba fabulosas joyas de arte.

³⁹ Entrevista Anexo 12

⁴⁰ Folleto del departamento de Cultura y Turismo (Municipalidad de Latacunga)

Un atractivo del predio está en el patio, hay un singular reloj solar luego, un portón permite el acceso al segundo patio, entonces se nota la hilaridad de las bóvedas, junto a los portales y las arquerías.

Toda la construcción está hecha con la piedra pómez de las erupciones del volcán Cotopaxi. El patio es uno de los hitos que fijan la belleza del monasterio, además hay un pozo y un cuarto destinado a la purificación del agua y la vegetación compuesta por sauces, molles y el frondoso eucalipto que trajo de Australia el entonces presidente García Moreno

Así es este maravilloso lugar, el sr. Daniel Solano, cuidador de la hacienda quien conoce no solo de esta leyenda dentro de este lugar sino de otras, sin embargo menciona “esta casa tiene muchas historias que de generación en generación quienes la hemos cuidado no solo las conocemos sino hasta podemos dar testimonio de fantasmas, cosas que cambian de lugar, sin embargo ya nos hemos acostumbrado a esto. Son muy pocas personas las que conocen sobre este lugar, la mayoría son laticungueños, muy pocas veces vienen a visitar este lugar, a pesar que siempre mi familia y yo estamos dispuestos a hacerles conocer y contarles sobre la historia de este lugar⁴¹.

Tanto el conjunto arquitectónico, como la historia y las leyendas que existen dentro de este complejo, son muy importantes no solo para los laticungueños sino para todos los ecuatorianos.

- **Historia Local sobre la hacienda Obraje Tilípulo**

El monasterio original fue construido alrededor de 1.680 por el arquitecto Marco Guerra, con el nombre de San Juan Bautista de Tilípulo. Inicialmente esta hacienda pertenecía al cacique inca Sancho Hacho. A inicios de la época colonial el valle situado al norte de Laticunga formó parte de la encomienda asignada a Rodrigo Núñez de Bonilla.

En el siglo XVII luego de un proceso de fragmentación de propiedades se formaron diferentes haciendas entre ellas Tilípulo Grande, consolidada por Don

⁴¹ Entrevista Anexo 13

Ignacio de Arteaga. En 1.696 la hacienda pasó a manos de don Fernando Dávalos, quien inició el obraje para la producción de paños y bayetas. Su esposa, doña María Villagómez de Larraspuru al enviudar, continuó la expansión del predio y aumentó notablemente el volumen de producción textil.

En 1.763, fue vendida al Marqués de Miraflores, Antonio Flores y Vergara. En este período, el obraje alcanza su óptimo nivel de producción y por esta época se construye la gran iglesia San Juan Bautista de Tilípulo, que representa la más importante construcción del casco de la hacienda.

Más tarde pasó a manos de don Manuel Larrea y Jijón, Marqués de San José, quien acrecentó la extensión del predio, restauró los obrajes y más construcciones que habían sido afectadas por un incendio, e inició la exportación de textiles.

A finales del siglo XIX, el obraje decayó, como casi todos los de la sierra ecuatoriana, porque el mercado fue ocupado por textiles importados.

- **Textilería de Ponchos de Lana de borrego y alpaca**

Si se quiere conocer un trabajo artesanal confeccionado a mano y utilizando herramientas rudimentarias como maderos basta con viajar a la parroquia Poaló, barrio Luz de América. Allí don Teodomiro Álvarez Mena, quien desde hace medio siglo, por influencia de su esposa y sus padres políticos, se dedica a trabajar la lana de borrego, desde el hilado de la lana y elaboración del hilo, hasta la confección de abrigados y vistosos ponchos en diferentes colores, que son un atractivo.

Don Luis Teodomiro Álvarez Mena nació en el barrio Luz de América de la parroquia Poaló, cuando joven trabajaba como controlador en los buses de la cooperativa Cotopaxi, cuando se enamoró de quien es su actual esposa, doña Targelia Mena. Es entonces que se inclina al trabajo del tejido donde su suegro, don Antonio Mena, en el barrio Marqués de Maenza, cuando ingresa como aprendiz, pero al ver que este oficio era bueno decidió poner más interés e ir mejorando sus destrezas y habilidades ya como operario, hasta aprender plenamente su arte.

- **Sitio sagrado de la Piedra Silintoza**

Una vez que aprendió los procesos de confección se ingenió las herramientas, que no son sino diferentes pedazos de madera que le ayudan durante todo el proceso, que inicia desde el hilado (fabricación del hilo) con la pushcana, un palo de unos tres centímetros de espesor y unos sesenta centímetros de largo, en donde se coloca la lana de borrego y al otro costado en una tunda -flor seca de sixe-, con la que produce el hilo a mano solo con las yemas de dos dedos de la mano derecha.

El siguiente paso es el teñido del hilo en grandes recipientes de tol, en donde de acuerdo al gusto del cliente se da las diferentes coloraciones; una vez que se ha secado con la ayuda de un cerco de bicicleta vieja procede a elaborar los ovillos, luego de aquello empieza a perchar, que es el inicio de fabricación del poncho, este proceso lo realiza sobre unos seis palos pequeños colocados en una base de madera entre seis y ocho palitos sobre él, dependiendo del tamaño del poncho.

El siguiente paso es en el telar, un aparato de madera compuesto con dos cruceros, se lo denomina pugsá, que es similar a un dedo, en donde empieza la armada con la mitad del poncho; también forma parte de esta "tejedora" la callua, que está compuesta por dos canales de madera, y como parte complementaria la tamba, que es una especie de espaldar atado a la tejedora en donde se arrima para poder ajustar los hilos en proceso

Allí es a donde deberían llegar los ministerios: el de Turismo podría fomentar el turismo comunitario o el de Cultura difundir y mantener como identidad cultural este tipo de trabajo ancestral, que para las generaciones venideras será un verdadero patrimonio, ya que con el avance tecnológico se ha desplazado la mano del hombre y pocos somos quienes tenemos la suerte de compartir una historia de cómo se desarrolló la industria, tomando como base el trabajo de las manos hábiles de los artesanos.

- **Leyendas sobre el cerro Putzalahua**

En el cerro Putzalahua la cobertura vegetal está caracterizada por pajonal, almohadillas, y helechos muy variados; el estrato herbáceo y arbustivo es representado por especies como el romerillo, la chuquiragua (*Chuquiragua jussieui*), zapatito (*Calceolaria sp*) entre las especies que más sobresalen. Se puede observar quilicos, gralarias y conejos.

Al empezar el ascenso al Putzalahua son muy notorios los cultivos; pero a prudente altura éstos son reemplazados por vegetación típica de páramo que ha sido moderadamente conservada; aún se puede observar la chuquiragua, el romerillo e inclusive muy ocultas las llamadas orejas de conejo: así como también variedades de musgos, líquenes y helechos.

El cerro Putzalahua es el guardián de diversos caseríos, barrios y parroquias de Latacunga. Incluso de la misma capital de Cotopaxi y de sus habitantes. Se lo puede divisar desde distintos puntos de la ciudad y desde las provincias vecinas, siendo parte de la cotidianidad.

- **Sitio Sagrado de la piedra Silintoza**

En una llanura de la parroquia Mulaló existe una gigantesca y colosal piedra que fue arrojada por el volcán Cotopaxi en una de sus erupciones, la Silintoza tiene cincuenta metros de diámetro y seis de altura.

Es muy conocido este sitio no solo por pobladores de los alrededores sino por la gente de toda la gente de la provincia de Cotopaxi, a partir del 2004 se realiza una profesión en honor a la Virgen del Volcán conocida así la Virgen de la Merced, los pobladores la llamaron así porque siempre les ha protegido de las erupciones del Cotopaxi. El Sr. José Edward Jiménez, el encargado de organizar año a año esta caminata en el mes de septiembre. El sr. Jiménez, comenta: "Yo empecé a realizar esta peregrinación cuando regrese del extranjero, pedí al principio la colaboración de la curia, las autoridades seccionales quienes no supieron ayudarme, y junto con mi familia decidimos hacer la procesión, hubo gran aceptación, y cada año ha ido aumentando.

Este sitio es muy importante tanto religiosa como tradicionalmente, por eso en septiembre de cada año, se organiza esta procesión. Con la ayuda de los devotos pensamos en construir un templo en honor a la virgen del Volcán, a lado de la Silintoza, donde que exista todos los servicios básicos para que sea un lugar de turismo religioso y cultural”⁴²

La idea del sr. Jiménez, es muy buena, por eso es que se debe difundir este sitio como un atractivo turístico no solo local sino nacionalmente.

- **Leyenda de la Piedra Silintoza**

No solo es una la leyenda en torno a esta piedra de origen volcánico, sino varias. Una de ellas cuenta que junto a esta piedra se oía ruidos silbidos y chillidos por se estima que se llama “La Silintiza”

Hoy de esa piedra ya no salen gritos, sonidos o ruidos; se ha callado para siempre. Es una de sus caras el pintor Víctor Mideros, por 1932, plasmo la imagen de la virgen de la Merced. Así también se desarrollan concursos el que sube y baja se gana un gran premio lo que les puedo decir es que solo el primo de mi padre a podido subir y bajar de la piedra.

- **Rito de los Paracaidistas de Salto de la Torre**

En la investigación realizada en la Brigada de Fuerzas Especiales Patria, el Capitán Ayala, fue el encargado de hablar sobre todas las tradiciones y costumbres que tienen los Paracaidista, y de este dijo “Una vez en la aeronave se les imparte las voces de mando tal cual se lo haría en una misión real; una vez que el paracaidista se coloca en la puerta, se les pide que realicen un brindis, al calor del un trago paracaidista, luego proceden a saltar, realizando el conteo, el chequeo respectivo y el consiguiente aterrizaje en una colchoneta con su rodada respectiva. Una vez en tierra se les manda dese quipar; se les hace formar y de inmediato proceden a entregar las prendas que le sirvieron por largos años en su vida paracaidista,

⁴² Entrevista Anexo 14

Estas prendas son: el casco, su uniforme y botas que son entregadas a los nuevos soldados que ingresan a la brigada patria en recuerdo y herencia de las tradiciones y el trabajo paracaidista, solo su boina se la quedarán y se la colocarán como símbolo de que el soldado paracaidista es ahora y para siempre a rigor de la sentencia de: “Soldado un día...Soldado toda la vida”⁴³.

De las misma manera comenta que todos los que visitan la Brigada tiene que saltar de la Torre sin negarse.

- **Boina de los Paracaidistas**

La Boina que usaron los pioneros del paracaidismo era de origen brasilero traída por el CRNL Cesar Montesinos. Luego de que el GRAL Edmundo Vivero realizara una visita en Inglaterra se trajo la boina que se utiliza.

“Se encuentra conformada por un cintillo de color negro y un ovalo del mismo color, el que tiene como significado el luto que llevamos en el alma los soldados paracaidistas por nuestros camaradas caídos en el campo del honor.

El color de la boina es concho de vino, es semejante al color de la sangre de los paracaidistas, quienes se encuentran prestos a derramar esa sangre en defensa de los sagrados intereses de la patria y a su vez es la sangre derramada por los héroes en los diferentes conflictos en los que a participado nuestro país y ha sido defendido por los paracaidistas.

En el ovalo color negro, se encuentra colocado el ala color de oro distintivo de los paracaidistas, la cual va de acuerdo al grado y a la especialidad del aire del paracaidista y que significa el brillo dorado que posee el alma de los paracaidistas y su valentía con su profundo amor a la patria.

La caída del cintillo de color negro que rodea la boina tiene tres cintillos el primero representa los valores éticos y morales del paracaidista, el intermedio representa que somos la columna vertebral de las Fuerzas Armadas y del país, el tercer cintillo representa la hermandad de la legión de los paracaidistas; cuando esta realizada una trenza el paracaidista es casado y cuando esta suelta se dice que el paracaidista es soltero.

⁴³ Entrevista Anexo 15

Una peculiaridad de la Boina Roja es que en su interior debe existir una prenda íntima femenina como muestra de la fidelidad del soldado paracaidista hacia la mujer; esta tradición fue introducida por el CRNL Edgar Narváez”⁴⁴

- **Coplas de los paracaidistas**

Esta tradición se origino a raíz de que la Brigada se traslado de la ciudad de Quito hacia la ciudad de Latacunga; y era necesario festejar a los cumpleaños una vez al mes y los días viernes el personal salía con dirección a Quito y no había como festejar a todo el personal. “discurso y una manera de romper el “hielo” e identificarse con la camaradería de los soldados boina roja más no como una ofensa; sino al contrario dándole una muestra de bienvenida; todos los camaradas presentes a una sola y viva voz dicen: ESTA MUY BIEN ESTA MUY BIEN ESTA MUY BIEN, DE ESA OPINION PARTICIPO YO TAMBIÉN. HAZ BIEN Y NO MIRES A QUIEN CABRON”⁴⁵

Otras de las coplas conocidas dentro de los comandos son:

Brindemos bravos paracaidistas
 Por el valor y la audacia nunca vista,
 Por la Patria, la Madre, la Bandera
 Y la Legión de la Vieja Calavera.
 Brindo por mis alas color de oro,
 Por mi boina Roja, mi tesoro.
 Por la guapa damita que yo quiero
 De cuyo viejo amor soy prisionero.
 ¡Brindo por mi Brigada Siempre Lista!
 ¡Por ti Hermano Paracaidista!

⁴⁴ Entrevista Anexo 16

⁴⁵ Entrevista Anexo 29

¡Salud, Salud, compañeros!
Por mi fiel ala dorada,
Por la mujer siempre amada
Por su amor y sencillez;
Por la cúpula que se abre
Al contar cuatro segundos,
¡Salud!, por sentir al mundo
De rodillas a mis pies;
¡Salud! Les dice un paraca
¡Salud! Invita un COMANDO
Que se encuentra disfrutando
El cariño y la bondad;
Y hoy que la noche es más larga,
Aunque amanezca de nuevo,
Con esta copa renuevo
Mi respeto y amistad

- **Artesanías en Totorá**

La totora es uno de los recursos que el Ecuador posee en gran cantidad, la zona andina está cubierta de esta planta, que los antiguos pobladores de la serranía ecuatoriana, es decir, los indígenas, la han sabido utilizar en diferentes actividades, desde utensilios de cocina hasta embarcaciones aptas para la navegación.

La habilidad de los antiguos indígenas ecuatorianos, junto con su situación social en cuanto a las comodidades tecnológicas que se iban desarrollando, conforme lo demandaba la comunidad, hizo de la totora un artículo muy importante en el entorno social, económico y hasta político de estas comunidades.

El proceso para la elaboración de las artesanías inicia con la cosecha de la planta de totora. Se la hace secar y se clasifica la calidad de la misma; a continuación, dependiendo de la forma o figura a darle, se toma el molde base y se procede a tejer, en ciertos casos se requiere de piola de nylon para sujetar, como por ejemplo para los muebles, basureros, porta ropa, entre otros. Para dar color se realiza un proceso de tinturado mediante el cocido de la totora con un colorante especial para darle tonalidad a la artesanía.

Entre los productos que se elaboran con la totora, que es un junco que crece en el lago San Pablo y en otros lagos de la provincia de Imbabura, se encuentran carteras, muebles, papel de Totora, fundas, tarjetas, cestos, figuras, cajitas para adornos, esteras. etc. Para llevar adelante el trabajo comunitario estuvo inicialmente la Fundación Alternativa, organización que apoyó por medio de un proyecto, que ya se cerró. Al momento la empresa no recibe ningún apoyo extranjero.

- **Bandas de Pueblo de Cuicuno**

Los integrantes de estas agrupaciones son gente sencilla y humilde que trabajan en la artesanía, agricultura y en la construcción, quienes luego de las jornadas cotidianas se dedican a la música. No cuentan con una gran dirección musical, pero tienen una vocación enorme, al punto que desde niños se suman a este tipo de grupos de música, muchas de ellas familiares.

Los mestizos e indígenas fueron instruidos en la música, así nació la necesidad de llevar esta costumbre a sus comunidades y pueblos, cambiando las quenas y las flautas por instrumentos europeos como el saxo y el clarinete, y las melodías indígenas a esta nueva forma hacer música de fiesta.

“Las bandas de pueblo son esos tradicionales grupos artísticos, encargados de la parte musical de una festividad. En las celebraciones de fundación de la

ciudad y en otras fiestas populares ponen a bailar a los quiteños. Una de sus características es que no usan instrumentos de amplificación. El tradicional oficio se ha mantenido gracias a la tradición musical de algunas familias, que han transmitido esta actividad de generación en generación”⁴⁶

- **Leyenda del Señor del Árbol de Cuicuno**

La única colina que sobresale en su relieve y constituye un hermoso mirador es en la parroquia eclesiástica de Cuicuno, Dispone de un hermoso Santuario donde se venera al "Señor del Árbol" o "Señor de Cuicuno". La "Casa del Peregrino" que alberga a miles de turistas y fieles que asisten a las fiestas patronales.

La revitalización artesanal de Cuicuno y Tilípulo de todos los elementos existentes en estas comunidades andinas, hay algo que no deja de sorprender: la persistencia profunda de la tradición por sobre el transcurrir del tiempo y de los hechos. Los tejedores de Cuicuno han dicho, por ejemplo, que si estas prácticas artesanales se han conservado

No es posible relatar todos los milagros del Señor del Árbol de Cuicuno. Son millares, millones tal vez. Ha producido el arrepentimiento en los pecadores impenitentes, ha curado la constante infidelidad de malos maridos y peores esposas, ha vuelto al hogar a los hijos pródigos, ha devuelto la fe a los incrédulos, ha dado fin a las sequías y a los diluvios, ha curado enfermos ya en agonía, ha limpiado leprosos, ha rescatado arrieros que rodaban al abismo con sus acémilas, ha salvado a la buena gente de la miseria, ha encontrado animales robados o perdidos, ha sacado a buenas gentes de la miseria, ha sacado a buenas gentes sanas de entre las ruedas de autos conducidos por irresponsables, ha ayudado a trabajadores humildes a escapar de las garras de los usureros.

La señora Marina Toapanta, vendedora de velas, santos y escapularios fuera del templo cuenta “Cuentan los ancianos que la loma de Cuicuno, en los dos primeros siglos de la colonia, era solamente un pajonal. Aquí llegó a tener una propiedad de dos caballerías un comerciante originario de Guápulo, cuyo nombre era Domingo Barahona, casado con Feliciano Bilbao. El precio de la

⁴⁶ http://www.elcomercio.com/quito/bandas-pueblo-Patrimonio-Cultural-Intangible_0_600540038.html

propiedad era de dos pesos y medio. Una vez adquirida, el propietario se radicó en este lugar; construyó su choza de vivienda con el anhelo de convertirla en fructífera estancia. El pajonal que había comprado carecía en absoluto de árboles; pero en las faldas de los llinizas había hermosos bosques de quishuar. Allí viajó Domingo para conseguir unas plantas de este árbol, que luego las sembró en su propiedad. Una tarde un hombre desconocido le saludó en su casa y desapareció enseguida. Domingo se dijo a sí mismo: "ese debe ser el ladrón". Salió para perseguirlo, pero no lo encontró. A su retorno resolvió definitivamente derribar el quishuar. Cuando de un hachazo desgajó una de sus más gruesas ramas que crecía a poca altura del suelo, entre admiración y espanto vio que de la herida salía sangre. Ante esta visión Domingo quedó estupefacto y corrió a Saquisilí para avisar al sacerdote misionero. El misionero vino al lugar y, luego de constatar lo que había aseverado Domingo, ordenó mantener el árbol durante algún tiempo más. A lo largo de algunos meses fue asomando poco a poco la imagen de Señor"

De su siembra, unos murieron; pero algunos crecieron frondosos, cambiando el panorama de su estancia. Con estos árboles tenía leña en abundancia para los menesteres de la cocina. Cuando casi ya había talado todos, muy cerca de la casa le quedó el más corpulento y frondoso, que conservó a propósito. Junto a los cultivos y a la sombra del quishuar tenía un hermoso rebaño de ovejas para el sustento de su familia. Un día constató sorprendido que algunas de sus ovejas habían desaparecido del redil. De inmediato pensó que su propiedad estaba fichada por ladrones. Como el quishuar reservado era corpulento y frondoso, pensó que servía de escondite para los ladrones y resolvió derribarlo, muy a pesar suyo"⁴⁷

Luego del análisis de los potenciales atractivos turísticos del cantón Latacunga, se puede sugerir productos turísticos que pueden ser desarrollados en el lugar, para esto se toma como referencia a la información del PLANDETUR 2020, donde constan las líneas de productos del Ecuador.

⁴⁷ Entrevista Anexo 317

4.7 Impactos Socio – Culturales del Turismo en las Fiestas Populares.

Antes de proceder a sugerir el plan de difusión, es necesario hacer hincapié en los impactos sociales y culturales que la actividad turística conlleva en las fiestas religiosas populares.

Una característica de las fiestas tradicionales, leyendas, y ritos consiste en que su disfrute o consumo debe realizarse *in situ*, en la localidad donde se celebra. Las fiestas son motivo de visitas a los lugares de realización tanto de nacionales como extranjeros, por lo que se someten a las ventajas y peligros que depara la el turismo. Se habla de peligros ya que si solo se trata de maximizar los efectos económicos del turismo se puede llegar a desvirtuar o minimizar los significados o simbolismos que identifican a las fiestas como sucedió con la fiestas de la Mama Negra en Latacunga, situación que fue al extremo de crear una fiesta similar que se celebraría en un día, motivo y participantes diferentes a los de su origen. Muchas veces cuando una fiesta de una comunidad se deja manipular por los gobiernos locales, entonces tienden a homogenizarse y estandarizar eventos y se transforman en criterios comerciales

CAPITULO V

5. DIFUSIÓN TURÍSTICA

5.1 ESTUDIO DE MERCADO.

5.1.1 INTRODUCCIÓN

Es amplia la variedad de visitantes que llegan al Ecuador y a la provincia de Cotopaxi, como amplia es la cantidad de motivos por los que han llegado hasta nuestro país y el cantón Latacunga.

5.1.2 OBJETIVOS

GENERAL

- Determinar el tipo de actividad que desarrollan los visitantes en el cantón Latacunga

ESPECÍFICOS

- Conocer el motivo de la visita de los turistas al cantón Latacunga
- Determinar si los servicios que han recibido los turistas, han sido de su agrado y complacientes.
- Identificar cuáles son los atractivos más llamativos en cantón Latacunga
- Conocer cual es la importancia de la actividad turística en la vida de los habitantes cantón Latacunga
- Conocer la disposición de los habitantes de la provincia de Cotopaxi, para involucrarse en el desarrollo de la actividad turística.

5.1.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

• UNIVERSO

El universo de estudio para nuestro plan está comprendido, por las personas extranjeras que desarrollan actividades turísticas en la provincia de Cotopaxi por una parte; y por otra por los habitantes, comerciantes y población en general que reside en el cantón Latacunga.

Los datos de los catastros del Ministerio de Turismo del Ecuador nos dan los valores de los visitantes de la provincia de Cotopaxi, los cuáles fueron de 27414 (turistas extranjeros que ingresaron al Parque Nac. Cotopaxi en el año 2005).

También tomamos los datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), cuyas proyecciones nos indican que la población del cantón Latacunga para el año 2011 es de 17.489 HAB.

• TIPO DE MUESTRA

Aleatorio Simple. Da la probabilidad a cada uno de los miembros de una población a ser elegidos. Es uno de los más empleados y recomendado en las investigaciones sociales y educacionales, ya que este principio de darle la oportunidad a cada uno de los miembros de la población a ser elegidos o tomados como muestra, es lo que permite obtener conclusiones en la muestra e inferir lo que pudiera ocurrir, a partir de ésta, en la población, con un elevado grado de pertinencia. Estadísticamente permite inferir a la población los resultados obtenidos en la muestra (Devore, 2000), (Montgomery, 1999), (Siegel, 1997)

Para obtener el tipo de muestra, se ha recurrido al Muestreo Probabilística Sistemático.

5.1.3.1 CÁLCULO DE LA FÓRMULA

$$n = \frac{P*Q*N}{(N-1)*E^2 + P*Q}$$

Z= Nivel de confianza

N= Universo

P= 50% probabilidad a favor

Q= 50% probabilidad en contra

E= Error

K= Nivel de Confianza

n = 376

5.1.3.2 ENCUESTA

CUESTIONARIO

1. ¿CONSIDERA UD. QUE EL CANTON LATACUNGA ES IMPORTANTE PARA EL TURISMO EN EL ECUADOR?

.....SI

.....NO

2. ¿CREÉ UD. QUE LA INFRAESTRUCTURA EXISTENTE EN EL CNTÓN LATACUNGA ES SUFICIENTE PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS?

.....SI

.....NO

.....FALTA

3. CONSIDERA QUE EL TRATO QUE RECIBÍÓ POR PARTE DE LOS HABITANTES Y LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DURANTE SU ESTADÍA FUE?

.....EXCELENTE

.....BUENO

.....REGULAR

.....MALO

4. ¿LOS SERVICIOS TURÍSTICOS RECIBIDOS HAN SATISFECHO SUS EXPECTATIVAS?

.....SI

.....NO

5. ¿CONOCIÓ UD. LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA AL CANTON LATACUNGA?

.....SI

.....NO

6. CUAL ES EL MOTIVO DE SU VISITA AI CANTON LATACUNGA

.....TURISMO

.....TRABAJO

.....OTROS

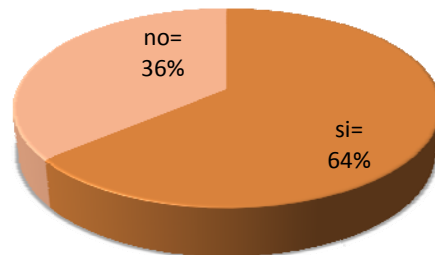
7. IDENTIFIQUE LOS ATRACTIVOS QUE MAS LE INTERESARON

5.1.4 RESULTADOS DE ENCUESTA

1. ¿CONSIDERA UD. QUE EL CANTON LATACUNGA ES IMPORTANTE PARA EL TURISMO EN EL ECUADOR?

GRAFICO 1

Pregunta 1



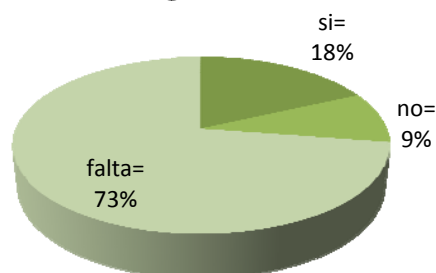
Interpretación

Para la mayoría de los visitantes de la provincia de Cotopaxi, éste lugar es llamativo turísticamente, lo que significa que podría tener una mayor fluencia de turistas y visitantes en los diferentes atractivos que posee el cantón Latacunga.

2. ¿CREÉ UD. QUE LA INFRAESTRUCTURA EXISTENTE EN EL CNTÓN LATACUNGA ES SUFICIENTE PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS?

Grafico 2

Pregunta 2

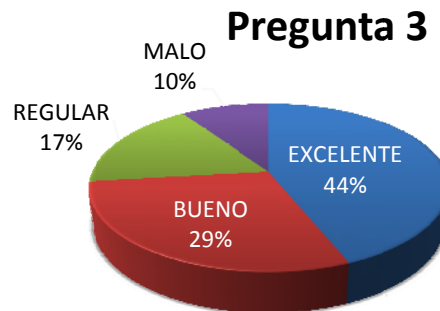


Interpretación

Según el pronunciamiento de los entrevistados, sería necesario implementar mayor infraestructura y mejorar la existente para de ésta manera se pueda dar un correcto trato a los visitantes y poder satisfacer todos sus requerimientos y necesidades, al referirnos a infraestructura hablamos de la alimentación, alojamiento y los demás servicios que tienen relación con la ejecución de actividades turísticas.

3. ¿CONSIDERA QUE EL TRATO QUE RECIBIÓ POR PARTE DE LOS HABITANTES Y LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DURANTE SU ESTADÍA FUE?

Grafico 3



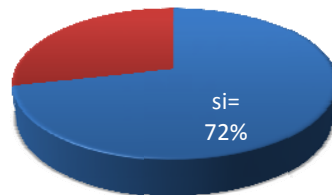
INTERPRETACIÓN

A pesar que la mayoría de los entrevistados están muy satisfechos, es muy alto el número de turistas que no están conformes con el trato recibido por parte de los prestadores de servicios y la población en general, para lo cual será necesario capacitar al mismo para mejorar las relaciones al momento de tratar con cualquier tipo de persona

4. ¿LOS SERVICIOS TURÍSTICOS RECIBIDOS HAN SATISFECHO SUS EXPECTATIVAS?

Grafico 4

Pregunta 4



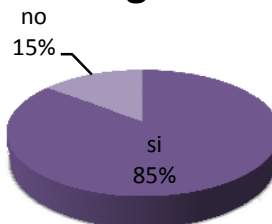
Interpretación

No todos los entrevistados están satisfechos con los servicios por ellos contratados, ya que no han cumplido con las expectativas que ellos tenían, por uno u otro motivo, para lo cual será necesario mejorar la calidad de los servicios que se prestan en el cantón Latacunga, para de ésta manera todos los visitantes estén satisfechos de venir nuevamente

5. ¿CONOCIÓ UD. LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA AL CANTON LATACUNGA?

Grafico 5

Pregunta 5



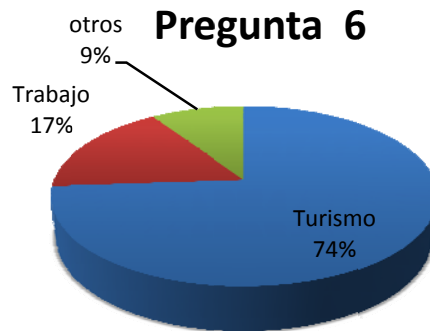
Interpretación

La mayoría de los entrevistados afirman haber conocido centros de información turística, sin embargo se han referido a agencias de viaje particulares, más no

a centros que sean de carácter gubernamental, por lo que será necesario implementar centros de éste tipo o mejorar el servicio que en éste aspecto brinda la cámara de Turismo en la provincia.

6. CUAL ES EL MOTIVO DE SU VISITA AI CANTON LATACUNGA

Grafico 6

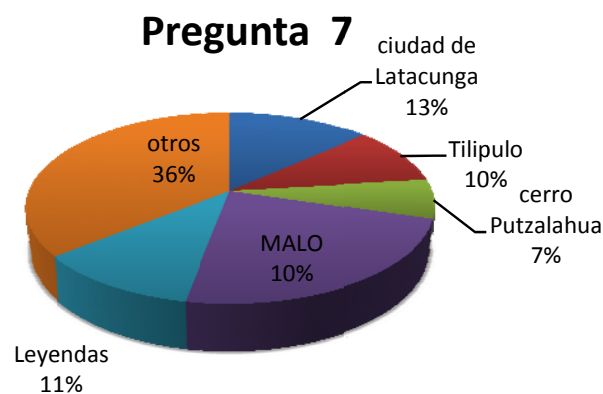


Interpretación

La mayoría de los entrevistados o visitantes desarrollan actividades turísticas en la provincia, por lo cual sería necesario aprovechar su estadía para que a través de ellos se siga una cadena de información y promoción acerca del cantón Latacunga y sus bondades.

7. IDENTIFIQUE LOS ATRACTIVOS QUE MAS LE INTERESARON

Grafico 7



Interpretación

Sigue siendo nuestro producto estrella la fiesta de la Mama Negra, ya que por sus características hace de éste un producto de difusión internacional y que se vende solo, sin embargo es necesario poner énfasis en aquellos lugares del cantón que también tienen características llamativas pero necesitan mayor difusión y promoción.

5.2 DEMANDA

5.2.1 PERFIL DEL VISITANTE

Las personas que visitan el Ecuador, son de diversas nacionalidades, hablan distintos idiomas y tienen orígenes en diversas culturas; razón lo que hace muy difícil encasillarlos en un solo grupo; éstos mismos visitantes podrían ser quienes lleguen a la provincia de Cotopaxi y al cantón Latacunga, razón por la cual está abierta la opción de que sean grupos muy mixtos los que puedan desarrollar actividades turísticas en la provincia; también hay que tomar muy en cuenta a todos los ecuatorianos, quienes poco a poco van tomando conciencia de todas las bellezas que posee nuestro territorio, y prefieren visitar las distintas provincia antes de salir a un país extranjero.

En el cantón Latacunga, se pueden desarrollar un sinnúmero de actividades relacionadas con el turismo, en donde personas de distintas edades van a sentirse muy a gusto desarrollando el tipo de turismo que ellos han escogido.

El mercado meta o el tipo de visitantes que desarrolla actividades turísticas o que ha venido a nuestro país, son personas con niveles económicos, los cuales les han permitido desarrollar actividades de relajamiento, así que quiere decir que poseen ingresos suficientes para darse un buen gusto.

Gracias a la variedad de paisajes, climas, ecosistemas y demás bondades que se pueden encontrar en el Ecuador y en la provincia de Cotopaxi, el turista que visite ésta, deberá estar dispuesto a desarrollar todas las actividades que haya planeado conforme al tipo de turismo que ha elegido.

5.2.2 REGISTRO DE VISITANTES A LAS ÁREAS NATURALES Y DE VIDA SILVESTRE EN EL AÑO 2007.

Todos los turistas que llegaron y que llegan por visitar las áreas naturales en el 2007⁴⁸, con el plan de difusión del patrimonio inmaterial se los puede incentivar a visitar los atractivos turísticos culturales del cantón

• PARQUE NACIONAL COTOPAXI

Total de visitantes nacionales: 45.882

Total de visitantes extranjeros: 27.414

Total de visitantes en el año: 73.296

• RESERVA ECOLÓGICA LOS ILLINIZAS

Total de visitantes nacionales: 759

Total de visitantes extranjeros: 778

Total de visitantes en el año: 1.537

• ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN BOLICHE

Total de visitantes nacionales: 12.379

Total de visitantes extranjeros: 224

Total de visitantes en el año: 12.543

5.2.3 MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Cuadro 7

Involucrados	Intereses	Potencialidad	Estrategias
Comunidad	Mejoramiento progresivo y sostenible de la calidad de vida	Participación y veeduría del desarrollo turístico, ya que son parte del	Capacitación continua Seleccionar quienes serán los encargados

⁴⁸ MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE; Edgar Rivera, Dirección nacional de Áreas Naturales y Vida

		patrimonio intangible	de promover el turismo Promover campañas para concientizar sobre la importancia del Patrimonio Intangible
Alcaldía Municipal y juntas parroquiales	Apoyar las acciones que mejoren las actividades turísticas, y mejorar la infraestructura turística	Desarrollo y sensibilización del cuidado del patrimonio intangible del cantón	Asegurar y promover la participación del gobierno municipal y parroquial Velar por el manejo eficiente de los recursos turísticos del cantón
Instituciones privadas	Apoyar las acciones que promuevan las actividades turísticas en el cantón	Mejorar la calidad de los servicios prestados ya sean de transporte, alimentación, alojamiento, etc.	Promover los atractivos turísticos intangibles culturales del cantón

Elaborado por: Diana Stefania Revelo

Fuente: Invest. De campo

5.3 OFERTA

5.3.1 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA

5.3.1.1 PROMOCIÓN

Es un conjunto de acciones que se sitúan dentro de un plan de marketing con la finalidad de desarrollar las ventas a corto plazo y alcanzar objetivos específicos.

La promoción es una herramienta utilizada para comunicar los atributos o méritos de los productos y al mismo tiempo persuadir al público del mercado meta.

5.3.1.2 PUBLICIDAD

Es considerada una de las herramientas más eficaces de la mercadotecnia y específicamente de la promoción, se utiliza para dar a conocer un mensaje relacionado con un producto o servicio. Este tipo de publicidad es pagada por un patrocinador identificado: “sean empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado o personas individuales, con el fin de informar, persuadir o atraer posibles compradores”

5.3.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación son las herramientas o formas por el cual se realizan las diferentes publicaciones. Existen diferentes clases entre ellos tenemos radio, prensa, televisión y lo más actual que es el Internet.

RADIO

Este medio de comunicación maneja herramientas como: la voz humana, sonidos reales, efectos de sonido, música y silencio. Es muy creativo a nivel publicitario puesto que las herramientas ya mencionadas están a disposición para comunicar cualquier tipo de transmisión, siempre enviando un mensaje y haciendo conocer lo necesario.

TELEVISIÓN

Es un medio flexible que favorece la creatividad por medio de elementos que integra la imagen y el sonido. Permite presentaciones sencillas de manera que el público televidente identifique el producto o servicio de forma fácil y rápida. Y para garantizar en parte el comercial es necesario combinar el aspecto racional con el emotivo.

PRENSA

Son publicaciones periodísticas que se editan día a día, excepto en algunos casos, que da prioridad a la información, a la actualidad y a la reflexión. Es uno de los medios más históricos con implicación política y social y además presta espacio a los anunciantes, ofreciéndoles ciertas ventajas:

Características:

Credibilidad, es decir que el lector lo elige porque quiere informarse y dar su propio criterio del contenido.

Tiene permanencia del mensaje porque lo puede guardar y volver a leer más tarde o enseñar a otros. El mensaje es muy amplio y muchas veces minucioso

5.3.3 REDES INFORMÁTICAS

El Internet es un medio de comunicación más preciso, que hoy en día todo el mundo lo utiliza, permite que la publicidad llegue de manera precisa a poblaciones o grupos específicos. Es rápido e interactivo

5.3.4 MEDIOS DE DIFUSIÓN

- **Trípticos**

Es un medio de promoción utilizado por empresa e instituciones de todo tipo, constituye un folleto de tres caras que se produce al doblar dos veces una hoja, obteniendo un total de seis paneles, tres al anverso y tres al reverso que incluye texto e imágenes.

Permite presentar amplia información, por ejemplo: en el caso de una pequeña empresa da a conocer los valores principales de la organización, su forma de trabajo, productos y servicios, en el caso de ciertas compañías grandes presentar nuevos productos, nuevas sucursales, reformas, tecnologías.

Características:

Es una herramienta de marketing adaptable a cualquier necesidad.

Puede dirigirse a cualquier tipo de público.

Puede ser horizontal o vertical.

Elaborado en papel de mayor calidad, idóneo para producir un alto nivel de impacto.

- **Revistas**

Son el medio de difusión gráfico de mayor calidad desde el punto de vista técnico, que se la puede encontrar en kioscos y tiendas con mayor periodicidad que los diarios, alcanzan un grado más alto de especialización temática. Es un documento que contiene varios artículos de diversos temas: científicos, técnicos, políticos, culturales.

Características:

Se especializa en un tema para interesar y mantener a un público que busca ampliar sus conocimientos.

Según su contenido puede ser coleccionada.

El público objetivo está mejor definido por edad, sexo, hábitat, posición en el hogar, actividad profesional, nivel de ingresos y clase social.

Es una publicación a todo color y también en blanco y negro.

- **Afiches**

Es el medio que busca comunicar de modo claro y directo una idea central o un mensaje único convirtiéndose en un desafío para los creativos. Hay afiches publicitarios y de propaganda catalogados como mensajeros de la comunicación visual.

Características:

Debe estar ubicado en una zona muy frecuentada.

Identifica claramente el producto que promociona.

Se utiliza también en centros educativos, religiosos, políticos y sociales.

Siempre sugiere algo más de lo que dice.

Ambienta un lugar con sus valores expresivos.

- **Guías**

Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

- **Guías turísticas**

Material más conocido, cumplen la función de informar y divulgar los recursos turísticos de diferentes espacios. Recogen un ámbito de carácter territorial diferenciado que va desde los países, regiones, comarcas o itinerarios.

- **Póster o carteles**

Es un cartel diseñado para captar la atención de las personas mientras están en movimiento. Se debe procurar un equilibrio entre sus elementos: imágenes, gráficos, fotos y textos; la comunicación entre éstos crea movimiento y dinamismo.

El texto y tipo de letra son importantes por tanto hay que realizarla usando colores distintos, llamativos y de diferentes tamaños, es decir letra ancha, negrita y grande (16p), además debe hallarse en contraste con el color de fondo.

- **Folletos**

Puede presentar en su formato tamaños y formas diferentes que varía de acuerdo a las necesidades del producto, su objetivo presentar un servicio o producto de manera detallada e ilustrada, resaltando las ventajas y características de la oferta.

Este tipo de publicidad es de forma temporal, incluye diseños muy atractivos e innovadores para concentrar la atención del cliente. Algo muy importante, debe crearse un diseño uniforme y relacionando una página con otra y evitar que se pierda la elegancia y equilibrio en la publicación.

5.3.5 OFERTA

5.3.5.1 CATASTRO DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN LATACUNGA⁴⁹

Cuadro 8

CANTÓN LATACUNGA PARROQUIA LATACUNGA	
AGENCIAS	
Agencias de Viajes	
1	DELGADO TRAVEL 2 DE MAYO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA INTERNACIONAL 5 2811333
2	ESTAMBUL TOURS BELISARIO QUEVEDO 6-44 Y P. SALCEDO OPERADORA 3 2800354
3	EXPEDIT VOLCANO ROUTE QUITO 454 Y PADRE SALCEDO OPERADORA 2 99719895
4	METROPOLITAN TOURING GUAYAQUIL 526 Y QUITO INTERNACIONAL 5 2810334
5	NEIGES GUAYAQUIL Y BELIZARIO QUEVEDO OPERADORA 3 2811199
6	SEITUR S. ORELLANA 7093 Y G. MALDONADO INTERNACIONAL 4 2811465
7	SELVA NIEVE EXPEDICIONES PADRE SACEDO OPERADORA 2 2802529
8	SUMACÑAN EXPEDICIONES GUAYAQUIL S/N Y 2 DE MAYO OPERADORA 3 2811728
9	TOBAR EXPEDITIONS GUAYAQUIL 538 Y QUITO OPERADORA 2 2811333
ALOJAMIENTO	
Hostal	

⁴⁹ CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DE COTOPAXI. Estudio 2007

- 10** MARQUEZ EL MARQUEZ DE MAENZA Y ROOSVELTH PRIMERA 16 31
20 80 5 2811150
- 11** ALAMO EL 2 DE MAYO 801 Y J. ECHEVERRIA SEGUNDA 16 25 10 40 2
2812043
- 12** RODELU QUITO 7341 Y PADRE SALCEDO SEGUNDA 18 36 13 52 6
2800956
- 13** CENTRAL SANCHEZ DE ORELLANA 15-61 Y P. SALCEDO TERCERA 15
30 5 20 3 2801310
- 14** COCHA LA PURUHÁES Y CHIMBOS TERCERA 16 32 2802556
- 15** LAGUNA LA N°1 PARQUE IGANACIO FLORES TERCERA 12 24 3
2800816
- 16** LLACTACUNGA AV. ELOY ALFARO 79213 Y GRAL. TERCERA 16 32 10
30 4
- 17** SANTIAGO 2 DE MAYO 720 Y GUAYAQUIL TERCERA 14 28 3 2800899

Hostal Residencia

- 18** PIRÁMIDES LAS QUITO Y PASAJE ALCÁNTARA PRIMERA 13 26 2
2810821
- 19** ROSIM QUITO 7335 Y PADRE SALCEDO PRIMERA 14 28 3 2800853
- 20** COTOPAXI PADRE SALCEDO 5-61 Y SANCHEZ ORELLANA SEGUNDA
16 33 6 2801310
- 21** AMAZONAS FELIX VALENCIA Y AMAZONAS TERCERA 20 40 3 2812673
- 22** BALCON EL AV. AMAZONAS 7059 Y TARQUI TERCERA 12 22 2
- 23** ESTAMBUL BELISARIO QUEVEDO 6-44 Y P. SALCEDO TERCERA 12 22
3 2800354
- 24** TURISTA EL ANTONIA VELA 79-69 Y SUCRE TERCERA 13 17 3
2804818
- 25** LA LAGUNA RUMIÑAHUI Y ROSSEBELL TERCERA 12 24 3 2800440
- 26** LOS RIELES AV. MARCO AURELIO SUBIA TERCERA 14 14 2 2801254

Motel

- 27** LOS SAUCES AV. UNIDAD NACIONAL S/N Y NIAGARA PRIMERA 12 24
4 2800289
- 28** DEL RIO 2 TIOBAMBA "EL TINGO" SEGUNDA 17 34 5 2813352

29 LAS CABAÑAS LAIGUA PUENTE DE ALAQUEZ SEGUNDA 16 32 4 2813331
Pensión
30 QUILOTOA ELOY ALFARO Y JULIO ANDRADE SEGUNDA 7 14 3 2800099
31 LA MERCED QUIJANO Y ORDOÑEZ 9-110 Y CALIXTO PINO TERCERA 8 19 3 2800678
32 TILIPULO GUAYQUIL Y BELISARIO QUEVEDO TERCERA 12 24 3 2810611
Refugio
70 REFUGIO JOSE F. RIVAS PARQUE NACIONAL COTOPAXI SEGUNDA 10 20 3 2222240
COMIDAS Y BEBIDAS
Cafetería
33 CAFÉ COLONIAL QUITO 105 Y PADRE SALCEDO TERCERA 10 30 2 2800461
34 EL PASAJE PADRE SALCEDO Y QUITO TERCERA 9 36 2 2660178
Bar
35 GENS CHOP AV.AMAZONAS Y GRAL. MALDONADO TERCERA 12 48 2 2801955
Fuente de soda
36 SWEET KISS P.SALCEDO 444 Y B. QUEVEDO SEGUNDA 4 16 4 2804992
37 HELADOS DE PAILA SANCHEZ DE ORELLANA 20136 Y GUAYAQUIL TERCERA 4 16 2 2801210
38 PINGÜINO QUITO 73102 Y GUAYAQUIL TERCERA 10 40 3 2810271
Restaurante
39 PARADERO LA FINCA PANAMERICANA SUR KM. 1 1/2 PRIMERA 14 56 6 2811246
40 EL FOGON AV. UNIDAD NACIONAL Y L. PINO SEGUNDA 45 180 3 2801400
41 HUAGRA CORRAL ENTRADA PARQUE NACIONAL COTOPAXI

SEGUNDA 6 24 4 99801122

42 POLLOS GUS AV. ELOY ALFARO Y J. ANDRADE SEGUNDA 14 56 9
2802959

43 ASADERO EL LEÑADOR AMAZONAS Y PASTAZA TERCERA 12 60 2
2814026

44 CHIFA CHINA ANTONIA VELA Y 5 DE JUNIO TERCERA 17 72 2813175

45 CHIFA DRAGÓN AV. UNIDAD NACIONAL Y EMILIO SANDOVAL
TERCERA 10 40 2 2800555

46 CHUGCHUCARAS ANITA No. 2 QUIJANO Y ORDÓÑEZ 126 Y AV.
RUMIÑAHUI TERCERA 8 32 2 2804461

47 DON MARCO FELIX VALENCIA 4140 Y QUIJANO TERCERA 5 20 3

48 DON CARLITOS AV. ELOY ALFARO "LA ESTACIÓN" TERCERA 12 44 2
2807266

49 EXPRESS AV. ELOY ALFARO 7831 TERCERA 10 40 3

50 FLORIDA ANTONIA VELA 9-85 Y FELIX VALENCIA TERCERA 8 32 7
2804082

51 GOLOSH'OS GARCIA MORENO 231 Y 24 DE MAYO TERCERA 6 24 2

52 KARLITA QUIJANO Y ORDOÑEZ 7083 TERCERA 10 40 2 2802612

53 LA POSADA QUIJANO Y ORDOÑEZ TERCERA 7 28 3

54 LAMOSHE QUIJANO Y ORDOÑEZ TERCERA 6 24 2 2800697

55 PICK POLLO 1 SANCHEZ DE ORELLANA Y FELIX VALENCIA TERCERA
6 24 3 2801136

56 POLLOS DON SERBULO CINCO DE JUNIO Y ELOY ALFARO TERCERA
7 28 6

57 POLLOS DON SERBULO No. 1 AV. AMAZONAS Y GUAYAQUIL
TERCERA 14 56 7 2802551

58 POLLOS DON SERBULO No. 4 AV. AMAZONAS Y GUAYAQUIL
TERCERA 7 28 3 2802551

59 RICOS AV. ELOY ALFARO Y FLAVIO ALFARO TERCERA 8 32 4 2804219

60 SUPER POLLO SABROSÓN AV. 5 DE JUNIO Y ELOY ALFARO
TERCERA 6 24 3 2802551

61 CHUGCHUCARAS ANITA QUIJANO Y ORDOÑEZ 6624 Y RUMIÑAHUI
CUARTA 7 28 3 2811961

62 CHUGCHUCARAS AQUI SON AV. UNIDAD NACIONAL 5468 CUARTA 6
24 3

63 CHUGCHUCARAS CHARITO QUIJANO Y ORDOÑEZ Y MARQUEZ DE
MAENZA CUARTA 10 40 2 2810932

64 CHUGCHUCARAS DON GUAITA QUIJANO Y ORDOÑEZ 6622 CUARTA
8 32 4 2802196

65 CHUGCHUCARAS DON PANCHO QUIJANO Y ORDOÑEZ 6636 CUARTA
7 28 4 2802514

66 CHUGCHUCARAS ROSITA AVE. ELOY ALFARO 31-126 CUARTA 8 32 4
2813468

67 PANAMERICANO AV. ELOY ALFARO 7839 Y V. TORRES CUARTA 8 32
2 2813316

RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIETNO

Discoteca

68 GALAXI BARRIO EL MIRADOR SEGUNDA 40 150 9 2811185

69 PARADISE GNRAL.MALDONADO Y AMAZONAS SEGUNDA 28 200
2800913

PARROQUIA MULALÓ.

ALOJAMIENTO

Hostería

71 SAN AGUSTIN DEL CALLO VIA MULALO - HCDA. SAN AGUSTIN DEL
CALLO PRIMERA 8 16 5 20 12 2719160

PARROQUIA: SAN JUAN DE PASTOCALLE

AGENCIAS DE VIAJES

Agencia de Viajes

72 ZONA VERDE EXPEDICIONES ENTRADA AL PARQUE COTOPAXI
OPERADORA 3 2719875

ALOJAMIENTO

Hostería

73 LA CIENEGA HCDA. LA CIENEGA LASSO KM 72 PRIMERA 33 83 45 180

47 2549126

74 HOSTERIA CUELLO DE LUNA PANAMERICANA SUR KM 65 SEGUNDA
18 36 6 36 6 099700330

75 HOSTERIA LAIGUA CALLE PRINCIPAL SEGUNDA 12 24 15 60 6
2813331

76 HOSTERIA PACHOSALAC LASSO CENTRO SEGUNDA 6 20 70 200 10
2719194

77 HUAGRA CORRAL ENT. PARQUE N. COTOPAXI SEGUNDA 12 20 4
2234196

78 LA POSADA DEL REY PANAMERICANA SUR KM 20 SEGUNDA 7 14 14
56 6 2719319

79 CABAÑAS LOS VOLCANES PANAMERICANA NORTE KM 20 TERCERA
8 25 2719524

Comidas y bebidas

Cafetería

80 CHALUPAS PANAMERICANA SUR KM.76 - LA AVELINA SEGUNDA 6 24
3 2237244

Restaurante

81 LA AVENILA PANAMERICANA SUR KM.76 TERCERA 15 60 7 2719433

82 EXPRESS PANAMERICANA SUR TERCERA 8 32 4 2719155

139

PARROQUIA TOACASO

ALOJAMIENTO

Hostería

83 LA QUINTA COLORADA LOMA DE PUCARA VIA SIGCHOS SEGUNDA 7
32 10 40 4 2716122

Estos son todos los servicios con los que cuenta el cantón Latacunga, y con los que se puede contar para que los visitantes a sean nacionales o extranjeros puedan utilizar cuando empiecen a visitar todos los atractivos turísticos culturales antes mencionados.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA DE DIFUSIÓN

6.1. TITULO DE LA PROPUESTA

Plan de difusión del patrimonio inmaterial del cantón Latacunga

“LATACUNGA RINCÓN DE HISTORIA Y CULTURA”

6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

En el caso del Ecuador, este patrimonio es extremadamente rico, aunque es de lamentar que no haya sido protegido ni difundido en debida forma.

La protección de este patrimonio no puede llevarse a cabo sólo con la implantación de leyes o medidas correctivas aplicadas por las instituciones del Estado, sino que, por el contrario es responsabilidad de cada ecuatoriano.

Es necesario crear, mediante una labor de difusión entre niños y adultos, una conciencia colectiva que mire con respeto y orgullo los testimonios del pasado, que sepa cuidar ese patrimonio, defenderlo, conservarlo y exaltarlo.

Hoy la necesidad de optar por nuevas alternativas que contribuyan al desarrollo social, cultural, económico y ambiental, como en comunidades como parroquias rurales de la provincia de Imbabura, esto da paso a un mejoramiento.

El desarrollo de nuevas tendencias de turismo, crea nuevas alternativas para los turistas, los desplazamiento que hacen las personas fuera de nuestro medio habitual son para descansar, conocer costumbres distintas, visitar lugares históricos, y espacios naturales, son oportunidades para intercambiar conocimientos

El patrimonio es el legado que hemos recibido del pasado, que tenemos en el presente y que debemos transmitir a las futuras generaciones, es una

oportunidad para socializar tomando conciencia del entorno patrimonial, considerándolo así como uno de los fuertes más importantes para el turismo.

Es un proyecto con visión muy positivo para el cantón es un desarrollo más en la práctica turística, que tiene como objetivo rescatar y difundir los valores culturales del centro histórico, como principio el cambio de pensamiento de los habitantes.

6.3. FUNDAMENTACION

6.3.1. FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA

Después de realizar las investigaciones necesarias a la población y en el INPC, es necesario elaborar y difundir una guía práctica de información turística sobre patrimonio inmaterial, la misma que ayudara a la recuperación y progreso del turismo histórico cultural en la ciudad.

6.3.2. FUNDAMENTACION SOCIAL

Con este proyecto se conseguirá la preparación para desarrollar o perfeccionar la cualidades de los habitantes, como también desarrollarlas cualidades de los turistas y de mas sectores involucrados para sí poder crear una cultura de conocimientos que generen beneficios, a demás proporcionar a toda la ciudadanía de cualquier condición social económica y religiosa una formación plena que les permita conformar su propia identidad, así como construir una concepción de la realidad que integre a la vez conocimientos como valores éticos, morales y cambiar su forma de actuar frente al patrimonio cultural inmaterial con sus componentes.

Promoviendo de esta manera una formación plena que va dirigida al desarrollo de su capacidad para ejercer de manera crítica ante los beneficios del desarrollo turístico.

6.3.3. FUNDAMENTACION PSICOLOGICA

Con esto se busca una sostenibilidad cultural donde se pone de manifiesto el cambio de actitud y mentalidad de la ciudadanía desarrollando en ellos valores importantes, como de respeto, responsabilidad, y protección hacia el patrimonio, dando esto como resultado la apreciación de la identidad, y una mejora en la calidad de vida de los habitantes del cantón Latacunga.

6.3.4. FUNDAMENTACION PARA LA SUSTENTABILIDAD

Al elaborar el proyecto no solo ayudara a la promoción del patrimonio inmaterial como atractivo turístico, sino que esta campaña de difusión fomentara a la preservación de todos los atractivos culturales que nos rodean y por ende la concienciación hacia la población para dar la debida importancia de los mismos, puesto que este potencial cultural debe ser protegido de manera sustentable para que no exista un desequilibrio de los distintos recursos y se pueda mantener sin alteraciones hasta las futuras generaciones.

6.3.5. FUNDAMENTACION Turística

En la actualidad el turismo se ha convertido en la mejor alternativa como fuente de ingreso económico, pues el turismo posee un sin número de actividades tanto en las manifestaciones culturales como en sitios naturales, que beneficia al desarrollo de los pueblos.

El cantón Latacunga cuenta con grandes ventajas en su entorno natural al contar con clima cálido, paisajes exuberantes, gente muy amable, sobre todo sin contar con la variedad de atractivos turísticos que pueden ser disfrutados por el turista para satisfacer sus necesidades de conocimiento ocio diversión entre otros.

Por esta razón un turista debe estar lo suficiente mente informado para una mejor apreciación de los diferentes atractivos turísticos los mismo que pueden ser promocionados a nivel nacional e internacional.

6.4. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Difundir el patrimonio inmaterial del cantón Latacunga a través de una guía turística.

OBJETIVO ESPECIFICO

Diseñar la guía turística en base a la investigación ya realizada

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FISICA

La presente investigación se realizó en el cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi,

6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La decisión para realizar esta propuesta fue la ejecución de una **“GUIA TURISTICA DE INFORMACION DE ATRACTIVOS CULTURALES INMATERIALES DEL CANTÓN LATACUNGA”** fue con la finalidad de fomentar y difundir el turismo cultural entre los ciudadanos, a su vez incentivando como despertando el interés por el cuidado de los mismos, integrando los componentes potenciales, como bienes patrimoniales y culturales. Se tomaron varios puntos en cuenta, para la elaboración de esta guía, como a quienes se quiso llegar, creando de esta manera algo sencilla y vistosa tanto para la ciudadanía como para los turistas. El contenido es básico y concreto para esta guía que debe ser actualizado en su momento.

El presente documento pretende difundir cada uno de los atractivos que encontramos en el Centro Histórico de Ibarra, agregándole a la guía un nombre llamativo y que represente a la ciudad, El título escogido para el proyecto fue:”. **“LATACUNGA RINCÓN DE HISTORIA Y CULTURA”**

CUERPO DE LA GUIA

Nombre de la guía:

“LATACUNGA RINCÓN DE HISTORIA Y CULTURA”

Introducción

Breve historia del cantón Latacunga

Ubicación y acceso al cantón Latacunga

INDICE

Atractivos turísticos del patrimonio inmaterial:

1. Santísima tragedia de la mama negra
2. Las chugchucaras
3. El queso de hoja
4. Las allullas
5. Historia Local del pozo de agua de la Hacienda Tilípulo
6. Historia Local sobre la Hacienda Obraje Tilípulo
7. Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca
8. Pastoreo de Ovejas
9. Cultivo de cebollas
10. Leyendas sobre el cerro Putzalagua
11. : Leyenda del tesoro escondido de Atahualpa en el Cerro Rumiñahui -
Mulaló
12. Sitio Sagrado, La Piedra Silintoza
13. Leyenda de la Piedra Silintoza
14. Textilería en jerga
15. Pendón “El Camilo” símbolo de los paracaidistas
16. Rito de los Paracaidistas del salto de la Torre
17. Coplas de los paracaidistas
18. Artesanías en totora
19. Bandas de Pueblo de Cuicuno

20. Leyenda de la Aparición del Señor del Árbol

6.7 Estrategias de publicidad

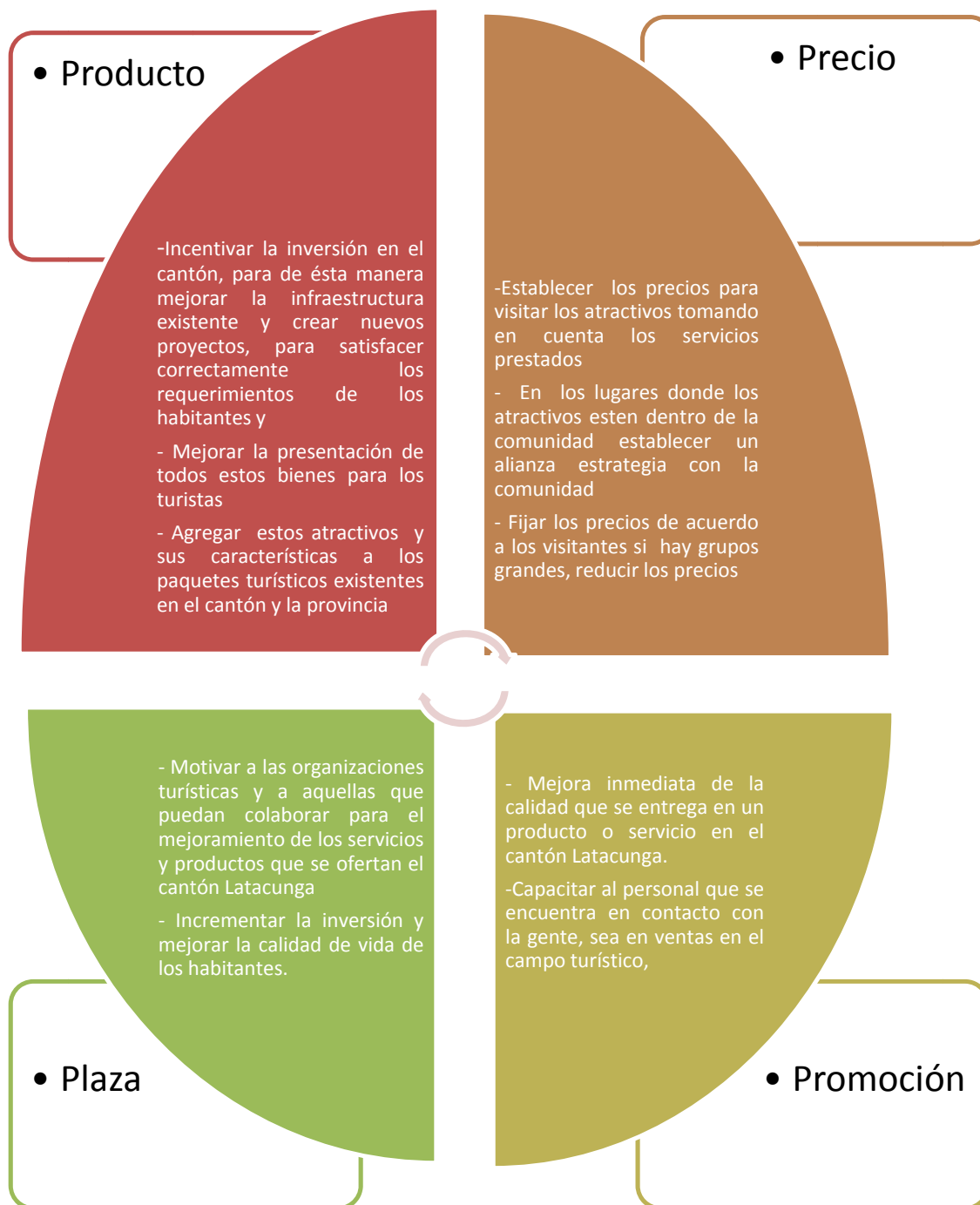
Existen varias estrategias de publicidad.

- De producto. Sirve para dar a conocer a mercado meta un producto y estimular su compra. Aquí se puede desarrollar una publicidad de acción directa, estimulando inmediatamente a la decisión de compra ; o mediante una acción indirecta que crea conciencia del producto.
- Institucional. Se utiliza para lograr que se reconozca a la compañía que realiza un producto. Aquí se distinguen dos tipos: publicidad del patrocinador, quién suministra información sobre el negocio del anunciante; y publicidad de servicios públicos donde se presenta el producto.
- A nivel nacional o local. Es aquella desarrollada por los productores o fabricantes de un bien o servicio quienes acceden a medios masivos para promocionar sus productos; mientras que a nivel local es desarrollada por quienes recurren a medios locales.
- De posicionamiento. Esta estrategia puede ser clasificada hacia el consumidor o hacia el producto, crea una “posición” o rincón para la marca en la mente del consumidor, estableciendo una relación entre la marca propia y las de la competencia, o uniendo la marca algo ya presente en la mente del consumidor.

6.8 ESTRATEGIAS DE MERCADO

6.8.1 MATRIZ 4 P

Cuadro 9.



Elaborado por: Diana Stefania Revelo

Fuente: Invest. De campo

6.8.2 PRODUCTO

Justificación

- En la provincia de Cotopaxi existen 263 atractivos turísticos, de los cuales 126 son Sitios Naturales y 137 son Manifestaciones Culturales, cada una de éstas con sus respectivas divisiones y subdivisiones, infraestructura como alojamiento y alimentación de primera, segunda y tercera categoría, agencias de viajes, comercios, vendedores informales, seguridad, etc., entidades gubernamentales como el gobierno provincial, gobiernos municipales, juntas parroquiales, entidades privadas con diversidad de servicios, y demás actores que directa o indirectamente se encuentran vinculadas al desarrollo de las actividades turísticas en la provincia.

Dichas entidades o actores de la actividad turística hasta la actualidad han tenido una participación poco responsable y comprometida, sin dar la verdadera importancia que el turismo merece el cantón Latacunga.

Estrategias

- Será necesario procurar el cambio de actitud de cada uno de éstos actores, directos o indirectos, ya que cada uno en su área juega un papel importante para el desarrollo de la actividad turística en el cantón Latacunga.

- Se deberán agregar estos atractivos y sus características a los paquetes turísticos existentes en la provincia, así como es necesario desarrollar la calidad de los servicios prestados a los habitantes de la provincia de Cotopaxi, y a turistas en general.

- Incentivar la inversión en la provincia, para de ésta manera mejorar la infraestructura existente y crear nuevos proyectos, para satisfacer correctamente los requerimientos de los habitantes y visitantes de la provincia.

- Mejorar el trato directo con las personas por parte de las entidades públicas y privadas siempre tratando de alcanzar el grado de perfección, esto se logrará únicamente con una constante capacitación y evaluación de las actividades desarrolladas por el personal en los diferentes campos en la provincia.

- Optimizar y preservar los recursos, sobre todo en las actividades que tienen como escenario la naturaleza y riqueza del territorio cantonal.

6.8.3 PRECIO

Justificación

- El hecho de que exista poca competencia entre organizaciones o personas que ofertan productos o servicios, etc., hace que los ofertantes existentes, aprovechando la realidad del mercado, mantienen los precios elevados con relación a la calidad del servicio, sin que exista el control de los organismos encargados, teniendo así por obligación los habitantes o visitantes que someterse a estas actitudes poco éticas.

Estrategias

- La necesidad de obtener calidad al momento de adquirir un producto o servicio, hará que las personas busquen aquellos que satisfagan de mejor manera sus expectativas; por ende será necesario la mejora inmediata de la calidad que se entrega en un producto o servicio en el cantón Latacunga, de lo contrario nosotros mismo seremos quienes estaremos enviando a nuestros clientes y consumidores, hacia otros lugares que con mejor calidad y con precios que acordes a esa calidad, sean los beneficiados del consumo realizado por dichos clientes; si no queremos seguir viendo esta realidad, es necesario una verdadera concientización de todos los habitantes del cantón para mejorar en todo aspecto, además será necesario el endurecimiento de las normas y leyes que deben ser cumplidas al pie de la letra para de ésta manera llegar a la realidad a la que queremos llegar.
- En los lugares donde los atractivos estén dentro de la comunidad establecer una alianza estrategia con la comunidad.
- Fijar los precios de acuerdo a los visitantes si hay grupos grandes, reducir los precios.

6.8.4 PLAZA

Justificación

- Las organizaciones locales y nacionales de turismo, por lo general cuentan con información turística estratégica, que sin embargo no está siendo correctamente utilizada, ya que dicha información podría dar lugar a la creación o renovación de centros turísticos que permitan dar un mayor impulso a la actividad turística en el cantón Latacunga y en la provincia.

Estrategias

- Será necesario motivar a las organizaciones turísticas y a aquellas que puedan colaborar para el mejoramiento de los servicios y productos que se ofertan en el cantón Latacunga además que permitan incrementar la inversión y mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- Motivar a las organizaciones turísticas y a aquellas que puedan colaborar para el mejoramiento de los servicios y productos que se ofertan en el cantón Latacunga
- Incrementar la inversión y mejorar la calidad de vida de los habitantes, quienes son los actores principales dentro de lo que es el patrimonio intangible del cantón.

6.8.5 PROMOCIÓN

Estrategias

Ventas Personales

- Capacitar al personal que se encuentra en contacto con la gente, sea en ventas en el campo turístico, como también en el comercio formal e informal existente en el cantón Latacunga, con el afán de mejorar la calidad de la atención que se presta al consumidor o cliente, de esta manera se creará un equipo competente para fomentar la preferencia del cliente de volver al cantón Latacunga.

Promoción de Ventas

- Entregar artículos (artesanías, folletos, etc.) que promocionen los atractivos el patrimonio inmaterial del cantón Latacunga así como la guía que se sugirió; para que sirvan de incentivo a corto plazo, ya que de ésta manera harían que los clientes se sientan motivados para visitar el lugar de origen de dichos productos o el atractivo publicitado; esta sería una estrategia que tiene un costo elevado, pero se podrían hacer convenios con los fabricantes de dichas artesanías.

Publicidad

- Desarrollar campañas de publicidad en los diferentes medios de comunicación (radio, periódicos, TV, revistas especializadas, Internet, tomando en cuenta de que éste se ha convertido en una de las herramientas más importantes para la difusión), que difundan los atractivos y servicios que se pueden encontrar en el cantón Latacunga, todos estos que tengan la debida calidad y lleguen a satisfacer las expectativas de los clientes; esta estrategia permitirá que el cantón Latacunga y sus atractivos sean conocidos por la mayor cantidad de personas que utilizan esos medios de comunicación.

- Participar en las distintas ferias de turismo que se llevan a cabo a nivel nacional y local; esto permitirá desarrollar contactos comerciales con intermediarios y además con inversionistas que puedan interesarse en el desarrollo de actividades en el cantón.

- Desarrollar una base de clientes con información actualizada, este tipo de información permitirá a los prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias, guías, etc.) posean una base de datos con información importante como datos personales, necesidades y requerimientos de los viajeros, con el propósito de establecer vínculos con los clientes.

Relaciones Públicas

- Realizar ruedas de prensa para promocionar la provincia en medios de comunicación durante los horarios de mayor demanda, por ejemplo durante los

Noticieros, para de esta manera causar un mayor impacto en la audiencia.

Posicionamiento

- Determinar políticas de servicios para de ésta manera ofertar a los clientes productos y servicios de calidad, siempre encaminados a la mejora de la actividad turística y a posicionar a la provincia a través de la calidad de los servicios que se presta en el cantón.

6.9 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La Alianza Estratégica es un entendimiento que se produce entre dos o más actores sociales diferentes, quienes gracias al diálogo y a la detección de objetivos de consenso, pueden definir un Plan de Acción conjunto para lograr beneficios de mutua conveniencia.

Para su realización, hay que cambiar nuestra mentalidad y volver a mirar el escenario que nos rodea, para reevaluar a enemigos, amigos y desconocidos, buscando aquello que a nosotros nos conviene y que a ellos también les podría convenir

Para que el plan de valoración y difusión sea un éxito es necesario que existan varias alianzas estratégicas dentro de todos quienes se dedican a la actividad turística, es por eso que se plantea las siguientes alianzas.

Cuadro 10.

Alianzas estratégicas	Estrategias
<p>Gobierno Municipal del cantón Latacunga, con las juntas parroquiales y las organizaciones comunales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación por parte del dpto. de turismo a quienes están en los lugares donde se encuentran los atractivos potenciales. - Inversión de las partes en lo que es infraestructura turística para que los servicios prestados sean de calidad. - Implementar planes informativos sobre los beneficios de la actividad turística, invitar a cada uno de los

	<p>habitantes en el cantón a que sean partícipes del desarrollo en la misma, incentivándolos a estar en constante preparación y mejora continua.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajar conjuntamente con todas las entidades que tienen dentro de sus dependencias los departamentos de desarrollo de la infraestructura de las localidades y ciudades, haciéndolo de forma ordenada y tomando en cuenta las premisas del correcto urbanismo.
<p>Dpto. de turismo de cantón con Hoteles, Operadoras y Agencias de viajes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer que los clientes conozcan estos atractivos, culturales, promocionándolos en los hoteles por medio de trípticos, videos informativos. - Incentivar a los usuarios a conocer en cantidad estos atractivos - Incrementar a los paquetes que ofrecen las operadoras y agencias de viajes los atractivos culturales intangibles.
<p>Operadoras y Agencias de viajes y Juntas parroquiales, organizaciones comunales, comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer paquetes turísticos para realizar, turismo comunitario, agroturismo, ecoturismo, etc. - Tener contacto en las comunidades con personas que conozcan sobre este patrimonio para que ayuden en los recorridos turísticos. - Promocionar en las operadoras y agencias de viajes estos atractivos por medio de flyers, trípticos, videos informativos, etc.

	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de paquetes turísticos promocionales para intermediarios
Gobierno Municipal, y cooperativas de transporte	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad móvil, pegando afiches de fotografías, de estos atractivos turísticos. - Abrir líneas y nuevas rutas que lleven hacia estos atractivos, en días específicos - Establecer tarifas especiales para grupos de turistas que quieran conocer estos atractivos

Elaborado por: Diana Stefania Revelo

Fuente: Invest. De campo

6.9.1 PRESUPUESTO PARA EL PLAN DE DIFUSIÓN

Cuadro 11.

OBJETIVOS	ACTORES	PRESUPUESTO
1. INCREMENTAR EL INGRESO DE LOS TURISTAS	Entidades Públicas y Privadas (empresas de Publicidad.)	Campañas publicitarias en radio, televisión, periódicos, revistas e Internet: 6.000USD Promoción a ser distribuida en agencias de viajes y empresas turísticas: 3.500USD
2. INCREMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE LA PROVINCIA EN EL MAPA TURÍSTICO NACIONAL	Consejo Provincial, Municipios, CAPTUR, Agencias de Viajes y Empresas Publicitarias.	Participación en ferias con publicidad de la provincia: 4.000USD Elaboración de paquetes

		turísticos promocionales para intermediarios. 4.000USD
3. CAPACITAR A LA POBLACIÓN Y AL PERSONAL QUE LABORA EN DIFERENTES ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO	Entidades Públicas y Privadas de diversa índole (empresas de capacitación en relaciones públicas.)	Planeación y desarrollo de planes de capacitación: 6.000USD
4. IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA, COMO LA PRINCIPAL.	Empresas públicas y privadas (empresas publicitarias.)	Desarrollo de campañas y planes de información de los beneficios del turismo. 4.000USD
5. PROMOVER EL DESARROLLO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS, PARA MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA.	Entidades, Públicas, Privadas y empresas especializadas en actividades turísticas.	Planeación y desarrollo de conferencias de capacitación para el desarrollo de ideas innovadoras e el campo turístico. 5.000USD

Elaborado por: Diana Stefanía Revelo

6.9.2 Costo beneficio

Cuadro 12.

COSTO	BENEFICIO
Campañas publicitarias en radio, televisión, periódicos, revistas e Internet: 6.000USD Promoción a ser distribuida en agencias de viajes y empresas turísticas: 3.500USD	El lograr el número de visitantes esperado sería satisfactorio, aunque también sería ideal el alcanzar una cifra mayor a la planteada
Participación en ferias con publicidad de la provincia: 4.000USD Elaboración de paquetes turísticos promocionales para intermediarios. 4.000USD	El lograr el número de visitantes esperado (10.000) sería satisfactorio, aunque también sería ideal el alcanzar una cifra mayor a la planteada
Planeación y desarrollo de planes de capacitación: 6.000USD	Lograr la capacitación total de los habitantes de la provincia, para mejorar la calidad de servicios que se prestan a los visitantes y personas en general.
Desarrollo de campañas y planes de información de los beneficios del turismo. 4.000USD	Llevar a la actividad turística en la provincia a ocupar el mismo grado de importancia que las principales actividades que aquí se desarrollan.

<p>Planeación y desarrollo de conferencias de capacitación para el desarrollo de ideas innovadoras en el campo turístico. 5.000USD</p>	<p>Lograr el desarrollo de proyectos turísticos mediante la inversión interna y extranjera, con la participación de los gobiernos seccionales; así como mejorar la calidad de vida de los habitantes de la provincia mediante su vinculación directa con la actividad turística</p>
--	---

Elaborado por: Diana Stefanía Revelo

6.9.3 Plan de Comunicación

6.9.3.1 Merchandising

“Merchandising es el conjunto de técnicas que facilitan la comunicación entre fabricante, distribuidor y consumidor en el punto de venta y a la vez potenciar la venta del producto. Se puede decir que el merchandising está formado por todas las acciones de marketing, realizado en el punto de venta, como pueden ser ofertas especiales, regalos, carteles, degustación de producto, publicidad etc.”⁵⁰

6.9.3.2 Merchandising Visual

Merchandising visual o de presentación, utiliza técnicas que permiten potenciar la presentación visual de los productos en el establecimiento: presentación del producto a momento a durante el tiempo a en la cantidad a al precio a y en la forma adecuada.

- Este tipo de Merchandising, será utilizado en el momento de la presentación de los atractivos potenciales con categoría **COMIDAS Y BEBIDAS TÍPICAS**.

La presentación deberá cumplir con las siguientes características:

- Ordenada

⁵⁰ Editorial Vértice S.L. España obtenido del sitio Web <http://book.google.com>

- Atractiva
- Visible
- Accesible
- Limpia

Es necesario una capacitación en todos los establecimientos como: Restaurantes, Bar, Snaks, Mercados, Hoteles, etc; para que se mejore la presentación de todos los alimentos y bebidas tradicionales y así que el visitante aprecie este tipo de atractivos y se incentive a que sean consumidos.

6.9.3.3 Merchandising de seducción

Consiste en la denominada «tienda espectáculo», y pasa por la concepción del mobiliario específico, la decoración, la información, etc., con el objetivo de dar un aspecto seductor al lineal, al producto o servicio.

6.9.3.3.1 Estrategias

- **Distribución de artesanías**

En los puntos, donde el visitante llega a querer información sobre atractivos turísticos de la provincia y del cantón como:.

Aprovechando que cerca del cantón Latacunga se encuentra La Victoria, un lugar en particular donde se realiza todo lo que son artesanías en barro, aquí se puede realizar las artesanías pequeñas, que pueden ser entregadas como un obsequio de lo que más representa al cantón, los personajes de “La Mama Negra” como:

- Mama Negra
- Ángel de la Estrella
- Abanderado
- Rey Moro
- Huaco

De esta manera se incentivara al visitante a conocer más sobre el patrimonio intangible del cantón y que son atractivos potenciales turísticos que se pueden visitar.

- **Imagen**

De igual forma los establecimientos donde más acuden los visitantes: agencias de viaje, operadoras turísticas, hoteles, infotour, cooperativas de transporte etc. Deben tener imágenes, fotografías gigantografías no solo de los lugares turísticos del cantón y la provincia ya conocidos sino de los atractivos culturales que son parte del patrimonio intangible potenciales como:

- Hacienda Obraje Guapaulo
- Brigada de Fuerzas Especiales Patria
- Pastoreo de ovejas
- Piedra de la Chilintoza, etc.

6.9.4 Posicionamiento

“Posicionamiento se define como una asociación fuerte y única entre un producto y una serie de atributos, es decir, decimos que un producto se ha “posicionado” cuando el vínculo que une los nodos “producto” y “atributos” está claramente establecido”⁵¹

Desarrollar campañas de publicidad en los diferentes medios de comunicación (radio, periódicos, TV, revistas especializadas, Internet, tomando en cuenta de que éste se ha convertido en una de las herramientas más importantes para la difusión), que difundan los atractivos y servicios que se pueden encontrar en la provincia de Cotopaxi, todos estos que tengan la debida calidad y lleguen a satisfacer las expectativas de los clientes; esta estrategia permitirá que el cantón Latacunga, la provincia y sus atractivos sean conocidos por la mayor cantidad de personas que utilizan esos medios de comunicación.

- Participar en las distintas ferias de turismo que se llevan a cabo a nivel nacional y local; esto permitirá desarrollar contactos comerciales con

⁵¹ <http://www.cem.itesm.mx/investigacion/transferencia/valormarca.htm>

intermediarios y además con inversionistas que puedan interesarse en el desarrollo de actividades en el cantón y la provincia

- Desarrollar una base de clientes con información actualizada, este tipo de información permitirá a los prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias, guías, etc.) posean una base de datos con información importante como datos personales, necesidades y requerimientos de los viajeros, con el propósito de establecer vínculos con los clientes

6.10 NOVEDAD

Han sido varios los estudios que se han hecho sobre los atractivos dentro de la provincia Cotopaxi, ya sean estos naturales o culturales como el Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Los Ilinizas, laguna el Quilotoa, Latacunga, San Agustín del Callo, La Mama Negra, etc. Pero no se ha tomado en cuenta la riqueza y el Patrimonio Intangible que tiene el cantón Latacunga, por eso con la investigación que se ha realizado se ha logrado dar valor que le corresponde a este patrimonio, para de la misma manera explotarlo turísticamente.

De igual forma luego de categorizar estos atractivos se propone dar una difusión turística a los mismos, para así contribuir a que no se pierda el patrimonio intangible del cantón, además que con este plan se proponen alianzas estratégicas y estrategias, que ayudaran para el desarrollo en bien de la comunidad.

6.11 IMPACTOS

6.11.1 IMPACTO SOCIAL

Dentro del impacto social en el cantón Latacunga, se toma en cuenta factores como: el nivel de ocupación de la población, las posibilidades de trabajo, además de la salud y la educación que son los factores principales en el desarrollo de una sociedad.

El desarrollo socio organizativo del cantón, tiene grandes diferencias entre las regiones de sierra y costa y las áreas rural y urbana, esto debido a los diferentes procesos históricos de dichas regiones, ya que en ciertos sitios se han llevado a cabo grandes procesos de desarrollo y han sido tomados muy en cuenta para la implantación de infraestructura, en cambio otros sectores han sido totalmente olvidados.

Como resultado de ésta inequitativa forma de desarrollo, se ha venido provocando cada vez con más fuerza una oleada de migración tanto interna como externa, lo que afecta profundamente las condiciones organizativas al provocar procesos de aculturación, diferenciación social y pugnas de poder.

Dentro de lo que tiene que ver con los niveles de educación, se puede decir que en los sectores urbanos el acceso a ésta, es de relativa facilidad ya que la implementación de este plan de valoración y difusión turística las personas que viven en este cantón y quienes son actores directos dentro de la cultura, logran valorar todo el patrimonio que esta posee

Referente de los niveles de ocupación de la población podremos decir que como en la mayoría del territorio ecuatoriano, existen personas que no poseen un empleo estable, lo que causa que su economía sea pobre y en algunos casos llegan a la indigencia; sin embargo si ya se toma en cuenta estos atractivos para realizar actividad turística personas sobre todo de las parroquias rurales tendrán una actividad a la cual más dedicarse y generar ingresos económicos.

6.11.2 IMPACTO CULTURAL

Al momento de ejercer el turismo por primera vez en eventos de la comunidad como las fiestas religiosas populares, costumbres y tradiciones puede conllevar a destrozos de los bienes patrimoniales materiales, o las áreas públicas, o al incremento del estrés, o la inseguridad, en la población, tanto la que participa como la que no participa directamente en las celebraciones. Otros problemas creados por el turismo son los de exceso de basura, la contaminación, la congestión de vehículos y personas y el aumento a veces

desmedido en los precios, con perjuicio, inclusive, de los mismos habitantes locales.

Por otra parte debe considerarse que los turistas tanto nacionales como extranjeros que acuden a las fiestas pueden ser una mezcla de: buscadores o exploradores que disfrutan de productos (eventos) originales o exóticos y demandantes de cierto tipo de actividades comunes, o servicios estándar u homogéneos, los cuales desean encontrar en cada sitio a donde acuden (por ejemplo en una fiesta donde la bebida tradicional es la chicha, el turista comienza a demandar Coca - cola).

Con este plan se busca desarrollar las fiestas populares, tradiciones, costumbres ritos, etc, como un producto turístico sin tener un alto impacto socio cultural, la solución puede estar en ir más allá de los conceptos de sustentabilidad que hoy en día se pregona. Puede ser una buena idea el diversificar es decir combinar actividades y rutas para que no haya concentración excesiva de turistas en un mismo lugar y tiempo. Existe un documento que puede servir de guía al momento de implementar productos turísticos culturales, éste es la Carta de Turismo Cultural del ICOMOS, que entrega directrices de cómo el Turismo y la Cultura pueden desarrollarse conjuntamente de manera sustentable.

Un turismo con una mayor proporción de viajeros con las características de búsqueda de uniformidad en los eventos seguramente contribuirá a desvirtuar y desfigurar los objetivos de la fiesta: la estandarización puede ser el fin de la misma.

6.11.3 IMPACTO AMBIENTAL

La fortaleza de la mayor parte de las costumbres tradiciones, fiestas populares, ritos, etc. Reside en su originalidad, que despierta la curiosidad de los pobladores de otras partes del mundo o del país. Y, principalmente se debe evitar tratar a los protagonistas de este patrimonio intangible como personajes exóticos y comerciales con el pretexto de hecho folklórico para vender la imagen de atractivo turístico, ya que esto produce que el patrimonio pierda su esencia y sus actores se desapropien de su identidad y costumbres ancestrales. Este plan no pretende alterar la parte del entorno donde se

encuentran los atractivos potenciales intangibles. Se tomarán en cuentas las medidas de LAC, (límites aceptable de carga), esto quiere decir que en los lugares sensibles donde no puedan ingresar gran cantidad de visitantes no se lo hará.

6.11.4 IMPACTO TURÍSTICO

No existen estudios sobre el impacto del sector turístico en la economía de Cotopaxi y muchos menos del cantón Latacunga y, mucho menos, de lo que éste significa para los diferentes cantones. Tampoco se cuenta con estadísticas del número de visitantes que entran a la provincia y de los recursos generados.

De todas maneras dada la diversidad de la oferta que presenta, especialmente a lo que se refiere al turismo de naturaleza y al de cultura, se puede afirmar que el turismo es un sector importante en la economía cantonal, sin embargo ésta actividad tendría que ser catalogada como una de las principales al momento de fomentar su desarrollo, ya que siendo una actividad que puede ser llevada por un universo grande de personas, es necesario que tenga un correcto desarrollo y apoyo por parte de todas y cada una de las personas que directa o indirectamente se relacionan con dicha actividad, además de contar con el apoyo necesario de las entidades públicas y privadas, autoridades y demás, para permitir que el turismo sea la fuente principal de ingresos en la región.

En la actualidad es casi nulo el apoyo que se muestra al desarrollo del turismo por parte de algunos gobiernos seccionales, como es el caso de los municipios principalmente, sin querer con esto inmiscuir a aquellos que en realidad si han demostrado capacidad al momento de afrontar con las diversas obligaciones que han adquirido a través de los diferentes convenios por ellos adquiridos.

Será necesario tomar las medidas que a corto o mediano plazo permitan el desarrollo de actividades turísticas en el cantón Latacunga, que hagan de ésta una de los principales generadores de recursos y economía. Con el incremento y mejoramiento del turismo en el cantón, sin duda mejorará también la calidad de vida de todos quienes de una u otra forma están inmersos en ésta hermosa actividad, como son los artesanos, prestadores de servicios como transporte,

alojamiento, telecomunicaciones, etc., es por eso que todos debemos ser partícipes para que al momento de llevar a cabo una u otra actividad, seamos nosotros mismo quienes evaluemos dicha actividad, para así hacer del turismo una actividad participativa y sobre todo sostenible.

6.12 VALOR AGREGADO

El turismo es una alternativa de desarrollo socio económico para el Ecuador, puesto que este país cuenta con una diversidad de lugares turísticos naturales, y a su vez también manifestaciones culturales, los cuales hacen que llame la atención de turistas nacionales como extranjeros, los mismos que visitan estos sitios por diversión, esparcimiento e investigación entre otros.

Han sido muchos los planes de promoción turística que se han hecho pero la mayoría muy generalizados solo de la provincia, mencionado atractivos naturales y culturales ya conocidos, nacional e internacionalmente, dejando de lado otros bienes patrimoniales como son los intangibles, es por eso que este “Plan de Valoración y Difusión turística del Patrimonio Intangible del cantón Latacunga”, promueve el valorar todo lo que son tradiciones, costumbres, ritos, fiestas del cantón porque con el estudio se ha comprobado que muchas de estas se están perdiendo, a pesar de ser parte de la Cultura del Ecuador.

El plan de difusión no solo da las bases para hacer campañas publicitarias por medios ya conocidos sino por medios innovadores, además de establecer alianzas estratégicas que servirán para promover el turismo cultural

7. CONCLUSIONES

- ✓ El turismo aumenta la demanda de infraestructura local (transporte, agua potable, recolección y tratamiento aguas servidas, eliminación de desechos sólidos, instalaciones médicas) y de varios servicios públicos que generalmente son responsabilidad pública. Por lo general, estas demandas se concentran dentro de una determinada época del año. Sin una adecuada coordinación y planificación, la demanda de servicios puede exceder su capacidad, con resultados negativos para los residentes como para los turistas.
- ✓ El cantón Latacunga es una muestra más que el verdadero tesoro de una comunidad está en sus tradiciones y costumbres. El potencial turístico que esta zona tiene para desarrollar el turismo cultural es muy alto, debido principalmente a sus manifestaciones culturales intangibles que son poco conocidas a nivel nacional.
- ✓ Las manifestaciones culturales de la zona de estudio conjugadas con una acertada gestión del turismo pueden convertirse en una alternativa económica para la población que no desvalorice sus tradiciones, ni afecte al ambiente que los rodea
- ✓ Las rutas con mayor potencial para promocionarse turísticamente en la zona de estudio son las de la parroquia de Mulaló, Guaytacama, Pastocalle y Tanicuchí, por la cantidad de atractivos turísticos tanto culturales como naturales. En el caso de festividades la parroquia de Mulaló posee las fiestas que aún poseen carácter ritual – religioso que lo hacen un atractivo para el turismo cultural

8. RECOMENDACIONES

- ✓ Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador PIMTE 2014, tiene unas bases muy buenas, sin embargo sino se lo ejecuta, todo quedará en teoría y quienes realizan planes para difundir el turismo, deben tomar en cuenta los nuevos medios para hacerlo.
- ✓ En Ecuador, el Turismo y la Cultura han sido dos sectores que han sacado provecho mutuo pero que no han generado espacios de diálogo intersectorial. Es por ello que la principal sugerencia es que se genere este diálogo que tenga como base la sustentabilidad
- ✓ Los medios de comunicación así como el turismo han sido los principales comercializadores de la cultura; por lo que los medios en el Ecuador, deben promover el intercambio y diálogo entre individuos, la sociedad y países, sobre la base de valores compartidos
- ✓ Los productos audiovisuales que promocionan festividades religiosas, tradiciones y costumbres populares deben ir más allá de la venta de diversión y entretenimiento; deben generar un público educado y que no relacione estas fiestas con consumismo y alcohol
- ✓ Los jóvenes de las parroquias deben tomar el mando de la revalorización cultural; para lo cual en primera instancia deben valorar y cuidar a los ancianos de las comunidades, ya que son ellos personas que conocen más a fondo las tradiciones que muchas veces ya se perdieron
- ✓ La aplicación de planes de manejo elaborados correcta y conscientemente, dará paso a que en la provincia de Cotopaxi se enrumbe en el camino del desarrollo, para así lograr los objetivos que cada uno de los habitantes tiene, que son de bienestar para ellos mismo, sus familias y coterráneos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMEIDA REYES, Eduardo. Monumentos Arqueológicos del Ecuador, Editora Luz de América, Quito, 1984.
- ALMEIDA REYES, Eduardo. “Tambo el Callo”, Revista Ecuador: Terra Incógnita, No.31, Quito, 2004.
 - BARRIGA LÓPEZ, Franklin. Monografía de la Provincia de Cotopaxi, Primicias, Ambato, s.a.
 - BOTERO, Luis. Compadres y Priostes, Abya – yala, Quito, 1991.
 - CARVALHO, Neto. P. Estudios de Folklore, Ed. Universitaria, Quito, 1973.
 - CORDERO, Luis. Diccionario Quichua –Castellano..., Corporación Editora Nacional, Quito, 2006.
 - COBA ANDRADE, Carlos. Danzas y Bailes en el Ecuador, Abya – ayala, Quito, 1985.
 - CÓRDOVA, Verónica. Quito adentro: Identidad e Historia de Lloa, Trama, Quito, 2004.
 - CUVI, Pablo. Ecuador: ¡Viva la Fiesta!, Dinediciones, Quito, 2002.
 - NARANJO, Marcelo. La Cultura Popular en el Ecuador, Tomo II Cotopaxi, CIDAP, Quito, 1996.
 - KHALIFÉ, Galo. Quito es Patrimonio Vivo, Revista del FONSA, Ediecuatorial, septiembre 2007.
 - MENA, Vicente. Folklore, Colección Básica de Escritores Ecuatorianos, Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito, 1985.
 - MOYA, L. del Alba. La Fiesta Religiosa Indígena en el Ecuador..., Abya – yala, Quito, 1995.
 - RUEDA, Marco. V. La Fiesta Religiosa campesina (Andes Ecuatorianos), Tomo I y II, Departamento de Antropología de la PUCE, Quito, 1979.
 - VALAREZO, José. Fiestas Populares Tradicionales de Ecuador, CAB – IADAP, Quito, 2007.
 - VÁSQUEZ, Lola. Ecuador su realidad 2006-2007, Fundación José Peralta, Quito, 2006
- PLAN PARTICIPATIVO DE DESARROLLO DE LA PROVINCIA DE

COTOPAXI; Honorable Consejo Provincial de Cotopaxi; 2004,
Licenciado

César Umaginga Prefecto provincial.

- CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DE COTOPAXI. CAPTUR.
o Catastro de Servidores turísticos en la Provincia de Cotopaxi,
actualizado, 2007.

Linkografía

- UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI. www.utc.edu.ec
- www.pichincha.gov.ec
- www.quito.gov.ec
- INEC. Datos sobre el último Censo año 2001.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. www.vivecuador.com

ANEXOS

Inventario Turístico del MINTUR

ANEXO A

DATOS GENERALES	
FICHA NÚMERO: 001	
ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera	
SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro	
FECHA: 27 de agosto del 2012	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Señor de la Maca	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	
TIPO: Etnografía	
SUBTIPO: Leyenda	
UBICACIÓN	
PROVINCIA: Cotopaxi	
CIUDAD y/o CANTON: Latacunga	
PARROQUIA: Poaló	
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO: Pujilí	DISTANCIA: 7 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA: 3080 msnm	
TEMPERATURA: 8 a 10 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
Allá por 1675, Ignacio Oña, tatarabuelo de Ramón, gustaba de caminar por las márgenes de las quebradas donde habían tiernos árboles de quishuar, cierto día que la creciente era fuerte, Oña haciendo derroche de valor, logró rescatar	

una pequeña platita que cuidada con esmero creció en las cercanías de la quebrada hasta convertirse en un corpulento quishuar.

Cierta noche, Oña recibió una revelación, Cristo le dijo: “Amaneceré, levántate”, entonces en el tercer canto del gallo se escuchó un crujir proveniente del sitio donde se hallaba el quishuar, de inmediato Oña se dirigió al lugar y quedó deslumbrado ante el hallazgo, en el tronco, entre las rajaduras del madero, apareció un Cristo crucificado, había nacido el

SEÑOR DE MACA. En 1712 el Obispo Diego Ladrón de Guevara por ministerio de su Vicario, concedió títulos explícitos a favor de Marcos, hijo de Ignacio Oña instituyéndole síndico del santuario que para entonces se había levantado con cubierta de paja en un lugar cercano al árbol de quishuar. Sabedores a través de la historia que nuestros aborígenes adoraban los árboles cuyas formas semejaban cruces y que las cruces, signo de catolicismo, se hace necesario anotar el razonamiento consignado en un folleto en honor del Señor de Maca por el Padre Pedro Pacheco en el año de 1943, “Los sacerdotes misioneros, comprendiendo que sus catecúmenos más fácilmente se instruían por los sentidos exteriores a la luz de la razón, en el conocimiento del verdadero Dios. Esta opinión será más abonada recordando que, a media jornada de Poaló, en Cuicuno existe otra imagen con similares características”.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Esta tradición no se ha perdido porque tanto en la parroquia como a sus alrededores es muy común las fiestas populares donde lo principal son las bandas de pueblo, el juego del palo ensebado y los toros.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden

TEMP. DE ACCESO

Todos los días de 8:00 a 17:00

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

La leyenda de Tilípulo,

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo B

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 002

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 27 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Chuzalongo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyenda

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Poaló

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Pujilí	DISTANCIA: 7 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA: 3080 msnm	
TEMPERATURA: 8 a 10 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
<p>El Chuzalongo es un hombre chiquito pero bien fuerte que vive en un huaico (quebrada) por el que la gente tiene que pasar. Cuando lo hacen el chuzalongo sale y le dice que tire de un penco grande hasta que éste salga de la tierra. Pasa un hombre y por más que tira no le puede arrancar de la tierra. Pasa un vaquero y tampoco puede hacerlo, así pasan varios y no logran su propósito. Entonces el chuzalongo les dice que no les va a dejar pasar porque no son fuertes.</p> <p>Después pasa otro hombre que es de Maca, el Chuzalongo le dice que tire el penco y él le responde que para qué. Para dejarlo pasar le dice, el de Maca tira y sale el penco suavito. Entonces el chuzalongo le dice que él sí es fuerte y bravo, y que su hijos también han de ser así y le dejar pasar.</p>	
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
Conservado	
CAUSAS:	
Es una de las leyendas más populares en la parroquia de Poaló y sua alrededores	
ENTORNO:	
Conservado	
CAUSAS:	
APOYO	
INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO	
VIAS	

Las vías de acceso son de primer orden

TEMP. DE ACCESO

Todos los días de 8:00 a 17:00

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

La leyenda de Tilípulo,

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo C

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 002

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 02 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Chirote en la Hoya del Cutuchi

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

UBICACIÓN	
PROVINCIA: Cotopaxi	
CIUDAD y/o CANTON: Mulaló	
PARROQUIA: La Matriz	
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO: Laso	DISTANCIA: 8 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
ALTURA: 2800 msnm	
TEMPERATURA: 10 a 12 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
<p>Cuentan los campesinos de la zona que hace mucho tiempo, la hoya del Cutuchi sufrió prolongada sequía y además se vio afectada por una erupción del Cotopaxi, un día aparecieron en el cielo de Mulalò una bandada de chirotes, avecillas de modesta aristocracia que portaban en sus picos pepitas de capulí, semillas que al ser regadas en los campos dieron frondosos y corpulentos árboles de capulíes. Los habitantes se salvaron de la hambruna e hicieron del capulí su alimento favorito, comiéndole al natural o cocido (jucho) así mismo, las hojas del capulí eran utilizadas para aromar la chicha de jora elaborada a base del maíz, desde entonces cuenta la leyenda que cuando el chirote surque el firmamento y se posa en las copas de los árboles de capulí, los indígenas le guardan respeto y agradecimiento por haberles salvado de la hambruna.</p>	
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
Conservado	

CAUSAS:

Sometido a un proceso de difusión turística

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

El entorno al ser centro urbano esta conservado

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO**VIAS**

Las vías de acceso son adoquinadas y se mantienen en buen estado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: 24 horas

OBSERVACIONES

Este atractivo se puede encontrar en la parroquia de Mulaló

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

La Allulas, plato típico de la provincia..

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local,

ANEXO 1

DATOS GENERALES	
FICHA NÚMERO:	001
ENCUESTADOR:	Diana Stefanía Revelo Viera
SUPERVISOR EVALUADOR:	Carlos Guijarro
FECHA:	01 de agosto del 2012
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Santísima Tragedia o Mama Negra
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Fiesta Popular
UBICACIÓN	
PROVINCIA:	Cotopaxi
CIUDAD y/o CANTON:	Latacunga
PARROQUIA:	La Matriz
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO:	Salcedo
DISTANCIA:	8 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
ALTURA:	2800 msnm
TEMPERATURA:	10 a 12 grados
PRECIPITACION:	2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

La fiesta de la Santísima Tragedia o Mama Negra, es una manifestación muy importante del folklore ecuatoriano en la que se realiza una verdadera representación teatral popular, lo que se denomina un "Auto Sacramental". En resumen, se reduce a un teatro popular por medio del cual los devotos efectúan un homenaje a la Virgen de las Mercedes, quien, de acuerdo a la tradición y la historia, fue la inspiradora de la liberación de los esclavos a través de la fundación de la orden Mercedaria, realizada en el año de 1218 por San Pedro Nolasco, esclavos que se hallaban cautivos en poder de los árabes o moros en su tiempo de su dominación sobre España.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Sometido a un proceso de difusión turística

ENTORNO:

Deteriorado

CAUSAS:

El entorno que le rodea se encuentra afectado por desechos sólidos

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son adoquinadas y se mantienen en buen estado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 2 días

DÍAS AL MES: el 23 de septiembre y el primer sábado de noviembre

HORAS AL DIA: de 10am a 3pm

OBSERVACIONES

Esta fiesta popular se da en los dos meses específicos, la de septiembre se hace en honor a la Virgen de la Merced y la de Noviembre en honor a la independencia de Latacunga.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Centro Cívico Mariscal Sucre

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local



DATOS GENERALES**FICHA NÚMERO:** 002**ENCUESTADOR:** Diana Stefanía Revelo Viera**SUPERVISOR EVALUADOR:** Carlos Guijarro**FECHA:** 02 de agosto del 2012**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Chugchucaras**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales**TIPO:** Etnografía**SUBTIPO:** Comidas y bebidas típicas**UBICACIÓN****PROVINCIA:** Cotopaxi**CIUDAD y/o CANTON:** Latacunga**PARROQUIA:** La Matriz**CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO****POBLADO:** Salcedo**DISTANCIA:** 8 km**CALIDAD****VALOR INTRÍNSECO****CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO****ALTURA:** 2800 msnm**TEMPERATURA:** 10 a 12 grados**PRECIPITACION:** 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

De la amplia gastronomía de la serranía ecuatoriana, este plato es quizá uno de los más famosos y apetecidos, entre propios y extraños. Especialmente por las personas que acuden masivamente los fines de semana a consumir las famosas chugchucaras. Latacunga tiene, como parte de su rica gastronomía, dos platos que le caracterizan y la diferencian de otras poblaciones de la serranía ecuatoriana, en la que – con ligeras variaciones – se conservan determinados manjares. Estos son las “allullas” y las “chugchucaras”.

Este platillo toma su nombre de las palabras quichwas “chugchuni”, que significa temblar y “cara”, que se traduce como piel.

La chugchucara de Latacunga contiene 10 componentes: canguil, tostado, empanada, plátano frito, la fritada, el cuero reventado, mote, chicharron.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Sometido a un proceso de difusión turística

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

El entorno al ser centro urbano esta conservado

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son adoquinadas y se mantienen en buen estado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: 24 horas

OBSERVACIONES

Este atractivo se puede encontrar en toda la ciudad de Latacunga y sus alrededores.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

La Allulas, plato típico de la provincia..

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial, y nacional





Anexo 2

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 003

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 03 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Queso de hoja

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Eloy Alfaro (San Felipe)

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Latacunga	DISTANCIA: 4 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
ALTURA: 2760 msnm	
TEMPERATURA: 10 a 12 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
<p>El queso de hoja, queso normal, elaborado de forma especial y envuelto en hojas de achira, es conocido como un plato típico de la provincia de Cotopaxi, específicamente del cantón Latacunga. Acompaña casi siempre a las famosas allullas. Uno de los fabricantes de este conocido entremés es Luis Garcia, quien relata el proceso para efectuar el queso de hoja, tradición que viene manteniendo desde hace muchos años.</p>	
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
Conservado	
CAUSAS:	
Sometido a un proceso de difusión turística	
ENTORNO:	
Conservado	
CAUSAS:	
El entorno al ser centro urbano esta conservado	
APOYO	
INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO	
VIAS	
Las vías de acceso son adoquinadas y se mantienen en buen estado	
TEMP. DE ACCESO	

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: 24 horas

OBSERVACIONES

Este atractivo se puede encontrar en toda la provincia de Cotopaxi, porque al ser una provincia donde hay actividad ganadera lo que permite la elaboración de este producto.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

La Allulas y las chugchcaras , plato típico de la provincia..

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial, nacional





DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 004

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 04 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Allullas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Eloy Alfaro (San Felipe)

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Latacunga

DISTANCIA: 4 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 2760 msnm

TEMPERATURA: 10 a 12 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

Las allullas, panes crocantes, con reconocidas como un plato típico de la provincia de Cotopaxi, específicamente del cantón Latacunga. Uno de los fabricantes de este conocido plato, es Luis García quien comenta que viene panificando las allullas desde hace 20 años. Esta tradición la heredo de su papá que inició con la elaboración de allullas desde el año de 1962.

Proceso de elaboración:

Consiste en hacer una masa de harina con mejorantes de pan y grasa, sin levadura. El molde se hace con un bolillo. La masa, en forma de pan, se mete en hornos de leña, a fuego lento. Para que los pancillos sean crocantes se debe esperar mínimo de 35 a 40 minutos a diferencia del pan que se hornea máximo en 30 minutos

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Sometido a un proceso de difusión turística

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

El entorno al ser centro urbano esta conservado

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son adoquinadas y se mantienen en buen estado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: 24 horas

OBSERVACIONES

Este atractivo se puede encontrar en toda la ciudad de Latacunga y sus alrededores.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Las chugchucaras y el queso de hoja , platos típicos de la provincia..

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, nacional





Anexo 3

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 005

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 05 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historia Local del pozo de agua de la Hacienda Tilípulo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: 11 de noviembre (Ilinchisi)

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Latacunga	DISTANCIA: 8 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA: 2880 msnm	
TEMPERATURA: 10 a 12 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
<p>El primer dueño fue un cacique indígena ecuatoriano llamado Sancho Acho de Velasco. Luego pasa a ser convento de los jesuitas. En esta época todas las comunidades indígenas de alrededor de tilipulo tuvieron que vivir los obrajes, porque estuvieron dedicados a la crianza de ovejas. Tras la salida de los jesuitas paso a ser propiedad del Márquez de Miraflores, español. Esta hacienda alojo a los patriotas Lizardo Ruiz, Pino y Feliciano Checa, de la ciudad de Latacunga y redactaron el acta del 2011 de noviembre de 1820 para la independencia de Latacunga. Luego la hacienda pasa de compra venta, hasta llegar a manos de los señores Álvarez Barba y en el año 1979 compra el Municipio de Latacunga. La hacienda constituye una hectárea de construcción más 70 hectáreas de terreno. Cabe destacar que los muros de la hacienda son originales y están hechos de piedra pómez</p>	
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
Conservado	
CAUSAS:	
Sometido a un proceso de restauración	
ENTORNO:	
Deteriorado	
CAUSAS:	
Al encontrarse en una parroquia rural, no es conservado su entorno.	

APOYO**INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

Las vías de acceso son de tercer orden al entrar para la hacienda

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: de 9am a 4pm

OBSERVACIONES

Para llegar hasta la hacienda se debe optar por un transporte particular porque no hay transporte directo hacia este lugar

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Historia Local del Pozo de Agua de la Hacienda, Pujii,, Historia local sobre el origen de la Parroquia

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial.



DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 006

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 06 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historia Local sobre la Hacienda Obraje Tilipulo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: 11 de noviembre (Ilinchisi)
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO
POBLADO: Latacunga DISTANCIA: 8 km
CALIDAD
VALOR INTRÍNSECO
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO
ALTURA: 2880 msnm
TEMPERATURA: 10 a 12 grados
PRECIPITACION: 2000mm anuales
VALOR EXTRÍNSECO
La hacienda obraje de Tilípulo, conserva muchas historia, una de estas cuanta de la existencia de un pozo que fue construido en tiempo de la colonia, dentro de la hacienda. En ese tiempo servía para el simple propósito de sacar el agua, pero este no fue el único fin de este pozo. También sirvió, para fugarse en tiempo de guerras en época colonial, cuando se encontraban allí defensores de la independendencia y eran buscados por la guardia. Se entra 15 metros dentro del túnel y quien deseaba escapar se tiraba al agua y luego debía trepar por el "pozo vertical" para salir fuera de la hacienda. Este túnel serbio para escape de los patriotas en época de independendencia.
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado
CAUSAS:
Sometido a un proceso de restauración
ENTORNO:
Deteriorado
CAUSAS:
Al encontrarse en una parroquia rural, no es conservado su entorno.

APOYO**INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

Las vías de acceso son de segundo orden al entrar para la hacienda

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: de 9am a 4pm

OBSERVACIONES

Este atractivo al encontrarse dentro de la hacienda Tilipulo, se dispone al público con el horario de visita a la hacienda

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Historia Local de la Hacienda Tilipulo, Pujii,, Historia local sobre el origen de la Parroquia

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial y nacional



DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 007

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 07 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historia Local sobre el origen de la parroquia 11 de noviembre

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía
SUBTIPO: tradiciones
UBICACIÓN
PROVINCIA: Cotopaxi
CIUDAD y/o CANTON: Latacunga
PARROQUIA: 11 de noviembre (Illinchisi)
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO
POBLADO: Latacunga DISTANCIA: 3 km
CALIDAD
VALOR INTRÍNSECO
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO
ALTURA: 2880 msnm
TEMPERATURA: 8 a 10 grados
PRECIPITACION: 2000mm anuales
VALOR EXTRÍNSECO
<p>La parroquia once de noviembre tiene una historia local sobre su origen que aparentemente esta relacionada con la historia de fundación de la ciudad de Latacunga. Pues en 1787, Latacunga había alcanzado ya un gran desarrollado, y para 1811 ya se había convertido en un importante centro de comercio agrícola, y paso obligado para quienes viajaban entre Guayaquil y Quito, y hacia las poblaciones del sur de la serranía, razón por la cual, el 11 de noviembre de ese año la Junta Gubernativa de Quito la elevo a categoría de villa. Antes de la independendia se le conocía con el nombre de San José de Illinchisi. Después de la independendia de Latacunga se da el cambio de nombre de esta parroquia latacungueña que actualmente lleva el nombre de Once de Noviembre. El patrono es san José de Illinchisi y las fiestas se las realiza el 11 de Noviembre, las mismas que se festejan con un desfile de comparsas y la fiesta de la Mama Negra.</p>
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

deteriorado

CAUSAS:

La historia del origen el nombre de la parroquia ya no es muy conocida por las nuevas generaciones

ENTORNO:

Deteriorado

CAUSAS:

Al encontrarse en una parroquia rural, no es conservado su entorno.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden camino lastrado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: de 9am a 4pm

OBSERVACIONES

La historia del origen de esta parroquia solo se la recuerda en el día de sus fiestas lo que provoca que se vaya perdiendo.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Historia Local de la Hacienda Tilipulo, Pujii,

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local



Anexo 4

DATOS GENERALES	
FICHA NÚMERO: 008	
ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera	
SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro	
FECHA: 08 de agosto del 2012	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	
TIPO: Etnografía	
SUBTIPO: Tejidos, indumentaria	
UBICACIÓN	
PROVINCIA: Cotopaxi	
CIUDAD y/o CANTON: Latacunga	
PARROQUIA: Poaló	
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO: Pujilí	DISTANCIA: 8 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA: 3275 msnm	
TEMPERATURA: 8 a 10 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
En esta parroquia, es muy común la usanza de los ponchos de lana, hechos	

con una lana de borrego y alpaca. Actualmente los jóvenes de la parroquia, no usan el poncho porque sale muy trabajoso y costoso, entonces prefieren usar otra ropa. Hay 2 personas mayores que aun siguen hilando y tejiendo los ponchos de mejor calidad, pero la nueva generación nadie sabe sobre este tejido.

El proceso de tejido de los ponchos tomo un tiempo. La historia esta ligada al proceso de obrajes de la provincia de Cotopaxi, extendidos sobre todo, en la zona de Poaló. A medida que se mejoro la calidad de los animales, también mejoro la calidad de la lana. Esta lana fue destinada para la elaboración de los ponchos más finos.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

deteriorado

CAUSAS:

No se ha continuado con la tradición de utilizar los ponchos de lana fina, y son pocas las personas que continúan con esta tradición

ENTORNO:

Deteriorado

CAUSAS:

Ya no hay talleres que se dediques específicamente a hacer estos ponchos.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden camino lastrado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Para poder apreciar este atractivo se debe buscar a personas especificas de la parroquia porque son muy pocas quienes utilizan este tipo de vestimenta.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Pastoreo de Ovejas

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial





DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 009

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 09 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pastoreo de Ovejas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Poaló

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Pujilí

DISTANCIA: 8 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA

ATRACTIVO**ALTURA:** 3275 msnm**TEMPERATURA:** 8 a 10 grados**PRECIPITACION:** 2000mm anuales**VALOR EXTRÍNSECO**

El pastoreo lo realizan en los cerros ya que en el cerro existen hierbas de toda clase para los animales y porque no tienen suficiente terreno ni yerbas para los animales en la comunidad. Generaciones anteriores se tenía hasta 200 borregos por familia. La calidad de la lana, que proveían los borregos, no era la mas apropiada para el tipo de poncho que se elaboraban, aunque su calidad de carne era mucho mejor que la de hoy en dia. Después de un proceso de mezclar razas de borregos, se ha mejorado la raza de los animales y con ello la calidad de la lana. La lana de los borregos es usada para hilar ponchos para la venta

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

La mayoría de personas de la parroquia se dedica a esta actividad para generar ingresos económicos.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:**APOYO****INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

Las vías de acceso son de segundo orden camino lastrado

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Las personas que se dedican al pastoreo de ovejas en la actualidad ya tienen ovejas de mejor raza lo que permite sacar mejor lana para la elaboración de varios tejidos.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Textilería de ponchos de lana de borrego.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local





DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 010

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 10 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultivo de cebollas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Poaló

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Pujilí

DISTANCIA: 8km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA

ATRACTIVO**ALTURA:** 3281 msnm**TEMPERATURA:** 8 a 10 grados**PRECIPITACION:** 2000mm anuales**VALOR EXTRÍNSECO**

Para sembrar la cebolla blanca primero se prepara la tierra sacando las malas hierbas, luego mezclan con el abono de animales, después hacen huecos para sembrar lo más hondo posible, y cada 15 días les desyerban las malezas, entonces, en un mes abren las hojas para poner el abono de los animales, dejan durante 8 días con el abono, después le tapan las hojas, y en un mes vuelven a sacar las maleza, luego en 6 meses está listo para cosechar y sacar a la venta. Por esta comunidad no requieren regar agua porque el clima es húmedo

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Es muy común que la gente de la comunidad se dedique a este tipo de actividad por la fertilidad del suelo, es por eso que no se pierde la costumbre de cultivar este producto.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:.**APOYO****INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

Las vías de acceso son de segundo orden camino lastrado

TEMP. DE ACCESO**DÍAS AL AÑO:** 360 días**DÍAS AL MES:** 30 días**HORAS AL DIA:** las 24 horas

OBSERVACIONES

Los turistas para ver el cultivo se pueden acercar a la parroquia y sus alrededores, las personas son muy amables y están dispuestos a indicarles sus sembríos.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Textilería de ponchos de lana de borrego, pastoreo de ovejas

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, nacional



Anexo 5

DATOS GENERALES	
FICHA NÚMERO: 011	
ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera	
SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro	
FECHA: 111 de agosto del 2012	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyendas sobre el cerro Putzalahua	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	
TIPO: Etnografía	
SUBTIPO: Leyendas	
UBICACIÓN	
PROVINCIA: Cotopaxi	
CIUDAD y/o CANTON: Latacunga	
PARROQUIA: Belisario Quevedo (Guanailin)	
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO: Latacunga	DISTANCIA: 3 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA: 3477 msnm	
TEMPERATURA: 8 a 10 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
Los habitantes de la parroquia de Belisario Quevedo, provincia de Cotopaxi, son mestizos e indígenas. Varias leyendas están construidas, en parte por el	

imaginario indígena y por el mestizo, que dejan relucir en los elementos de las leyendas, las fusiones de ambas culturas. La gente construye relatos orales imaginarios, buscando dar una explicación desde las leyendas y la imaginación popular, a la parte del mundo que le resulta intangible e irracional. Es así, como surgen diferentes historias que enriquecen el imaginario y revitalizan la memoria local. Una de ellas es la leyenda sobre el cerro Putzalagua, que es contada por la señora Olimpia Pérez, una habitante de la parroquia Belisario Quevedo quien vive hace 45 años en la comunidad:

“En el cerro de Putzalagua aparecía y desaparecía una bella mujer junto al riachuelo. Por tal razón el señor Octavio Pérez, sobrino de unos señores de Quito, al llegar al sector quiso entablar amistad con esa bella mujer que se llamaba Llacta Pacarina. Y lo logró: así iban juntos al cerro; más cuando él se descuidaba, ella desaparecía. Un buen día, Octavio se encontraba triste, apenado; de pronto se aparece Llacta Pacarina y le lleva a la montaña; pero Octavio, por seguridad, para no extraviar el camino, deja como señal semillas de maíz. Así Llacta Pacarina, confiada, abre los cántaros de oro pero se dio

Cuenta que su acompañante quería aprovecharse de ella y robar su tesoro. Por tal razón recogió las semillas y le tiró en el rostro. De pronto aparece un indígena de apellido Ati, quien reclama y manifiesta que los tesoros no los puede sacar del lugar. Octavio insulta al indio manifestando que el oro no le pertenecía a él. En ese momento se escuchó un gran ruido y se

derrumbó la montaña; Octavio no pudo sacar el tesoro. Llacta Pacarina se dio cuenta que él quería sus tesoros, más no a ella.

Entre la gente de la comunidad todavía recorre el rumor que algunas personas de la hacienda de los señores Calero, en este lugar, han visto un hueco con túneles internos. También manifiestan que han llegado unos “gringos” con mini tractores para sacar piedras y se las llevaron. También dicen que al otro lado, en el sector de Quilaguango hay un túnel llamado Gringo Utcu. Lo llaman así porque lo gringos hicieron el hueco más o menos de 50 metros de profundidad, del que sacaron candelabros de piedra, por estas razones Putzalagua es un cerro encantado. Todos los habitantes del sector pensaban que el nombre de Putzalagua provenía de putza de agua (cordero de agua) pero, según un historiador de la provincia, significaría “caña seca”.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las personas de la parroquia en su gran mayoría tienen presente todas estas leyendas y las han ido pasando de generación en generación, eso ha hecho

que estas leyendas no se pierdan.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Para acceder a conocer todas las leyendas de esta parroquia se puede acercarse hacia la junta parroquial para las personas interesadas accedan a esta información

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Pastoreo de Ovejas

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local



Anexo 6

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 012

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 12 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda del tesoro escondido de Atahualpa en el Cerro Rumiñahui – Mulalo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyendas

UBICACION

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Mulaló

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Laso

DISTANCIA: 8 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO

ALTURA: 3606 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

Las historias en torno al tesoro que fue escondido por Rumiñahui para salvar a Atahualpa, ha desencadenado una serie de relatos orales en casi toda la región centro andina ecuatoriana. En caso de la parroquia de Mulalo los habitantes aseguran que por la cima de la montaña existe un paso denominado del Inca. Se encuentra entre las estribaciones de las alturas del volcán Rumiñahui la misma que se encuentra ubicada en la parte mas alta de la montaña. La leyenda local narra que fue en este sitio donde Rumiñahui obligo a suicidarse a las acllas, y arrojó el tesoro que debió servir para el rescate de Atahualpa, y luego él se auto inmolo. El sitio es vistoso porque

tiene una forma de V y se al otro lado de la montaña. También a este sitio se refiere la leyenda que refiere es el salto por donde pasaban los venados. Los cazadores lo descubrieron y por algunos indicios han incluido que es allí donde Rumiñahui arrojó el tesoro. En días nublados los rayos solares suelen enfocarse a determinados sitios de la cañada. Ese espacio iluminado es el indicado para buscar rastros del tesoro mencionado.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

La leyenda es muy popular y de conocimiento de todas las personas que viven en la parroquia y sus alrededores, es por eso que se ha conservado como tradición oral.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso de segundo orden

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Para acceder a conocer todas las leyendas de esta parroquia se puede acercarse hacia la junta parroquial para las personas interesadas acceder a esta información

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Leyenda del Gallo Campana, Sitio Sagrada, Pucara o templo al pie del Cotopaxi, Sitio Sagrado La Piedra Silintoza, Leyenda del Tesoro de Atahualpa en El Capac Ñan, Leyenda de la Piedra Silintoza

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local



DATOS GENERALES**FICHA NÚMERO:** 013**ENCUESTADOR:** Diana Stefanía Revelo Viera**SUPERVISOR EVALUADOR:** Carlos Guijarro**FECHA:** 13 de agosto del 2012**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Leyenda del Gallo Campana**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales**TIPO:** Etnografía**SUBTIPO:** Leyendas**UBICACIÓN****PROVINCIA:** Cotopaxi**CIUDAD y/o CANTON:** Latacunga**PARROQUIA:** Mulaló**CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO****POBLADO:** Latacunga**DISTANCIA:** 15 km**CALIDAD****VALOR INTRÍNSECO****CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO****ALTURA:** 3606 msnm**TEMPERATURA:** 8 a 10 grados**PRECIPITACION:** 2000mm anuales**VALOR EXTRÍNSECO**

No es raro escuchar entre los pobladores de Mulaló la leyenda del “Gallo Campana” en el extinto volcán Rumiñahui. Todas estas leyendas e historias se han elaborado en torno a este sitio, que por muchos de los antiguos habitantes en la región, era considerado un lugar sagrado, fuente de varios mitos.

La leyenda cuenta que en las alturas del cerro, las personas que se quedan a acampar suelen escuchar a la media noche el canto del gallo en el sitio

denominado Gallo Campana. Además el sitio es una especie de ladera que esta ubicado a al lado este de la montaña, tiene una vista tranquilizadora y muy amplia sobre el humedal que se extiende hacia la laguna de Limpiopungo.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las personas de la parroquia en su gran mayoría tienen presente todas estas leyendas y las han ido pasando de generación en generación, eso ha hecho que estas leyendas no se pierdan.

ENTORNO:

Conservado

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden para llegar a la parroquia

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Para acceder a conocer todas las leyendas de esta parroquia se pude acercar a los pobladores para que las personas interesadas accedan a esta información

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Sitio Sagrada, Pucara o templo al pie del Cotopaxi, Sitio Sagrado La Piedra Silintoza, Leyenda del Tesoro de Atahualpa en El Capac Ñan, Leyenda de la

Piedra Silintoza

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial,



DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 014

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

<p>FECHA: 14 de agosto del 2012</p> <p>NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sitio Sagrado, La Piedra Silintoza</p> <p>CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales</p> <p>TIPO: Fenómenos Geológicos</p> <p>SUBTIPO: Rocas</p>
<p>UBICACIÓN</p> <p>PROVINCIA: Cotopaxi</p> <p>CIUDAD y/o CANTON: Latacunga</p> <p>PARROQUIA: Mulaló</p>
<p>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</p> <p>POBLADO: Laso DISTANCIA: 5 km</p>
<p>CALIDAD</p> <p>VALOR INTRÍNSECO</p> <p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO</p> <p>ALTURA: 3067 msnm</p> <p>TEMPERATURA: 8 a 10 grados</p> <p>PRECIPITACION: 2000mm anuales</p>
<p>VALOR EXTRÍNSECO</p> <p>Los Pobladores de Mulalo cuentan que ésta es una de las parroquias más antiguas de la provincia de Cotopaxi, que data de 474 años de parroquialización. El científico alemán</p> <p>Alejandro v. Humbolt, en su primera visita al Ecuador, escaló el volcán Cotopaxi, afortunadamente estando ya de regreso en su país, hubo una erupción del Cotopaxi, en los años 1800 aproximadamente, Humboldt, en su afán de investigar lo sucedido regreso 3 años más tarde al Cotopaxi, y se encontró con un valle de piedra que se expandía desde la comuna de San Ramón, Mulaló y sus alrededores. Encontrándose la piedra más grande en la comuna de San Ramón, es una gran roca de dimensiones extraordinarias.</p> <p>Los padres mercedarios, se encargaron de pintar la imagen de la Virgen de las</p>

Mercedes, quien se supone es quien intercede por ellos ante Dios, cuando hay una erupción volcánica para ser protegidos; incluso, actualmente organizan una peregrinación a la roca para ofrendarle una misa en la piedra a la Virgen de las Mercedes.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Es parte esencial, de la devoción de los pobladores de la parroquia de Mulaló y de los devotos de la Virgen de la Merced, por eso es que la tienen bien conservada.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías son de segundo orden

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Para acceder a este atractivo es indispensable conocer los caminos vecinales, además que se puede acceder en las fiestas de la Virgen de la Merced

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable no existe

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Sitio Sagrado de la Piedra Silintoza, Leyenda del Tesoro de Atahualpa ,
Leyenda del Gallo Campana

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial



DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 015

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 15 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sitio Sagrado , Pucara o templo al pie del Cotopaxi

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Mulaló

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Laso

DISTANCIA: 8 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO

ALTURA: 3067 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

Mulaló es una de las parroquias más antiguas de la provincia de Cotopaxi, que data de 474 años de parroquialización. El científico alemán Alejandro v. Humbolt, en su primera visita al Ecuador, escaló el volcán Cotopaxi, afortunadamente estando ya de regreso en

su país, hubo una erupción del Cotopaxi, en los años 1800 aproximadamente, Humboldt, en su afán de investigar lo sucedido regreso 3 años más tarde al Cotopaxi, y se encontró con un valle de piedra que se expandía desde la comuna de San Ramón, Mulaló y sus alrededores. Encontrándose la piedra más grande en la comuna de San Ramón, es una gran roca de dimensiones extraordinarias. Los padres mercedarios, se encargaron de pintar la imagen de la Virgen de las Mercedes, quien se supone es quien intercede por ellos ante Dios, cuando hay una erupción volcánica para ser protegidos; incluso, actualmente organizan una peregrinación a la roca para ofrendarle una misa

en la piedra a la Virgen de las Mercedes.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Debido a la devoción por parte de los pobladores y de todos los devotos de la Virgen de la Merced que hacen anualmente una peregrinación.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden para llegar a la parroquia

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

Si se quiere conocer de las fiestas de la Virgen de la Merced, y la tradición de la caminata se debe acudir a la junta parroquial de Mulalo.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Sitio Sagrada, Pucara o templo al pie del Cotopaxi, Sitio Sagrado La Piedra Silintoza, Leyenda del Tesoro de Atahualpa en El Capac Ñan, Leyenda de la

Piedra Silintoza

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial



DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 016

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera	
SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro	
FECHA: 16 de agosto del 2012	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda del tesoro de Atahualpa en el Capac Ñan	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	
TIPO: Etnografía	
SUBTIPO: Leyenda	
UBICACIÓN	
PROVINCIA: Cotopaxi	
CIUDAD y/o CANTON: Latacunga	
PARROQUIA: Mulaló	
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO: Laso	DISTANCIA: 8 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA: 3120 msnm	
TEMPERATURA: 8 a 10 grados	
PRECIPITACION: 2000mm anuales	
VALOR EXTRÍNSECO	
<p>En la secuencia de registros se trata de la tercera versión que se ha recopilado y que alude al sitio en el que se encuentra el tesoro de Atahualpa que fuera escondido por Rumiñahui. Según se podrá apreciar, en este caso, hay una curiosa convergencia entre las versiones de tesoros ocultos en el interior de las montañas por seres ctonianos (del francés, chtoniques) o de los que se afirma viven el mundo subterráneo, y la leyenda del tesoro que tiene ciertos visos históricos. La gente dice que existe un pequeño cerro que semeja una tola; está en una propiedad privada. La vistosa tola lleva por nombre Cerro del Callo. De este se afirma tiene conexión con el cerro del Putzalahua que se</p>	

ubica en la parroquia de Belisario Quevedo, ya que hay indicios de que por ambas elevaciones pasa el Camino Real, es decir, el Camino de los Incas o Capac Ñan. Este, en el tramo que se inicia en el Cerro del Callo, pasa por el cerro Putzalahua, avanza luego hasta el Cerro el Chasqui y llega hasta la parroquia de Alóag en Pichincha. En el Cerro del Callo se presume se encuentra el tesoro escondido por Rumiñahui. Una leyenda refiere que en la cima del cerro hay una fuerte. Quien lo podía descubrir se dirigía hasta ese sitio, al llegar podía entrar al interior del cerro y emprender la búsqueda de tan preciado tesoro. Algunos audaces se han aventurado. Pero, de los cientos de aventureros que se adentraron en la montaña, ninguno jamás regresó de su expedición.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las personas de la parroquia en su gran mayoría tienen presente todas estas leyendas y las han ido pasando de generación en generación, eso ha hecho que estas leyendas no se pierdan.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden para llegar a la parroquia

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Sitio Sagrada, Pucara o templo al pie del Cotopaxi, Sitio Sagrado La Piedra Silintoza, Leyenda de la Piedra Silintoza

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial, nacional



**DATOS GENERALES**

FICHA NÚMERO: 017

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 17 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda de la Piedra Silintoza

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyenda

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Mulaló
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO
POBLADO: Laso DISTANCIA: 8 km
CALIDAD
VALOR INTRÍNSECO
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO
ALTURA: 3067 msnm
TEMPERATURA: 8 a 10 grados
PRECIPITACION: 2000mm anuales
VALOR EXTRÍNSECO
<p>Las continuas erupciones volcánicas que han ocurrido en el area de influencia de la Cordillera Andina en la que se encuentran algunos volcanes activos, han suscitado en distintos momentos. En el imaginario social ha quedado además huella de esos episodios. Se atribuye al volcán la figura antropomorfa y, en consecuencia, la voluntad de destruir o poner a salvo ciertas zonas. El relato recopilado contribuye a comprender las dimensiones que suele adquirir este imaginario. En la comuna de San Ramón, perteneciente a la parroquia de Mulalo, existe una gran piedra cuyo origen, según las versiones de los pobladores locales, se remonta a la mas reciente erupción del volcán Cotopaxi, aproximadamente, hacia los años 1800. A esta piedra se la conoce como la piedra Silintoza. Los personajes entrevistados, habitantes de la comuna San Ramón, narran que en ese tiempo, don Ventura Paucar, oriundo de San ramón, fallecido en el año de 1997 a sus 115 años de edad, solia contar a sus vecinos que, cuando Dios caminaba por estas tierras llego a pedir limosna a una hacienda. Esta tenía cierta fama por cuanto se organizaba fiestas desenfrenadas que casi siempre acababan en orgias. Sus dueños, a más de su falta de moralidad, no quisieron ayudar al pobre caminante. De manera que este, años más tarde, los castigo con la erupción del volcán Cotopaxi; en esa erupción el volcán arrojó una gran piedra gigantesca que cayó precisamente en el lugar donde se encontraba la casa de esa hacienda, destruyendo todo y a todos los que se hallaban en ese momento allí.</p> <p>Otros habitantes de la comunidad decían que esta fue una enorme piedra que bajo con el primer deslave del Cotopaxi; y permaneció allí, aun encendida por casi tres meses; como estaba junto al camino principal, se acostumbraron los viajeros y todo caminante, a amarrar tabaco, encenderlo en su calor y fumarlo cerca de ella, a manera de agradecimiento por no cubrir toda la parroquia con</p>

lava.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las personas de la parroquia en su gran mayoría tienen presente todas estas leyendas y las han ido pasando de generación en generación, eso ha hecho que estas leyendas no se pierdan.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden para llegar a la parroquia

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Sitio Sagrada, Pucara o templo al pie del Cotopaxi, Sitio Sagrado La Piedra Silintoza,

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO Local, provincial



Anexo 7

DATOS GENERALES	
FICHA NÚMERO:	018
ENCUESTADOR:	Diana Stefanía Revelo Viera
SUPERVISOR EVALUADOR:	Carlos Guijarro
FECHA:	18 de agosto del 2012
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Historias Locales de Guaytacama
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Leyendas
UBICACIÓN	
PROVINCIA:	Cotopaxi
CIUDAD y/o CANTON:	Latacunga
PARROQUIA:	Guaytacama
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO	
POBLADO:	Latacunga
DISTANCIA:	10 km
CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO	
ALTURA:	2921 msnm
TEMPERATURA:	8 a 10 grados
PRECIPITACION:	2000mm anuales
VALOR EXTRÍNSECO	
<p>Todas las parroquias, tienen historias o leyendas que narran el cómo y por qué se han dado los nombres propios, basándose en su forma, creencias y acontecimientos. En la parroquia de Guaytacama, provincia de Cotopaxi, un habitante cuenta con datos históricos, cómo se originó esta parroquia.</p>	

Además, narra la etimología del nombre de la parroquia: “El nombre Guaytacama: está compuesto de dos vocablos quichuas: guayta y cama que significa cuidador o guardián de flores. La parroquialización se dió el 29 de mayo de 1861, bajo la presidencia del Dr. Gabriel García Moreno. Guaytacama, está compuesta de 14 barrios. Su superficie es de 37 kilómetros cuadrados y posee 3.700 hectáreas de tierra. Su patrono es

san Juan bautista y las fiesta se las realiza el 24 de junio de cada año. Estas festividades coinciden con “el solsticio de verano” que en tiempo de la llegada de los Incas, se lo festejaba como agradecimiento a la abundancia de las cosechas. Actualmente, a esta fiesta se la conoce como la sanjuanada cotopaxense en la misma que participan: los moros; los alfares; la yumbada y los principales (tigre, payasos, mono, perro y camisona).etc”.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las personas de la parroquia en su gran mayoría tienen presente todas las historias y las han ido pasando de generación en generación, eso ha hecho que estas leyendas no se pierdan.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden para llegar a la parroquia

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Textilería en Jerga, Leyenda de la aparición del Señor del Árbol, Artesanías en totora, bandas de pueblo de Cuicuno

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local



DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 019

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 19 de agosto del 2012

<p>NOMBRE DEL ATRACTIVO: Textilería en jerga</p> <p>CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: tejidos, indumentaria</p>
<p>UBICACIÓN</p> <p>PROVINCIA: Cotopaxi</p> <p>CIUDAD y/o CANTON: Latacunga</p> <p>PARROQUIA: Guaytacama</p>
<p>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</p> <p>POBLADO: Latacunga DISTANCIA: 10 km</p>
<p style="text-align: center;">CALIDAD</p> <p style="text-align: center;">VALOR INTRÍNSECO</p> <p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO</p> <p>ALTURA: 3080 msnm</p> <p>TEMPERATURA: 8 a 10 grados</p> <p>PRECIPITACION: 2000mm anuales</p>
<p style="text-align: center;">VALOR EXTRÍNSECO</p> <p>En la parroquia de Guaytacama, provincia de Chimborazo, gran parte de su población se dedica al trabajo en tela de jerga. Según un poblador del lugar, José Ángel Barahona Defaz , esta tradición comenzó hace muchos años, pues los trabajadores de telares llevaron a esta región, la tradición del trabajo en Jerga. Él mismo lo aprendió de sus padres hace más de 50 años.</p> <p>Para tejer la jerga se demora unos 15 días para sacar un bulto de 220 varas las mismas que se comercializan en Ambato. En la actualidad, los comerciantes vienen a comprarles en el domicilio. Pero, parece ser que ésta actividad se está viniendo a menos y en riesgo de desaparecer debido a la utilización de máquinas textiles, y a que las nuevas generaciones no muestran mayor interés en mantener el conocimiento. El entrevistado indica</p>

que ninguno de sus hijos han heredado el conocimiento.

Para la venta de la jerga hay temporadas de demanda, en que se vende a un dólar la vara y el bulto cuesta 220 dólares. Se envía a diferentes partes del país especialmente a Guayaquil y Quevedo. En estas ciudades, la jerga es utilizada para la elaboración de los trapeadores que son utilizados para la limpieza en los hogares

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Deteriorado

CAUSAS:

Esta tradición se va perdiendo, debido a que ya las personas ya empezaron a utilizar las maquinas textiles.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de segundo orden para llegar a la parroquia

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 360 días

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DIA: las 24 horas

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Leyenda de la aparición del Señor del Árbol, Artesanías en totora, bandas de pueblo de Cuicuno, Historias Locales de Guaytacama

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial

**DATOS GENERALES**

FICHA NÚMERO: 020

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 15 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pendón “El Camilo” símbolo de los paracaidistas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Guaytacama

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Latacunga

DISTANCIA: 8 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO

ALTURA: 2855 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

La rama de los paracaidistas cuenta con una serie de símbolos. Uno de éstos, conocido como “el Camilo”, es el pendón o estandarte de los comandos. Este es un símbolo tradicional de la brigada. Luce en los desfiles cívicos, ceremonias militares y en ciertas fechas especiales durante el desarrollo del curso de comandos. Por su forma rectangular – vertical, sostiene en

la parte superior a una calavera, interpretando a la muerte como algo muy cercano para los comandos. En el interior del pendón se expresa la esencia de los comandos: en primer lugar, su lema “siempre listos”; en segundo lugar, una reseña de su participación en los combates de las guerras de Paquisha, en el año 1981 y de del alto Cenepa en el año 1995; y en

tercer lugar, una memoria de su misión especial que dice: “causar el máximo pánico, destrucción y muerte en la retaguardia profunda del enemigo”. El mensaje escrito en el pendón termina con la palabra sagrada: Ecuador. Para darle un mayor realce al “Camilo”, en ciertas ocasiones, un comando reza la “oración de los comandos” sosteniendo a este pendón.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservada

CAUSAS:

Es un símbolo que perdura para el ejercito ecuatoriano no ha sido cambiado ni será modificado porque representa todo lo que son.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden para llegar hasta la brigada donde se encuentra la Brigada

TEMP. DE ACCESO

Para visitar se debe enviar un oficio a la brigada y se consigue la autorización para conocer este atractivo

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Lapida de los Héroes del Cenepa, Rito de los Paracaidistas del salto de la torre, Boina de los paracaidistas, coplas de los paracaidistas.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial y nacional



DATOS GENERALES**FICHA NÚMERO:** 021**ENCUESTADOR:** Diana Stefanía Revelo Viera**SUPERVISOR EVALUADOR:** Carlos Guijarro**FECHA:** 21 de agosto del 2012**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Rito de los Paracaidistas del salto de la Torre**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales**TIPO:** Etnografía**SUBTIPO:** tradiciones**UBICACIÓN****PROVINCIA:** Cotopaxi**CIUDAD y/o CANTON:** Latacunga**PARROQUIA:** Guaytacama**LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**

Latitud: -0.27587

Longitud: -78.55404

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO**POBLADO:** Latacunga**DISTANCIA:** 8 km**CALIDAD****VALOR INTRÍNSECO****CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO****ALTURA:** 2870 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

Los paracaidistas integran una rama de las Fuerzas Especiales que se caracteriza por la dureza de las pruebas que deben superar quienes aspiran a formar parte de esa fuerza elite. Una de las primeras pruebas consiste en el salto al vacío desde una torre levantada en medio de un campo abierto. Por esta razón, una de las tradiciones más novedosas de la Brigada de Fuerzas Especiales es el "Salto de la Torre". Y es una tradición novedosa porque desde su parte superior se han lanzado presidentes, reinas de bellezas y otros invitados que han llegado a visitar este cuartel. La torre tiene una altura de 20 metros, desde allí se lanzan sostenidos en un cable, descendiendo poco a poco hasta topar en suelo. Para saltar de esta torre, primero se debe presentar al oficial superior al mando del cuartel y pedir permiso para saltar, luego debe mencionar por quien se va a saltar antes de ejecutar el salto. Quienes usan esta torre son los alumnos del curso de paracaidismo, por ser parte de su entrenamiento. Lo de los presidentes y reinas de belleza es ocasional. La tradición dice, "quien visita la brigada y no ha saltado de la torre, es que no ha pasado por la brigada".

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservada

CAUSAS:

Es un símbolo que perdura para el ejército ecuatoriano no ha sido cambiado ni será modificado porque representa todo lo que son.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden porque la brigada se encuentra en la

via panamericana

TEMP. DE ACCESO

Para visitar se debe enviar un oficio a la brigada y se consigue la autorización para conocer este atractivo

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Lapida de los Héroes del Cenepa, Rito de los Paracaidistas del salto de la torre, Boina de los paracaidistas, coplas de los paracaidistas.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial, nacional





DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 022

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 22 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Boina de los Paracaidistas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Guaytacama

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Latacunga

DISTANCIA: 5km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO

ALTURA: 2855 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

Un rasgo distintivo de los paracaidistas es el uso de boina color vino. La boina se viene utilizando desde la Segunda Guerra Mundial por parte de los ejércitos que combatieron entonces, e identifica a los soldados que tienen experiencia de combate.

En el caso del Ejército Ecuatoriano, se viene utilizando desde 1970, cuando los paracaidistas tenían su campamento en el sector del Pintado, al sur de Quito. Es de color vino, la mezcla de la sangre y la tierra. El borde inferior es de color negro, como un homenaje de luto a los paracaidistas caídos. En la parte posterior cuelga la trenza anudada en dirección a la

columna vertebral, reconociendo a las Fuerzas Especiales como la columna vertebral del Ejército. En el costado derecho luce el ala dorada, símbolo de los paracaidistas ecuatorianos, la misma que fue diseñada por el capitán Alejandro Romo, primer paracaidista ecuatoriano, teniendo como referencia al ala que usaban en la segunda guerra mundial, los paracaidistas alemanes.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservada

CAUSAS:

Es un símbolo que perdura para el ejercito ecuatoriano no ha sido cambiado ni será modificado porque representa todo lo que son.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:**APOYO****INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

Las vías de acceso son de primer orden porque la brigada se encuentra en la vía panamericana

TEMP. DE ACCESO

Para visitar se debe enviar un oficio a la brigada y se consigue la autorización para conocer este atractivo

OBSERVACIONES**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Lapida de los Héroes del Cenepa, Rito de los Paracaidistas del salto de la torre, coplas de los paracaidistas.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial nacional.

**DATOS GENERALES**

FICHA NÚMERO: 023

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 23 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Coplas de los paracaidistas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Guaytacama

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Latacunga

DISTANCIA: 5 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO

ALTURA: 2855 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

Los paracaidistas forman una rama especializada del ejército, al interior de las conocidas como fuerzas especiales. Forman parte de esta rama especializada aquellos soldados que han superado algunas pruebas para las que se requiere gran arrojo y valentía. Para entender que en el diario vivir de los paracaidistas no solamente está el entrenamiento militar, se debe tomar en cuenta que sus miembros han desarrollado una auténtica subcultura con algunos elementos que los identifica. Por ejemplo, tienen canciones compuestas con letras que aluden a episodios y personajes únicamente conocidos por quienes forman parte de esta "comunidad". Las canciones entonan en sus momentos libres, especialmente los días jueves, los famosos "jueves paracaidistas", día dedicado a recordar las hazañas de quienes han fallecido. Entre el cancionero se registra como tema principal el himno a los paracaidistas. Otras canciones son las siguientes: "es un buen día de salto", "camarada suicida", "madre mía", "el 29 de octubre", "valiente comanchero" y "los comandos ya se van". En esta última

canción, la música es tomada de una que se cantaba en la guerra de secesión, en los Estados Unidos y cuyo título era "Jinetes en el Cielo". El conjunto de rock norteamericano The Doors, lo popularizaron en la década de los años sesenta.

Acompañadas de una guitarra, estas coplas resultan ser el motivo ideal para alegrar los ratos libres, las horas sociales y los viajes. En ciertos versos cantados, se expresa con ironía las debilidades de los soldados que no son paracaidistas, los llamados "regulares". Otros versos cantan a los amores, a

los placeres, a las aventuras, a la sátira y al buen vivir. Entre las coplas más cantadas, sobresalen:

“Cinco soldados, está muy bien y a la pi-pi-ri-pi-pi-pi.

A la pi-pi-ri-pi-pi-pi – a la pa-pa-ra-pa-pa-pa

Al que no le gusta el trago

Es un animal, es un animal

Está muy bien – está muy bien – está muy bien

De esa opinión participo yo también.

Haz bien y no mires a quien. ¡cabrón!... ¡cabrón!”

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservada

CAUSAS:

Es un símbolo que perdura para el ejercito ecuatoriano no ha sido cambiado ni será modificado porque representa todo lo que son.

ENTORNO:

Conservado

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden porque la brigada se encuentra en la vía panamericana

TEMP. DE ACCESO

Para visitar se debe enviar un oficio a la brigada y se consigue la autorización para conocer este atractivo

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Lapida de los Héroes del Cenepa, Rito de los Paracaidistas del salto de la torre, boina de los paracaidistas.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial, nacional



**DATOS GENERALES****FICHA NÚMERO:** 024**ENCUESTADOR:** Diana Stefanía Revelo Viera**SUPERVISOR EVALUADOR:** Carlos Guijarro**FECHA:** 25 de agosto del 2012**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Artesanías en totora**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales**TIPO:** Etnografía**SUBTIPO:** tradiciones**UBICACIÓN**

PROVINCIA: Cotopaxi CIUDAD y/o CANTON: Latacunga PARROQUIA: Guaytacama
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO
POBLADO: Latacunga DISTANCIA: 16 km
<p style="text-align: center;">CALIDAD</p> <p style="text-align: center;">VALOR INTRÍNSECO</p> <p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO</p> <p>ALTURA: 2956 msnm</p> <p>TEMPERATURA: 8 a 10 grados</p> <p>PRECIPITACION: 2000mm anuales</p>
<p style="text-align: center;">VALOR EXTRÍNSECO</p> <p>La totora (del quechua tutura, <i>Schoenoplectus californicus</i> ssp. <i>Tatora</i>, sin. <i>Scirpus californicus</i> ssp. <i>Tatora</i>) es una planta herbácea perenne acuática, de la familia de las ciperáceas, común en esteros y pantanos de América del Sur. (Fuente: Wikipedia)</p> <p>En algunas regiones de América del Sur, se la utiliza tanto para la construcción de hogares como para la fabricación de artesanías o prendas de vestir. En el Ecuador, en la parroquia Guytacama, provincia de Cotopaxi, también se elaboran esteras y aventadores, en base a esta planta. La materia prima se la consigue en los alrededores del barrio La Libertad, en</p> <p>un lugar denominado Cochas, en donde se cosechan las totoras. Después de un año de cultivo, los tejedores de la familia Casa, se las llevan a su hogar, las dejan secar durante tres semanas, luego, realizan la limpieza para sacar las flores de las totoras. Antes de ponerse a elaborar las esteras o los aventadores, se deja remojar la totora durante el día anterior para que sea más manejable y resulte mejor su elaboración. La comercialización la realizan en la feria del cantón Saquisilí, los días jueves de cada semana.</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p> <p>Deteriorado</p>

CAUSAS:

Las nuevas generaciones ya no han seguido esta tradición por lo que los utensilios que se hace con la totora se están perdiendo además que las personas que los utilizaban también se han ido modernizando.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:**APOYO****INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

Las vías de acceso son de primer orden

TEMP. DE ACCESO

Para ver estas artesanías se puede ir al cantón Saquisilí los días lunes que es la feria semanal.

OBSERVACIONES**INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

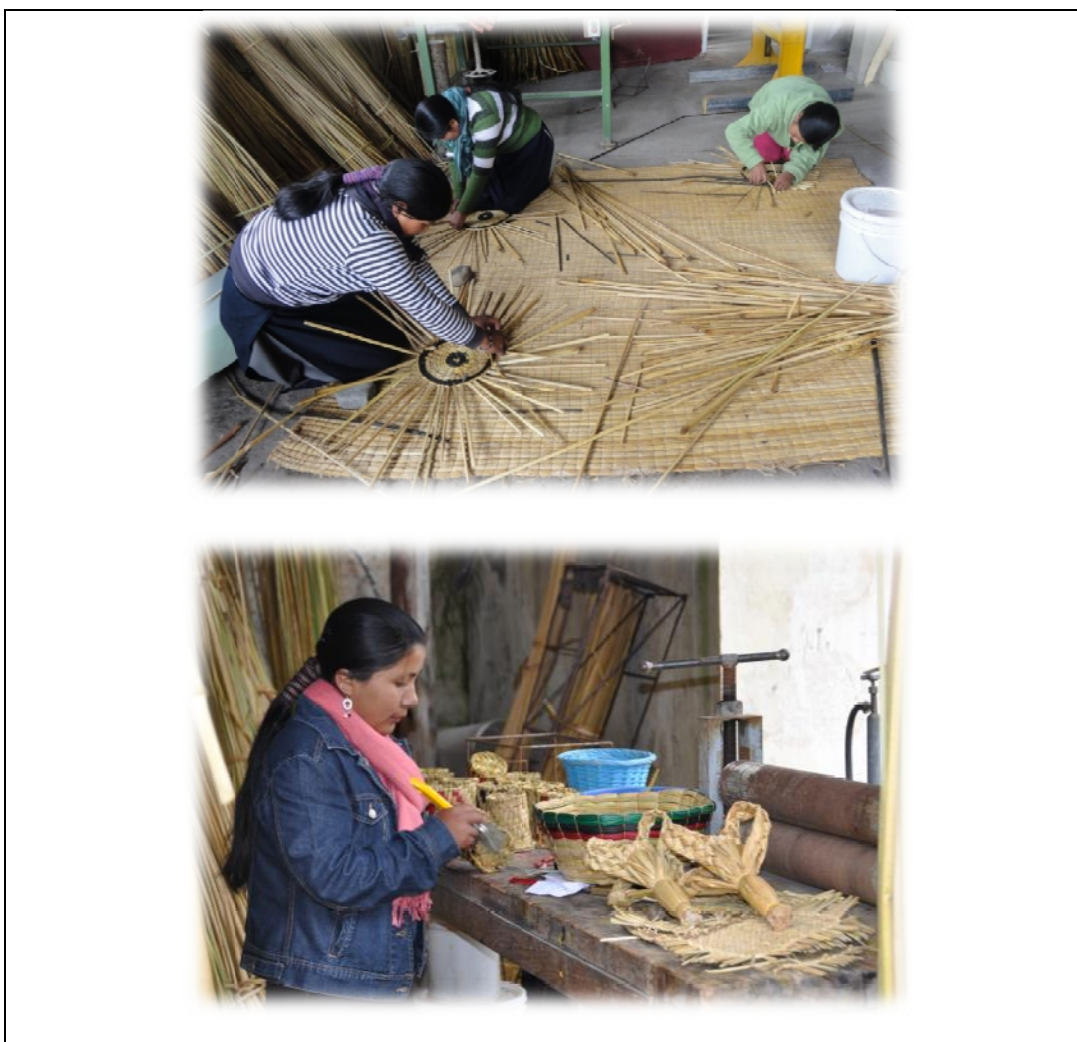
ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Bandas de Pueblo de Cuicuno, Leyenda del Señor del árbol.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local, provincial, nacional

**DATOS GENERALES**

FICHA NÚMERO: 025

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 26 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bandas de Pueblo de Cuicuno

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi CIUDAD y/o CANTON: Latacunga PARROQUIA: Guaytacama
CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO
POBLADO: Latacunga DISTANCIA: 5 km
CALIDAD
VALOR INTRÍNSECO
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO
ALTURA: 3080 msnm TEMPERATURA: 8 a 10 grados PRECIPITACION: 2000mm anuales
VALOR EXTRÍNSECO
<p>Las llamadas “bandas de pueblo” constituyen expresiones vigorosas de la cultura popular andina, y en su constitución y desarrollo es posible descubrir también, como en otras manifestaciones culturales de nuestro país, la concurrencia de tradiciones propias de los Andes y del Mediterráneo. Pues, si por un lado las bandas de pueblo constituyen agrupaciones musicales que reúnen instrumentos de procedencia sur-europea, ya sea porque fueron inventados o perfeccionados en aquella región, la música que producen, el modo de hacerlo y su función básica, son propias de las regiones altas de Sudamérica: melodías pentafónicas en las que predomina el aspecto monódico por sobre el armónico, ya que casi todos los instrumentos entonan la misma melodía, amén de su íntima vinculación a la fiesta religiosa, es decir, al tiempo sacro. (Fuente: Edufuturo). En la provincia de Cotopaxi, en la parroquia de Guaytacama, las bandas de pueblo son muy conocidas. El señor Iván Toapanta, habitante de la parroquia y director de la Banda Amazonas comenta acerca de las bandas de pueblo. Dice que la Banda Amazonas es una de las primeras bandas que existió en la parroquia eclesiástica de Cuicuno, hace unos 25 años atrás. Hoy en día, hay más de diez bandas de pueblo. Cada banda tiene su forma de interpretar la música, estilo, fama y su precio. Los integrantes de las diferentes bandas de pueblo en cada contrato tienen el deber de hacer quedar en lo más alto el nombre del grupo al cual pertenecen. Estas bandas, tienen contratos en la</p>

mayor parte del Ecuador. Han hecho bailar y disfrutar a los habitantes de cada provincia en la que han sido contratados. Entre las bandas más sonadas a nivel nacional están: la Banda K Leña, la banda Amazonas, Cuadrada, Show Latina. Este prestigio lo han adquirido en base a esfuerzo y sacrificio de sus integrantes.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Esta tradición no se ha perdido porque tanto en la parroquia como a sus alrededores es muy común las fiestas populares donde lo principal son las bandas de pueblo.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden

TEMP. DE ACCESO

Es muy común ver su show en

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Bandas de Pueblo de Cuicuno, Leyenda del Señor del árbol.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

**DATOS GENERALES**

FICHA NÚMERO: 026

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 27 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda de la Aparición del Señor del Árbol

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyenda

UBICACIÓN

PROVINCIA: Cotopaxi

CIUDAD y/o CANTON: Latacunga

PARROQUIA: Guaytacama

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Laso

DISTANCIA: 12 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA ATRACTIVO

ALTURA: 3080 msnm

TEMPERATURA: 8 a 10 grados

PRECIPITACION: 2000mm anuales

VALOR EXTRÍNSECO

La fe a la conocida imagen del Señor del Árbol en la Cuicuno, atrae a miles de creyentes que llegan de todas partes en procesión para agradecer los milagros recibidos de esta imagen. Una leyenda, contada por un poblador cuenta el origen de la devoción y la aparición mágico-religiosa.

“el Señor del Cuicuno apareció en un bosque de arboles de quishuar (budleja incana). Según lo que comentaban antiguamente, en el bosque desaparecieron las ovejas y decidieron tumbaban los arboles. A lo que tumbaban el ultimo árbol, de pronto apareció la imagen del Señor de Cuicuno, tallada en uno de estos árboles. En tiempo pasado tenían la figura bajo el techo de una choza. Con la

ayuda de personas religiosas como el señor obispo de Riobamba y el señor Obispo Cardenal de la Torre de Quito, ayudaron para la construcción del santuario en el que hoy se exhibe. Cuicuno proviene del nombre de dos animales cui > “cuy” y cuno > “conejo” del cual unieron los dos nombres y actualmente lleva el nombre de Cuicuno. Cada 14 de septiembre se realiza una fiesta en honor al Señor del Árbol.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Esta tradición no se ha perdido porque tanto en la parroquia como a sus alrededores es muy común las fiestas populares donde lo principal son las bandas de pueblo.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

Las vías de acceso son de primer orden

TEMP. DE ACCESO

Todos los días de 8:00 a 17:00

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: sistema interconectado

ALCANTARILLADO: red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Bandas de Pueblo de Cuicuno, Leyendas de la parroquia de Guaytacama

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local



Jerarquización de atractivos

Anexo 8

La Matriz

FICHA NÚMERO: 001

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 01 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Santísima Tragedia o Mama Negra

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Fiesta Popular

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	15
	Valor extrínseco	15
	Entorno	10
	Estado de conservación	10
Apoyo	Acceso	10
	Servicios	10
	Asociación con otros atractivos	5
Significado	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	12
Atractivo de Nivel IV	Total	88

FICHA NÚMERO: 002

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 02 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Chugchucaras

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	10
	Valor extrínseco	12
	Entorno	8
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	10
	Servicios	8
	asociación con otros atractivos	6
Significado	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	5
Atractivo de Nivel III	Total	75

Eloy Alfaro (San Felipe)

FICHA NÚMERO: 003

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 03 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Queso de hoja

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	10
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	10
	Servicios	8
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía Nivel IV	Total	77

FICHA NÚMERO: 004

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 04 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Allullas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	11
	Valor extrínseco	13
	Entorno	9
Apoyo	Estado de conservación	10
	Acceso	10
	Servicios	10
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía IV	Total	80

Anexo 9

FICHA NÚMERO: 005

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 05 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historia Local del pozo de agua de la Hacienda Tilipulo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	10
	Valor extrínseco	13
	Entorno	9
	Estado de conservación	10
Apoyo	Acceso	6
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	3
Significado	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	3
	Internacional	0
Atractivo de Nivel III	Total	66

FICHA NÚMERO: 006

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 06 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historia Local sobre la Hacienda Obraje Tilipulo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	14
	Entorno	7
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	6
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	3
	Internacional	0
Atractivo de Nivel III	Total	67

FICHA NÚMERO: 007

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 07 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historia Local sobre el origen de la parroquia 11 de noviembre

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	10
	Entorno	5
	Estado de conservación	4
Apoyo	Acceso	6
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	2
Significado	Local	1
	Provincial	2
	Nacional	1
	Internacional	0
Atractivo de Nivel II	Total	49

- **Poaló**

FICHA NÚMERO: 008

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 08 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Tejidos, indumentaria

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	5
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	6
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	3
Significado	Local	1
	Provincial	2
	Nacional	2
	Internacional	0
Atractivo de Nivel III	Total	54

FICHA NÚMERO: 009

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 09 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pastoreo de Ovejas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	10
	Entorno	8
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	6
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	3
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	2
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía IV	Total	60

FICHA NÚMERO: 010

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 10 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultivo de cebollas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	6
	Estado de conservación	6
Apoyo	Acceso	3
	Servicios	3
	asociación con otros atractivos	2
Significado	Local	0
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía II	Total	44

- **Belisario Quevedo (Guanapalín)**

FICHA NÚMERO: 011

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 11 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyendas sobre el cerro Putzalagua

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyendas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	14
	Entorno	9
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	8
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	3
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	72

- **Mulaló**

FICHA NÚMERO: 012

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 12 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda del tesoro escondido de Atahualpa en el Cerro Rumiñahui - Mulalo

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyendas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	8
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	8
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	4
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía IV	Total	69

FICHA NÚMERO: 013

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 13 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda del Gallo Campana

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyendas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	10
	Entorno	6
	Estado de conservación	6
Apoyo	Acceso	5
	Servicios	4
	asociación con otros atractivos	2
	Significado	Local
	Provincial	3
	Nacional	0
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía II	Total	50

FICHA NÚMERO: 014

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 14 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sitio Sagrado, La Piedra Silintoza

CATEGORÍA: Sitios Naturales

TIPO: Fenómenos Geológicos

SUBTIPO: Rocas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	6
	Estado de conservación	7
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	3
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	2
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	61

FICHA NÚMERO: 015

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 15 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sitio Sagrado L, Pucara o templo al pie del Cotopaxi

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Sitios

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	8
	Entorno	4
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	6
	Servicios	6
	asociación con otros atractivos	3
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	1
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía II	Total	50

FICHA NÚMERO: 016

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 16 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda del tesoro de Atahualpa en el Capac Ñan

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyenda

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	10
	Valor extrínseco	10
	Entorno	4
	Estado de conservación	4
Apoyo	Acceso	5
	Servicios	3
	asociación con otros atractivos	6
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	2
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía II	Total	49

FICHA NÚMERO: 017

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 17 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda de la Piedra Silintoza

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyenda

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	8
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	8
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	2
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	67

- **Guaytacama**

FICHA NÚMERO: 018

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 18 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Historias Locales de Guaytacama

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyendas

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	10
	Valor extrínseco	10
	Entorno	6
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	5
	Servicios	8
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía II	Total	50

FICHA NÚMERO: 019

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 19 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Textilería en jerga

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tejidos, indumentaria

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	10
	Entorno	8
	Estado de conservación	4
Apoyo	Acceso	4
	Servicios	4
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	1
	Provincial	2
	Nacional	0
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía II	Total	47

FICHA NÚMERO: 020

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 15 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pendón "El Camilo" símbolo de los paracaidistas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	9
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	9
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	5
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía IV	Total	74

FICHA NÚMERO: 021

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 21 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Rito de los Paracaidistas del salto de la Torre

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	9
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	9
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	4
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	73

FICHA NÚMERO: 022

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 22 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Boina de los Paracaidistas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	9
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	9
	asociación con otros atractivos	4
	Significado	Local
	Provincial	3
	Nacional	2
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	71

FICHA NÚMERO: 023

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 23 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Coplas de los paracaidistas

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	9
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	9
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	5
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	74

FICHA NÚMERO: 024

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 25 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Artesanías en totora

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	10
	Entorno	8
	Estado de conservación	7
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	7
	asociación con otros atractivos	5
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	1
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	63

FICHA NÚMERO: 025

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 26 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bandas de Pueblo de Cuicuno

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: tradiciones

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	8
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	7
	asociación con otros atractivos	6
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	5
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía III	Total	71

FICHA NÚMERO: 026

ENCUESTADOR: Diana Stefanía Revelo Viera

SUPERVISOR EVALUADOR: Carlos Guijarro

FECHA: 27 de agosto del 2012

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Leyenda de la Aparición del Señor del Árbol

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Leyenda}

Variable	Factor	Puntos
Calidad	Valor intrínseco	12
	Valor extrínseco	12
	Entorno	9
	Estado de conservación	9
Apoyo	Acceso	9

	Servicios	9
	asociación con otros atractivos	4
Significado	Local	2
	Provincial	3
	Nacional	5
	Internacional	0
Atractivo de Jerarquía IV	Total	74

Entrevistas

Anexo 10

Entrevistado: Byron Gómez (Mama Negra septiembre 2012)

Entrevistador: Diana Stefanía Revelo

Cuestionario

- 1.- ¿Desde cuándo viene la tradición de la Mama Negra?
- 2.- ¿Por qué hay dos fiestas de la Mama Negra en Latacunga?
- 3.- ¿Cuáles son los principales motivos por los que se realiza la fiesta año a año?
- 4.- ¿Cómo se desarrolla la fiesta?
- 5.- ¿Cuáles son los principales personajes que participan en esta fiesta?
- 6.- ¿Qué papel juegan los demás personajes del desfile?
- 7.- ¿Cómo se elige a los personajes de la Mama negra de septiembre?

8.- ¿Por qué cree ud. Que esta fiesta es la que más representa al cantón Latacunga y a la provincia de Cotopaxi?

Anexo 11

Entrevistado: Sr. Luis Alberto Alomoto (Poaló)

Entrevistador: Diana Stefanía Revelo

1.- ¿Cómo cree ud. Que se está conservando la tradición del pastoreo de ovejas?

2.- ¿En su comunidad aún cree que este presente esta actividad?

3.-¿Cómo se hacía antes el pastoreo de ovejas?

4.- ¿Cree ud. Que es beneficioso que se haga el pastoreo de ovejas?

5.- ¿Las nuevas generaciones tendrán la posibilidad de conocer sobre esta tradición ancestral?

6.- ¿Su comunidad podría compartir esta tradición si se impulsa turismo comunitario?

Anexo 12

Entrevistado: Capitán Carlos Ayala (Guaytacama, BFE)

Entrevistador: Diana Stefanía Revelo

1.- ¿Cree ud, que todas las tradiciones símbolos y rituales que son parte de la Brigada son importantes para el patrimonio inmaterial del cantón Latacunga?

2.- ¿Qué representa para uds. El pendón del “Camilo”, dentro de los símbolos de la Brigada de fuerzas Especiales?

3.- ¿El rito de los paracaidistas no se ha perdido con el tiempo?

4.- ¿Cómo nació la tradición del uso de la boina roja para los comandos paracaidistas?

5.- ¿Una de las costumbres más conocidas es el jueves paracaidista, que es lo que los comandos hacen en este día?

6.-¿A quién es la devoción que tienen los comandos espaciales y porque?

7.- ¿Qué se debe hacer para poder ingresar a la Brigada de Fuerzas especiales?

8.- ¿Existe algún plan para que el público civil tenga acceso a conocer todo este patrimonio?

Anexo 13

Entrevistado: Sr. Daniel Solano (Tilípulo)

Entrevistador: Diana Stefanía Revelo

1.-¿Por qué es tan restringido el acceso a la hacienda, a pesar de ser un atractivo turístico?

2.- ¿Cuáles son las leyendas que se cuentan entorno a la historia de Tilípulo?

3.- ¿Existen planes para difusión de este atractivo no solo a nivel local sino también nacional?

4.- ¿Tilípulo consta en alguna ruta turística establecida dentro del cantón Latacunga o de la provincia de Cotopaxi?

5.- ¿Existe medios de difusión sobre las tradiciones orales, leyendas, tradiciones costumbres de Tilípulo?

6.- ¿Si se llega a establecer un plan de difusión abra más apertura del atractivo al público?

Anexo 14

Entrevistado: Sr. Edward Jiménez (Mulaló, Piedra Silintoza)

Entrevistador: Diana Stefanía Revelo

1.- ¿Qué representa la piedra Silintoza dentro de la devoción a la Virgen de la Merced”

2.- ¿Cuál es la leyenda que se cuenta entorno a esta piedra?

3.- ¿Cómo empieza la idea de a caminata hacia la piedra Silintoza?

4.- ¿Quiénes organizan anualmente esta caminata y con qué fin lo hacen?

5.- ¿Qué se piensa hacer para que esta tradición no se pierda y cada año siga creciendo más?

6.- ¿Cree ud. Que es necesario dar a conocer este sitio para establecer un turismo, cultural religioso?

Anexo 15**Entrevistado:** Marina Toapanta (Cucuino, Guaytacama)**Entrevistador:** Diana Stefanía Revelo

- 1.- ¿Desde cuándo se inicia con la devoción al señor del Árbol?

- 2.- ¿Cuál es la leyenda que cuenta el origen de la aparición del señor del Árbol?

- 3.- ¿Qué acostumbra hacer la comunidad en las fiestas en honor al señor del Árbol?

- 4.- ¿En qué fecha se realizan las fiestas?

- 5.- ¿Cuáles son las tradiciones más conocidas en Cucuino a parte de la devoción religioso a su patrono?

- 6.- ¿Desde cuándo existe la tradición de las bandas de pueblo en Cucuino”?

